



UNIVERSITETET I AGDER

# **Personer med synsnedsettelse sin bruk av sosiale medier sett gjennom Affordance Theory: Viktig lærdom til norske kommuner**

*«Jeg synes kommunen kunne testet ut hvordan det er å ha en synshemming, eller hvordan en funksjonshemmet har det i sin hverdag» - Respondent 3*

**Jørgen Pedersen**

**Veileder**

Øystein Sæbø

*Masteroppgaven er gjennomført som ledd i utdanningen ved Universitetet i Agder og er godkjent som del av denne utdanningen. Denne godkjenningen innebærer ikke at universitetet inntår for de metoder som er anvendt og de konklusjoner som er trukket.*

Universitetet i Agder, 2016  
Fakultet for samfunnsvitenskap  
Institutt for informasjonssystemer



## Forord

Denne masteroppgaven er gjennomført som en avsluttende oppgave på masterprogrammet Master i informasjonssystemer ved Universitetet i Agder. Hensikten med studien har vært å bidra til eksisterende forskning med en bedre og dypere forståelse av hvordan personer med synsnedsettelse bruker sosiale medier og hva som kan påvirke denne bruken. På bakgrunn av denne forståelsen har hensikten vært å foreslå et sett med lærdommer og praktiske grep til norske kommuner som kan forbedre deres bruk av sosiale medier og inkludere personer med synsnedsettelse. Hele prosessen er gjennomført av undertegnende og jeg har lært utrolig mye gjennom denne prosessen, både knyttet til personer med synsnedsettelse og norske kommuner, men også det å gjennomføre et større forskningsprosjekt.

Jeg ønsker først og fremst å takke de respondentene som har sagt seg villig til å delta i studien. Dere har vært til stor hjelp og uten dere ville ikke denne studien vært en realitet. Dere har bidratt med verdifull informasjon gjennom intervjuene. Jeg er veldig takknemlig.

Dernest vil jeg takke min veileder og mentor professor Øystein Sæbø. Vi har samarbeidet over lengre tid og den kunnskap, tips og tilbakemelding du har bidratt med i denne oppgaven er jeg veldig takknemlig for. Samtidig har du alltid vært her for meg opp igjennom hele masterstudiet. Du har alltid motivert meg til å yte mitt beste og du har vært en perfekt sparrepartner. Din innsats, din åpenhet og den tiden du har satt av til å veilede meg over flere år er noe jeg er veldig, veldig takknemlig for. Du har en brennende interesse for eGovernment og eParticipation og har også vekket denne interessen i meg. Jeg vil takke deg for et utrolig lærerikt, sosialt og trivelig samarbeid.

Deretter ønsker jeg å takke Alf Tore Meling, leder av I all offentlighet for ditt bidrag til dette prosjektet. Du har brukt din tid til å drøfte ideer og du har alltid svart på mine spørsmål. Uten deg og din kompetanse ville ikke prosjektet vært det det er i dag. I tillegg har ditt arbeid og dine publikasjoner vært en solid grunnpilar i min masteroppgave. Jeg setter utrolig stor pris på deg, og takker deg for samarbeidet vi har hatt.

Jeg vil også takke de ansatte ved institutt ved informasjonssystemer ved Universitet i Agder for deres bidrag. Takk for at jeg har fått stille spørsmål og takk for at dere så gjerne ønsker å gi meg svar, og for at dere som jobber på instituttet alltid har vært åpen for besøk på kontoret.

Til slutt vil jeg takke min tålmodige forlovede Miriam som har støttet meg gjennom hele denne prosessen. Jeg er veldig takknemlig.

Kristiansand, 25. mai 2016



---

Jørgen Pedersen



## Sammendrag

Det har vært en økning i digitalisering av tjenester og bruk av sosiale medier i offentlig sektor. På bakgrunn av det økte fokuset har det i forskning blitt introdusert begreper som universell utforming og tilgjengelighet, og prinsippet om lik tilgang for alle blir stadig fremhevet. En grunnleggende ferdighet for å bruke sosiale medier på ordinær måte er å bruke synet, for å observere og tilegne seg innhold som presenteres på en skjerm, enten det er på mobil eller PC. I 2015 ble det i utredningen til I all offentlighet (2015) blant annet konkludert med at norske kommuner sine Facebook-sider ikke tilfredsstiller krav til universell utforming, og det er derfor en fare for at ulike funksjonsgrupper ikke blir inkludert i sosiale medier. I et forskningsperspektiv er det også få eller ingen studier som fokuserer på personer med synsnedsettelse og bruk av sosiale medier, og det er derfor et hull i eksisterende forskning. For å bidra til ny kunnskap og bidra til forskning er denne masteroppgaven gjennomført med følgende forskningsspørsmål i fokus:

*Hva påvirker personer med synsnedsettelse sin bruk av sosiale medier, og hva kan norske kommuner lære av dette?*

Studien er basert på kvalitativ forskningsstrategi, og for å finne svar på forskningsspørsmålet ble det samlet data gjennom intervjuer og observasjon av personer med synsnedsettelse, og intervjuer med kommuner. Resultatene fra intervjuer med kommunene viser at kommuner er bevisst på at det er variasjoner i hvem brukeren er og at kommuner jobber med universell utforming på sosiale medier gjennom å holde innhold enkelt og bruke et enkelt språk. Samtidig er kommunen bevisst på begrensningene knyttet til det å tilrettelegge og tilpasse de sosiale mediene som blir brukt da de sosiale mediene er verktøy som i utgangspunktet blir kontrollert og utviklet av en tredjepart. Data fra intervjuer av personer med synsnedsettelse er studert gjennom det teoretiske rammeverket «Affordance Theory». Rammeverket ble brukt til å identifisere hvordan affordances blir oppfattet, aktualisert og effekter av dette for å få en forståelse av personer med synsnedsettelse sin bruk av sosiale medier. I tillegg til å bruke rammeverket til å få en forståelse av bruk har rammeverket blitt brukt til å identifisere flere faktorer som muliggjør eller hemmer aktualisering av affordances, og disse faktorene har fremstått som kritiske for bruk og forskningsspørsmålet.

Muliggjørende faktorer har vist seg å være faktorer som gjør det mulig eller hjelper bruk av sosiale medier blant personer med synsnedsettelse. De muliggjørende faktorene som ble identifisert er: tilgang på hjelpemidler, universell utforming, fast struktur og alternative presentasjonsmåter. De hemmende faktorene som ble identifisert er: synsnedsettelse i seg selv, bilder og video i innhold, hjelpemidler som ikke fungerer eller som er vanskelig å bruke, dårlig kvalitet på innhold og dårlig eller manglende struktur. Resultatet av denne masteroppgaven og diskusjonen av resultatene er sett med ulike lærdommer og forslag til praktiske tiltak og grep kommuner kan gjøre på sosiale medier for at mediene skal være mer tilrettelagt for personer med synsnedsettelse. Disse hovedfunnene er et resultat av en diskusjon hvor en dypere forståelse av brukerne sett gjennom Affordance Theory er trukket inn, men også kommuners praksiser og forståelse er tatt i betraktning. Hovedfunnene er følgende:

- **Ikke alle som har synsnedsettelse bruker hjelpemidler, men innhold kan se annerledes ut hos de som bruker hjelpemidler.**
  - Kommuner bør prøve ut ulike hjelpemidler for å få en forståelse av hvordan disse fungerer og hvordan innhold ser ut gjennom hjelpemidler, og gjøre tilpasninger basert på dette.
- **Det er bevissthet om universell utforming blant personer med synsnedsettelse. Oppfattelsen av universell utforming på offentlige nettsider bidrar til et økt, positivt helhetsinntrykk blant personer med synsnedsettelse.**
  - Kommuner bør vektlegge god utforming på sine nettsider for å opprettholde et godt helhetsinntrykk.
- **En fast og stabil struktur på sosiale medier er viktig for å gjenkjenne innhold og skape assosiasjoner blant personer med synsnedsettelse.**
  - Kommuner kan bidra til en bedre opplevelse for personer med synsnedsettelse ved å opprettholde en ryddig innholdsstruktur på sosiale medier.
- **Blant personer med synsnedsettelse er det enkelte som bruker alternative presentasjonsmåter for innhold på sosiale medier.**
  - Kommuner bør jobbe med å få en forståelse av ulike presentasjonsmåter, for eksempel ulike mobile enheter. Deretter bør kommuner teste hvordan innhold ser ut på de ulike plattformene.
- **Synsnedsettelse er komplekse å forstå hvis man selv ikke er berørt.**
  - Kommuner bør sette seg inn i hva det vil si å ha en synsnedsettelse og få en forståelse av kategoriseringer og definisjoner for å bedre kjenne denne målgruppen. For eksempel kan kommunen bruke en "Synssimulator".
- **Personer med synsnedsettelse kan ha store problemer med å tolke innhold som inneholder bilde, video eller smilefjes.**
  - Kommuner må bruke beskrivende tekst på bilder og video i sosiale medier og være kritisk til bruk av visuelt innhold. Samtidig bør bruk av smilefjes bli vurdert nøye.
- **Blant personer med synsnedsettelse kan det skje at hjelpemidler er utilgjengelige eller ikke fungerer.**
  - Kommuner bør ha universelt utformede nettsider som innhold kan bli krysspublisert til. Dette kan fungere som et tilrettelagt alternativt hvis hjelpemidler skulle svikte eller ikke kan bli brukt.
- **Store informasjonsmengder og manglende struktur kan være vanskelig å håndtere for personer med synsnedsettelse.**
  - Kommuner bør ikke bidra til informasjonsoverflod, og bør holde innhold enkelt og tenke over publiseringshyppighet.
- **God visuell kvalitet på innhold er viktig for å bidra til et tilgjengelig innhold for personer med synsnedsettelse.**
  - Kommuner bør publisere innhold av god visuell kvalitet, for eksempel slik at bilder har gode kontraster. For et godt helhetsinntrykk bør også kommunes nettsider ha gode kontraster, være strukturerte og bruke gode skrifttyper.

# Innhold

<b>Forord</b> .....	<b>i</b>
<b>Sammendrag</b> .....	<b>iii</b>
<b>Innhold</b> .....	<b>v</b>
Tabeller .....	vi
Figurer .....	vi
Vedleggsliste .....	vii
<b>1 Introduksjon</b> .....	<b>1</b>
1.1 <i>Motivasjon</i> .....	1
1.2 <i>Forskningsspørsmål</i> .....	2
1.3 <i>Personvernombudet for forskning</i> .....	2
1.4 <i>Rapportens disposisjon og oppbygning</i> .....	3
<b>2 Relevant litteratur</b> .....	<b>5</b>
2.1 <i>Hva er sosiale medier?</i> .....	5
2.1.1 <i>De ulike mediene</i> .....	6
2.1.2 <i>Bruk av sosiale medier i offentlig sektor</i> .....	7
2.2 <i>Universell utforming og tilgjengelighet</i> .....	9
2.3 <i>Brukermangfold</i> .....	11
2.3.1 <i>Personer med synsnedsettelse</i> .....	12
2.4 <i>Hjelpemidler for personer med synsnedsettelse</i> .....	13
<b>3 Teoretisk perspektiv: Affordance Theory</b> .....	<b>15</b>
<b>4 Forskningstilnærming</b> .....	<b>19</b>
4.1 <i>Forskningsperspektiv</i> .....	19
4.2 <i>Forskningsdesign</i> .....	20
4.3 <i>Metodisk tilnærming</i> .....	21
4.3.1 <i>Kvalitativ forskningsstrategi</i> .....	21
4.3.2 <i>Intervju som verktøy for datainnsamling</i> .....	22
4.3.3 <i>Utvalg av respondenter</i> .....	22
4.3.4 <i>Innsamling av data</i> .....	26
4.3.5 <i>Kvalitet og godkjenning</i> .....	27
4.3.6 <i>Oppsummering av datainnsamling- og godkjenningsprosess</i> .....	28
4.4 <i>Analyse av data</i> .....	29
4.5 <i>Metodiske begrensninger</i> .....	31
<b>5 Resultater</b> .....	<b>33</b>
5.1 <i>Personer med synsnedsettelse og deres oppfatninger og bruk av sosiale medier</i> .....	33
5.1.1 <i>Affordance oppfattelse</i> .....	33
5.1.2 <i>Aktualisering</i> .....	36
5.1.3 <i>Effekter</i> .....	39
5.1.4 <i>Muliggjørende faktorer</i> .....	40
5.1.5 <i>Hemmende faktorer</i> .....	44
5.2 <i>Oppsummering av viktige funn blant personer med synsnedsettelse</i> .....	51
5.3 <i>Norske kommuners praksis knyttet til sosiale medier</i> .....	52
5.3.1 <i>Kommuners oppfattelse av utfordringer og tilpasninger av sosiale medier for personer med synsnedsettelse</i> .....	56
<b>6 Diskusjon</b> .....	<b>59</b>
6.1 <i>Affordances og personer med synsnedsettelse</i> .....	59
6.2 <i>Muliggjørende faktorer</i> .....	60

6.2.1 Tilgang på hjelpemidler .....	60
6.2.2 Universell utforming .....	62
6.2.3 Fast og enkel struktur .....	64
6.2.4 Alternative presentasjonsmåter .....	65
6.3 Hemmende faktorer .....	66
6.3.1 Synsnedsettelse i seg selv .....	67
6.3.2 Bilder og video i innhold .....	68
6.3.3 Hjelpemidler som ikke fungerer eller som er vanskelig å bruke .....	69
6.3.4 Store informasjonsmengder og dårlig struktur .....	70
6.3.5 Dårlig kvalitet på innhold .....	71
6.4 Kommunens perspektiv .....	72
<b>7 Konklusjon .....</b>	<b>75</b>
7.1 Implikasjoner for praksis .....	77
7.2 Implikasjoner og bidrag for forskning .....	78
7.3 Forslag til videre forskning .....	78
<b>8 Referanser .....</b>	<b>81</b>
8.1 Figurreferanser .....	86
<b>Vedlegg .....</b>	<b>86</b>

## Tabeller

Tabell 1: Oversikt over nøkkelord .....	6
Tabell 2: Oversikt over ulike medier .....	6
Tabell 3: Ulike synskategorier. Basert på Norges Blindforbund (s.a.) .....	12
Tabell 4: Oversikt over ulike hjelpemidler .....	13
Tabell 5: Oversikt over respondenter på brukersiden .....	24
Tabell 6: Oversikt over respondenter på kommunesiden .....	26
Tabell 7: Kvalitetsmessige vurderingskriterier. Basert på Guba og Lincoln (1989) .....	28
Tabell 8: Oversikt over kategorier og beskrivelse .....	29
Tabell 9: De identifiserte affordancene som brukerne oppfatter på sosiale medier .....	35
Tabell 10: Oversikt over hvordan ulike affordances aktualiseres .....	38
Tabell 11: Mulige effekter av å aktualisere ulike affordances .....	40
Tabell 12: Faktorer som kan muliggjøre aktualisering av affordances .....	44
Tabell 13: Faktorer som hemmer eller begrenser aktualisering av affordances .....	51

## Figurer

Figur 1: "F" Logo (s.a.) .....	6
Figur 2: Twitter Logo (s.a.) .....	6
Figur 3: YouTube Logo (s.a.) .....	6
Figur 4: Ghost Logo (s.a.) .....	7
Figur 5: Multi-Color Camera (s.a.) .....	7
Figur 6: Gruppering av ambisjonsnivå og tilstedeværelse. Hentet fra KS (2012, s. 11) .....	9
Figur 7: Teoretisk rammeverk: Affordance Theory .....	17
Figur 8: Forskningsdesign. Adoptert og tilpasset fra Dubé og Robey (1999) .....	20
Figur 9: Prosess for datainnsamling og godkjenning .....	29
Figur 10: Prosess for dataanalyse. Adoptert og tilpasset fra Miles et al. (2014, s. 14) .....	30
Figur 11: Sarpsborg kommune og bruk av smiley (skjermdump) .....	46



Figur 12: Kristiansand kommune og bruk av integrert tekst i bilder (skjermdump).....	46
Figur 13: Fredrikstad kommune og ikke beskrivende tekst (skjermdump) .....	47
Figur 14: Kristiansand kommune og krysspublisering (skjermdump) .....	47
Figur 15: Sarpsborg kommune og bilde med filter .....	49
Figur 16: Oppsummering av affordances .....	51
Figur 17: Kommuners bruk av sosiale medier .....	52
Figur 18: Eksempel på lokal sjargong .....	54
Figur 19: Kommuner og modenhet i sosiale medier .....	55

## Vedleggsliste

- Vedlegg A – Godkjenningsskriv Personvernombudet for forskning
- Vedlegg B – Eksempel på intervjuguide
- Vedlegg C – Informasjonsskriv for respondenter med synsnedsettelse
- Vedlegg D – Informasjonsskriv for respondenter fra kommuner
- Vedlegg E – Illustrasjon av analyseprosess



## 1 Introduksjon

Det har vært en økning i digitalisering av tjenester i offentlig sektor (Federici, Braccini, & Sæbø, 2015). Det har også vært en økning i prosjekter og initiativer knyttet til elektronisk deltagelse og inkludering (Fang, 2002; Sæbø, Rose, & Flak, 2008). Mye av forskningen har fokusert på hvordan sosiale medier som for eksempel Facebook, YouTube og Twitter kan bli brukt som et verktøy for å nå ut til innbyggerne (Bertot, Jaeger, & Grimes, 2010; Kavanaugh et al., 2012). I Norge er det definert egne mål om at digitalisering av tjenester skal økes (St. Meld. Nr 23 (2012-2013)). Den store økningen i bruk av internett i offentlig sektor krever at ulike tjenester og digitale løsninger er tilgjengelig for et stort brukermangfold (Almeida & Baranauskas, 2010). Et eksempel på en slik digital løsning er sosiale medier, og bruk av sosiale medier i offentlig sektor må være tilgjengelig for alle innbyggere (Bertot, Jaeger, & Hansen, 2012). Tidligere forskning har pekt på at personer med synsnedsettelse er en brukergruppe som kan oppleve utfordringer med å ta i bruk teknologi (Fuglerud, 2011). Brukergruppen kan oppleve teknologi og nettbaserte tjenester som ekskluderende på grunn av disse utfordringene (Fuglerud, 2011). Personer med synsnedsettelse er derfor en brukergruppe det må bli tilrettelagt for når sosiale medier skal bli tatt i bruk i offentlig sektor.

Det har blitt introdusert ulike tiltak som et grep for å gjøre digitale løsninger mer tilgjengelig. Et av disse tiltakene er universell utforming. Hensikten med universell utforming er at ulike løsninger skal være tilrettelagt slik at løsningen i utgangspunktet kan bli brukt av alle (Story, 1998). Selv om universell utforming er introdusert er det i forskning påpekt at det eksisterer et skille når det kommer til å tilrettelegge for, samt inkludere personer med funksjonsutfordringer i teknologibruk. Dette skillet refereres til som "disability divide" (Dobransky & Hargittai, 2006). Få studier tar for seg hvordan dette skillet kan reduseres knyttet til sosiale medier. Det er derfor et behov for mer praktisk rettet forskning på bruk av sosiale medier i kommuner og tilrettelegging og tilpasning for personer med synsnedsettelse.

### 1.1 Motivasjon

Det er flere faktorer som har vært med på å motivere meg til å gjennomføre denne masteroppgaven. En av hovedkonklusjonene i en juridisk og empirisk utredning pekte på at norske kommuner ikke tilfredsstilte krav til universell utforming på blant annet Facebook (I all offentlighet, 2015), samt at det er utfordrende for kommuner å gjøre tilpasninger på en løsning som styres av en tredjepart (ibid.). Disse utfordringene har vært min grunnmotivasjon for oppgaven da disse peker mot at det er behov for mer forskning på området.

Videre finnes det studier hvor det er fokus på personer med synsnedsettelse og teknologi generelt (Fritsch, Fuglerud, & Solheim, 2010; Fuglerud, 2009, 2011), men studier hvor fokuset er personer med synsnedsettelse og sosiale medier er begrenset. Dette i tillegg til at så mye som 18-20 % av enhver befolkning har en funksjonshemming (Keller, Braithwaite, Owens, & Smith, 2001) er sentrale motivasjonsfaktorer.

På grunn av en stor økning i bruk av sosiale medier i den offentlige forvaltningen vil det være behov for min masteroppgave som adresserer tilrettelegging og inkludering spesifikt mot sosiale medier. Samtidig er det flere steder i litteraturen påpekt viktigheten av inkludering og

lik tilgang for alle (Bertot et al., 2010; Fuglerud, 2011). Dette er faktorer som motiverer meg til å gjøre forskning på et område som fokuserer på personer med synsnedsettelse og teknologi.

Fra et personlig perspektiv ønsker jeg å bidra til både forskning og praksis. Mot praksis ønsker jeg å bidra med noe som kan gjøre hverdagen til personer med synsnedsettelse på sosiale medier bedre. Mot forskning ønsker jeg å bidra med noe som har en nyhetsverdi og som dekker eksisterende hull. Jeg har også en stor interesse for fagfeltet eGovernment og eParticipation og bruk av digitale tjenester i offentlig sektor. Jeg har ikke klart å identifisere praktisk rettet forskning med noe som kan hjelpe kommuner til å bli bedre på sosiale medier mot ulike brukergrupper, og resultatene i masteroppgaven kan bidra til dette, noe som har motivert meg.

## 1.2 Forskningsspørsmål

Norske kommuner har de siste årene begynt å hevde seg selv i ulike sosiale medier. Det at kommuner har blitt mer interaktive og dialogfokuserede gjør dette til en interessant kontekst samtidig som at organisasjoner i offentlig sektor er komplekse (Mills, Carter, & Belanger, 2010). Samtidig er kommuner underlagt den offentlige forvaltningen og det stilles derfor en del krav som også gjør dette interessant. Det å ha en synsnedsettelse i form av begrenset eller hemmet syn kan i praksis bidra til at en person kan ha utfordringer med å se noe på en skjerm. I og med at sosiale medier blir presentert på en skjerm i form av mobilskjerm eller PC-skjerm er denne brukergruppen interessant å studere. Jeg vil gjennomføre denne studien med følgende forskningsspørsmål i fokus:

*Hva påvirker personer med synsnedsettelse sin bruk av sosiale medier, og hva kan norske kommuner lære av dette?*

For å finne svar på forskningsspørsmålet har jeg intervjuet både personer med synsnedsettelse og kommuner. Jeg har intervjuet personer med synsnedsettelse for å få en forståelse av denne brukergruppen sin bruk av sosiale medier. Jeg har hatt hovedfokus på personer med synsnedsettelse og jeg har tatt i bruk Affordance Theory som teoretisk linse. Det å bruke Affordance Theory kan bidra til en bedre forståelse av hvordan personer med synsnedsettelse oppfatter og bruker sosiale medier, hvilken nytte det kan gi og hva som kan påvirke bruk av sosiale medier. Valget av teoretisk rammeverk er grundigere diskutert i kapittel 3. Forskningsspørsmålet omhandler også viktig lærdom til norske kommuner. På bakgrunn av dette har det vært relevant å belyse fenomenet fra kommuner sine side. Hovedargumentet for å inkludere kommuner i studien er for å få en forståelse av kommuner sine praksiser i sosiale medier og bevissthet rundt personer med synsnedsettelse og inkluderingsstrategier.

## 1.3 Personvernombudet for forskning

Datainnsamlingen i denne masteroppgaven har inneholdt spørsmål som direkte er knyttet til flere respondenter sin synsnedsettelse. Spørsmål om en synsnedsettelse er knyttet til en helsetilstand og er kategorisert som sensitive personopplysninger. Det er derfor et krav om at prosjekter som skal behandle slike data blir meldt inn til Personvernombudet for forskning

(NSD) med en detaljert søknad om å få prosjektet godkjent. Prosessen med å melde inn prosjektet startet jeg to måneder før prosjektstart og det var blant annet et krav om at jeg sendte inn en beskrivelse av problemstilling, foreløpig metode og intervjuguide i søknaden. Prosjektet ble godkjent og godkjeningsbrevet ligger vedlagt som Vedlegg A.

#### 1.4 Rapportens disposisjon og oppbygning

Masteroppgaven er strukturert på følgende måte: Først i kapittel 2 presenteres en litteraturgjennomgang i form av tidligere forskning og rapporter som er relevant for denne studien. Etter dette i kapittel 3 blir Affordance Theory som er det teoretiske rammeverket som er brukt i studien beskrevet. Dernest i kapittel 4 vil forskningstilnærmingen og den metodiske tilnærmingen som er anvendt i studien bli beskrevet. Deretter presenteres resultatene i kapittel 5, etterfulgt av en diskusjon og analyse i kapittel 6. Avslutningsvis i kapittel 7 blir konklusjon og implikasjoner for praksis og forskning presentert. Helt til slutt blir referanselisten presentert og vedleggene.



## 2 Relevant litteratur

I dette kapitlet vil relevant litteratur bli presentert. Tema fra litteraturstudiet er brukt i denne masteroppgaven for å definere ulike begrep og gi leseren en forståelse av ulike prinsipper som er relevant i forhold til studiens tema og kontekst. Litteraturen skal bidra til å gi en forståelse av hva sosiale medier er, hvordan det blir brukt i offentlig sektor, hva universell utforming, definisjon av synsnedsettelse og hjelpemidler for personer med synsnedsettelse.

Jeg har gjort litteratursøk av flere grunner. For det første er litteratursøk et verktøy for å oppsummere og knytte bevis til en problemstilling (Kitchenham, 2004; Kitchenham et al., 2009), men også for å identifisere gap i forskning og foreslå områder hvor det bør bli gjort mer forskning (Kitchenham, 2004). Litteratursøket startet høsten i 2015 og pågikk ut hele prosjektperioden. Felles for alle søkene var at jeg brukte søkemotorene Google Scholar, Science Direct og Oria. Begrunnelsen for at valget falt på disse søkemotorene var at jeg har brukt de i tidligere arbeid og har god erfaring med disse. Jeg benyttet flere ulike søkeord og kombinasjoner av søkeord for å identifisere litteratur. For eksempel brukte jeg søkekombinasjoner som ”disability + social media”, ”visual impairment + social media” og ”universal design + social media”. Søkeordene var noe jeg selv satt sammen på bakgrunn av min forståelse av konteksten, men også etter å ha sett sentrale ord og temaer gå igjen over flere ulike artikler. Ut i fra dette har jeg oppsummert det som er mest sentralt og relevant for denne masteroppgaven.

### 2.1 Hva er sosiale medier?

Sosiale medier har blitt en populær trend og det er mange forskjellige som bruker sosiale medier (I all offentlighet, 2016). Personer med synsnedsettelse er en brukergruppe som også tar i bruk sosiale medier (ibid.). I og med en del av forskningsspørsmålet omhandler sosiale medier er det relevant å definere begrepet. Det finnes flere forskjellige definisjoner av begrepet «sosiale medier», og det mangler en formell definisjon (Xiang & Gretzel, 2010). For eksempel er sosiale medier definert som nettbaserte tjenester for å dele konsepter, erfaringer og meninger (Serrat, 2010). Andre vektlegger mer at sosiale medier er applikasjoner og nettsteder for deling av informasjon og nettverksbygging (Osborne-Gowey, 2014). Enkelte kobler også sosiale medier mot Web 2.0 og hvordan det muliggjør mange-til-mange forbindelser (Serrat, 2010). På den andre siden blir det hevdet at sosiale medier ikke er en applikasjon, men et kommunikasjonsverktøy (Landsbergen, 2010). Av andre studier som har forsøkt å definere begrepet og fenomenet sosiale medier har lagt vekt på brukergenerert innhold og Web 2.0 (Kaplan & Haenlein, 2010).

Det har vist seg at forskere har ulik oppfatning om hvordan begrepet bør bli definert og hva definisjonen bør inneholde. Samtidig er det elementer som går igjen i definisjonene på tvers av studier, for eksempel informasjonsdeling. Under i tabell 1 har jeg oppsummert de ulike stikkordene i forskjellige definisjoner.

Tabell 1: Oversikt over nøkkelord

Nøkkelord	Kilder
Deling av informasjon	(Mossberger, Wu, & Crawford, 2013; Mustonen, 2009; Osborne-Gowey, 2014)
Sosiale interaksjoner	(Mustonen, 2009; Osborne-Gowey, 2014; Serrat, 2010)
Nettsteder og applikasjoner	(Chun & Reyes, 2012; Osborne-Gowey, 2014; Xiang & Gretzel, 2010)
Teknologier	(Criado, Sandoval-Almazan, & Gil-Garcia, 2013)
Bruker generert innhold	(Chun & Reyes, 2012; Kaplan & Haenlein, 2010)




Nøkkelordene i tabell 1 er ord inspirert ut fra ulike definisjoner i tidligere studier. Jeg har trukket ut de nøkkelordene som hadde flere likhetstrekk på tvers av flere studier. Basert på disse nøkkelordene har jeg valgt å definere sosiale medier. Jeg har sett på tidligere definisjoner og ut i fra nøkkelordene satt sammen en definisjon som reflekterer hvordan jeg som forsker ser på sosiale medier. Argumentet for å selv definere begrepet er at de ulike definisjonene i litteraturen vektlegger ulike områder. Definisjonen vil reflektere min oppfatning av hva sosiale medier er gjennom masteroppgaven:

*”Sosiale medier er nettsteder, applikasjoner og teknologier som gir mulighet til sosiale interaksjoner og utveksling av informasjon og annet brukergenerert innhold.”*



### 2.1.1 De ulike mediene

Det finnes et stort utvalg sosiale medier, men enkelte medier mer populære enn andre (I all offentlighet, 2016; Milanovic, 2015). Jeg har valgt å beskrive de mediene som er mest relevante for masteroppgaven og på grunn av at mediene er mest brukt (I all offentlighet, 2016)

Tabell 2: Oversikt over ulike medier

Logo	Navn	Beskrivelse
 <p>Figur 1: "F" Logo (s.a.).</p>	Facebook	Facebook er et sosialt nettverk hvor hver bruker har sin egen profil og kan dele sine bilder, tanker eller chatte med andre (Facebook, 2016). I 2012 hadde Facebook over 845 millioner aktive brukere på verdensbasis (Kavanaugh et al., 2012)
 <p>Figur 2: Twitter Logo (s.a.).</p>	Twitter	Twitter blir regnet som en mikrobloggingstjeneste (Bertot et al., 2010) hvor brukere kan publisere små, tekstbaserte meldinger på maksimum 140 tegn (Kaplan & Haenlein, 2010)
 <p>Figur 3: YouTube Logo (s.a.).</p>	YouTube	YouTube er en tjeneste for å se og dele videoer (Kavanaugh et al., 2012; YouTube, s.a.)



 <p><i>Figur 4: Ghost Logo (s.a.).</i></p>	Snapchat	Snapchat er en populær tjeneste for å dele bilder og video. Foto og video som blir sendt til mottaker har en synlighet på maks 10 sekunder (Barnevakten, 2012).
 <p><i>Figur 5: Multi-Color Camera (s.a.).</i></p>	Instagram	Instagram er en tjeneste for å «dele sitt liv» med venner gjennom bilder (Instagram, s.a.)

Rådgivningsbedriften I all offentlighet har publisert en utredning med statistikk fra TNS Gallup Interbuss (2015) og knyttet til mediene over er brukermassen følgende, basert på I all offentlighet (2016):

- Facebook er mye brukt i Norge med ca. 87% av befolkningen, og i aldersgruppen 15-29 år er de kun 2% som ikke bruker Facebook.
- Twitter brukes av 36% totalt sett, og i aldersgruppen 15-29 er det 47% som ikke bruker dette.
- Snapchat er brukt av 52% av befolkningen, og i aldersgruppen 15-29 år er det 11% som ikke bruker mediet.
- YouTube brukes av 90% av befolkningen og i aldersgruppen 15-29 år er det kun 1% som ikke bruker YouTube.
- Instagram som sosialt media blir brukt av 46%, og 21%, og i aldersgruppen 15-29 år er det 21% som ikke bruker mediet.

Som statistikken over viser har flere av mediene mest tyngde hos yngre brukere, noe som er i tråd med utvalget i denne oppgaven. Samtidig viser statistikken at Twitter er lite brukt, men på grunn av at det omtales blant enkelte respondenter er det derfor inkludert i listen over de ulike mediene.

### 2.1.2 Bruk av sosiale medier i offentlig sektor

Kommuner er en del av offentlig sektor og det er derfor viktig å tydeliggjøre hvordan offentlig sektor bruker sosiale medier og eventuelle utfordringer ved bruk. Når det gjelder teknologi generelt er det forventninger om at offentlig sektor skal omfavne ny teknologi (Serrat, 2010). Samtidig har offentlig sektor et samfunnsansvar når det kommer til å ta i bruk ny teknologi og ulike løsninger (Serrat, 2010). Samtidig til krav er det en økning i digitalt fokus i offentlig sektor. For eksempel er det et økt fokus på nettverksbygging på tvers av offentlig og privat sektor (Landsbergen, 2010), og i forskning blir blant annet «Government 2.0» introdusert når det er snakk om å ta i bruk sosiale medier (Mergel, 2010). Flere studier tar for seg hvordan sosiale medier kan bli brukt i offentlig sektor, og det stort fokus på bruksområder hvor sosiale medier i offentlig sektor kan bidra til samarbeid mellom offentlig sektor og innbyggere (Kaplan & Haenlein, 2010; Mergel, 2013; Picazo-Vela, Gutierrez-Martinez, & Luna-Reyes, 2012; Stamati, Papadopoulos, & Anagnostopoulos, 2015). På den andre siden kan sosiale medier bli brukt som et verktøy hvor innbyggerne kan holde seg oppdatert på offentlige tjenester (Bertot et al., 2010; Kavanaugh et al., 2012) eller

som en plattform som offentlige organisasjoner kan informere, kommunisere med og nå ut til innbyggere (Bertot, Jaeger, & Grimes, 2012; Kavanaugh et al., 2012).

Det er gjort mye forskning på bruk av sosiale medier i offentlig sektor og det er ikke uvanlig at utfordringer knyttet til bruk blir fremhevet i ulike studier. For eksempel utfordringer knyttet til lik tilgang for alle (Bertot et al., 2010) eller utfordringer knyttet til sikkerhet og tvetydige roller (Kavanaugh et al., 2012; Picazo-Vela et al., 2012) er mye diskutert. Det er derfor viktig at offentlig sektor arbeider mot å oppnå lik tilgang for alle når digitale løsninger skal bli tatt i bruk og at organisasjonene er konsistente og tydelige i sin bruk.

For å bidra til en bedre bruk av sosiale medier i offentlig sektor er det i forskning blitt introdusert ulike rammeverk og praksiser som kan bli tatt i bruk. Et eksempel er de ulike SLATES-ferdighetene som kan utvikles over tid (Chun & Reyes, 2012) eller Social Media Organization Policy (SOMEOP) som er et rammeverk som kan bli brukt for å strukturere rutiner og praksiser knyttet til bruk av sosiale medier i offentlig sektor (Husin & Hanisch, 2011). Dette er foreslått som verktøy offentlig sektor kan ta i bruk og som kan hjelpe organisasjonen når sosiale medier skal bli tatt i bruk.

I Stortingsmelding nr. 23 (St. Meld. Nr 23 (2012-2013)) har det også blitt introdusert hovedmål om at digitale kommunikasjonsmetoder og nettbaserte tjenester skal være den primære kommunikasjonsmetoden, samt at alt offentlig finansiert innhold skal være tilgjengelig digitalt (St. Meld. Nr 23 (2012-2013)). Sosiale medier spiller en viktig rolle i digitaliseringen av den offentlige sektor og ulike aktører har i den sammenheng utviklet forskjellige veiledere som offentlige organisasjoner kan ta i bruk. For eksempel har Difi utviklet en veileder for bruk av sosiale medier i forvaltningen (Difi, 2010). Veilederen er rettet mot de som er ansvarlige for kommunikasjon i den offentlige virksomheten og den gir en beskrivelse av hvordan den offentlige virksomheten bør ta i bruk sosiale medier (Difi, 2010). Veilederen beskriver blant annet målgrupper som må bli vurdert, hvilke kanalgrupper som er aktuelle og hvordan de bør bli tatt i bruk, men også viktige poeng knyttet til personvern og informasjonssikkerhet (ibid.).

Videre har Kommunesektorens interesse- og arbeidsgiverorganisasjon (KS) utviklet et veikart for sosiale medier i kommunesektoren (KS, 2012). Dette veikartet går noe mer i detalj enn Difi sin veileder. Felles for begge er blant annet beskrivelser av bruksområder og hvordan ansatte bør involveres i virksomheten sin bruk av sosiale medier. Det som er spesielt for KS sitt veikart er at den beskriver strategiarbeid knyttet til sosiale medier. Veikartet gir råd om hvordan bruk av sosiale medier bør planlegges, forankres og bemannes. Samtidig blir forskjellige nivåer av ambisjoner og tilstedeværelse beskrevet og det skiller på passiv, uavklart og inviterende (KS, 2012). De forskjellige nivåene knyttet til ambisjoner og tilstedeværelse blir presentert i figur 6.



Figur 6: Gruppering av ambisjonsnivå og tilstedeværelse. Hentet fra KS (2012, s. 11)

## 2.2 Universell utforming og tilgjengelighet

Den 1. juli 2013 trådte forskrift om universell utforming av IKT-løsninger i kraft i Norge (Forskrift om universell utforming av IKT-løsninger, 2013). Dette er, som beskrevet i forrige kapittel et eksempel på krav som blir stilt til offentlig sektor. Forskriften gjelder for offentlige organisasjoner som skal ta i bruk teknologiske løsninger som for eksempel sosiale medier. I Norge er alle virksomheter, både i kommunal, statlig og privat sektor, samt lag og organisasjoner pliktet til å følge regler om universell utforming av løsninger som er rettet mot offentligheten, og øverste leder i virksomheten har ansvar for at reglene blir fulgt (Difi, 2016). Difi (2016) definerer dette på følgende måte på sine offisielle nettsider:

«Både private og offentlege verksemder, lag og organisasjonar må følgje regelverket. For at reglane skal gjelde, må verksemda ha ein nettstad, applikasjon eller automat (IKT-løysing) som

- er retta mot innbyggjarar eller kundar i Norge,
- vert brukt til å informere eller tilby tenester,
- er ny eller vesentleg oppgradert etter 1. juli 2014» (Difi, 2016).

I sammenheng med denne definisjonen er det også vektlagt at bruk av tredjeparts tjenester ikke er fritatt til å følge kravene til universell utforming (Difi, 2016; I all offentlighet, 2015). Universell utforming består av retningslinjer som har blitt utviklet med hensikt om at design og utvikling av produkter og miljøer skal kunne bli brukt av alle brukere så langt det lar seg gjøre, uten at det er behov for ekstra tilpasning eller spesialisert design (Burgstahler, 2001, 2015; Crews & Zavotka, 2006; Thompson, Johnstone, & Thurlow, 2002; Vanderheiden, 2000). Enkelte har koblet det å utvikle produkter og tjenester som er tilgjengelig for alle til begrepet "Designing for Diversity" (Shneiderman, 2000, 2001) som vil si å utvikle noe for et variert brukermangfold. Universell utforming ble introdusert i form av 7 grunnprinsipper. Disse prinsippene gir et utgangspunkt å følge når et produkt skal utvikles. Ved å følge prinsippene vil resultatet være et produkt som er tilgjengelig for så mange som mulig, uten at det er behov for tilpasning av produktet. Det er viktig å understreke at disse prinsippene i utgangspunktet ble utviklet for å gjelde for utforming av for eksempel miljøer i form av et uteområde eller bygninger, men at disse prinsippene i dag fungerer som generelle retningslinjer (Difi, s.a.a). Under vil prinsippene etterfulgt av praktiske eksempler basert på

Thompson et al. (2002) bli presentert, og disse er nummerert slik prinsippene blir fremstilt i litteraturen:

- 1. Like muligheter for bruk:** Alle brukere skal ha lik tilgang til utformingen, også brukergrupper med ulike funksjonshemninger.
- 2. Fleksibilitet i bruk:** For at noe skal være tilgjengelig for alle må utformingen være tilrettelagt for et bredt spekter av individuelle ferdigheter og preferanser og ha fleksibilitet som tilbyr dette. Et eksempel er om utformingen kan bli brukt av en bruker som ikke kan se.
- 3. Enkel og intuitiv bruk:** Utformingen skal kunne bli brukt uavhengig av brukerens erfaring og kunnskap. Eksempelvis skal en person med funksjonshemninger og lite PC-erfaring kunne bruke utforming like godt som en annen bruker som kan se med mye PC-erfaring.
- 4. Forståelig informasjon:** Nødvendig informasjon skal bli kommunisert til brukeren på en god måte. Dette vil si at for eksempel en blind eller svaksynt bruker må få like mye informasjon som en bruker som ikke er svaksynt eller er blind.
- 5. Toleranse for feil:** Ved feil bruk skal konsekvensene av dette bli minimert. For eksempel om en bruker trykker feil på grunn av ustødige bevegelser skal konsekvensene av dette være minimale.
- 6. Lav, fysisk anstrengelse:** Utformingen skal kunne bli brukt både komfortabelt og effektivt av alle.
- 7. Størrelse og plass for tilgang og bruk:** En utforming skal kunne bli benyttet uavhengig av brukerens kroppsstilling eller mobilitet.

Prinsippene for universell utforming kan bli brukt som praktiske retningslinjer i utvikling av et produkt. I en kommunal kontekst kan prinsippene også bli brukt til å vurdere eksisterende løsninger. I lovverket i Norge er det ytterligere definert et sett med 61 suksesskriterier rettet mot universell utforming av IKT-løsninger. Disse suksesskriteriene er samlet under WCAG 2.0-standarden (Web Content Accessibility Guidelines) som er retningslinjer for tilgjengelig webinnhold. Det er blant annet et krav at nettsider må oppfylle 35 av de totalt 61 suksesskriteriene og kriteriene varierer fra nivå A og nivå AA (Difi, s.a.b). Basert på W3C (2008) blir det i punktlisten under presentert en oversikt over de fire hovedinndelingen i WCAG 2.0-standarden:

- **Prinsipper**
  - 4 prinsipper som danner grunnlaget for tilgjengelighet på nett
- **Retningslinjer**
  - 12 retningslinjer som utgjør ulike mål det må jobbes mot når webinnhold skal produseres. Dette er retningslinjer som ikke er testbare, men de utgjør noen rammer.
- **Suksesskriterier**
  - 61 suksesskriterier, hvorav 35 må oppfylles som et krav. Kriteriene deles inn i nivåene A, AA og AAA.

- **Teknikker**

- Tilstrekkelige og veiledende teknikker for hvert suksesskriterium og hver retningslinje.

Et typisk suksesskriterium definert i WCAG 2.0-standarden (W3C, 2008) kan se slik ut:

- 1.1.1 (A): ”Gi brukeren et tekstalternativ for innhold som ikke er tekst”
- 2.1.1 (A): ”All funksjonalitet skal kunne brukes kun ved hjelp av tastatur” (Difi, s.a.b)

I diskusjonen i masteroppgaven vil jeg trekke inn tidligere forskning som har brukt WCAG 2.0-standarden. Det er derfor viktig å gi leseren en forståelse av hvilke elementer som inngår i standarden.

### 2.3 Brukermangfold

Brukermangfold er et begrep som blir brukt for å beskrive at det finnes mange forskjellige brukere med ulike behov (Almeida & Baranauskas, 2010). Shneiderman (2000) påpekte tidlig viktigheten og behovet for at forskning burde adressere de teknologiske utfordringene knyttet til universell utforming og bruksvennlighet i digitale løsninger. Forskning har også anbefalt guider og retningslinjer som utviklere og designere kan bruke når det kommer til tilrettelegging for et større brukermangfold (Hanson, 2001). Spesifikt har forskning vist at det er viktig å imøtekomme et stort brukermangfold (Almeida & Baranauskas, 2010; Shneiderman, 2000) og at en økning i utvikling og bruk av internett krever tilrettelegging for et større brukermangfold (Almeida & Baranauskas, 2010). Det å imøtekomme et brukermangfold i utvikling av nye produkter er også grunntanken bak universell utforming da dette ble introdusert i 1997 (Story, 1998). Dette kommer også tydelig frem i de ulike definisjonene av universell utforming: ”...*design of products and environments that can be used and experienced by people of all ages and abilities, to the greatest extent as possible.*” (f.eks. Story, 1998, s. 4). Tidligere forskning har ikke nødvendigvis bare hatt fokus på teknologi i seg selv når det kommer til ulike brukergrupper. Studier som har adressert sosiale medier i offentlig sektor har også fremhevet viktigheten av lik tilgang for alle om sosiale medier skal bli brukt ut mot innbyggerne (Bertot, Jaeger, & Hansen, 2012).

Generelt sett kan ulike brukergrupper bestå av variasjoner i alder, kultur, kunnskap, men også funksjonshemninger (Shneiderman, 2000). En funksjonshemning kan være visuell, auditiv, motorisk eller kognitiv, men også invalidiserende tilstander som mobilitetsutfordringer og skader (I all offentlighet, 2016; Shneiderman, 2000). Dobransky og Hargittai (2006) har påpekt at det eksisterer et gap (”disability divide”) når det kommer til å inkludere og tilrettelegge for personer med ulike funksjonshemninger. Dette er et gap mellom hvem som får mulighet til å ta i bruk en løsning (ibid.). Inkludering og tilrettelegging for ulike funksjonsgrupper er viktig, og et argument for dette er at det tidligere er påpekt at så mye som 18-20% av enhver befolkning har en funksjonshemning (Keller et al., 2001). Det er også påpekt at nye løsninger blir utviklet for den yngre brukeren, men at brukeren sine evner er dynamisk og endres over tid (Gregor & Newell, 2001). Det er derfor naturlig at produktene også blir endret over tid.

### 2.3.1 Personer med synsnedsettelse

For å gi en forståelse av hva en synsnedsettelse er, er det relevant å definere dette og illustrere hvordan synsnedsettelse kan bli plassert i ulike kategorier. Det kan samtidig være utfordrende å være konsistent i definisjoner og kategorisering da studier som tidligere har kategorisert ulike funksjonshemninger ofte er inkonsistente (Dobransky & Hargittai, 2006). Totalt sett kan det å ha nedsatt syn eller det og være blind bli kategorisert som en funksjonshemning (I all offentlighet, 2015; Keller et al., 2001). Verdens helseorganisasjon (WHO) har også utviklet klassifiseringsrammeverket ICIDH eller International Classifications of Impairments, Disabilities and Handicaps (World Health Organization, 2001). Det er viktig å påpeke at ICIDH også har blitt kritisert og senere revidert på grunn av variasjonene i definisjoner og klassifiseringer (Bickenbach, Chatterji, Badley, & Üstün, 1999; Simeonsson, Lollar, Hollowell, & Adams, 2000). Som en generell definisjon blir ordet handicap ICIDH fremstilt som et paraplybegrep som innkapsler både begrepet «impairments» og «disability»:

*”A disadvantage for a given individual, resulting from an impairment or disability, that limits or prevents the fulfilment of a role that is normal (depending on age, sex and social and cultural factors) for that individual”* (Bickenbach et al., 1999, s. 1175).

Norges Blindforbund har også definert og kategorisert ulike typer synsnedsettelse. Denne kategoriseringen bygger på WHO sitt klassifiseringsrammeverk (Norges Blindforbund, s.a.b), som tidligere ble presentert. Norges Blindforbund (s.a.b) har definert 5 kategorier som inngår i det å være svaksynt eller blind og det blir skilt på *visus* (synsskarphet) og *synsfeltet*. *Visus* presenteres med en tallkombinasjon, for eksempel 6/18. Eksempelvis vil en svaksynt med *visus* på 6/18 klare å oppfatte og se på 6 meter det en person med normalt syn klarer å se på 18 meter (ibid.). *Synsfelt* handler om reduksjon i synsfeltet. En med ordinært synsfelt vil normalt ha 180 graders synsfelt (Norges Blindforbund, s.a.b). Tabell 3 under viser en oppsummering av Norges Blindforbund (s.a.b) sine definisjoner av blind og svaksynt hvor det er skilt på synsskarphet (*visus*) og synsvinkel.

Tabell 3: Ulike synskategorier. Basert på Norges Blindforbund (s.a.).

Kategori	Beskrivelse
Svaksynt	Visus på beste øye er mindre enn 6/18, til og med 6/60. For eksempel at en svaksynt person klarer å se på 6 meter, det en med normalt syn klarer å se på 60 meter, og 6 meter og 18 meter.
Sterkt svaksynt	Visus på beste øye er mindre enn 6/60 meter, til og med 3/60 meter. Med disse verdiene er det vanskelig å se fingertelling på 3 meter.
Blind kategori 3	Visus mellom 3/60 til og med 1/60. Fingertelling på 1 meter kan være vanskelig. Samtidig gjelder denne kategorien når synsfeltet er mellom 20 og 10 grader.
Blind kategori 4	Visus mellom 1/60 meter, ned til det å ikke ha lyssans og være totalt blind. Kategorien gjelder også for de som har synsfelt på mindre enn 10 grader.
Total blind	En person som er totalt blind har ikke lyssans, og klarer dermed ikke oppfatte lys i det hele tatt.

Majoriteten av respondentene i utvalget av personer med synsnedsettelse går inn i en av disse kategoriene, men ikke totalt blind. I Norge viser statistikk at 180 000 nordmenn har en synssvekkelse som igjen kan bli kategorisert som en synshemming, og ca. 1000 personer i Norge er helt blinde (Norges Blindforbund, s.a.a). Dette utgjør ca. 3,6% av befolkningen. På verdensbasis er 37 millioner helt blinde, og 124 millioner er svaksynte (ibid.).

#### 2.4 Hjelpemidler for personer med synsnedsettelse

Personer med synsnedsettelse kan ta i bruk ulike hjelpemidler for å bruke sosiale medier. Hjelpemidler er et tema som har blitt adressert i mine intervjuer og jeg argumenter for at hjelpemidler er viktig. Studier har også vist at hjelpemidler kan bidra til at brukergruppen kan føle seg mindre avhengig av andre (Fuglerud, 2011). Fuglerud (2011) er også av den oppfatning at om en med synsnedsettelse får mulighet til å for eksempel skrive og lese på egenhånd, bidrar dette til at brukeren føler seg mer selvstendig. I Norge er det blant annet en god kultur for å tilby hjelpemidler til personer med synsnedsettelse, og det har siden 2006 vært mulig for synshemmede å få statlig støtte til hjelpemidler (Fuglerud, 2011).

Av konkrete hjelpemidler er det stor variasjon i hva som blir tilbudt og det blir stadig utviklet noe nytt. Nylig ble for eksempel appen Be My Eyes lansert. Tjenesten er basert på åpen kildekode og blinde eller synshemmede personer kan få hjelp til å identifisere noe gjennom kamerateknologi og lyd (Be My Eyes, s.a.). Frivillige hjelpere kan registrere seg og får en notifikasjon når noen trenger hjelp og kan gjennom lyd- og kamera hjelpe den svaksynte med for eksempel å identifisere farger på klær.

I litteraturen blir enkelte hjelpemidler omtalt som adaptiv teknologi (Dobransky & Hargittai, 2006). Dette er i praksis hjelpemidler og teknologi som har evne til å tilpasse hvordan innhold blir presentert. For eksempel kan en synshemmet person bruke adaptiv teknologi til å få blåst opp tekst på et nettsted (Dobransky & Hargittai, 2006). I tabell 4 under vil de mest omtalte hjelpemidlene for personer med synsnedsettelse bli presentert. Dette er basert på tidligere studier.

Tabell 4: Oversikt over ulike hjelpemidler

Hjelpemiddel	Beskrivelse	Kilde
Tekst-til-tale	Programvare med talesyntese som leser opp valgt tekst.	(Oravec, 2002; Vicente & Lopez, 2010)
Punktskrift (braille)	Finnes også som punktskriftastatur. Oversetter informasjon til opphøyde punkter som brukeren kan lese med fingrene.	(Dobransky & Hargittai, 2006; Story, 1998)
Skjermleser	Programvare som systematisk leser opp informasjon som presenteres på skjerm. I tillegg til tekst kan også alternativ tekst på bilder leses opp.	(Dobransky & Hargittai, 2006; Wentz et al., 2014)
Tilpasning av utseende	Programvare som tilpasser hvordan brukere får presentert informasjon på for eksempel en dataskjerm.	(Hanson, 2001)

Tredjeparts velferdsteknologi	For eksempel programvarepakker med flere ulike verktøy i seg, for eksempel ZoomText (Ai Squared, 2016).	(Keller et al., 2001)
Fysisk utstyr	I form av større skjerm, høyttalere og bruk av mikrofon	(Hanson, 2001)
Funksjonalitet i operativsystem	Innebygd eller integrerte verktøy i operativsystemet. For eksempel Magnifier (forstørrelsesglass) i Windows.	(Keller et al., 2001)



### 3 Teoretisk perspektiv: Affordance Theory

En teori er et sett med komponenter som kan bli brukt til å beskrive adferd eller strukturer med ulike variabler i et gitt domene (Wacker, 1998). Jeg har brukt et teoretisk rammeverk for å få en måte å se på data fra intervjuer av personer med synsnedsettelse. Jeg begynte tidlig med å vurdere ulike teorier jeg kunne ta i bruk. Blant annet vurderte jeg å ta i bruk Technology Acceptance Model (f.eks. Venkatesh & Davis, 2000) for å få en forståelse av intensjon og oppfattelse av bruk. Teorien kunne ikke bli brukt til å få en dypere forståelse av hvordan sosiale medier i praksis blir brukt og hva som påvirker bruk. Jeg vurderte også å ta i bruk Stakeholder Theory som teoretisk linse (f.eks. Mitchell, Agle, & Wood, 1997). Stakeholder Theory kunne bli brukt til å få en forståelse av interessenter og konflikter i forhold til tilrettelegging av sosiale medier, men teorien ville ikke bidratt til en forståelse av praktisk bruk av sosiale medier. Jeg bestemte å ta i bruk Affordance Theory som analytiske briller. Teorien består av flere komponenter som alle kan bli brukt til å få en forståelse av hvordan en teknologi blir oppfattet, hvilken nytte teknologi gir, hvordan teknologien blir brukt og hva som påvirker bruk av teknologien. Det finnes ingen direkte norsk oversettelse på ordet "Affordances" og ordet vil bli brukt i sin opprinnelige form på engelsk.

Bruk av Affordance Theory til å studere teknologiske løsninger som for eksempel sosiale medier, hvor aktøren, eller i denne konteksten brukeren er personer med synsnedsettelse kan gi flere fordeler. Det teoretiske perspektivet kan bli brukt til å studere praktisk bruk av sosiale medier og hvilke faktorer som kan påvirke bruk. Ved å være klar over alle disse faktorene kan en potensiell forbedring eller endring av dagens praksis og bruk av sosiale medier i norske kommuner bli sikrere. Når det skal bli gjort endringer i en løsning eller praksis med hensikt om å gjøre det mer tilgjengelig er faren at løsningen eller praksisen kan bli dårligere enn det den var i utgangspunktet (Wentz & Lazar, 2016).

Konseptet og oppfatningen om affordances handler om å forstå interaksjoner mellom aktører (de som blir involvert) med omgivelsene (det som er rundt aktøren) og egenskapene til aktøren og omgivelsene (Chemero, 2003; Gaver, 1991; Gibson, 1979; Majchrzak & Markus, 2012; Strong et al., 2014; Wahid & Sæbø, 2015). Teorien om Affordances stammer opprinnelig fra psykologien (Gibson, 1979), men den har også blitt brukt i forskning innenfor teknologi og informasjonssystemer. I teknologistudier har teorien blitt brukt til å forstå og forklare hvilken nytte teknologi kan gi, og eventuelle effekter og påvirkningsfaktorer knyttet til dette (Majchrzak & Markus, 2012). Grunntanken er at et teknologi kan tilby noe til en aktør, og det er opp til aktøren å oppfatte hva som blir tilbudt og eventuelt handle ut i fra dette i form av aktualisering. Det teoretiske rammeverket består i utgangspunktet av Affordance Existence, Affordance Perception, Affordance Actualization og Affordances Effects (Pozzi, Pigni, & Vitari, 2014; Wahid & Sæbø, 2015). Samtidig har jeg også tatt med komponentene «enabling and inhibiting factors» basert på Wahid og Sæbø (2015).

Argumentet for å fokusere på disse komponentene er følgende: Det å identifisere ulike affordances blant personer med synsnedsettelse, hvordan de blir oppfattet, aktualisert, effekten av aktualisering og faktorer som muliggjør eller hemmer aktualisering gir en viktig og sentral helhetsforståelse sett i sammenheng med forskningsspørsmålet. Spesielt er de hemmende og muliggjørende faktorene sentrale da de kan si noe om hva kommuner bør

fokusere på når kommuner skal tilpasse sine sosiale medier eller ta i bruk nye medier. Skal det bli gjort tilpasninger og endringer i sosiale medier er det viktig at dette ikke påvirker aktualisering av affordances negativt slik at brukeren får en dårligere opplevelse. Majchrzak og Markus (2012) er også av den oppfatning av at bruk av Affordance Theory kan bidra til mer suksessfulle teknologiimplementeringer, og i denne konteksten vil dette være viktige lærdommer til norske kommuner og hvordan kommuner kan bli bedre på sosiale medier mot personer med synsnedsettelse.

Under vil jeg beskrive kjernekomponentene inngår i Affordance Theory etterfulgt av en modell som viser hvordan de ulike komponentene er knyttet sammen.

**Affordance Existence** er en del av en kognitiv prosess og utledet av relasjonen mellom en teknologi og en organisasjon (Pozzi et al., 2014). I denne studien antar jeg at affordances knyttet til sosiale medier eksisterer uavhengig av hvem som interagerer med teknologien. Denne antagelsen er også i tråd med tidligere studier at en affordance eksisterer uavhengig om man har oppfattet den eller ikke (Gaver, 1991). Et eksempel er Facebook som bli kategorisert som et sosialt nettverk hvor hensikten blant annet er å dele informasjon og kontakte andre (Osborne-Gowey, 2014).

**Affordance Perception** er en del av en gjenkjenningsprosess relatert til hvordan affordances blir oppfattet og opplevd av en aktør for at det skal bli unyttet eller aktualisert (Pozzi et al., 2014). Hvordan en affordance blir oppfattet av ulike aktører kan variere stort. For eksempel kan en slik oppfattelse bygge på aktørens kultur, sosiale settinger, erfaringer eller intensjoner (Gaver, 1991). Alle typer objekter har egenskaper, men det er hvordan vi oppfatter disse egenskapene som varierer (Gibson, 1979). Denne konseptualiseringen er relevant for denne studien i den forbindelse at det i datamaterialet kommer frem forskjellige oppfatninger av hva sosiale medier tilbyr og hva det kan brukes til.

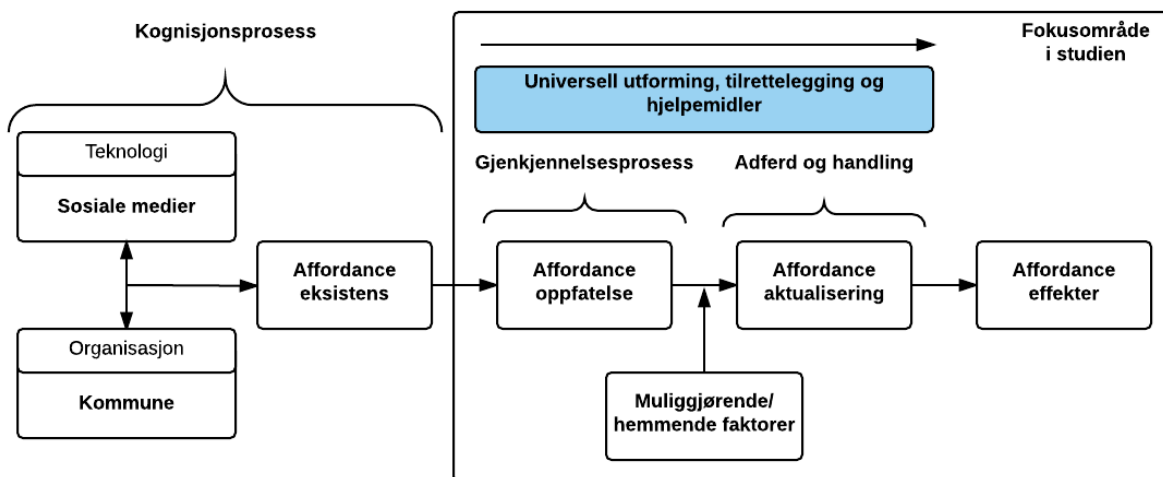
**Affordance Actualization** er en adferd- og handlingsprosess hvor aktøren utfører en handling og utnytter en eller flere av de affordancene som er identifisert og tidligere oppfattet eller gjenkjent (Pozzi et al., 2014), for eksempel gjennom bruk av teknologi (Strong et al., 2014). Det er opp til aktøren selv å aktualisere en affordance. Aktualisering kan også være sekvensiell, det vil si at aktualisering av en affordance leder til en annen affordance. Et eksempel er et dørhåndtak. Visuell informasjon gir oppfattelsen av at en kan gripe. Tar aktøren tak i håndtaket kan fysiske observasjoner og informasjon gjøre at aktøren opplever at håndtaket kan beveges og til slutt åpne døren (Gaver, 1991).

**Affordance Effects** er hvilke effekter en aktør opplever eller oppfatter etter å ha aktualisert en affordance (Pozzi et al., 2014). Et viktig poeng er at disse effektene kan resultere i nye affordances, utvikling av nye egenskaper i et informasjonssystem eller muliggjøre organisatoriske endringer (ibid.).

**Enabling and inhibiting factors:** muliggjørende faktorer er faktorer som kan muliggjøre at en affordance blir aktualisert eller oppfattet. Hemmende faktorer er det motsatte, faktorer som hemmer eller gjør det vanskelig å aktualisere eller oppfatte en affordance. Muliggjørende og hemmende faktorer er en utvidelse av det opprinnelige rammeverket, og jeg har tatt med denne komponenten basert på og inspirert av Wahid og Sæbø (2015). Sett mot mitt

forskningsspørsmål ønsker jeg å forske på hva som kan påvirke bruk av sosiale medier blant personer med synsnedsettelse. I følge Wahid & Sæbø (2015) er nettopp disse faktorene noe som kan være med på forklare hva som påvirker aktualisering.

Jeg har modifisert og tilpasset et teoretisk rammeverk basert på Affordance Theory inspirert av Pozzi et al. (2014) og Wahid og Sæbø (2015). Argumentet for at jeg har basert mitt rammeverk på disse studiene er flere: For det første har disse studiene en konseptualisering som er enkel å forstå, samt at det er mer praktisk rettet. Samtidig har for eksempel Wahid og Sæbø (2015) brukt teorien til å studere bruk av sosiale medier, noe som peker på at teorien også kan være passende i min studie. Domenet i min studie innkapsler hvordan affordances oppfattes, aktualiseres og opplevde effekter ved aktualisering. Jeg har brukt store deler av rammeverket, men diskusjonen vil være sentrert rundt de muliggjørende og hemmende faktorene i tråd med forskningsspørsmålet. Som det kommer frem i figur 7 under er rammeverket utvidet med en konseptualisering av universell utforming, tilrettelegging og hjelpemidler. Argumentet for dette er at disse faktorene kan være avgjørende for å både oppfatte og aktualisere ulike affordances blant personer med synsnedsettelse. For eksempel kan det være slik at den affordance ikke kan oppfattes hvis et sosialt media ikke er universell utformet, og det kan være at den ikke kan bli aktualisert hvis ikke de riktige hjelpemidlene ikke er tilgjengelig. Det er også viktig å påpeke at universell utforming, tilrettelegging og hjelpemidler kan inngå som en del av de muliggjørende eller hemmende faktorene. Modellen under er inspirert av, og tilpasset fra Pozzi et al. (2014) og Wahid og Sæbø (2015).



Figur 7: Teoretisk rammeverk: Affordance Theory



## 4 Forskningstilnærming

Forskningsspørsmålet i masteroppgaven omhandler hva som påvirker personer med synsnedsettelse sin bruk av sosiale medier, og hva norske kommuner kan lære av dette. For å jobbe mot et svar på forskningsspørsmålet har jeg fulgt en forskningstilnærming som består av flere deler. I kapitlene som følger vil jeg beskrive forskningsperspektivet, forskningsdesign, den metodiske tilnærmingen, etterfulgt av analytiske valg jeg har gjort. Avslutningsvis blir de metodiske begrensningene ved de valgene som er tatt diskutert.

Denne studien baserer seg på en kvalitativ tilnærming. Hovedargumentet for en kvalitativ tilnærming er at dette gir muligheter til å få en dypere forståelse av et eller flere fenomen, samtidig som at ulike mønstre i oppfatninger kan identifiseres (Hellevik, 2002). Jeg har også tatt med få enheter i utvalget. Dette er i tråd med hva som ofte er vanlig i en kvalitativ tilnærming kontra en kvantitativ tilnærming hvor det gjerne er med et større antall enheter (Hellevik, 2002). Forskningsspørsmålet og problemformuleringen i seg selv peker mot å få en dypere forståelse av et fenomen som er vanlige argumenter for valg av en kvalitativ, metodisk tilnærming (Hellevik, 2002).

### 4.1 Forskningsperspektiv

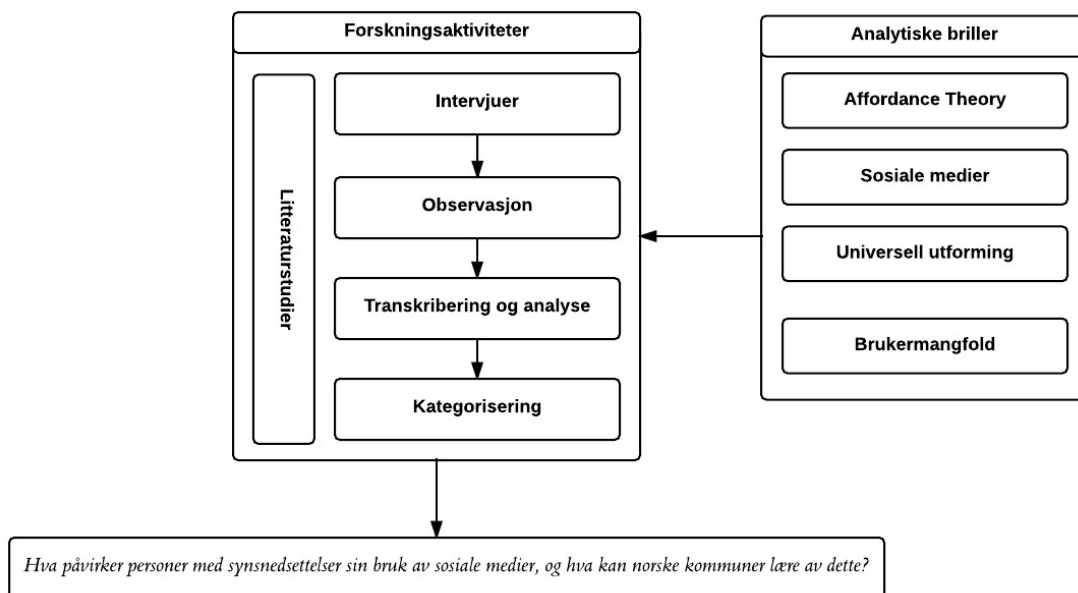
Et forskningsperspektiv og det underliggende filosofiske paradigmet hos et individ er en faktor som er med på å skille ulike forskere (Oates, 2005), og det finnes ulike paradigmer og perspektiver. Hvilket perspektiv som en forsker velger avhenger blant annet av hvilke verdier forskeren har, men også hvordan forskningsspørsmålet er formulert (Oates, 2005). Et paradigme er derfor en måte å se verden på (ibid.). Det anbefales derfor at forskeren er bevisst på ulike paradigmer slik at man som forsker kan vurdere både sin egen og andres forskning ut i fra perspektivet og paradigmet (Oates, 2005).

Grovt sett blir det ofte referert til enten positivisme, fortolkende eller kritisk forskningsparadigme, og disse kan igjen deles inn i flere undergrupper (Klein & Myers, 1999; Oates, 2005). Det er viktig å understreke at for eksempel kvalitativ forskning ikke er synonymt med fortolkende forskning (Klein & Myers, 1999). Fortolkende forskning bygger på antagelser om at det ikke finnes en uniform sannhet og en antagelse om at verden er satt sammen av flere sosiale prosesser som er utviklet av personer og som blir påvirket av en sosiale setting (Oates, 2005). I fortolkende forskning forsøker forskeren å forstå et fenomen og utvikle rike beskrivelser av dette fenomenet (ibid.).

I denne masteroppgaven har jeg lagt fortolkende forskningsperspektiv til grunn for mitt syn på verden og min forskning. Forskningsspørsmålet har en formulering som er passende til fortolkende forskning, og i tillegg er det i denne masteroppgaven lagt vekt på rike og tykke beskrivelser som bidrar til et høyt detaljnivå, noe som også er vanlig for fortolkende forskning (Jackson, Drummond, & Camara, 2007). Samtidig har jeg en oppfatning om at det ikke finnes en sannhet eller forklaring på et fenomen, samt at jeg har egne antagelser om fenomenet, noe som også er vanlig i fortolkende forskning (Oates, 2005). Studiens art og kontekst går på en dypere forståelse av en brukergruppe sin oppfatning og bruk av sosiale medier, og jeg har antagelser om at dette varierer og er forskjellig, noe som også rettfærdiggjør valget av et fortolkende forskningsperspektiv (Oates, 2005).

## 4.2 Forskningsdesign

Jeg har tatt utgangspunkt i en modell tidligere foreslått av (Dubé & Robey, 1999), og utviklet mitt forskningsdesign basert på og inspirert av denne. Jeg har brukt Dubé og Robey (1999) sin modell som utgangspunkt da modellen er tydelig og modellen er mye sitert, også i tidligere masteroppgaver. Som det fremgår i modellen som blir presentert i figur 8 under består forskningsopplegget av forskningsaktiviteter og tema fra relevant litteratur. Parallelt med forskningsaktivitetene har jeg også gjort ulike søk i litteraturen knyttet til tema som har dukket opp underveis. Dette har hatt flere hensikter. For det første er det områder og temaer som er adressert i litteraturen som har vært relevant for oppgaven fra start. Dette har vært litteratur om universell utforming, brukermangfold og sosiale medier. Underveis i studien gjorde jeg ulike funn som jeg fant interessante. Det var derfor hensiktsmessig å søke i litteraturen for å se om andre hadde funnet det samme eller om det eksisterte litteratur som kunne underbygge eller støtte opp under funnet. I praksis søkte jeg derfor i litteraturen gjennom hele studien. Denne aktiviteten gikk samtidig som datainnsamling fant sted i form av intervjuer og observasjon. Intervjuene og observasjoner ble deretter transkribert og analyseprosess ble igangsatt (se kapittel 4.4 Analyse av data). Etter dette ble data kategorisert i ulike kategorier. Nærmere beskrivelse av dette presenteres i kapittel 4.4. Disse kategoriene ble utviklet basert på Affordance Theory og dette sammen med relevante tema fra litteraturen utgjorde mine analytiske briller. Summen av alt dette var en empirisk studie med hensikt om å finne svar på forskningsspørsmålet. Mine analytiske briller i form av Affordance Theory er beskrevet tidligere i kapittel 3.



Figur 8: Forskningsdesign. Adoptert og tilpasset fra Dubé og Robey (1999)

### 4.3 Metodisk tilnærming

For å bidra til en så gjennomsliktig og åpen forskningsprosess som mulig er det viktig at jeg også er åpen om min metodiske tilnærming og beskriver denne. I kapitlene som følger vil metodiske valg bli beskrevet nærmere.

#### 4.3.1 Kvalitativ forskningsstrategi

Det finnes ulike måter å gjennomføre kvalitative studier på og enkelte skiller ulike kvalitative metoder i forskjellige sjangere (Miles, Huberman, & Saldana, 2014). Det er ulike punkter som kan være med å peke mot en kvalitativ eller kvantitativ forskningsstrategi. For eksempel er det tre fundamentale punkter som kan peke i den ene eller andre retningen (Jackson et al., 2007). Det ene er at det skiller på hva som er utgangspunktet eller hensikten med studien i den forstand om den skal bidra til en forklaring eller forståelse av et fenomen. Videre kan forskjeller på metodene være synlige basert på om forskerens rolle er personlig eller upersonlig, og til slutt om kunnskap blir generert eller om kunnskap blir identifisert og oppdaget (Jackson et al., 2007). I kvalitativ metode er det fokus på å ha direkte kontakt med ulike deltagere, gjerne med et mål om å få en helhetlig forståelse av en kontekst eller fenomen (Miles et al., 2014). Det er også vektlagt å forstå mennesker, deres refleksjoner og erfaringer (Miles et al., 2014). Sett i sammenheng med analyse av data er dette ofte gjort med ord, og analysering av data innebærer transkribering og koding, samt at forskeren ser etter ulike mønster (Miles et al., 2014).

Forskningsspørsmålet i denne studien handler om hva som kan påvirke personer med synsnedsettelse sin bruk av sosiale medier, og hva norske kommuner kan lære av dette. Implisitt i forskningsspørsmålet ligger også hvordan noe skjer fordi jeg først må forstå hvordan sosiale medier blir brukt for å konkludere med hva som kan påvirke bruk. Med en kvalitativ metode kunne jeg få en dybdeforståelse av fenomenet ”sosiale medier blant personer med synsnedsettelse” og hvordan ulike kommuner forholder seg til fenomenet. Forskningsspørsmålet sin sammensetning, studiens hensikt og studiens art er argumenter for valg av kvalitativ metode og forskningsstrategi (Oates, 2005). Noen av styrkene til kvalitativ metode er at det er virkelighetsnært og gjerne foregår i en naturlig setting, samt at det er en god metode for å få frem meninger (Miles et al., 2014). I tillegg er det fokus på å få frem rike eller tykke beskrivelser, noe som bidrar til både økt detaljnivå og holisme (Jackson et al., 2007; Miles et al., 2014). Bruk av rike beskrivelser og det å få et helhetlig bilde av fenomenet har vært med på å gi en solid forståelse av hvordan kommuner kunne forbedre dagens situasjon basert på dybde og detaljer.

I min masteroppgave besluttet jeg tidlig at jeg ville vektlegge brukeren og at brukerens behov og oppfatninger skal stå sentralt. For å få til dette var det viktig at jeg gjorde det mulig for deltagere i studien å kunne gi åpne og detaljerte svar, og ikke basere studien på et sett med låste eller lukkede spørsmål med lite rom for åpne svar, noe som er mer vanlig i kvantitativ forskning (Jackson et al., 2007). Med å tilrettelegge for og gi muligheten for åpne svar var argumentet at kunne jeg gå i dybden for å få en detaljert forståelse av brukeren sine opplevelser, behov og oppfatninger, slik at dette igjen kunne bidra til å få en helhetsforståelse av fenomenet.

#### 4.3.2 Intervju som verktøy for datainnsamling

Som et verktøy for å samle inn data til masteroppgaven besluttet jeg å bruke semistrukturerte intervjuer. Dette er i tråd med metodelitteratur hvor det blir påpekt at kvalitative, semistrukturerte intervjuer blir brukt i mange forskjellige typer studier, uavhengig av om forskningsperspektivet er fortolkende, kritisk eller positivistisk (Myers & Newman, 2007). Hensikten med å gjennomføre semistrukturerte intervjuer var å få dekket sentrale tema som er definert i en intervjuguide, men i tillegg tilrettelegge for at rekkefølgen på intervjuet i seg selv, spørsmål og temaer kan endres underveis i intervjuet (Myers & Newman, 2007; Oates, 2005). Ved å bruke semistrukturerte intervjuer fikk jeg mulighet til å fange opp nyttige tilleggsdata i form av oppfølgingsspørsmål så vel som informasjon rundt temaer jeg i utgangspunktet ikke hadde tenkt på. Jeg tok også med meg lærdom fra tidligere intervjuer inn i nye intervjuer. Resultatet av dette var at respondentene eventuelt kunne avkrefte eller bekrefte et tidligere funn, eller føye til mer.

Jeg har brukt en intervjuguide som et hjelpeverktøy i datainnsamlingen. En intervjuguide er ment som en oversikt over sentrale tema eller spørsmål som bør dekkes i løpet av et intervju, og det er opp til meg som intervjuer å formulere eller reformulere spørsmålene (Hellevik, 2002). Et eksempel på intervjuguiden jeg har brukt ligger vedlagt (se vedlegg B). Ved å ha en intervjuguide med forhåndsdefinerte spørsmål fungerte dette som et utgangspunkt på hva jeg burde gå igjennom på intervjuene. Ved å gjennomføre semistrukturerte intervjuer gav dette meg rom for å gå utover intervjuguiden og ta opp emner på intervjuene som ikke var definert i intervjuguiden. Tilpasninger ble gjort i flere intervjuer, både som oppfølging på noe respondenten fortalte eller for å diskutere noe som jeg hadde funnet i andre intervjuer. Spørsmålene som var definert i intervjuguiden var inspirert av funn gjort min pilotstudie høsten 2015, men også inspirert av hva som blir adressert i forskning og litteratur jeg har sett på. Intervjuguiden var også delt inn i tre deler; en del med spørsmål for personer med synsnedsettelse, en del for kommuner og en del som inneholdt spørsmål som var egnet for begge parter.

#### 4.3.3 Utvalg av respondenter

Planlegging knyttet til utvalg av respondenter startet allerede i forstudien av denne masteroppgaven på høsten i 2015. Utvalget skal representere respondenter på to sider; personer med synsnedsettelse og kommuner. Utvalg av personer med synsnedsettelse bør inkludere respondenter som har en form for synsnedsettelse og bruker sosiale medier. Utvalg av kommuner bør inkludere representanter fra en kommune som bruker sosiale medier ut mot innbyggerne. Jeg vil først beskrive utvalgsprosessen for å velge ut personer med synsnedsettelse:

Jeg definerte først en profil av den ideelle respondent som kunne være passende for studien: ”En ung bruker av sosiale medier som har en synsnedsettelse som kan påvirke bruk av sosiale medier.” Denne profilen definerte jeg ut i fra hvordan jeg ønsket at en respondent skulle være. Basert på denne profilen definerte jeg også et sett med utvalgsriterier som blir presentert i punktlisten under med begrunnelse for hvert kriterium.



- Alder mellom 18 og 35 år
  - En alder mellom 18 og 35 år er et kriterium som vil bidra til et ungt utvalg. Argumentet for alderssegmentet var om den potensielle teorien om ”Digital Natives” (Preusky, 2001) kunne forklare bruk og oppfatninger av teknologi og sosiale medier.
  - I følge utredningen til I all offentlighet (med statistikk basert på TNS Gallup Interbuss 2015) ligger hovedtyngden blant brukerne av de ulike sosiale mediene fra 15-29 år og deretter synker brukermassen jo mer alderen øker (I all offentlighet, 2016). Dette er også en faktor som jeg har brukt for å rettferdiggjøre kriteriet.
- Har en synsnedsettelse
  - Respondenten er innenfor en av kategoriene til Blindeforbundet, tidligere presentert i tabell 3 i kapittel 2.3.1. Det å ha en synsnedsettelse har vært et vesentlig valg for å belyse forskningsspørsmålet og konteksten jeg ønsker (som omhandler personer med synsnedsettelse).
- Bruker sosiale medier
  - I og med at studien er sentrert rundt brukergruppen sin bruk av sosiale medier er det vesentlig at respondenter er brukere av sosiale medier, noe som også rettferdiggjør utvalgs-kriteriet.
- Er villig til å bidra i forskningsprosjektet
  - Herunder la seg bli intervjuet i form av ansikt-til-ansikt, Skype eller telefon, samt bruke tid på å lese gjennom informasjonsskriv, samt godkjenne og eventuelt korrigere en oppsummering av intervjuet. Det har vært viktig for meg å være tydelig på hva det vil si å delta i min studie, og dette kriteriet har i praksis fungert som en forventningsavklaring mellom meg og respondent, selv om intervjuer er gjennomført på respondenten sine premisser.

Blant kommuner satt jeg følgende kriterier:

- En kommunalt ansatt, eller en som kan representere en kommune
  - For best mulig relevans i masteroppgaven vil denne personen være en som er ansvarlig for offentlig kommunikasjon eller sosiale medier i kommunen. Forskningskonteksten er siktet inn mot norske kommuner, noe som gjør at dette kriteriet ble tatt med.
- Kommunen må bruke sosiale medier ut mot sine innbyggere eller offentligheten generelt
  - Noe av det planlagte resultatet av masteroppgaven har vært å foreslå hvordan kommuner kan forbedre dagens praksis på sosiale medier. Det har derfor vært viktig for gjennomføringen at kommuner som er tatt med i utvalget bruker sosiale medier.
- Er villig til å bidra i forskningsprosjektet
  - Herunder la seg bli intervjuet i form av ansikt-til-ansikt, Skype eller telefon, samt bruke tid på å lese gjennom informasjonsskriv, samt godkjenne og eventuelt korrigere en oppsummering av intervjuet. Det har vært viktig for meg

å være tydelig på hva det vil si å delta i min studie, og dette kriteriet har i praksis fungert som en forventningsavklaring mellom meg og respondent, selv om intervjuer er gjennomført på respondenten sine premisser.

Totalt valgte jeg ut 7 respondenter blant personer med synsnedsettelse som bruker sosiale medier. I praksis hang jeg først opp en forespørsel på oppslagstavlen på Tilretteleggingskontoret ved Universitetet i Agder på høsten 2015. Jeg gjorde dette fordi jeg selv måtte finne respondenter, og at organisasjoner har taushetsplikt og kunne derfor ikke gi meg opplysninger om potensielle respondenter med synsnedsettelse. Med dette oppslaget fikk jeg ingen henvendelser og hadde utfordringer med å få tak i respondenter. Jeg sendte en forespørsel i mitt eget nettverk hvor jeg fikk etablert kontakt med en respondent. Første respondent satt meg i kontakt med andre som hadde synsnedsettelse helt til jeg hadde 7 respondenter med ulike synsnedsettelse. Jeg startet datainnsamlingen raskt og fant ut underveis at data fra 7 respondenter på brukersiden ville gi et godt nok datagrunnlag til en masteroppgave. Blant kommuner, herunder personer som kan representere en kommune som bruker sosiale medier ble det planlagt å velge ut 2-3 ulike respondenter. Det kan argumenteres for antall respondenter blant kommuner burde vært høyere, men hovedfokuset i min studie har vært på brukeren og antall respondenter er besluttet basert på dette. Hovedargumentet for at det ble bestemt å ha mest fokus på brukerne og ikke kommuner var at det enkelte steder i litteraturen er påpekt viktigheten av å inkludere brukeren i en design- og utviklingsprosess (Gregor & Newell, 2001; Keller et al., 2001). Denne oppfattelsen rettferdiggjør derfor antall utvalgte enheter på kommunesiden. Det er viktig å understreke at masteroppgaven er ikke direkte et design- eller utviklingsprosess, men det å vektlegge brukerens oppfatninger og ønsker er noe jeg selv også anser som viktig i sammenheng med forskningsspørsmålet og konteksten. Til kommuner sendte jeg en forespørsel per e-post til ulike kommuner på Sørlandet og Østlandet, samt at jeg tok telefonkontakt. Jeg fikk først bekreftet totalt 3 respondenter som sa seg villige til å delta i studien; 1 som representerte Sarpsborg kommune og 2 som representerte Kristiansand kommune. En endring i tidsplanen til en av respondentene i Kristiansand kommune resulterte i at jeg kun fikk intervjuet 1 respondent fra denne kommunen.

Tabell 5 under viser en oppsummering av hvilke respondenter som er tatt med i utvalget på brukersiden. I tabellen presenteres respondentkoden knyttet til respondenten, lengden på intervjuet, en kort beskrivelse av hvilken synsnedsettelse respondenten har og til slutt en begrunnelse på hvorfor respondenten ble tatt med i utvalget.

Tabell 5: Oversikt over respondenter på brukersiden

Respondentkode	Varighet	Beskrivelse av synsnedsettelse	Begrunnelse
Res 1	42 min	”Reversert” Retinitis Pigmentosa. Sentralsynet i front fungerer ikke, alt blir uklart. Estimert syn på 0,05%.	Denne respondenteren har en veldig kraftig synsnedsettelse og har utfordringer både i hverdagen og i forbindelse med teknologibruk. Samtidig

			er respondenten en aktiv bruker av sosiale medier med et stort utvalg hjelpemidler.
Res 2	43 min	Øyesykdom som er i slekt med Retinitis Pigmentosa. Har ikke skarpsyn, ser ingen ting hvis det er mørkt. Estimert syn på 1%.	Respondenten har et veldig svekket syn og har heller ikke skarpsyn. Respondenten er aktiv på sosiale medier og har god teknologiforståelse.
Res 3	43 min	Sterkt svaksynt, diagnostisert med Reninitis Pigmentosa. Ikke estimert synsprosent, men ser kun 5 grader i motsetning til 180 grader som er vanlig.	Respondenten ser kun 5 grader, kontra 180 grader som er vanlig. Dette kan sammenlignes med å se gjennom hullet i en enkroning. Som bruker av sosiale medier på tross av så lite syn gjør denne respondenten interessant.
Res 4	44 min	Sterkt svaksynt, men klarer seg med sterke briller. Har en styrke i briller på -8.	Respondenten meldte seg til meg i forbindelse med en forespørsel i et offentlig forum, men respondenten er også en webutvikler, noe som bidrar til et teknisk perspektiv på fenomenet.
Res 5	28 min	Har albinisme som påvirker synet. Er veldig lyssky og har nedsatt syn. Estimert syn er 10-15%.	Med en sykdom jeg ikke var klar over at påvirket synet gjør denne respondenten interessant. Samtdigi mener jeg at respondentens oppfatning av utfordringer er viktig for forståelsen av fenomenet.
Res 6	20 min	Har en øyesykdom som heter Aniridi. Dette gjør at regnbuehinnen er borte, men ser fortsatt i farger. Har nedsatt syn og er veldig lyssky.	Har en øyesykdom som jeg ikke har hørt om, og som bare 70 i Norge har. Dette bidrar til å få fokus på det store brukermangfoldet og de behov som ulike brukergrupper har.
Res 7	30 min	Har nystagmus som fører til skjelving i øynene og okulær albinisme og mangler fargepigmenter i øynene. Veldig lysømfintlig. Estimert syn er 10%.	Respondenten har en synsnedsettelse som innebærer ømfintlighet mot lys, albinisme i øynene og nystagmus. Denne kombinasjonen

			bidrar til å se fenomenet fra nok en variert bruker med ulike behov.
--	--	--	--

Under i tabell 6 blir en oppsummering av de utvalgte respondentene fra kommuner presentert. Dette presenteres med en respondentkode, lengden på intervjuet, en kort beskrivelse av rollen respondenten har i kommunen og min begrunnelse for valget.

Tabell 6: Oversikt over respondenter på kommunesiden

Respondentkode	Varighet	Beskrivelse av rolle	Begrunnelse
Res 8	50 min	Arbeider med kommunikasjon på digitale medier i Kristiansand kommune.	Kristiansand kommune har gode nettsider, samt at de er synlige i sosiale medier – spesielt Facebook. De har utviklet egne kommunikasjonsstrategier og retningslinjer for sosiale medier.
Res 9	45 min	Arbeider i informasjonsavdelingen til Sarpsborg kommune.	Sarpsborg kommune er gode på sosiale medier og har også tidligere blitt vurdert som en av Norges beste kommuner på sosiale medier.

#### 4.3.4 Innsamling av data

Datainnsamlingsprosessen i denne studien gikk over to perioder. Intervjudata og observasjonsdata fra respondent 1 (res 1) er fra forstudien. I masteroppgaven startet datainnsamlingen i januar 2016. Seks intervjuer (res 2 til res 7) ble gjennomført i månedene fra januar til mars. Jeg hadde på forhånd bestemt at så langt det lot seg gjøre skulle samtlige intervjuer bli gjennomført ansikt-til-ansikt. Dette fikk jeg til på alle intervjuer utenom et intervju hvor det var mest praktisk for respondenten at intervjuet ble gjennomført over Skype. Det var ingen logisk rekkefølge på gjennomføringen av intervjuene og intervjuene ble gjennomført alt etter som respondentene var ledige og hadde tid til å delta i studien.

Jeg har vektlagt informert samtykke i datainnsamlingsprosessen. I et forskningsetisk perspektiv er det viktig med informert samtykke hvor det tydeliggjøres hva som skal samles inn, hvordan data behandles, om intervju skal bli tatt opp på lyd og hva som skjer med data etter at prosjektet er ferdig (Israel & Hay, 2006). Samtidig kunne en del data fra intervjuer med personer med synsnedsettelse bli kategorisert som sensitive personopplysninger, noe som gjør informert samtykke mer kritisk. For å følge opp under den forskningsetiske anbefalingen om informert samtykke (f.eks. Israel & Hay, 2006) fikk samtlige av mine respondenter tilsendt et informasjonsskriv på forhånd før intervjudagen. Informasjonsskrivet så forskjellig ut avhengig om det skulle bli sendt til respondenter med synsnedsettelse eller kommuner (se vedlegg C og D for informasjonsskriv). Informasjonsskrivet ble også

gjennomgått på intervjudagen og respondenten godkjente dette enten i form av en muntlig godkjennelse eller med signatur. Jeg var fleksibel på at jeg godtok muntlig godkjennelse i og med at noen av respondentene med synsnedsettelse ikke hadde mulighet til å signere for hånd. Jeg fikk også bekreftet av Personvernombudet for forskning at jeg kunne akseptere muntlige godkjenninger på grunn av situasjonen til enkelte respondenter. Informasjonsskrivet inneholdt noe om bakgrunnen og hensikten til prosjektet, hva en deltagelse i studien innebærer, hvordan data skulle bli behandlet og hva som ville skje med innsamlet data når prosjektet ble avsluttet. Samtidig inneholdt også informasjonsskrivet et avsnitt om at det ville bli tatt lydopptak om respondenten godkjente dette. Informasjonsskrivet som jeg sendte til personer med synsnedsettelse var basert på en mal jeg hadde fått tilsendt fra Personvernombudet for forskning.

**Observasjon av en respondent:** Jeg har valgt å bruke data fra en observasjon jeg gjennomførte under pilotstudien. Begrunnelsen for dette er at disse observasjonsdataene har et bidrag i denne studien da datagrunnlaget gir et innblikk i praktisk bruk av sosiale medier av en respondent med sterkt hemmet syn (res 1). Observasjonen ble gjennomført umiddelbart etter at intervjuet med res 1 var gjennomført. Jeg fikk mulighet til å være med respondenten hjem for å observere hvordan respondenten bruker sosiale medier med ulike hjelpemidler. Observasjonen karakteriseres som en deltakende observasjon (Oates, 2005) da jeg var aktiv under observasjonen og stilte spørsmål underveis. Observasjonen ble tatt opp på lydbånd og transkribert rett etterpå. Jeg stilte spørsmål knyttet til det jeg så av bruksmønster og spesielt hvordan hjelpemidlene fungerte og jeg fikk mulighet til å observere utfordringer med bruk underveis.

**Innsamling av bildeeksempler:** Helt i slutfasen av datainnsamlingsperioden og helt ut mot slutten av april fulgte jeg aktivt med på noen kommuner sin tilstedeværelse i sosiale medier. Hensikten med dette var å samle inn eksempler på hva slags type innhold som blir publisert og hvordan innholdet blir publisert, og deretter bruke dette som faktiske eksempler som underbygger funn fra intervjuer. En del av eksemplene er hentet fra Kristiansand og Sarpsborg kommune sine sosiale mediekanaler. Selv om Kristiansand og Sarpsborg kommune er tatt med i utvalget i denne studien har dette ingen sammenheng med at bilder fra sosiale medier er samlet fra disse kommunen sine sosiale mediekanaler. Argumentet for at disse kommunene er brukt til å samle eksempler er fordi jeg selv har en relasjon til disse kommunene. Skjermdump fra sosiale medier som er brukt i denne masteroppgaven er også i enkelte tilfeller sensurert. Dette gjelder privatpersoner som har interagert med innholdet som har fått sine navn sensurert. Jeg er klar over at sensurering i utgangspunktet ikke er nødvendig fordi innholdet er i offentlig rom, samt fritt og åpent for alle, men dette er et ekstra sikkerhetslag jeg selv har valgt å legge på for å forhindre potensielle tvister eller protester mot min masteroppgave.

#### 4.3.5 Kvalitet og godkjenning

En av anbefalingene i Oates (2005) sin guide om vurdering av kvalitative dataanalyser er om konklusjonene som presenteres er i tråd med resultater som er presentert. Med dette punktet er det viktig at jeg som forsker ikke trekker konklusjoner som ikke kan utledes fra datamaterialet som er presentert. Dette har jeg forsøkt å sikre med å ha et godt transkript som grunnlag og

aktivt jobbe ut i fra transkriptet. Jeg skrev også en oppsummering av sentrale funn og intervjuet som en helhet, som jeg baserte på transkriptet for å gjøre det enklere for meg å ha oversikt under arbeidet. Denne oppsummeringen ble under prosjektet sendt ut til samtlige av mine respondenter. Hensikten var at respondentene skulle få en enkel oversikt over hva jeg hadde forstått og tolket med intervjuene og hva jeg eventuelt skulle ta med meg videre inn i prosjektet. Hovedargumentet for å sende oppsummeringer var for å få en godkjenning av respondentene av at jeg hadde forstått temaer riktig og at det var i orden at jeg bruke dette videre. Ingen av respondentene nektet meg å bruke noe videre, og det kom kun et ønske om noen endringer og tydeliggjøringer fra en kommune. Det å sende oppsummeringer til mine respondenter var et grep jeg tok for å ha en så åpen forskningsprosess som mulig, som i metodelitteraturen er relatert til "member checking" (Guba & Lincoln, 1989; Oates, 2005). I tillegg har jeg så godt som mulig rapportert med rike beskrivelser gjennom masteroppgaven, samt at jeg har hatt transkriptene tilgjengelige gjennom hele prosjektperioden for å bidra til god kvalitet i studien.

Jeg har også brukt et uvalgt kriterier for å vurdere kvalitet under arbeidet i studien. I tabell 7 under blir de ulike kriteriene presentert med eksempler på hva jeg gjorde for å vurdere de ulike kriteriene. Kriteriene er basert på Guba og Lincoln (1989) sine anbefalinger for kvalitetsvurdering i et fortolkende forskningsperspektiv.

Tabell 7: Kvalitetsmessige vurderingskriterier. Basert på Guba og Lincoln (1989)

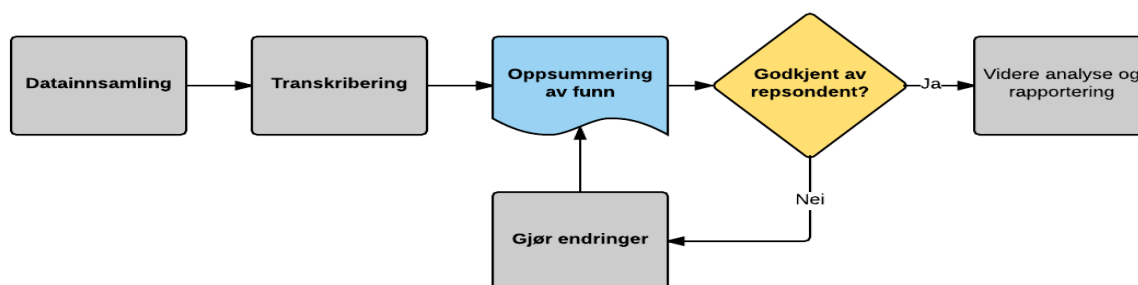
Kriterium	Mine tiltak i tråd med anbefalinger
Trustworthiness	Jeg har brukt rike beskrivelser så langt som det er mulig for å bidra til at andre kan stole på min studie.
Confirmability	Jeg har jobbet mot å skape konsistens i konklusjonene med å gå over notater og rådata, og kontrollert om konklusjoner og funn er korrekte og stammer fra datagrunnlaget.
Dependability	Jeg har hatt fokus på en godt dokumentert forskningsprosess og jeg har alltid hatt dokumentasjon om min prosess tilgjengelig i tilfelle noen har ønsket å se denne.
Credibility	For å sikre best mulig kredibilitet har jeg skrevet oppsummeringer som respondentene selv har godkjent. Dette har jeg gjort som tiltak for å følge opp anbefalingen om «member checking».
Transferability	Jeg har gjort kontinuerlige vurderinger om funn fra min studie kan overføres til andre situasjoner, også i form av generalisering. Dette er også diskutert i de avsluttende kapitlene.

Et annet kvalitetsperspektiv i denne studien er at prosjektet også var meldt inn og godkjent hos Personvernombudet for forskning. Faktumet at prosjektet var godkjent hos ombudet, samt at jeg benyttet meg av informasjonsskrivet utstedt av Personvernombudet for forskning kan ha påvirket respondentenes oppfatning av prosjektet i positiv forstand, og at respondentene har følt seg trygge.

#### 4.3.6 Oppsummering av datainnsamling- og godkjenningsprosess

Proessen som omhandler datainnsamling og godkjenning gikk over lenger tid og det var ulike delelementer som prosessen bestod av. Jeg har derfor valgt å oppsummere prosessen som en helhet og som enkelt illustrerer de ulike delene. Denne oppsummeringen vises i figur 9. Først ble datainnsamling gjennomført og dette ble transkribert. Deretter lagde jeg en

oppsummering av intervjuet og sendte dette til respondenter for godkjenning. Hvis det ikke ble godkjent gjorde jeg endringer og sendte det på nytt. Hvis oppsummeringen ble godkjent tok jeg med funnene til videre rapportering i masteroppgaven.



Figur 9: Prosess for datainnsamling og godkjenning

#### 4.4 Analyse av data

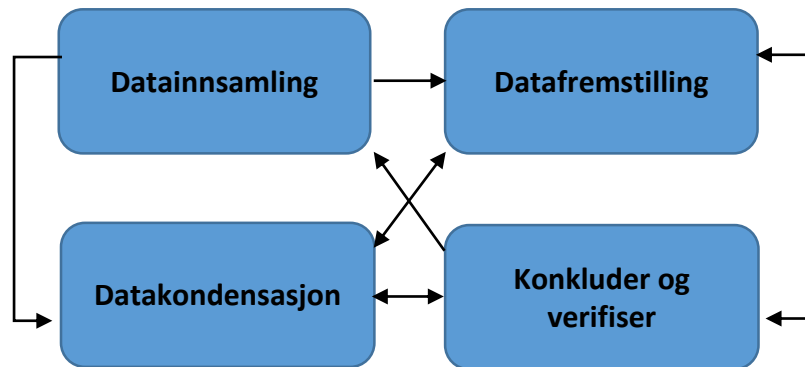
Analyseprosessen ble igangsatt etter at intervjuene av respondenter med synsnedsettelse var gjennomført. Jeg startet med analyseprosessen mens jeg ventet på svar på min forespørsel fra kommuner. Jeg har tidligere poengtert at noen analytiske kommentarer ble skrevet allerede i transkriberingen av intervjuene av personer med synsnedsettelse. I praksis bestod analyseprosessen av å gå igjennom transkript og bruke egen kolonne i tabellverk for å notere analytiske kommentarer og funn. Dette ble videre overført til Excel hvor jeg hadde laget et oppsett basert på Affordance Theory (se vedlegg E som eksempel på analyseprosess). Jeg har tidligere i kapittel 3 argumentert for valg av Affordance Theory som et teoretisk rammeverk. Elementer fra denne teorien etablerte et sett med analytiske briller jeg brukte i min analyse. Jeg gikk aktivt gjennom samtlige transkript av intervjuene av personer med synsnedsettelse mens jeg forsøkte å identifisere ulike kategorier utledet direkte fra komponentene i det teoretiske rammeverket basert på Wahid og Sæbø (2015) og Pozzi et al. (2014). Disse kategoriene er beskrevet i tabell 8 under.

Tabell 8: Oversikt over kategorier og beskrivelse

Kategorier	Beskrivelse
Affordance perception	Når data i intervjuer kan si noe om hvordan sosiale medier oppfattes og hva det kan brukes til.
Affordance actualization	Hvis intervjudata kan tyde på at noe faktisk gjøres for å aktualisere eller utnytte en affordance blir denne kategorien brukt.
Affordance effects	Denne kategorien er brukt for å innkapsle data i intervjuer som forteller noe om eventuelle effekter med å ha aktualisert en affordance.
Enabling og inhibiting factors	Hvis intervjudata tyder på noe som påvirker bruk av sosiale medier eller aktualisering brukes denne kategorien. Spesielt brukes kategorien mot noe som direkte hemmer eller muliggjør bruk.

Jeg har adoptert og tilpasset Milets et al. (2014) sin modell (se figur 10 under) for dataanalyse som oppsummerer de ulike elementene i analyseprosessen. Modellen består av 4 deler og er fremstilt som en nettverksmodell, og er i praksis både syklisk og interaktiv (Miles et al.,

2014). Hensikten er at jeg som forsker skal kunne bevege meg mellom de ulike stegene helt til jeg er tilfredsstilt. Under modellen vil de ulike stegene bli beskrevet.



Figur 10: *Prosess for dataanalyse. Adoptert og tilpasset fra Miles et al. (2014, s. 14)*

**Datainnnsamling** i mitt tilfelle ble gjort gjennom intervjuer, observasjon, men også litteratur. Dette ble primært gjort gjennom intervjuer, men jeg gjorde også litteratursøk etter jeg hadde identifisert nye funn, samt at jeg tok kontakt med respondenter jeg allerede hadde intervjuet for å få mer informasjon eller klarhet om ulike emner.

**Datakondensasjon** er å velge, forenkle og abstrahere data fra intervjutranskript eller notater (Miles et al., 2014). Jeg gjorde dette med å aktivt gå igjennom transkript og notater, merke informantens respons med kategorier og egne analytiske kommentarer. Under hele denne prosessen så jeg gjennom komponentene til Affordance Theory. På den måten fikk jeg trukket ut interessante funn.

**Datafremstilling** omhandler å samle informasjonen på en måte som gjør det mulig å trekke konklusjoner (Miles et al., 2014). Jeg valgte å lage oppsummeringer eller annoteringer av viktige funn som ble gjort i transkriptene og kondensasjonsprosessen. Disse oppsummeringene ble også sendt til respondentene for å få godkjent funnene og om de var enige om at jeg hadde forstått riktig. I oppsummeringen ble også relevante sitater inkludert. I tillegg utviklet jeg meg et tabellverk som jeg brukte for meg selv for å ha oversikt over alle funn, inkludert tilleggsfunn.

**Konkludere og verifisere** er noe som blir gjort når noe blir tolket underveis i prosessen, hele tiden (Miles et al., 2014). Det er vanlig at det er noen konklusjoner som forskeren "ser litt lett på" frem mot slutten hvor konklusjonene eventuelt blir forankret (ibid.). Verifisering er ta en ekstra titt på transkript, notater og ellers se at beskrivelsene er grundige nok (Miles et al., 2014). Under prosessen hvor jeg transkriberte intervjuer markerte jeg områder, samt at jeg skrev ned enkle konklusjoner og funn. Det er viktig å påpeke at analytisk perspektiv ble valgt et stykke ut i prosjektperioden og dermed inneholder transkriptene noen konklusjoner og kommentarer som ikke er relevant for Affordance Theory. Jeg hadde en oversikt over ulike konklusjoner og funn helt mot slutten av prosjektet, hvor jeg tok en vurdering på om konklusjonene fortsatt var gyldige etter all databehandling og analyse. Dette gjorde jeg ved å gå over transkript og oppsummeringer opptil flere ganger.



#### 4.5 Metodiske begrensninger

Først vil jeg påpeke lengden på intervjuene av personer med synsnedsettelse. Det kan argumenteres for at kort varighet på intervjuer er en begrensning. Flere av intervjuene gikk over 40 minutter, men også enkelte intervjuer hadde en varighet på ca. 20-30 minutter. Begrunnelsen for dette var at respondentene hadde gjort seg opp få tanker om utfordringer og bruk av sosiale medier, mens enkelte opplevde en relativt «vanlig hverdag» på sosiale medier. Samtidig hadde noen respondenter ikke noe å tilføye selv om jeg tilpasset meg situasjonen, endret på spørsmål og improviserte nye oppfølgingsspørsmål på det som ble sagt. Det var også tilfeller hvor enkelte ikke hadde noen som helst forhold til kommuner på sosiale medier, noe som også var med å påvirke lengden på intervjuet.

I intervjuene med kommuner kan en begrensning være at kommunen ikke har svart like utfyllende eller helt ærlig på intervju spørsmål. Temaet om universell utforming og tilrettelegging er viktig, og en kommune kan bli bøtelagt om krav ikke tilfredsstilles. Det kan av den grunn være at kommuner har holdt tilbake informasjon som kan sette kommunen i dårlig lys. Jeg er av den oppfatning av at resultatene ikke bærer preg av dette, men det er viktig å være klar over den potensielle begrensningen og at det alltid kan være en risiko uavhengig av om respondenten er en representant for en kommune eller en person med en synsnedsettelse.

En annen begrensning er temaet i seg selv. Da jeg intervjuet respondenter med synsnedsettelse opplevde jeg personlig at det var vanskelig å snakke om et tema som kan være sårt for den enkelte. Samtidig kan en det å snakke personlig helsetilstand oppleves som veldig privat. Dette kunne i enkelte tilfeller bidra til en situasjon der jeg holdt meg litt tilbake og at jeg presset ikke respondenten i slike spørsmål. Jeg gjorde likevel en forandring basert på erfaringer fra pilotstudien. I piloten startet jeg umiddelbart med å kartlegge hvilken type synsnedsettelse respondenten hadde. En metodisk anbefaling er å stille spørsmål som kan oppleves som sensitive utover i intervjuet eller mot slutten av intervjuet (Oates, 2005). Jeg fulgte denne anbefalingen ved å først kartlegge bruk av sosiale medier, og deretter gå nærmere inn på synsnedsettelsen.

En begrensning kan være at jeg har fokusert på en funksjonsgruppe. Flere studier som tar for seg inkludering, tilrettelegging og brukermangfold ser gjerne på alle funksjonsgrupper (f.eks. I all offentlighet, 2016). Med flere ressurser ville det gitt mer dybde om flere ulike funksjonsgrupper ble inkludert i utvalget, men dette hadde krevd at rammene for studien også hadde blitt endret. Med andre funksjonsgrupper menes: Personer med kognitive utfordringer, motoriske utfordringer, hørselsutfordringer og eventuelt eldre og innvandrere (basert på I all offentlighet, 2016).

Videre er det begrensninger i godkjenning prosessen mot respondentene. Jeg gjennomførte intervjuer tidlig i masterprosjektet. Det tok noe lang tid før jeg fikk skrevet en oppsummering av intervjuene og funn jeg hadde gjort og sendt dette til respondentene selv om transkriptet allerede var skrevet. Noe av grunnen var usikkerheten rundt teoretiske rammeverk jeg skulle bruke. Faren med dette var at respondenten ikke hadde intervjuet ferskt i minnet og kan både ha godkjent en oppsummering som har mangler eller som ikke er korrekt knyttet til respondentens uttalelser.

Gjennom resultatkapitlet har jeg brukt skjermdump fra sosiale medier for å eksemplifisere et funn. Tiden disse skjermdumpene ble samlet kan bli ansett som en svakhet. Disse bildeeksemplene ble funnet underveis i oppgaveprosessen, etter at samtlige intervjuer var gjennomført. Hadde jeg funnet disse eksemplene tidlig i prosessen, det vil si i nærheten av de første intervjuene av respondenter med synsnedsettelse, kunne jeg vist disse til respondentene. På den måten kunne jeg samlet mer sikre, empiriske bevis på at bildeeksemplet kunne bli regnet som et valid eksempel på noe som ikke fungerer i sosiale medier.

Sett i sammenheng med de metodiske analysevalgene er det begrensninger knyttet til bruk av teori. Jeg har brukt Affordance Theory til å analysere resultatene, uten å prøve ut flere forskjellige perspektiver innen denne teorien. Det er tidligere i kapittel 3 argumentert for studiens natur og kontekst, noe som støtter valget av teorien. Samtidig kan en kombinasjon av teorier fungere, og eventuelt flere perspektiver av samme teori. Om jeg hadde hatt flere ressurser tilgjengelig kunne det gitt mer dybde å kombinere Affordance Theory med andre teorier, for eksempel Stakeholder Theory eller sjangerteori. Ved anvendelse av Affordance Theory har jeg også utelatt en del av teorien da jeg ikke synes denne biten var like relevant for min kontekst. Dette gjelder kognisjonsprosessen, hvor det er en sammenheng mellom teknologi og en organisasjon, og ut fra denne relasjonen eksisterer det noen affordances (Pozzi et al., 2014). Jeg har antatt og tatt utgangspunkt i at affordances eksisterer uansett. Svakheten i denne sammenhengen kan derfor være at jeg ikke har brukt alle delene av den valgte teorien og heller ikke kan bevise empirisk at antagelsen stemmer. Samtidig har dynamikken i studien ført til at selve fokuset i teorien har landet på de hemmende og muliggjørende faktorene, da dette er påvirkningsfaktorer, noe som kan være en begrensning fordi fokuset ble flyttet. Samtidig er store deler av teorien blitt brukt i resultatkapitlet for å etablere en totalforståelse av oppfatninger personer med synsnedsettelse har knyttet til bruk av sosiale medier.

## 5 Resultater

I dette kapitlet vil resultater bli presentert. Dette kapitlet er et resultat av en analyseprosess beskrevet i kapittel 4.4. På områder hvor det er henvisning til ulike respondenter eller sitater blir respondentkoder brukt. Først vil resultater fra intervjuene av personer med synsnedsettelse bli presentert og deretter resultater fra intervjuer med kommuner.

### 5.1 Personer med synsnedsettelse og deres oppfatninger og bruk av sosiale medier

Det er enkelt å anta at personer med synsnedsettelse alltid har utfordringer eller må bruke hjelpemidler ved bruk av sosiale medier, men resultatene har vist at det ikke er tilfellet. Et slikt funn illustrerer variasjoner i bruk, opplevde utfordringer i sosiale medier og andre påvirkningsfaktorer, og at dette kan variere stort blant en brukergruppe som har synsnedsettelse. I kapitlene under følger en presentasjon av resultater sett i et affordance-perspektiv. Det er viktig å påpeke at sosiale medier blir brukt både på telefon og på PC blant personer med synsnedsettelse og at det ikke er identifisert noe spesielt skille på hvordan affordances blir oppfattet på tvers av PC eller mobil. Samtidig er det tilfeller hvor mobilversjonen er mer foretrukket, og dette kommer frem i kapitlene under.

#### 5.1.1 Affordance oppfattelse

Hvordan affordances blir oppfattet handler om hvordan en aktør gjenkjenner noe i omgivelsene og opplever at teknologi tilbyr noe (Pozzi et al., 2014). Gjennom analysen av datamaterialet fra intervjuer med personer med synsnedsettelse identifiserte jeg 4 affordances i form av praktiske egenskaper som brukerne oppfattet på sosiale medier. Under vil de ulike affordansene bli presentert. De ulike affordansene som ble identifisert var gjennomgående blant personer med synsnedsettelse, og kan bli tolket som noe en bruker opplever at den kan gjøre på eller bruke sosiale medier til.

**Mulighet for å holde seg oppdatert:** Samtlige respondenter ga uttrykk for at de oppfattet at sosiale medier kan tilby en plattform hvor de selv kan holde seg oppdatert. Samtidig er det flere variasjoner i hva respondentene ønsker å holde seg oppdatert på. Dette kan variere fra hva venner og familie driver med, nyheter, men også ulike stillingsannonser på kommuner sine Facebook-sider. Det var kun én respondent som så en mulighet å holde seg oppdatert på kommunerelevante nyheter og informasjon. Resultatene kan derfor tyde på at personer med synsnedsettelse ikke nødvendigvis ser på sosiale medier som en mulighet til å holde seg oppdatert på hva som skjer i tilknytning til kommunen eller kommunale tjenester, men det har vist seg at det er viktig å kunne holde seg oppdatert på temaer som er interessant for personen og delta i samfunnet – også digitalt. Generelt sett har data vist at muligheten til å holde seg oppdatert logisk nok er knyttet til tema som interesserer brukeren personlig. Å holde seg oppdatert kan også knyttes til egen venne- og familieklubb. Flere av respondentene så en mulighet til å få med seg hva for eksempel venner og familie ”driver med” via sosiale medier, og flere har påpekt nyhetsverdien av innhold på sosiale medier. En nyhetsverdi er for eksempel å holde seg oppdatert på hva som skjer i eget lokalsamfunn eller rundt om i verden.

Respondent 5 forklarte hvordan sosiale medier kan brukes til å holde seg selv oppdatert:

*«Jeg bruker det for å holde meg oppdatert på ting som skjer. Jeg bruker jo egentlig ikke Facebook så mye til å oppdatere meg på venner, men jeg bruker det til å oppdatere meg på nyheter for eksempel. Fordi jeg følger mange nyhetskanaler og den type ting på Facebook.»*  
(Res 5)

**Mulighet for sosialisering:** Samtlige respondenter med synsnedsettelse opplever at sosiale medier tilbyr en mulighet for å sosialisere seg. Sosialisering rettes mot å ha primært skriftlig kontakt med andre mennesker, over sosiale medier. Primært refererte respondentene til sine nære venner og familie knyttet til denne affordansen, og enkelte opplevde en praktiske gevinster i form av at de kan sosialisere seg med venner og familie som bor langt borte. Videre viser resultatene at det å interagere med andre via sosiale medier også oppfattes som en form for sosialisering. Å interagere er at brukeren liker, deler eller kommenterer innhold på sosiale medier (mer beskrevet i kapittel 5.1.2 Aktualisering). Under denne affordansen er også oppfattelsen av at man som bruker kan dele eller gjøre noe på sosiale medier som inkluderer andre mennesker på samme plattform.

Respondent 2 fortalte følgende knyttet til sosialisering:

*«Facebook bruker jeg stort sett, jeg vil egentlig si, 80% av grunnen til at jeg bruker det er private grunner. Også alt mulig sånn som å følge med på hva andre venner driver med, og kontakte folk, events, avtaler, og hva man skal gjøre for noe.»* (Res 2)

**Mulighet for å bygge kunnskap:** Jeg identifiserte en affordance knyttet til at sosiale medier tilbyr en mulighet for kunnskapsbygging. Resultatene tyder på at denne kunnskapsbygging kan se hos brukeren selv, eller at brukeren bidrar til å bygge kunnskap hos andre. Flere av personene med synsnedsettelse var av den oppfattelse av at sosiale medier tilbyr en mulighet til å lære noe nytt, for eksempel i forbindelse med studier eller for å få kunnskap om hva egen kommune gjør. Videre er enkelte også av den oppfatning av at sosiale medier gir en mulighet til å dele sin kunnskap om spesifikke emner med hensikt om å bygge kunnskap hos andre. Et eksempel på dette er at noen respondenter ønsker å dele sine erfaringer med andre om hvordan det er å ha en synsnedsettelse slik at andre kan lære av dette. Det å dele informasjon med andre via sosiale medier kan derfor implisitt inngå som kunnskapsbygging via sosiale medier. Resultatene viser at flere av personene med synsnedsettelse er bevisste på denne muligheten, og er oppriktig interessert i dele noe om sin synsnedsettelse med hensikt om å bygge kunnskap hos andre.

Respondent 3 hadde for eksempel et ønske om at sin kommune skulle bli mer bevisst på, og lære mer om hvordan det er å ha en synsnedsettelse og ville gjerne dele dette:

*«Jeg synes kommunen kunne testet ut hvordan det er å ha en synshemming, eller hvordan en funksjonshemmet har det i sin hverdag.»* (Res 3)

**Mulighet for underholdning:** Muligheten for underholdning eller å aktivt søke underholdning ble også identifisert som en affordance blant personer med synsnedsettelse. Resultatene har vist at sosiale medier kan tilby personlig underholdning, selv om dette ikke er tiltenkt eller at man aktivt søker underholdning. For eksempel at man som bruker får innhold i sin nyhetsstrøm på Facebook som er underholdende. Dette kan refereres til som en ”unintended affordance” (Gaver, 1991). Mulighet for underholdning er identifisert som en egen affordance da den ofte kom frem i de ulike intervjuene og det fremstod hos enkelte respondenter som viktig. Det som gjør dette ekstra viktig er at resultatene har vist at underholdning gjennom sosiale medier, gjerne ved bruk av multimedia fortsatt gir en underholdningsverdi, og er fortsatt relevant og nødvendig selv om synet er sterkt begrenset.

Et eksempel er hvordan respondent 1 fortalte om hvordan YouTube kunne bidra til både underholdning og kunnskapsbygging:

*«YouTube, ja! Masse underholdning. Altså, jeg har sikkert brukt alt for mange timer på YouTube! Jeg har lært meg å sminke meg gjennom YouTube.» (Res 1)*

Videre ble respondenten spurt om sitt forhold til videoinnhold og svaret understreker at selv med dårlig syn (under 1% i dette tilfellet) er ikke video direkte negativt og gir en mulighet for underholdning.

*«Ja, altså, jeg har jo litt syn. Jeg lærer og trives best med å både høre og se samtidig. Det høres litt banalt ut, med tanke på at jeg ikke kan se noe særlig, men.» (Res 1)*

I tabell 9 under er en oppsummering av de identifiserte affordancene med en beskrivelse presentert.

Tabell 9: De identifiserte affordancene som brukerne oppfatter på sosiale medier

Affordances oppfattelse	Beskrivelse
Mulighet for å holde seg oppdatert	Å holde seg oppdatert virker som er tyngdepunktet i hvordan personer med synsnedsettelse oppfatter sosiale medier og hva sosiale medier tilbyr. Å holde seg oppdatert er knyttet til det å tilegne seg en eller annen form for informasjon, enten det er informasjon om hva venner i egen krets driver med, hva bedrifter tilbyr eller hva som skjer rundt om i egen kommune.
Mulighet for sosialisering	Resultatene viser at sosiale medier tilbyr muligheter for å sosialisere seg blant personer med synsnedsettelse. Med sosialisering menes å ha kontakt med andre mennesker gjennom ulike sosiale medier eller å delta eller interagere i sosiale medier.
Mulighet for å bygge kunnskap	Resultater viser at flere respondenter ser på sosiale medier som en mulighet til å bygge kunnskap. Denne affordansen kan delvis relateres til det å holde seg oppdatert, men ble identifisert som en egen affordance. Kunnskapsbygging blant respondentene viser til hvordan de hadde lært noe nytt

	etter bruk av en eller flere sosiale medier eller bruker sosiale medier til å bygge kunnskap hos andre i form av deling av informasjon.
Mulighet for underholdning	Affordance om mulighet for underholdning ble også identifisert flere steder i resultatene. Dette knyttes til å bruke sosiale medier på en eller annen måte som skaper personlig underholdning.

### 5.1.2 Aktualisering

Aktualisering i et affordance-perspektiv viser til handlinger en aktør gjør for å dra nytte av eller og realisere en oppfattet affordance (Strong et al., 2014). Resultatene viser at få respondenter relaterer sin bruk av sosiale medier direkte til kommuner, men hvordan respondenter på brukersiden benytter seg av sosiale medier generelt gir en gode pekepinn på hvilke affordances som blir aktualisert og hvordan. Selv om det ikke nødvendigvis er knyttet mot offentlig forvaltning eller kommuner kan dette gi god innsikt og lærdom. Det er viktig å påpeke at aktualisering av ulike affordances kan knyttes til muliggjørende eller hemmende faktorer. Dette er derfor ikke beskrevet under hver affordance, men er presentert i eget kapittel (kapittel 5.1.4 og 5.1.5).

**Mulighet til å holde seg oppdatert:** I praksis viste respondentene til at de fulgte grupper av egen interesse som for eksempel knyttet til sin hobby eller til studiegrupper. Med å følge grupper av egen interesse vil det si å lese innholdet som blir publisert i ulike grupper. Videre viser resultatene at personer med synsnedsettelse aktualiserer affordance om å holde seg oppdatert ved å aktivt lese nyhetsstrømmen på ulike medier. Med nyhetsstrøm menes den kontinuerlige strømmen som viser innhold som er publisert av andre eller i grupper. Dette kan være alt fra tekstposter på Facebook til bilder på Instagram, video på Snapchat eller innlegg på Twitter. Få respondenter koblet det å holde seg oppdatert med å følge med kommunale kanaler, men en respondent fulgte kommunen på Facebook for å få med seg mulige jobbmuligheter. Resultatene peker også på at flere av respondentene ikke var bevisste på at kommuner er tilstede i sosiale medier og enkelte respondenter fortalte at de heller foretrekker å lese i lokalaviser for å få med seg kommunerelevant informasjon.

Respondent 1 sa følgende i sammenheng med det å holde seg oppdatert:

*”Sosiale medier bruker jeg mer hvis hundeklubben skriver et eller annet eller de skal treffes her på universitetet så er det greit å finne ut av det eller hvis koret har mye informasjon rundt hvis vi skal ut på et oppdrag. Jeg følger mine grupper.” (Res 1)*

**Mulighet for sosialisering:** Aktualisering av affordance om mulighet for sosialisering viser seg å være knyttet til det å sosialisere seg og muligheten til å sosialisere seg gjennom sosiale medier. Flere respondenter fortalte at de fikk mulighet til bli sosialisert ved å chatte med venner og bekjente gjennom Facebook. Det vil si å benytte seg av chattetjenesten til Facebook

som igjen går gjennom Facebook Messenger. Dette er enten via webgrensesnitt eller via egen app på mobiltelefon. Videre tyder resultatene på at flere av personene med synsnedsettelse føler en form for sosialisering når de kan delta i sosiale medier generelt. Å delta i sosiale medier i et sosialiseringsperspektiv vil si å dele innhold, kommentere innhold og like innhold. Dette kan for eksempel være på innhold som publiseres på Facebook og en post kan typisk likes for å vise at man som bruker har sett den og er enig i innholdet. På Instagram blir for eksempel bilder likt og kommentert. På Twitter kan dette vises med å re-tweete en tweet. Implisitt inngår deling av informasjon knyttet til denne affordansen. Ved å enten chatte med andre eller delta i diskusjoner eller vise at noe er positivt med for eksempel en "like" på et innlegg er å dele informasjon med andre.

Respondent 1 var av den oppfatning at det er en norm å delta i sosiale medier og at det er viktig å delta i et digital fellesskap i form av sosialisering tross at synet er sterkt redusert:

*"Ja, for da vet du hva du liker. Av og til liker jeg et bilde på Facebook fordi jeg vet hvem personen er. Jeg kjenner denne personen som har lagt ut det bildet der, og da må man like bildet. For det er jo normen."* (Res 1)

Respondent 3 fortalte at det å dele noe om eget liv i sosiale medier og bekræftelsene dette kan gi:

*"Jeg er veldig sånn at jeg liker å dele slike ting. Jeg har fått en del gode tilbakemeldinger på sosiale medier og det synes jeg er rørende. Det er stas å få de tilbakemeldingene."* (Res 3)

Og respondent 3 forteller videre hvor viktig det er å vise til andre med bilder via sosiale medier at man kan mestre hverdagen selv om man kan være begrenset av en synsnedsettelse:

*"Altså, jeg synes det er kjempegøy og dokumentere med et bilde. Eller at jeg kanskje på Facebook liker og dele hva jeg klarer å mestre med det synsproblemet jeg har. Og ha et synsproblem er ikke så enkelt i forskjellige vennekretser for eksempel. At du ser dårlig, at kompisen din skal kjøres så kan ikke du kjøre bil etter. Så må du alltid sitte på og vise at du må sitte på sidelinjen og føle deg usikker. Jeg synes sosiale medier er fint til å dele sine opplevelser. Jeg deler veldig mye av mine opplevelser."* (Res 3)

**Mulighet for å bygge kunnskap:** Muligheten for å bygge kunnskap er en affordance som, ifølge resultatene primært blir aktualisert gjennom å se informative videoer på YouTube. Dette kan være knyttet til for eksempel egne hobbyer eller studier. Det er også referert til dedikerte kanaler som TED Talks. Videre bygges kunnskap med å bruke sosiale medier til å lese seg opp på temaer som er interessante. Dette blir gjort med å følge dedikerte grupper på Facebook. Dette overlapper noe med affordansen knyttet til det å holde seg oppdatert, og et annet eksempel er hvordan en respondent brukte kommunen sin Facebook-side til å få en oversikt over ledige stillinger i sin kommune. For respondenter med synsnedsettelse kan dette bli oppfattet som kunnskap. Det kan dog diskuteres om det er å holde seg oppdatert, men

på en side så gir det kunnskap hos den som søker denne type informasjon om et jobbmarked og hvordan etterspørselen er.

Deling av informasjon er også implisitt knyttet til kunnskapsbygging på samme måte som brukerne deler informasjon knyttet til affordancen om sosialisering. Flere av respondentene har påpekt at de selv ønsker å dele sin hverdag med andre med hensikt om å gi innsikt til andre, og resultatet av dette vil være økt bevissthet og kunnskap knyttet til det som blir delt. Spesielt har flere respondenter påpekt at de publiserer poster på Facebook om hvordan det er å ha en spesifikk synsnedsettelse, legger ut bilder av sin hverdag på Instagram eller skriver i grupper som er relatert til egen helse. Med å følge dedikerte grupper knyttet til for eksempel sin synsnedsettelse gir dette også mulighet for å øke egen kompetanse på dette området hos brukeren selv.

Respondent 3 ønsker gjerne å dele informasjon knyttet til sin øyesykdom:

*”Ellers så deler jeg hva min øyesykdom blir forsket på, eller det kommer ut i media form hva vi liker å gjøre, støtte ting også videre.” (Res 3)*

**Mulighet for underholdning:** Oppfatningen om at sosiale medier tilbyr en mulighet for underholdning innebærer å aktivt søke etter innhold som gir underholdningsverdi, som for eksempel en video. Videre viser resultatene at sosiale medier i seg selv også kan by på underholdende innhold, for eksempel ved at en bruker leser nyhetsstrøm på Facebook, selv om dette ikke var tiltenkt i utgangspunktet i den forstand at brukeren ikke søkte underholdning. YouTube ble nevnt som et sentralt media knyttet til underholdning. Et eksempel på underholdning som ikke er tiltenkt, men som dukker opp kom blant annet frem hos respondent 3. Sitatet viser hvordan respondenten avbrøt seg selv i latter da den kom på alt det morsomme som dukker opp i sosiale medier:

*” Nei, bilder synes jeg at jeg tolker ganske bra. Sorry, jeg måtte bare le. Jeg bare tenker på alle de videoen der ute. Jeg synes det er mange morsomme ting der, men jeg synes jeg håndterer det ganske bra.” (Res 3)*

Jeg har oppsummert aktualisering i tabell 10 under, hvor aktualisering er koblet direkte til en tidligere identifisert affordance.

Tabell 10: Oversikt over hvordan ulike affordances aktualiseres

Affordance	Aktualisering
Mulighet til å holde seg oppdatert	Respondenter med synsnedsettelser refererte stort sett til det å lese eller følge med i ulike nyhetsstrømmer for å aktualisere affordance knyttet til mulighet for underholdning.
Mulighet for sosialisering	Aktualisering av denne affordancen er primært knyttet til å chatte med andre via sosiale medier, men også være deltager i noe i sosialt ved å like, dele og kommentere på innhold.



Mulighet for å bygge kunnskap	Affordancen om kunnskapsbygging aktualiseres med å se videoer eller lese om temaer knyttet til for eksempel studier eller dele informasjon med hensikt om å øke kunnskap hos andre.
Mulighet for underholdning	Aktualisering av affordancen knyttet til underholdning er å aktivt søke opp underholdende innhold på YouTube eller å komme over underholdende innhold i nyhetsstrøm.

### 5.1.3 Effekter

I et affordance-perspektiv er effekter noe som oppstår når en affordance er aktualisert, og det vises spesifikt til resultatet og det som kommer ut av en affordance etter den er aktualisert (Pozzi et al., 2014). Felles for samtlige affordances er at en effekt kan være økt inkludering. Under vil de ulike effektene bli presentert.

**Mulighet til å holde seg oppdatert:** Ved å aktualisere denne affordancen tyder resultatene på at dette kan ha flere effekter. På den ene siden kan det bidra til nye muligheter for deltagelse, både umiddelbart og i fremtiden. Hvis personer med synsnedsettelse får en mulighet til å få med seg hva som skjer i sin egen krets og ellers rundt om i verden via sosiale medier gir det også en mulighet for at brukerne for eksempel kan delta i diskusjoner om noe som har skjedd. Videre er en effekt at av at brukerne er mer bevisst og får en oversikt på hva som skjer rundt om, både i verden og i egen vennekrets. Dette avhenger av hva man som bruker velger å følge i sosiale medier.

**Mulighet for sosialisering:** Å kunne ha en mulighet til å sosialisere seg over sosiale medier kan for enkelte også bidra til å redusere barrierer for å ha kontakt med andre og redusere sosial isolasjon. Sosial isolasjon kan forekomme hos personer med synsnedsettelse for eksempel på grunn av utfordringer med å bevege seg ute. En effekt av å bruke sosiale medier kan derfor være at brukergruppen får redusert eventuelle sosiale barrierer, og en ringeffekt av dette kan være at gruppen kan bli mer inkludert. Dette vil si at personer med synsnedsettelse får mulighet til å delta på noe sosialt via digitale medier. Respondenter ga uttrykk for at ved å lese nyhetsstrømmer på ulike sosiale medier gir en mulighet til å følge med på hva som skjer rundt seg selv og i egen krets, samt å være oppdatert på ulike arrangementer, interesser og lignende. Dette viser at selv om en person har en synsnedsettelse så er dette ingen hindring for at personen fortsatt kan få med seg hva som skjer rundt i egen krets.

**Mulighet for kunnskapsbygging:** Ved å aktualisere affordances som er knyttet til kunnskapsbygging kan primært to effekter oppstå. Dette er økt bevissthet og kompetanse hos seg selv eller hos andre. Som tidligere beskrevet opplever flere respondenter på brukersiden at sosiale medier gir en mulighet for å bygge kunnskap hos seg selv og hos andre ved å enten dele eller tilegne seg informasjon. Effekten av dette vil være økt kunnskap og bevissthet. Med

kunnskap menes å vite noe mer enn det man gjorde tidligere. For eksempel benyttet respondent 1 seg av YouTube og informative videoer for å tilegne seg ny kunnskap audiovisuelt på tross av en kraftig redusert syn. Bevisstheten kan være relatert til det å bli mer bevisst på tema som er relevant. For eksempel kan personer med synsnedsettelse blir mer bevisste på emner som er en trend i sosiale medier og ta det med videre i for eksempel diskusjoner og lære av dette. På den andre siden kan andre personer i det digitale samfunn bli mer bevisste og bygge kunnskap. Et eksempel er hvordan enkelte personer med synsnedsettelse liker å dele og formidle informasjon som er knyttet til sin synsnedsettelse og det å ha en synsnedsettelse. Effekten kan da bli at andre kan bli mer bevisste og lære noe nytt hvis det blir observert i sosiale medier.

**Mulighet for underholdning:** Aktualisering av affordance knyttet til underholdning kan ha to effekter. På den ene siden er det en selvsagt effekt at en slik aktualisering bidrar til å tilfredsstillende egne underholdningsbehov gjennom å oppfatte humoristisk innhold på sosiale medier. På den andre siden kan dette bidra til en positiv effekt sett i sammenheng med økt inkludering. I sosiale medier publiseres det mye innhold av humoristisk art. Hvis personer med synsnedsettelse kan oppfatte denne underholdningen kan brukergruppen delta i diskusjoner og samtaler rundt disse trendene og fenomenene knyttet til humor i sosiale medier. Dette kan illustreres med at brukergruppen eventuelt ikke har hatt mulighet til å delta i «snakk i vennegjengen» om en humoristisk trend hvis de selv ikke hadde fått med seg trenden.

Tabell 11 under viser en oppsummering over de ulike effektene som kan oppleves av å aktualisere en spesifikk affordance:

Tabell 11: Mulige effekter av å aktualisere ulike affordances

Affordance	Effekter
Mulighet til å holde seg oppdatert	Økt inkludering
	Mer oversikt og bevissthet
Mulighet for sosialisering	Økt inkludering
	Reduksjon av sosiale barrierer
	Aktiv, digital sosialisering
Mulighet for å bygge kunnskap	Økt bevissthet og kompetanse hos seg selv
	Økt bevissthet og kompetanse hos andre
	Økt inkludering
Mulighet for underholdning	Tilfredsstillende av egne underholdningsbehov
	Økt inkludering

#### 5.1.4 Muliggjørende faktorer

Et helt sentralt område i denne studien er de identifiserte muliggjørende faktorene. Muliggjørende faktorer er noe som er med på at en aktør kan oppfatte eller aktualisere en affordance (Wahid & Sæbø, 2015). Under vil de identifiserte muliggjørende faktorene bli presentert og beskrevet.

**Tilgang på hjelpemidler:** Bruk av hjelpemidler er veldig variabelt og det er ikke gitt at det brukes blant personer med synsnedsettelse. Et eksempel er en respondent med 10-15% syn som ikke brukte noen spesifikke hjelpemidler. Et funn er derfor at det å ha en synsnedsettelse betyr ikke at brukeren er avhengig av hjelpemidler. Videre viser resultatene at brukeren sin evne til å tilvenne seg en kontekst og situasjon kan være med på å påvirke hvorvidt brukeren trenger hjelpemidler eller ikke. Respondenten som ble omtalt tidligere i avsnittet hadde for eksempel vendt seg til å bruke sosiale medier med å bevege sin mobiltelefon veldig nærme sitt eget ansikt. I tillegg til variasjon i bruk av hjelpemidler totalt sett viser også funnene at enkelte respondenter bruker hjelpemidler sporadisk og etter behov. Et eksempel er respondent 3 som brukte skjermleser de dagene respondenten var ekstra sliten på grunn av for mye eksponering av lys. Det er derfor viktig å påpeke at selv om enkelte brukere i utgangspunktet ikke bruker hjelpemidler så kan hjelpemidler bli brukt etter behov og det må bli tilpasset og tilrettelagt deretter. Samtidig er det tydelig at for flere personer med synsnedsettelse er det helt nødvendig å ta i bruk ulike hjelpemidler for å bruke sosiale medier til ulike formål, og at det hos enkelte ville vært tilnærmet umulig å bruke mediene uten hjelpemidler.

Av type hjelpemidler som blir brukt er dette skjermleser, høykontrast av farger og forstørrelse av tekst. Kun ved noen få tilfeller var det tatt i bruk dedikerte programvarepakker med tilgjengelighetsvare som for eksempel ZoomText (f.eks. Ai Squared, 2016). Ofte benytter brukergruppen seg av innebygde hjelpemidler i operativsystemet. Det viser seg at ulike operativsystemer, både på PC og Mac, Android og iOS-telefoner har blitt gode og pålitelige i de senere år og at disse har blitt mer vanlige å bruke. Uavhengig av operativsystem følger det ofte med som standard opplesningsfunksjoner, zoom-funksjoner og kontrastfunksjoner. Også enkelte nettlesere har egne tillegg for blant annet oppblåsing og kontrast på tekst. Samtidig er det gitt uttrykk for at produkter fra leverandøren Apple er langt fremme når det kommer til å tilby gode og pålitelige hjelpemidler i operativsystemet, og flere av respondentene brukte dette.

Respondent 2 poengterte hvordan bruk av Apple-produkter hadde ført til at den kunne slutte å bruke hjelpemiddelpakken ZoomText:

*” Nei, ZoomText brukte jeg før. For da hadde jeg PC, men når man slapp det så slapp man også det.” (Res 2)*

Gjennom observasjonen av respondent 1 fikk jeg være med å observere hvordan hjelpemidler ble brukt i praksis for å bruke sosiale medier. Under følger et utdrag fra et scenario hvor jeg observerte praktisk bruk av ZoomText og gir et innblikk i hvordan en respondent med sterkt svekket syn (under 1%) bruker Facebook:

Respondenten sitter foran sin arbeidsstasjon og ser på skjermen. Jeg spør om jeg kan få se hvordan skjermopplesning fungerer. Respondenten aktiverer denne funksjonen i programmet ZoomText. Respondenten bruker hurtigtaster til navigering på sin PC, og det virker også som at respondenten har memorert eller lært seg hvor elementer er på skjermen, og virker noe forvirret når noe kom ut av posisjon. Respondenten åpnet ZoomText og markerte en dialogboks med valg om at tekst-til-tale skulle være aktivert. Respondenten fortalte at det var hensiktsmessig å bytte mellom forskjellige parameter på denne funksjonen: Enkelte ganger var det hendig å ha et parameter som gjorde at hele

avsnitt ble lest opp automatisk, og enkelte ganger var det mer riktig å få lest opp tekst der musepekeren ble plassert. Respondenten åpner nettleseren, og navigerer seg overraskende bra frem til Facebook. Deretter illustrerer respondenten hvordan hun bruker Facebook, i form av å lese meldinger, med hjelp av tekst-til-tale. En kvinnestemme leser opp innholdet over høyttalerne, der hvor musepekeren er plassert. Respondenten flytter musepekeren i forskjellige retninger på skjermen og får lest opp innhold, og lytter til det som blir sagt i høyttalerne. Jeg var interessert i om ZoomText er et dyrt hjelpemiddel og spurte respondenten. Respondenten svarte: *”Ja, det er svindyrt hvis du ikke søker gjennom Hjelpemiddelsentralen. Der får man det gratis.”*

**Universell utforming:** I intervjuer med respondenter på brukersiden var universell utforming et sentralt tema, men mer på et generelt grunnlag og ikke direkte knyttet opp mot sosiale medier. Det viser seg at flere personer med synsnedsettelse har et eller annet forhold til universell utforming og er bevisste på dette. Dette kan være knyttet mot hverdagen, for eksempel opplesning av busstider eller ledelinjer i gågater og lignende. I et digitalt perspektiv koblet flere av respondentene universell utforming mot offentlige nettsider. Dette er i og for seg ikke noe spesielt da universell utforming mot sosiale medier er et utforsket område. Likevel viser gjennomgangen av data at det digitale inntrykket personer med synsnedsettelse har på kommuner og hvordan de utformer tjenestene sine primært er knyttet til kommunen sine nettsider. Dette inntrykket virker også som å gjelde for sosiale medier generelt. Enkelte var også raske på å trekke inn andre aktører som for eksempel VG og NAV. I denne sammenhengen virker det som at personer med synsnedsettelse får et bedre inntrykk av kommunens tjenester, også på sosiale medier så lenge nettsidene er godt utformet. Samtidig virker det som at det er en selvfølge at digitale tjenester er universelt utformet og dette er noe som gir mening da det ikke er sluttbrukeren selv, men aktørene på sosiale medier som har ansvar for universell utforming av de ulike aktørene (I all offentlighet, 2016).

**Fast og enkel struktur:** Etter gjennomgang av datasettet viser resultatene at fast og enkel struktur i sosiale medier er viktig for personer med synsnedsettelse for at mediene skal være komfortable og håndterlige knyttet til praktisk bruk av sosiale medier og aktualisering av affordances. Det er gitt uttrykk for at det å ha et strukturert og fast miljø å navigere seg i er viktig for brukeren. Dette blir spesielt viktigere jo dårligere syn brukeren har og dette blir begrunnet med at man som bruker ofte memorerer plasseringer til ulike knapper, menyer og lignende. Videre blir man som bruker av verktøy som for eksempel skjermleser vant til hvordan en profilside på Facebook blir lest opp. At mediene har en fast struktur er også i tråd med hvordan flere respondenter skildret sine behov og ønsker i hverdagen. Det er viktig for flere at helt ordinære objekter som for eksempel at en kommode står på sin faste plass i hjemmet for å ikke skape forstyrrelser.

Respondent 2 hadde en god beskrivelse på hvorfor struktur på blant annet Facebook er viktig i den forstand at man som nesten blind sliter med å assosiere noe med synet:

*”På Facebook har du så mye mer og det krever at du setter deg mye mer inn i det. Og det å sette seg inn i et grensesnitt som blind er en mye tyngre oppgave enn hvis du ser. For da har du ikke noe å forholde deg. Man forholder seg ikke til opp og ned, høyre og venstre. Man må forholde seg til en helt annen sånn, hva skal jeg si, hierarkisk struktur og semantikk på en litt mer abstrakt måte. Og du kan ikke se etter bilde av en person, og skjønne at det er noen mennesker. Og se etter venneforespørsler. Du får ikke assosiasjoner. Og oppmerksomheten din rettes mot et og et element. Du får ikke den store oversikten” (Res 2)*

Ved at de ulike mediene har en fast og enkel struktur bidrar dette til en enklere hverdag på sosiale medier blant personer med synsnedsettelse. Det er også flere respondenter som har påpekt at brukergrensesnittet på de ulike mediene kan være uryddige og vanskelige å navigere seg rundt i, noe som styrker denne faktoren ytterligere.

**Alternative presentasjonsmåter:** Enkelte respondenter har påpekt hvordan de selv bruker alternative presentasjonsmåter når det kommer til bruk av sosiale medier eller hvordan de vet at andre i samme situasjon gjør det. Med alternative presentasjonsmåter menes at sosiale medier blir presentert på forskjellige måter. For eksempel ble det påpekt av flere respondenter at de selv, eller noen de kjente med synsnedsettelse brukte mobilversjonen av Facebook på PC (m.facebook.com). Hensikten med en slik bruk er at mobilversjonen er mer oversiktlig og enklere å forholde seg til for de som har utfordringer med synet. Res 2 skildret hvordan den var klar over at flere bruker mobilversjonen av Facebook på PC:

*”For å si det sånn, det er en grunn til at meg og mange som meg bruker M.facebook.com og ikke vanlig Facebook, selv på desktop. Fordi det er så mye ræl, altså det er så mye, siden blir for kompleks, du klarer ikke å få oversikten på samme måten. Selv om den tekniske tilgjengeligheten tidvis sikkert er helt kurant, men du får ikke oversikten på samme måten.” (Res 2)*

Det å ha mulighet til å presentere de ulike sosiale mediene på forskjellige måter avhengig av brukerens behov illustrerer at dette er viktig. Et eksempel knyttet til dette er hvordan en respondent hadde som vane å bruke enkelte medier på nettbrett for å få forstørret opp innholdet ytterligere enn det som er mulig på mobiltelefon.

Et annet eksempel på hvordan alternativ presentasjonsmåter kan være muliggjørende kom frem i intervjuet med respondent 7. Respondent 7 fortalte hvordan endringer i funksjonalitet til det sosiale mediet Snapchat ga en ny og forbedret mulighet for å presentere videosnutter som i utgangspunktet bare kunne sees i 10 sekunder:

*”Ja, også synes jeg Snapchat ble mye enklere etter at den MyStory kom. Nei, da var det bare at de varte i de sekundene. Også var det vekk. På MyStory blir det gjerne liggende en stund. De varer jo like lenge, men du kan trykke en gang til og spille av det en gang til.” (Res 7)*

Jeg har oppsummert de muliggjørende faktorene i tabell 12 under. Det er viktig å påpeke at de muliggjørende faktorene som er beskrevet under ikke er knyttet til en spesifikk affordance, men gjelder på et generelt grunnlag for oppfattelse og aktualisering av affordances.

Tabell 12: Faktorer som kan muliggjøre aktualisering av affordances

Muliggjørende faktorer	Beskrivelse
Tilgang på hjelpemidler	Flere av respondentene med synsnedsettelse har understreket at de er helt avhengig av ulike hjelpemidler for å benytte seg av ulike sosiale medier.
Universell utforming	Analysen av dataene viser at universell utforming fremgår som en muliggjørende faktor primært for å bruke internett, men også offentlige nettsider. God universell utforming av nettsider gir et godt inntrykk blant personer med synsnedsettelse.
Fast og enkel struktur	Personer med synsnedsettelse har gitt uttrykk for at om de ulike mediene har en fast og enkel struktur så er det enklere å bruke og mer håndterlig.
Alternative presentasjonsmåter	Resultatene viser at flere respondenter på brukersiden søkte alternative presentasjonsmåter på områder hvor sosiale medier var utfordrende å bruke.

### 5.1.5 Hemmende faktorer

Hemmende faktorer er noe som er faktorer som kan hindre en aktør i å oppfatte eller aktualisere en affordance (Wahid & Sæbø, 2015). De hemmende faktorene knyttet til aktualisering og oppfattelse av ulike affordances utgjør en sentral del i denne masteroppgaven. Det er viktig å påpeke at de hemmende faktorene som er beskrevet under ikke er knyttet til en spesifikk affordance, men gjelder på et generelt grunnlag knyttet til bruk av sosiale medier blant personer med synsnedsettelse. Det er også viktig å påpeke at disse begrensende faktorene ikke nødvendigvis er gjeldene for samtlige personer med synsnedsettelse og deres bruk av sosiale medier. I dette kapitlet er det brukt bilder som jeg selv har tatt med skjermdump fra kommuner sine sosiale mediekanaler for å illustrere et funn eller et poeng. Som tidligere beskrevet i kapittel 4.3.4 Innsamling av data er det ikke bevisst eller ingen sammenheng med at bildene er tatt fra Sarpsborg, Fredrikstad eller Kristiansand kommune sine kanaler, selv om Sarpsborg og Kristiansand kommune er med i utvalget. Grunnen for at jeg har brukt disse kommunen som eksempel er fordi jeg personlig følger de i sosiale medier på grunn av min egen relasjon til kommunene.

**Synsnedsettelse i seg selv:** Sett mot bruk av sosiale medier blant personer med synsnedsettelse er synsnedsettelsen i seg selv å regne som en begrensende eller hemmende faktor. De ulike synsnedsettelsene som har variert i utvalget er beskrevet i kapittel 4.3.3, og varierer primært mellom svaksynt til blind kategori 4 på Blindeforbundet sin kategoriseringskala. Det er viktig å påpeke at denne faktoren innkapsler flere av de underliggende faktorene og fungerer derfor som en paraplyfaktor. Ingen respondenter har direkte nevnt dette som begrensning når det kommer til bruk av sosiale medier, men med

tanke på at respondentene har sagt ja til å være med i studien og fått bakgrunnsinformasjon om hva det dreier seg om så har jeg valgt å ta med denne faktoren.

**Bilder og video i innhold:** Det er ingen automatikk i at bilder og video i innhold på sosiale medier nødvendigvis hemmer eller begrenser personer med synsnedsettelse sine muligheter til å aktualisere en affordance, men det bidrar til å redusere opplevelsen på sosiale medier hvis det ikke kan bli tolket. Det første flere respondenter påpekte da de ble spurt om utfordringer knyttet til bruk av sosiale medier var nettopp visuelt innhold og primært bilder. Mye av utfordringene var knyttet til det å kunne tolke bildet i seg selv, men også tolking av bilder og video via bildetekst. Det kommer frem blant respondentene at mange er dårlige til å benytte seg av bildetekst på innhold i sosiale medier og at dette gjør innholdet veldig vanskelig å tolke. Noen respondenter har påpekt at de ville følt seg mer inkludert på sosiale medier hvis bildebruken ble mer tilrettelagt eller at fokuset blir flyttet fra i hovedsak bilder og video til mer tekstlig innhold. Blant noen av respondentene kom det også frem at smilefjes i sosiale medier er en uting, blant annet fordi at enkelte skjermlesere som ikke klarer å tolke dette og det oppstår derfor utfordringer til å få med seg selve meningen i innholdet som publiseres. I tillegg til bilder og video er smilefjes generelt vanskelig å tolke blant personer med synsnedsettelse.

Respondent 1 beskriver hvordan smilefjes oppfattes via skjermleser:

*”Jeg får også for eksempel ikke smilefjes på chattinga. Jeg får bare en masse sånne tomme bokser. Jeg må gjette. Enten så har jeg fått et smilefjes nå, eller så er de sinte. Jeg bare antar at alle er glad jeg.”* (Res 1)

Enkelte respondenter har også konsekvent valgt å ikke bruke medier som utelukkende baserer seg på bilder og video da dette er tilnærmet umulig å oppfatte. Dette har vært en trend hos de respondentene med de sterkt hemmet syn (blind kategori 4). Respondent 2 bekrefter også dette:

*”Det er veldig enkelt med de jeg ikke bruker. For det jeg ser ikke nok av innholdet til å få det med meg rett og slett. Altså, Instagram, det er bildebasert. Jeg klarer ikke å få med meg bildene.”* (Res 2)

Det har også kommet frem at enkelte med synsnedsettelse baserer seg på å få hjelp fra andre for å tolke innhold som består av bilder, og som eventuelt også er dårlig beskrevet med tekst:

*”Det å få en tekst som forklarer bildene, jeg likte den altså. Det var jo din idé da. Men altså det hadde gjort det enklere for meg. For da hadde jeg sluppet å spurt min partner om hva det bildet her er. Det er veldig greit at de tagger bilder også.”* (Res 1)

Gjennom perioden studien har pågått har jeg også samlet eksempler gjennom kommuners bruk av sosiale medier som kan være med å illustrere hvordan praksisen er i dag og hvordan dette underbygger utfordringene som eksisterer blant brukerne. I figur 11 vises et eksempel på hvordan Sarpsborg kommune bruker smilefjes i sin Facebook-post som vil være vanskelig for flere personer med synsnedsettelse å tolke, både med og uten bruk av hjelpemidler. Dette smilefjeset er ikke direkte lagt inn i tekst, men inngår som en del av Facebook sine muligheter til å presentere hvordan følelser den som publiserer har.



Figur 11: Sarpsborg kommune og bruk av smiley (skjermdump)

Også bruk av tekstlige bilder har fremstått som en hemmende faktor blant enkelte respondenter. Med det menes tekst som er direkte integrert i bilder. Slik type innhold i sosiale medier er helt umulig for skjermlesere å tolke i utgangspunktet, med mindre tilleggsværktøy som OCR-lesere blir tatt i bruk. Under i figur 12 er det vist et eksempel på hvordan Kristiansand kommune har valgt å integrere tekst i et bilde, og at dette eksempelet ville spesielt vært vanskelig å tolke med en skjermleser:



Figur 12: Kristiansand kommune og bruk av integrert tekst i bilder (skjermdump)

Som beskrevet tidligere er det hemmende at bilder og bildebasert innhold ikke er beskrevet i tekst. Under er et eksempel fra sosiale medier som eksemplifiserer hvordan dette gjøres av kommuner og dette er med på å skape utfordringer blant personer med synsnedsettelse. Bildet i figur 13 ble publisert uten en beskrivende tekst, men en annen tekst som gjerne kan bidra til mer forvirring for brukergruppen fordi den ikke er beskrivende:





Figur 13: Fredrikstad kommune og ikke beskrivende tekst (skjermdump)

Figur 14 viser innhold som tydelig er krysspublisert fra nettsider til sosiale medier. Det finnes også annet type innhold som blir krysspublisert som også vises med bilder. I eksempelet som vises i figur 14 under linkes det fra en kommune sin Facebook-side til en nyhetssak på kommunen sine nettsider. Dette er også et eksempel på en krysspublisering mellom sosiale medier og offisielle nettsider. Det er ikke lagt til noen beskrivende tekst og personer med nedsatt syn vil sanse et bilde uten dype detaljer, og skjermleser vil kun lese opp en nettsideadresse:



Figur 14: Kristiansand kommune og krysspublisering (skjermdump)

**Hjelpemidler som ikke fungerer eller som er vanskelig å bruke:** Blant personer med synsnedsettelser oppleves det som hemmende at et hjelpemiddel ikke er tilgjengelig eller at de er vanskelig å bruke. Noen respondenter har påpekt utfordringer med tjenesten Instagram som utelukkende baserer seg på publisering av bilde og video. For brukere som ikke benytter seg

av dedikerte hjelpemiddelpakker bruker noen integrerte verktøy i operativsystemet til enheten mediet vises på. En begrensning kan for eksempel være bruk av Instagram på mobile enheter. Dette mediet har sperrer i applikasjonen som hindrer brukere i å blåse opp bilder, noe som kan gjøre det utfordrende for personer med synsnedsettelse å få med seg innholdet. Videre har det også kommet frem at dedikerte hjelpemiddelpakker og tilgjengelighetsvare kan være vanskelig å bruke, samt at de har en tendens til å slutte å fungere når det brukes mot ulike tjenester. Spesielt er pakken ZoomText til PC nevnt. Noen av respondenter fortalte at de selv har valgt å ikke bruke pakken fordi de ikke har kunnskap nok til å bruke den, men også fordi det er krevende å komme i gang med hjelpemiddelet. Samtidig er det en del krav til oppsett i programvare og operativsystem på PC for å ta det i bruk, for eksempel spesifikke versjoner av nettlesere og Windows.

Respondent 7 er en av de som er av den oppfattelse av at ZoomText er vanskelig å bruke:

*”Jeg synes det blir alt for uoversiktlig. Det er mange år siden jeg har giddet å bruke den.”*  
(Res 7)

Respondent 1 fortalte, både under intervju og observasjon hvordan hjelpemiddelpakken ZoomText hadde kompatibilitetsproblemer:

*”En annen stor utfordring er når ZoomText, som er det software-programmet jeg bruker, ikke vil samarbeide med nettleseren.”* (Res 1)

**Store informasjonsmengder:** En hemmende faktor blant flere av respondentene med synsnedsettelse er store informasjonsmengder. Et særegent element med sosiale medier er at det hele tiden publiseres mye informasjon i ulike former, og en slik informasjonsoverflod kan være vanskelig å håndtere for brukergruppen. Når synet i utgangspunktet er begrenset vil det derfor kreve mer å få med seg store mengder informasjon. At informasjon blir presentert i store mengder kan skape problemer. Det er dog viktig å nevne at respondenter er klar over at mye av informasjonen kan bli redusert ved at de er selektive på hva de velger å følge og bruke tid på. Det har også vist seg at store informasjonsmengder kan være vanskelig å håndtere for de som bruker hjelpemiddelpakken ZoomText:

*”For meg og spesielt innenfor mine grupper, om det skjer veldig mye om gangen så er det veldig vanskelig å henge med på hva som skjer. Plutselig har det skjedd masse så klarer ikke jeg og å få med meg når ting skjer, så må jeg lete meg frem og det har jeg problemer med. Programmet mitt er rett og slett ikke godt nok til å finne hvis det skjer for mye om gangen.”*  
(Res 1)

Flere respondenten var også av den oppfatning av at det forekommer en del støy i sosiale medier. Dette kan være både irrelevant informasjon, men også reklameannonser og lignende. Blant annet var respondent 2 av denne oppfatningen og svarte dette i forbindelse med et spørsmål om å følge kommuner i sosiale medier:

*”Jeg følger ikke faktisk kommunen på mediene. Men jeg følger en del politiske partier. Men det de skriver jo ganske mye, så de overskygger kanskje noe av det som kommer i feeden av jobbrelaterte ting. Så det blir nok å «un-followe» en del av det.” (Res 2)*

**Dårlig kvalitet på innhold:** Dårlig kvalitet på innhold har fremstått som en hemmende faktor. Denne faktoren inneholder flere forskjellige aspekter. Det fremgår i resultatene at innhold bør ha en viss kvalitet for at det skal være forståelig for personer med synsnedsettelse. Blant flere respondenter er det kommet frem at bruk av riktige kontraster og skrifttyper på innhold er viktig. Enkelte relaterer sin opplevelse av dårlig kvalitet på innhold til offentlige instanser sine nettsteder, og har fortalt at god kontrast er viktig. Flere av respondentene har vært av den oppfatning at enkelte medier er dårlige på kontraster og bruker dårlige skrifttyper, og at dette kan være vanskeligere å lese om brukeren ikke benytter seg av hjelpemidler som for eksempel skjermleser. Bruk av bilder er presentert som en hemmende faktor, men knyttet til kvalitet på innhold er også flere respondenter av den oppfatning at god kvalitet på bilder er viktig. Det fremgår av resultatene at bilder som er ”dårlige” eller er av ”dårlig kvalitet” kan være vanskeligere å oppfatte og tolke blant personer med synsnedsettelse.

Respondent 7 hadde følgende beskrivelse av utfordringer knyttet til dårlig kvalitet på bilder:

*”Bilder må nesten bare være som de er. Jeg skjønner at du spør. Men man kan jo se at enkelte bilder er dårlige kvalitet på enn andre. Det merker man jo. Hvis det er veldig uklart eller langt unna eller noe.” (Res 7)*

I figur 15 under vises et eksempel på hvordan ”uklare bilder” respondent 7 over har påpekt. Bildet har en type gråtone over seg og det fremstår som at det er lagt et filter over. For øvrig har heller ikke bildet blitt publisert med relatert og beskrivende bildetekst:



Figur 15: Sarpsborg kommune og bilde med filter

**Dårlig eller manglende struktur:** Om innhold som blir presentert på et sosialt media eller om brukergrensesnittet i seg selv har dårlig eller manglende struktur kan det oppleves som hemmende og gi en dårlig bruksopplevelse blant personer med synsnedsettelse. Dette er med på å gi mindre oversikt over hva som foregår i mediet, og mediet i seg selv kan være vanskelig å håndtere. Flere respondenter på brukersiden har, som tidligere påpekt, tatt i bruk mobilversjonen til Facebook på sin PC, hvor hovedargumentet er en mer fast og enklere struktur. Respondent 7 var også av den oppfatning at struktur er viktig, og tenkte spesielt på de som er helt blinde eller de som bruker skjermlesere:

*”Nå kan ikke jeg si så mye på bakgrunn av folk som bruker ulike hjelpemidler, men helt blinde bruker jo tale. Og da vet jeg jo at det er veldig viktig at det er oversiktlig, og at det er enkelt å navigere mellom ulike elementer slik at talen ikke begynner å lese alt mulig annet rart. Men det at det er oversiktlig er jo viktig for oss svaksynte også. At ikke alt ligger i et eneste virrvarr.” (Res 7)*

Struktur på innhold er også viktig. Et eksempel er bruk av PDF-filer. Blant annet gjennom observasjonen av respondent 1 kom det frem at skjermleseren ikke klarte å tolke PDF-filer og at respondenten måtte benytte seg av en tredjeparts OCR-leser for å få tolket noe av innholdet, men det var ikke sikkert at leseren klarte å tolke PDF-filen riktig.

Respondent 2 hadde sine opplevelser med PDF-filer:

*”PDF-er er en greie for seg selv. Jeg får opp at det er en PDF fil og jeg kan laste den ned og se på den sånn sett, men PDF-er er veldig lite leselig i seg selv. Man kan lage så godt opptagget PDF-er og slik, men det er veldig mange som ikke sitter med gode nok lesere for å forstå. Apple-verdenen for synshemmede er ikke glad i PDF-er. Fordi man nesten ikke, altså, man kan lese PDF-er, men man kan typisk bare navigere på sidenivå. Man kan ikke hoppe fra paragrafer og overskrift. Man får ikke bruk noen av de taggene man kan legge på. PDF-er er generelt en kinkig sak.” (Res 2)*

I et oppfølgingsspørsmål til samme respondent om hvordan det offentlige og for eksempel kommuner håndterer og bruker PDF-filer, både på sosiale medier og nettsteder svarte respondent 2 følgende:

*”Ja, og det gjør de i stor stil da. Det er det som er problemet. Litt også fordi jeg vet at man henter informasjon fra ulike steder, også er noe digitalt, noe er ikke digitalt, også er det på ulike plattformer. Også gjør man det så enkelt som å bare printe ut alt, også legger det man inn på hverandre, også skanner man det inn. Det er overraskende vanlig.” (Res 2)*

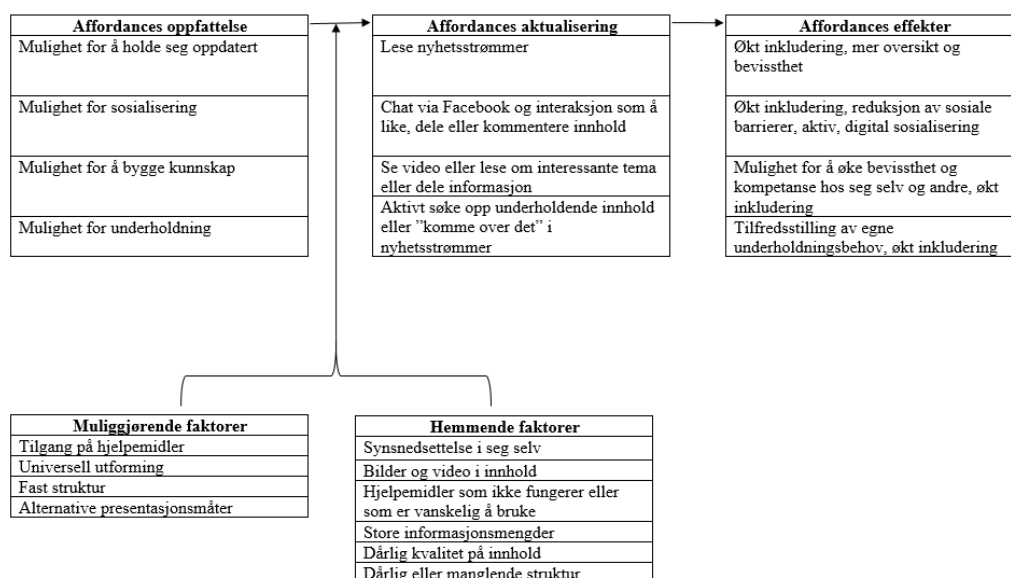
Tabell 13 under viser en oppsummering og gir en kort beskrivelse av de ulike faktorene som kan være hemmende eller begrensende for å få aktualisert en eller flere affordances:

Tabell 13: Faktorer som hemmer eller begrenser aktualisering av affordances

Hemmende faktorer	Beskrivelse
Synsnedsettelse i seg selv	Det å ha en synsnedsettelse bli regnet som en paraplyfaktor som har flere underliggende faktorer og kan være hemmende eller begrensende for bruk av sosiale medier.
Bilder og video i innhold	Bilder og video i innhold er å regne som en begrensende eller hemmende faktor i den forstand at dette kan være vanskelig å tolke og dermed reduseres den helhetlige opplevelsen av å bruke sosiale medier blant personer med synsnedsettelser. Dette gjelder også smilefjes.
Hjelpemidler som ikke fungerer eller som er vanskelig å bruke	Hos enkelte respondenter ble det påpekt at hjelpemiddelet ZoomText ofte var vanskelig å bruke, samt at det ofte var lite kompatibelt med ulike løsninger. Samtidig har ikke alle media støtte for forstøringshjelp som er integrert i operativsystem.
Store informasjonsmengder	Større informasjonsmengder kan virke begrensende og være vanskelig å oppfatte og håndtere.
Dårlig kvalitet på innhold	Kontraster, fonttyper, kvalitet på bilder.
Dårlig eller manglende struktur	Dårlig struktur, både på innhold og grensesnitt gir mindre oversikt og gjør mediet vanskeligere å håndtere.

## 5.2 Oppsummering av viktige funn blant personer med synsnedsettelser

Forrige kapittel var en presentasjon av resultater fra intervjuer av personer med synsnedsettelser som ble identifisert med Affordance Theory. I figur 16 under har jeg oppsummert de ulike elementene og satt det sammen i henhold til rammeverket i Affordance Theory og figuren kan bidra til å gi en helhetsforståelse av hvordan personer med synsnedsettelser oppfatter og bruker sosiale medier. Dette oppsettet svarer til den teoretiske definisjonen av Affordance Theory (presentert i kapittel 3) og er basert, og inspirert av Wahid og Sæbø (2015) og Pozzi et al. (2014) sine fremstillinger av de teoretiske komponentene.

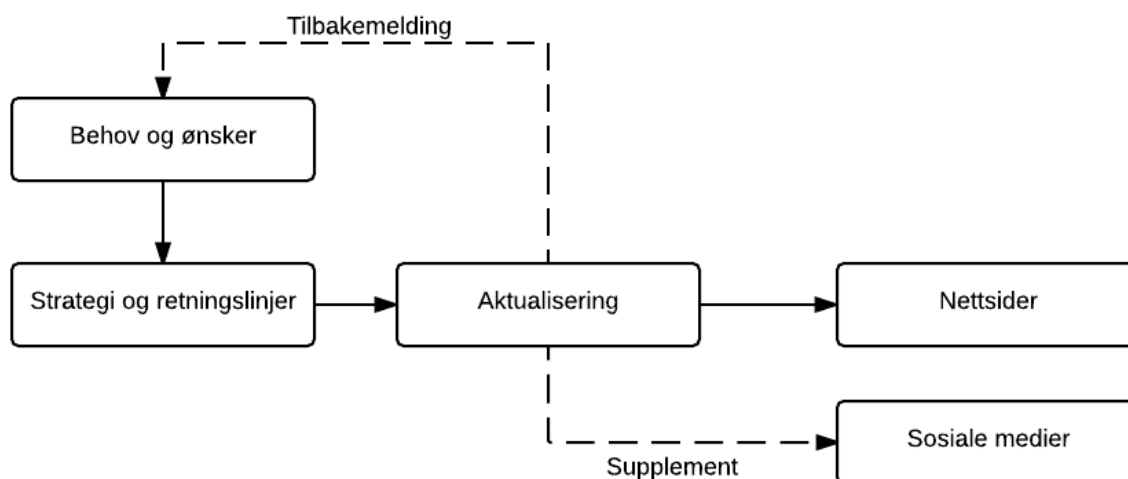


Figur 16: Oppsummering av affordances

Som figur 16 over viser har jeg identifisert 4 praktiske affordances som blir oppfattet gjennom sosiale medier av personer med synsnedsettelse. Dette er mulighet til å holde seg oppdatert, til å sosialisere seg, til å bygge kunnskap eller mulighet for underholdning. Disse oppfattede affordancene blir realisert eller aktualisert gjennom for eksempel å lese nyhetsstrømmer eller bruke chatfunksjon på Facebook. Ved å aktualisere de oppfattede affordancene oppleves noen effekter hos brukeren. Et eksempel på slike effekter er økt inkludering og reduksjon av sosiale barrierer. Prosessen med å aktualisere affordancene kan bli muliggjort av noen faktorer. For eksempel bruk av sentrale hjelpemidler eller at innholdet har en fast struktur. På den andre siden er det faktorer som kan hemme eller begrense aktualisering. For å eksemplifisere dette kan en hemmende eller begrensende faktor være at innhold som publiseres i sosiale medier består av bilder eller video eller at informasjonsmengder blir for store å håndtere for brukeren.

### 5.3 Norske kommuners praksis knyttet til sosiale medier

Intervjuer av et utvalg kommuner i Norge ble gjennomført med hensikt om å få en forståelse av kommuner sine praksiser relatert til sosiale medier, og eventuelt kommuner sin bevissthet rundt brukermangfold og personer med synsnedsettelse. Det har ikke vært intensjon om å identifisere ulike affordances blant kommuner, og det har heller ikke vært like tydelig i intervjudata. Etter en gjennomgang av intervjudata fra to norske kommuner har jeg fått en helhetlig forståelse av hvordan sosiale medier blir brukt i kommuner. Jeg også fått en forståelse og tolket hvordan kommuner tar i bruk sosiale medier. Denne tolkningen er illustrert i figur 17 under og avsnittene som kommer etter figuren bygger på denne illustrasjonen. Kort oppsummert har kommunen noen behov som forankres i strategier og retningslinjer. Deretter gjør kommunen noe i praksis, og når ut på enten sosiale medier eller offisielle nettsider. Kommunen kan også få tilbakemelding, enten internt eller eksternt (fra innbyggeren) og jobber ut ifra dette.



Figur 17: Kommuners bruk av sosiale medier

Som jeg har argumentert for i figuren over kan det i kommunen ligge noen behov eller ønsker til grunn for bruk av sosiale medier. Dette kan være fra innbyggerne eller kommunen selv.

For eksempel fortalte en kommune hvordan de hadde et behov og et ønske om å bli mer moderne og gå over til å skape dialog i stedet for den tradisjonelle monologen:

*”For vår del var det helt naturlig for å være en moderne kommune og ta i bruk et nytt verktøy for å snakke direkte med innbyggerne våre. Altså den tradisjonelle kommuneinformasjonen har vært veldig enveis. Og der det er kommunen som er anvender, enten det er har vært til innbyggerne med brosjyrer, egne informasjonsaviser og det kan jo ses på som litt greit nok det, men det er jo bare enveis.”* (Res 9, Sarpsborg kommune)

En kommune poengterte at det å kunne nå ut til innbyggere via for eksempel Facebook kunne gi positive gevinster eller effekter i form av bedre ressursbruk internt og bruker et eksempel med en vannlekkasje:

*”Vi kan informere at det og det området har en stor vannlekkasje er det informasjon som når direkte til veldig mange innbyggere tidlig. Det gir oss ofte færre henvendelser på vakttelefon som gjør at de som sitter med en vakt, eller vakthavende faktisk har mulighet til å utføre jobben sin.”* (Res 9, Sarpsborg kommune)

Disse behovene og ønskene blir støttet av strategier og retningslinjer for å tydeliggjøre praktisk bruk og begge kommunene som er undersøkt i denne studien har enten en overordnet kommunikasjonsstrategi eller noen retningslinjer som styrer bruk av sosiale medier:

*”Vi har retningslinjer i sosiale medier med fokus på Facebook. Det er den kanalen enheter bruker mest. Retningslinjene kom i stand etter påtrykk fra enheter for en tid tilbake, da det var en del usikkerhet rundt hvordan vi kan bruke kanalene.”* (Res 8, Kristiansand kommune)

Når det først er noen tydelige behov og ønsker, samt at dette er støttet opp med ulike strategier og retningslinjer setter kommunene sine ideer ut i praksis med å aktualisere. Å aktualisere vil si at noe gjøres. Hva en kommune gjør avhenger fra kommune til kommune, men tyngden ligger på det å holde innbyggerne oppdatert i form av å publisere relevante nyhetssaker og informasjon om andre tema som kan være relevant for innbyggerne på sosiale medier. Noen kommuner er også opptatt av å ha en jobbprofil på LinkedIn og aktiv lyse ut enkelte stillinger på dette mediet. På Twitter er også hensikten noe av det samme som på Facebook og tyngden ligger på å holde en målgruppe oppdatert med viktige nyheter eller informasjon om ulike emner. Begge kommunene i denne studien har gitt uttrykk for at de tar tilbakemeldinger i betraktning. Dette kan være fra andre offentlige instanser, i organisasjonen internt eller fra innbyggeren selv. Dette handler om at kommuner ser på det de gjør på sosiale medier i praksis, og om kommunen får tilbakemeldinger på noe av arbeidet kan kommunen ta dette til etterretning. Et eksempel på dette er hvordan Sarpsborg kommune prøver å etterleve tips som foreslås av andre instanser:

*«Vi har fått bøker og vi har fått også fra departementene, og vi har også sett på hva Difi har kommet med og vi har forsøkt å etterlevd det og ha det i bakholdet. Både når vi driver kanalene i det daglige, men også litt sånn i strategiarbeidet»* (Res 9, Sarpsborg kommune)

Det som er viktig å understreke er at det kommer frem at sosiale medier fungerer som en supplerende kommunikasjon- og informasjonskanal i kommunene. All offentlig og offisiell informasjon skal primært kommuniseres via nettsidene til kommunen og for eksempel Facebook blir et supplement til dette. Sarpsborg kommune bekrefter også dette:

*”Bare sånn for å ha sagt det: Altså kommunen nettsider, Sarpsborg.com, er vår absolutte hovedside. Det er der du skal finne alt det du trenger. Altså alle andre kanaler er trossalt bare supplementer.” (Res 9, Sarpsborg kommune)*

Kristiansand kommune er av en lignende oppfatning:

*”Det er jo i hovedsak en tilleggskanal. Facebook er en tilleggskanal. Hvor vi i hovedsak formidler nyhetsaker fra vår egen nettside.” (Res 8, Kristiansand kommune)*

Sett i sammenheng med praktisk bruk av sosiale medier som et supplement viser datamaterialet at innhold i sosiale medier kan være noe andreledes enn det som publiseres på for eksempel nettsider. Resultatene tyder derfor på at det finnes en variasjon i innhold som blir publisert på de ulike kanalene. Kommunene viser spesielt til bruk av Facebook og understreker at det eksisterer en egen, mer uformell sjargong på Facebook som en kommune bør forholde seg til. En kommune er også bevisst på at en sjargong kan være lokal og ikke nødvendigvis passe over alt:

*”Jeg er ikke sikker på at vår sjargong i Sarpsborg nødvendigvis vil treffe for Bærum kommune. Og motsatt. Eller for en kommune på Vestlandet. Altså du må finne din lokale sjargong og dine lokale uttrykk og form og tone.” (Res 9, Sarpsborg kommune)*

Under i figur 18 er et eksempel fra Sarpsborg kommune sin Instagram-kanal, og hvordan de har publisert innhold som utelukkende spiller på en egen sjargong i Sarpsborg, og hvor innholdet er basert på noe «folk fra Sarpsborg» stort sett kjenner til.



Figur 18: Eksempel på lokal sjargong

Resultatene har vist at kommuner er opptatte av å bli bedre på sosiale medier, og det tyder på at kommuner kan oppleve en form for modning over tid når det kommer til bruk av sosiale



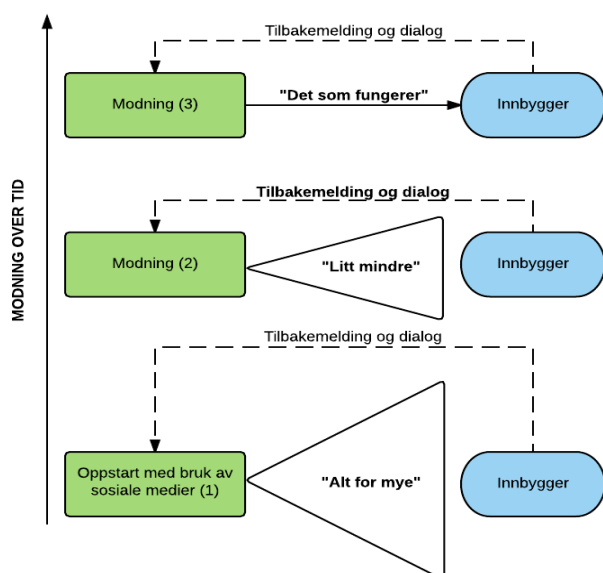
medier. Sarpsborg kommune ble for eksempel spurt om de tilpasser og styrer noe av det som blir publisert i sosiale medier:

*”Ja, definitivt. Og om det er relevant. Veldig ofte så må man jo si nei. Spesielt var vel det mer i starten hvor veldig mange kanskje trodde at alt skulle gå på Facebook og at alt var mulig der, men etter hvert så ser vi jo hva er det som fungerer og hva er det som treffer for å si det sann.” (Res 9, Sarpsborg kommune)*

Også Kristiansand kommune er opptatt av det å tydeliggjøre hva som skal gjøres og jobbe mot en bedre praksis:

*”Så det kan være mange ting rundt Facebook-engasjement vi trenger å øke kunnskapen og bevisstheten rundt. Det gjelder både hva vi har lov til som kommune og som ansatt, redaktøransvar, roller, drift og hva slags konvensjoner som gjelder på Facebook. Vi ønsker ikke å detaljstyre folk i forhold til hva de gjør og ikke gjør, men hjelpe dem til å bruke kanalene på en god måte.” (Res 8, Kristiansand kommune)*

Resultatene over har pekt på at kommuner er bevisste på at bruk av sosiale medier er en modningsprosess. Jeg har i figur 19 under fremstilt hvordan jeg tolker denne oppfatningen: Kommunene starter sin bruk av sosiale medier og prøver ut ulike publiseringsstrategier i praksis. Kommuner kan basert på dette få en tilbakemelding fra innbyggerne som kommunen selv tar i betraktning. Når kommunen aktivt tar imot tilbakemeldinger og jobber med kontinuerlig forbedring er dette en form for modning. Dette fortsetter helt til kommunen når øverste modningsnivå og har funnet en arbeidsform og publiseringsstrategi som treffer målgruppen på riktig måte («det som fungerer»). Samtidig er det rom for diskusjon om hvorvidt økt modenhet automatisk gjør at en praksis blir bedre, men modellen viser hvordan kommuner selv tolker det å bli bedre over tid:



Figur 19: Kommuner og modenhet i sosiale medier

### 5.3.1 Kommuners oppfattelse av utfordringer og tilpasninger av sosiale medier for personer med synsnedsettelse

Resultatene viser at flere kommuner er bevisste på at det er variasjon i ulike brukergrupper og at det må bli tatt i betraktning. Kommunene er også bevisste på at det finnes brukere av sosiale medier som har synsnedsettelse. Kommunene er også bevisste på at det er lite de kan gjøre med det tekniske oppsettet på sosiale medier. Dette blir av kommunene selv begrunnet med at kommunene har valgt å ta i bruk en digitale kommunikasjonsverktøy fra en tredjepart, og at det er lite de kan gjøre for å tilpasse et rammeverk og en løsning som allerede er definert av denne tredjeparten:

*”Jeg skulle gjerne ønske at vi hadde hatt mulighet til å påvirke litt mer på design i ulike sosiale mediekkanaler. Men det er jo trossalt verktøy vi tar i bruk som andre har laget. Og det får vi liksom ikke gjort så veldig mye med. Men man kan jo legge noe til rette, ja, på beskrivelser og ikke minst språk.”* (Res 9, Sarpsborg kommune).

Kristiansand kommune er også bevisste på at det er lite man kan gjøre med designet og utformingen på de ulike sosiale mediene, på tross at de er klar over at de har et ansvar knyttet til tilpasning av sosiale medier:

*”Som kommune skal vi tilrettelegge for alle, så det er et hensyn vi må ta. Men så er det praksisen da. Hvor flinke er vi på å få det til. Når det gjelder nett generelt og sosiale medier spesielt så kan det være aktuelt å ha med en brukergruppe med tanke på forbedringer. Samtidig er det vanskelig å vite hva vi faktisk kan gjøre innenfor tredjepartsverktøy som sosiale medier er. Vi har ikke så mye kontroll, så her trenger vi nok bistand.”* (Res 8, Kristiansand kommune)

Sitatene over viser at kommunene er villige til å ta grep for å tilrettelegge, men har ikke mulighet til påvirke brukergrensesnittet i de ulike mediene. Kommuner jobber med tilrettelegging og tilpasning av sosiale medier på en måte som er praktisk mulig, kontra det å jobbe med å få tilpasset og endret et allerede definert design. Resultatene viser at bevissthet er et sentralt element hos kommunene. Dette er bevissthet om det brukermangfoldet som eksisterer blant innbyggerne hvor personer med synsnedsettelse er en del av dette mangfoldet. Det er også en bevissthet om universell utforming i kommunene. Intervjuene viser at kommunene er opptatt av universell utforming og de ønsker å ta universell utforming i betraktning i sin bruk av sosiale medier. I begge kommunene var det fokus på publisere innhold i sosiale medier som er enkelt for innbyggerne å forstå. For å få til dette er kommunene opptatt av å bruke et enkelt og tydelig språk i sosiale medier som sitt bidrag til en god utforming:

*«Vi på kommunikasjon er veldig opptatt og bevisste på det. Vi har snakka om universell utforming i mange år når det gjelder nettsider. Både når det gjelder den tekniske biten og ikke minst innholdet, at tjenesteinformasjonen er forståelig for innbyggere flest. Vi skal skrive så enkelt og lettfattelig som mulig uten at det går på bekostning av presisjon. Og ha brukeren i sentrum hele veien.»* (Res 8, Kristiansand kommune)

Sarpsborg kommune har i tillegg vært med i et prosjekt kalt «Klart språk» og har jobbet mot å ta i bruk denne praksisen på sine sosiale mediekkanaler:

*«Vi har jo i Sarpsborg kommune vært først med i et forprosjekt i regi av KS, og Språkrådet. Altså, Språkrådet og Difi har jo kjørt språkarbeid i staten. Og nå har det heldigvis, endelig kommet til kommunene. Det heter Klart Språk. Veldig kort oppsummert handler det om å bytte ut noen av de verste faguttrykkene som veldig få mottakere forstår, også rett og slett bruke et språk som innbyggere også bruker. Det passer vi på å være veldig bevisste på at vi bruker i de sosiale mediekanalene våre.» (Res 9, Sarpsborg kommune)*

Riktig bruk av ressurser står også sentralt. Sarpsborg kommune er opptatt av å bruke ressurser på å bistå personer med synsnedsettelse og innbyggere med funksjonshemninger i bruk av kommunens tjenester. Dette er ikke nødvendigvis knyttet til sosiale medier, men funnet illustrerer en god praksis og en smart måte å tenke på. Kommunen peker på at det er visse gevinster som den kan oppnå ved å ta i bruk gode, digitale løsninger ut mot innbyggerne. Kommunen er opptatt av at tjenestene skal være så godt utformet at innbyggerne selv skal klare å ta i bruk tjenesten. Gevinsten med å ha så gode og intuitive løsninger at innbyggeren klarer å ta det i bruk på egenhånd er at kommunen kan allokere sine ressurser på en bedre måte og bruke ressurser på å hjelpe innbyggere med særskilte behov:

*”Vi ønsker jo her å ta i bruk nye digitale løsninger som gjør at innbyggere kan klare seg selv. Som for eksempel å lese opp informasjon og levere en søknad elektronisk om barnehageplass for eksempel, uten at du må printe ut et papirskjema, du må oppsøke et postkontor eller levere den fysisk i rådhuset. Den kan du levere elektronisk. Og for de som av ulike grupper helt vet hvordan de gjør det eller klarer å få det til, enten det er språkbarrierer eller fysiske barrierer, og da har vi som følge av at de fleste klarer å håndtere dette selv, så har vi faktisk bedre tid og mulighet til å ta oss av de som faktisk ber om hjelp og trenger å få hjelp.” (Res 9, Sarpsborg kommune)*



## 6 Diskusjon

I denne studien har jeg sett på hvordan personer med synsnedsettelse bruker og oppfatter sosiale medier og jeg har identifisert faktorer som muliggjør, begrenser eller hemmer slik bruk. På bakgrunn av problemstillingen foreslår jeg hva kommuner kan lære av dette. Argumentet for at kommuner har et behov for denne innsikten er basert på konklusjonene om at norske kommuner ikke tilfredsstillt krav til universell utforming i sosiale medier, spesielt på Facebook (I all offentlighet, 2015, 2016). Diskusjonen er strukturert i kapitler som er basert på komponenter fra Affordance Theory. I hvert delkapittel som går under muliggjørende og hemmende faktorer vil det helt til slutt bli presentert en viktig lærdom. Viktig lærdom oppsummerer hva kommuner kan lære av resultatene og det som jeg har diskutert. Samtidig vil jeg foreslå praktiske tiltak og grep som kan være til hjelp innenfor hver lærdom.

### 6.1 Affordances og personer med synsnedsettelse

Jeg identifiserte 4 ulike affordances i form av praktiske egenskaper på sosiale medier: Mulighet til å holde seg oppdatert, mulighet for sosialisering, mulighet for kunnskapsbygging og mulighet for underholdning. I et affordance-perspektiv kan disse egenskapene bidra en forståelse av hvorfor sosiale medier blir brukt og hvilke oppfatninger personer med synsnedsettelse har om bruk. Jeg har kun identifisert affordances blant personer med synsnedsettelse og ikke sammenlignet dette med tidligere studier eller mot hvordan personer uten synsnedsettelse oppfatter sosiale medier. Det er en sannsynlighet for at oppfattede affordances kan se annerledes ut hos personer med synsnedsettelse kontra de som ikke har synsnedsettelse, og jeg kan ikke ut i fra mitt utvalg og mine resultater med sikkerhet konkludere at dette er tilfellet. Det er viktig å være klar over at det kan være likheter eller ulikheter i hvordan ulike funksjonsgrupper oppfatter sosiale medier.

Egenskapene kan ikke fortelle hva som påvirker bruk. Som det fremgår i teorigrunnlaget kan oppdagelsen av ulike affordances muliggjøre en handling (Strong et al., 2014), og en aktør handler når den velger å aktualisere denne affordansen med å gjøre noe i praksis (Pozzi et al., 2014). Jeg har en oppfatning av at disse affordansene i utgangspunktet eksisterer og "ligger der", noe som er i tråd med tidligere studier: Affordances eksisterer i utgangspunktet, men at det avhenger om aktøren har nok informasjon til å oppfatte dette eller ikke (Gibson, 1979). En slik oppfatning av eksistensen til affordances er en del av en større diskusjon og er et tema som er foreslått til videre forskning (se kapittel 7.3). Jeg argumenter for at de ulike egenskapene alltid eksisterer, men variasjonen ligger i hvordan og hvorfor personer med synsnedsettelse velger å aktualisere affordances. Videre har identifikasjonen av de ulike egenskapene vært veldig praktisk rettet, men det er viktig å påpeke at det ikke er noen automatikk i at det gjøres en handling blant personer med synsnedsettelse. Mennesker er forskjellige og har forskjellige behov og handler deretter, også personer med synsnedsettelse på sosiale medier. Dette er i tråd med tidligere forskning, og det er konkludert med at det ikke er gitt at en handling utføres selv om muligheten er der (Chemero, 2003).

Deling av informasjon er ikke identifisert som en egen affordance. Resultatene har pekt mot at det å dele informasjon i seg selv ikke står like høyt i seg selv blant personer med synsnedsettelse, men at deling av informasjon gjennom sosiale medier har vist seg å være en underliggende egenskap i andre affordances. Et eksempel på dette er oppfatningen at sosiale medier kan brukes til kunnskapsbygging, både hos seg selv og andre. For å bygge kunnskap hos andre vil det kreve at aktøren deler en form for informasjon. Dette er et eksempel som illustrerer en sekvensiell affordance, det vil si en affordance som kommer etter en annen affordance i tid basert på noe som er gjort tidligere (Gaver, 1991).

## 6.2 Muliggjørende faktorer

Jeg har gjennom det teoretiske grunnlaget tolket muliggjørende faktorer som noe som muliggjør aktualisering av en affordance (Strong et al., 2014; Wahid & Sæbø, 2015). Gjennom resultatene har jeg identifisert 4 muliggjørende faktorer som muliggjør aktualisering av affordances: Tilgang på hjelpemidler, universell utforming, fast struktur og alternative presentasjonsmåter. I min forskningskontekst er disse faktorene med på å muliggjøre aktualisering av affordances knyttet til sosiale medier blant personer med synsnedsettelse. Jeg argumenterer for at disse faktorene påvirker praktisk bruk av sosiale medier.

Først kan det diskuteres hvorvidt disse faktorene er avgjørende for at personer med synsnedsettelse kan ta i bruk sosiale medier. Resultatene tyder på at dette er faktorer som er med på hjelper aktøren, det vil si en person med synsnedsettelse i å aktualisere en affordance eller muligheter til å gjøre handling basert på en oppfattet affordance. Dette er også i tråd med tidligere forskning som har tatt i bruk Affordance Theory som et teoretisk analyserammeverk (Wahid & Sæbø, 2015). Med utgangspunkt i dette perspektivet kan jeg forsiktig konkludere med at bruk av sosiale medier kan bli utfordrende eller umulig hvis en eller flere av de muliggjørende faktorene ikke er til stede.

Under vil de forskjellige muliggjørende faktorene bli videre diskutert hver for seg. Det er viktig å påpeke at jeg ikke identifiserte kompetanse eller IT-ferdigheter som muliggjørende faktorer, selv om dette blant annet ble gjort i en tidligere studie knyttet til bruk av sosiale medier (Wahid & Sæbø, 2015). Det at kompetanse og IT-ferdigheter ikke kunne bli identifisert som egne faktorer kan forklares med at utvalget på brukersiden i utgangspunktet er «godt rustet» for bruk av sosiale medier i og med at samtlige kan kategoriseres som «digital natives», og ikke «digital immigrants» som ofte blir brukt om den eldre generasjonen (Prensky, 2001).

### 6.2.1 Tilgang på hjelpemidler

Ut ifra perspektivet om at muliggjørende faktorer muliggjør aktualisering av en affordance (Wahid & Sæbø, 2015) kan på en side oppleves som en mangel blant personer med synsnedsettelse om de muliggjørende faktorene ikke er til stede. Det som er noe interessant er at dette ikke nødvendigvis gjeldene for alle. Et eksempel på dette er tilgang på hjelpemidler, som er identifisert som en muliggjørende faktor. Med et utgangspunkt i en person hvor synet kan plasseres i blind kategori 3 eller 4 (Norges Blindforbund, s.a.b) er synet sterkt begrenset. Det å ta i bruk hjelpemidler for å bruke sosiale medier for denne

personen vil være helt avgjørende for å i det heletatt få noe utbytte av sosiale medier, men resultatene viser lat det ikke alltid er tilfellet. Et eksempel på dette er en av respondentene som hadde et estimert syn på 10-15% og kan bli plassert et sted mellom blind kategori 2-3 (Blindeforbundet, s.a.b). Jeg hadde før intervjuet gjort noen antagelser på at denne personen brukte ulike hjelpemidler for å bruke sosiale medier. Etter gjennomgang av dataene viste det seg at personen ikke benyttet noen dedikerte hjelpemidler, og tvert imot opplevde få utfordringer med bruk av sosiale medier. Selv om personen ikke eksplisitt fortalte at den tok i bruk hjelpemidler kom det frem at personen brukte zoomfunksjonalitet innebygd i operativsystemet på sin enhet. Å ta i bruk innebygd funksjonalitet for å bistå en eller annen aktivitet kan derfor kategoriseres som et hjelpemiddel (Keller et al., 2001). Det som gjør akkurat dette interessant er at hjelpemidler kan være sentralt blant personer med synsnedsettelse når de skal ta i bruk sosiale medier, selv om enkelte kanskje ikke er klar over at de faktisk bruker hjelpemidler.

Det er noe variasjon i hvilke hjelpemidler som blir tatt i bruk blant personer med synsnedsettelse. Jeg har tolket denne variasjonen som noe som er avhengig av type og grad av synsnedsettelse. Resultatene peker mot at de som er hardest rammet av en synsnedsettelse bruker flest hjelpemidler, og spesielt talesyntese er brukt blant de som er hardt rammet. Generelt sett ligger variasjonen i bruk av hjelpemidler mellom typiske verktøy som leser opp tekst på skjerm i form av talesyntese, hjelpemidler som tilpasser hvordan informasjon presenteres med for eksempel oppblåsing av tekst eller kontrast, eller dedikerte programvarepakker. Disse hjelpemidlene er vanlige blant personer med synsnedsettelse og er også fremhevet i tidligere forskning (Hanson, 2001; Keller et al., 2001; Oravec, 2002; Vicente & Lopez, 2010). Det er viktig å påpeke at innholdet kan bli seende annerledes ut gjennom hjelpemidler da det blir endring i form og farge i innholdet. Et annet element som har kommet frem gjennom resultatene er at ingen av respondentene med synsnedsettelse bruker punktskriftastatur (også kalt braille). I studier som tar for seg synshemninger og tilrettelegging blir dette ofte nevnt som et sentralt hjelpemiddel (Dobrinsky & Hargittai, 2006; Story, 1998), men er ikke brukt i mitt utvalg. Jeg argumenterer for at dette kan bli forklart med at hjelpemidler har blitt bedre og brukeren foretrekker andre hjelpemidler. Jeg har antatt at punktskrift blir brukt blant personer som er helt blinde og som er kategorisert som totalt blind på Norges Blindeforbund (s.a.b) sin skala. Det har vist seg at enkelte har hatt erfaringer med punktskrift, selv om de ikke er kategorisert som totalt blind på Norges Blindeforbund (s.a.b) sin skala. Disse personene hadde selv valgt å ikke bruke punktskrift da andre hjelpemidler dekket deres behov eller at det var mangel på opplæring og trening i bruk av punktskrift. Ingen av respondentene med erfaring fra punktskrift kan kategoriseres som helt blind. Jeg har derfor ikke gått dypere inn på bruk av punktskrift som et hjelpemiddel for bruk av sosiale medier. Dette viser at punktskrift ikke nødvendigvis kun blir brukt av personer som er helt blinde, og at punktskrift ikke bør utelukkes helt når det er snakk om bruk av sosiale medier blant personer med synsnedsettelse.

For å oppsummere dette er hjelpemidler noe som kan bistå personer med synsnedsettelse med å aktualisere en eller flere affordances på sosiale medier, det vil si praktisk bruk av sosiale medier. Det er heller ikke selvsagt at brukergruppen er bevisst på at de tar i bruk

hjelpemidler. Noen er helt avhengig av hjelpemidler, mens andre kan bruke hjelpemidler sporadisk eller i veldig liten grad. Spesielt er det for personer som er hardt rammet av en synsnedsettelse og som selv har påpekt at de ikke hadde klart å bruke sosiale medier uten de hjelpemidlene de har tilgang på i dag.

**Viktig lærdom og forslag til kommuner:** *Det er ikke gitt at alle som har en synsnedsettelse bruker hjelpemidler, men det er ofte at hjelpemidler blir brukt av personer med synsnedsettelser for å ta i bruk sosiale medier. Kommuner bør derfor ta høyde for at hjelpemidler blir brukt når kommunen skal publisere innhold i sosiale medier. Samtidig må kommuner derfor ta høyde for variasjon i hvordan enkelte får sitt innhold presentert og at dette kan se annerledes ut hos en som bruker hjelpemidler. Kommuner kan prøve å se sine sosiale medier gjennom ulike hjelpemidler og få en forståelse og se etter forbedringer på egenhånd. For eksempel kan en kommune prøve å få en Facebook-post opplest eller se på en Instagram-post med sterke kontraster aktivert og vurdere om dette er bra nok.*

### 6.2.2 Universell utforming

Universell utforming er identifisert som en muliggjørende faktor sett i sammenheng med aktualisering av affordances. Flere av respondentene med synsnedsettelser ble spurt om sitt forhold til universell utforming og betydning av universell utforming. Resultatene viser at respondentene er bevisste på det, og flere koblet også universell utforming til hverdagen og utforming av gater, opplesning av busstider og lignende. Det er veldig mye som tyder på at universell utforming er viktig for personer med synsnedsettelser i dagliglivet generelt. Det var ingen av respondentene som hadde et forhold til universell utforming av sosiale medier. Dette er også noe som gir mening da det finnes lite forskning som tar for seg dette temaet, og nyere studier kan bli regnet som pionerstudier på området (I all offentlighet, 2016).

Universell utforming som en muliggjørende faktor har flere sider. For det første er noe av bakgrunnen for denne studien basert på det faktum at norske kommuner ikke tilfredsstillt krav til universell utforming på Facebook (I all offentlighet, 2015), og dette er brukt som utgangspunkt. For det andre sier universell utforming noe om hvordan ”noe bør være” og er utviklet med hensikt om at produkter eller løsninger skal kunne brukes av alle uten at det er behov for ekstra tilpasning eller spesialisert design (Burgstahler, 2001, 2015; Crews & Zavotka, 2006; Thompson et al., 2002). For det andre kan resultatene tyde på at universell utforming av nettsider generelt kan bidra til et bra helhetsinntrykk blant personer med synsnedsettelser Dette kan bli underbygget med resultater fra intervjuer, hvor respondenter som ble spurt ofte koblet universell utforming til offentlige nettsider, for eksempel kommunale nettsider eller NAV eller nettsidene til store aktører som for eksempel VG og andre nettaviser. Flere var bevisste på at disse aktørene hadde implementert løsninger for å gjøre nettsidene mer tilgjengelige i form av oppblåsing av tekst eller kontraster som kan bli slått av eller på. Og flere gav uttrykk for at dette bidro til en god bruksopplevelse av slike nettsider og bruk av internett. Det som gjør dette interessant er at noen trakk inn hvordan den universell utformingen av ulike kommuner sine nettsider var, og ikke nødvendigvis om kommuner sine sosiale mediekanaler var godt uformet. Dette kan tyde på at integrerte hjelpemidler på nettsider bidrar til å gjøre nettbasert innhold mer tilgjengelig. Det at ulike



aktører fokuserer på universell utforming på sine nettsider kan gi en bedre helhetsopplevelse i bruk av internett.

Videre er det en diskusjon knyttet til universell utforming av sosiale medier. Det første av de syv grunnprinsippene i universell utforming (tidligere presentert i kapittel 2.2) er at utformingen skal gi like muligheter for bruk, det vil si at alle brukere kan bruke alle funksjoner (Thompson et al., 2002). Det andre prinsippet bygger på at utformingen skal ha fleksibilitet, slik at utformingen skal kunne bli brukt av ulike brukergrupper og ferdighetsnivå uten å bidra til stigmatisering (Thompson et al., 2002). Disse to prinsippene blir delvis oppfylt. På en side kan respondenten få tilgang og bruke mediene ved å aktualisere en affordance, men i enkelte tilfeller kreves det bruk av hjelpemidler. Dette er i tråd med tidligere studier om at for eksempel Facebook ikke tilfredsstiller krav til universell utforming (I all offentlighet, 2015) fordi brukergruppen på en side blir stigmatisert med bruk av hjelpemidler. Tidligere forskning har også pekt på de potensielle barrierene ved bruk av hjelpemidler (Dobransky & Hargittai, 2006). De syv prinsippene om universell utforming sier noe om en utforming generelt, og ligger til grunn for design av en god utforming (Thompson et al., 2002). Enkelte mener samtidig at prinsippene er rettet mot offentlige bygg og miljøer (Difi, s.a.b), noe som også understøttes av tidlig forskning på området (Story, 1998).

Det kan bli argumentert for at prinsippene ikke er nok for å kontrollere om krav til universell utforming er tilfredsstillt, og det er anbefalt å jobbe med tilfredsstillelse av øvrige krav på flere nivå som kommer frem i WCAG 2.0-standarden (W3C, 2015). Selv om respondenter med synsnedsettelse ikke har et direkte forhold til universell utforming på sosiale medier eller WCAG 2.0-standarden er det nylig bevist at flere ulike medier bryter med ulike kriterier i WCAG 2.0-standarden (I all offentlighet, 2016). Funka.nu gjennomførte en analyse av ulike medier på oppdrag for I all offentlighet i 2016, og fant ulike brudd og avvik direkte mot WCAG 2.0-standarden (ibid). For eksempel var det en del avvik og brudd mot suksesskriterium 2.1.1 (A), både på en Facebookside og Instagramkonto på web. 1.4.3 (AA) på Instagram sin mobilapp og Twitter via web, samt brudd på 3.3.2 (A) på Snapchat sin mobilapp. Dette er krav som handler om blant annet det å kunne navigere kun med tastatur (2.1.1), tilstrekkelig kontrast (1.4.3), riktig og tilstrekkelig bruk av ledetekst og instruksjoner (3.3.2) (I all offentlighet, 2016). Et slikt resultat er noe som for eksempel kommuner og andre aktører må ta i betraktning når sosiale medier skal adopteres i organisasjonen.

Ingen av respondenter har direkte påpekt at sine utfordringer er direkte knyttet til disse bruddene og avvikene, og en forklaring på dette er at kravene og bruddene som er dokumentert er tekniske. Jeg argumenterer likevel for at kommuner bør ta de dokumenterte bruddene i betraktning da dette kan ha ulike betydning for kommuners bruk av sosiale medier. Kommuner kan få oversikt over ulike brudd og avvik mot WCAG 2.0-standarden og universell utforming på sosiale medier, men som kommunene selv er klar over kan de ikke gjøre noe med den tekniske plattformen og rammeverket på de ulike sosiale medier. Denne oppfatningen om at det er vanskelig å gjøre endringer i et rammeverk som allerede er satt er nylig belyst i en utredning (I all offentlighet, 2015). Samtidig er det kommuners ansvar at sosiale medier de har valgt å ta i bruk er i henhold til krav og retningslinjer om universell

utforming (Difi, 2016; I all offentlighet, 2016). Det er derfor viktig at kommuner gjør tilpasninger der det er mulig, som for eksempel i språkvalg og oppsett på innhold som blir publisert i sosiale medier. I et affordance-perspektiv kan det også argumenteres for viktigheten av universell utforming generelt, og ikke nødvendigvis kun på sosiale medier. En respondent påpekte at universell utforming er helt avgjørende for sin bruk av internett i seg selv, og at det å bruke digitale tjenester generelt ville vært vanskelig uten. Med en slik respons kan det tyde på at universell utforming bidrar til å aktualisere ulike affordances, men også det å oppfatte ulike affordances. Denne konseptualiseringen er også tidligere presentert i den teoretiske modellen i kapittel 3. Selv om personer med synsnedsettelse ikke direkte forholder seg til hverken WCAG 2.0-standarden eller universell utforming har resultatene tidligere vist viktigheten av universell utforming på internett som en helhet og at dette bidrar til et helhetsinntrykk, noe som er viktig for sluttbrukeren for å få en god brukeropplevelse på digitale medier.

**Viktig lærdom og forslag til kommuner:** *Universell utforming er viktig for personer med synsnedsettelse selv om man som kommune ikke kan gjøre endringer direkte i grensesnitt i ulike sosiale medier. Kommuner bør jobbe mot å ha gode, universelt utformede og tilgjengelige nettsider med tanke på krysspublisering av innhold på sosiale medier. Dette vil bidra til et bra helhetsinntrykk og en god brukeropplevelse på internett i seg selv blant personer med synsnedsettelse. Kommuner bør fortsette med å publisere godt og meningsfylt innhold med et språk som er lettest og tydelig.*

### 6.2.3 Fast og enkel struktur

Blant personer med synsnedsettelse har resultatene vist at det å ha en fast og enkel struktur, eller det å ha en opplevelse av at noe er fast og godt strukturert er viktig på sosiale medier. Resultatene har vist at personer med synsnedsettelse har behov for fast og enkel struktur i sosiale medier, men dette gjelder spesielt for de personene som har sterkt redusert syn. Grunnen til at personer med sterkt svekket syn har dette behovet kan forklares med at enkelte tar i bruk skjermleser. En skjermleser går systematisk gjennom innhold på for eksempel et nettsted (Dobrinsky & Hargittai, 2006) og forstyrrelser eller ustrukturert innhold kan virke forstyrrende. Jeg argumenterer for at det er viktig å opprettholde en fast og enkel struktur i sosiale medier så langt det lar seg gjøre. Argumentet bygger på hvordan enkelte har sammenlignet en uryddig struktur på nett og i sosiale medier med hverdagslige utfordringer som et eksempel: Eksemplet bygget på at personen var vant til at en kommode stod på samme plass, og at det ble problematisk og utfordrende når denne ble flyttet på i form av snubling og lignende. Videre har enkelte av respondentene gitt uttrykk for at det å ha en synsnedsettelse kan gi problemer med å assosiere objekter i forhold til hverandre da det kan være vanskelig å ha et fast referansepunkt. Dette støtter også opp under argumentasjonen. Dette tyder på at bruk av sosiale medier bygger på gjenkjennelser, læring og tilvenning over tid.

En av utfordringene med å tilby en fast og enkel struktur i sosiale medier er hvis det skjer endringer i brukergrensesnittet på ulike medier. Dette kan da gi utfordringer for noen personer som har en synsnedsettelse da grensesnittet og assosiasjonene "må læres" på nytt. Det med en fast og enkel struktur viser seg å være knyttet til en opplevelse av et brukergrensesnitt, men

dette noe kommuner kan gjøre lite med, selv om de selv er ansvarlige for et godt og tilgjengelig brukergrensesnitt på verktøyene kommunene har valgt å ta i bruk (I all offentlighet, 2015).

Fast og enkel struktur er viktig. Personer med synsnedsettelse foretrekker en fast og enkel struktur i sosiale medier, og dette kan bli koblet til hvordan innhold som blir publisert av kommuner er strukturert. En fast struktur på innholdet som publiseres kan gjøre det mer oversiktlig for sluttbrukeren, den kan venne seg til hvordan det ser ut og skape sine egne, faste assosiasjoner. Det er også tidligere foreslått egne sjekklister for publisering av innhold i sosiale medier i offentlig sektor som kan hjelpe kommuner å opprettholde en meningsfylt og riktig struktur på innhold (I all offentlighet, 2016).

**Viktig lærdom og forslag til kommuner:** *En stabil struktur i sosiale medier gjør hverdagen til personer med synsnedsettelse mer komfortabel og mer oversiktlig på sosiale medier. Det samme gjelder for hvordan innhold presenteres. Kommuner bør så langt det lar seg gjøre jobbe mot å holde sin bruk av sosiale medier så enkel som mulig. Om det er mulig bør kommuner ha et fast oppsett på innhold som blir publisert for å gjøre dette mer gjenkjennbart og enklere å tolke for personer med synsnedsettelse. Kommuner bør vurdere å droppe unødvendige elementer og elementer som kan skape forvirring, som for eksempel bruk av "Hva føler du"-funksjonen på Facebook.*

#### 6.2.4 Alternative presentasjonsmåter

Noen av respondentene med synsnedsettelse bruker alternative presentasjonsmåter for å få presentert innhold i sosiale medier. Dette er spesielt knyttet til bruk av Facebook, noe som ikke er unaturlig da Facebook er det sosiale mediet med størst brukermasse (I all offentlighet, 2016; Kaplan & Haenlein, 2010).

Det er ingen automatikk at personer med synsnedsettelse søker alternative måter å få presentert innhold på, men et eksempel er hvordan en respondent i enkelte tilfeller gikk fra å bruke Facebook på mobil til Facebook på iPad for få innholdet større. Det er ikke bare bruk av ulike enheter som en alternativ presentasjonsmåte som har blitt identifisert. Det har vist seg at flere med synsnedsettelse foretrekker mobilversjonen av Facebook som en alternativ presentasjonsmåte. Dette er både relatert til bruk av Facebook sin egen app til mobile enheter, men også bruk av "mobilversjonen" av Facebook ([www.m.facebook.com](http://www.m.facebook.com)) på PC eller Mac. Argumentene for dette har vist seg å være flere. For det første gir bruk av mobilversjonen av Facebook bedre oversikt fordi antall kolonner er redusert. For det andre er det vist til at mobilversjonen har færre elementer som kan føre til opplevd støy i sammenheng med den ordinære versjonen av Facebook. Dette funnet er også i tråd med tidligere forskning, hvor det tidligere er vist til at personer med synsnedsettelse foretrekker mobilversjonen til Facebook over den ordinære versjonen da den er enklere å betjene (Fuglerud, 2011). Det er viktig å vurdere om hjelpemidler er å regne som en alternativ presentasjonsmåte. Et eksempel er hjelpemiddelpakken ZoomText hvor innholdet blir prosessert, bearbeidet og presentert på en måte som er optimal for brukeren. I litteraturen blir denne typen hjelpemidler omtalt som adaptiv teknologi (Dobransky & Hargittai, 2006). Selv om hjelpemidler kan bli regnet som en

alternativ presentasjonsmåte argumenterer jeg for at alternative presentasjonsmåter og hjelpemidler bør bli skilt fra hverandre. Denne argumentasjonen bygger på at kommuner på den ene siden kan ta mer kontroll over hva som blir presentert i sosiale medier gjennom en vanlig nettleser eller app. For eksempel med å vurdere innhold opp mot suksesskriterier i WCAG 2.0-standraden (Difi, s.a.b). På den andre siden kan kommunen ta lite kontroll på hvordan leverandører av hjelpemidler har utviklet sine verktøy.

**Viktig lærdom og forslag til kommuner:** *Personer med synsnedsettelse kan ta i bruk alternative presentasjonsmåter for å få presentert innhold som ikke nødvendigvis er et dedikert hjelpemiddel i seg selv. Kommuner bør sørge for å utforske og få en oversikt over hvordan kommunens innhold på sosiale medier blir presentert på ulike plattformer og enheter. Kommuner bør kontinuerlig vurdere om innholdet er akseptabelt og tydelig på forskjellige plattformer og vurder gjerne innholdet opp mot kriterier i WCAG 2.0-standarden.*

### 6.3 Hemmende faktorer

Gjennom resultatene har jeg identifisert 6 ulike hemmende eller begrensende faktorer. Disse faktorene er synsnedsettelsen i seg selv, bilder eller video i innhold, hjelpemidler som ikke fungerer eller som er vanskelig å bruke, store informasjonsmengder, dårlig kvalitet på innhold og dårlig eller manglende struktur. Disse faktorene er diskutert hver for seg i de kommende underkapitlene, store informasjonsmengder og dårlig struktur er diskutert i samme delkapittel. I et affordance-perspektiv er disse faktorene noe som hindrer eller begrenser en aktør i å aktualisere en eller flere affordances (Wahid & Sæbø, 2015). Dette kan også være faktorer som hindrer en aktør i å nå et spesifikt mål (Majchrzak & Markus, 2012).

Først er det relevant å diskutere om de hemmende faktorene er gjeldende for alle som har en synsnedsettelse og som bruker sosiale medier. Jeg argumenterer for at det er vanskelig å peke på noe som utelukkende gjelder for en hel brukergruppe basert på at det er store variasjoner i hvordan mennesker fungerer og hvilke begrensninger hvert enkelt individ opplever (Story, 1998; Vanderheiden, 2000). Med min oppfatning om at det er stor variasjon i hvordan mennesket fungerer og hvilke begrensninger den enkelte har kan det peke mot at det også er variasjoner i hva som kan oppleves som begrensende hos ulike personer med synsnedsettelse. Samtidig har flere av disse faktorene blitt nevnt av ulike respondenter og jeg argumenterer derfor om at faktorene er kritiske for bruk av sosiale medier. Knyttet til praktisk bruk av sosiale medier blant personer med synsnedsettelse er det to utfordringer: Det ene er at mediet i seg selv ikke kan bli tatt i bruk på grunn av manglende tilrettelegging eller hjelpemidler som ikke fungerer. Det andre er at personen kan ha problemer med å oppfatte og tolke innholdet. Disse utfordringene er et argument for at kommuner bør ta de hemmende faktorene i betraktning, vite at de eksisterer og kontrollerer de så langt det lar seg gjøre. I det hele tatt er det viktig for kommuner å ta de hemmende faktorene i betraktning.

### 6.3.1 Synsnedsettelse i seg selv

Ingen av respondentene har i intervjuene direkte påpekt at det å ha en synsnedsettelse kan bidra til utfordringer med å oppfatte og bruke sosiale medier, men jeg argumenterer for at det å ha en synsnedsettelse kan bli kategorisert som en hemmende faktor. Jeg bygger dette argumentet på hva som kom frem i intervjuene: Respondenter har pekt ut utfordringer og begrensninger ved bruk av sosiale medier som er en konsekvens av det å ha en synsnedsettelse. I tidligere studier som blant annet har basert på WHO sine klassifiseringer definert hva det vil si å ha en funksjonshemming kan støtte denne argumentasjonen: ”*A disadvantage for a given individual, resulting from an impairment or disability...*” (Bickenbach et al., 1999, p. 1175). I definisjonen blir ordet ”disadvantage” (ulempe) bruk, og jeg har ikke grunnlag nok til å konkludere om en synsnedsettelse kan være en ulempe ved bruk av sosiale medier, men kun at det kan være hemmende eller begrensende for bruk. I et affordance-perspektiv har jeg heller ikke grunnlag til å konkludere om en synsnedsettelse hemmer oppfattelsen av ulike affordances, men resultatene har vist at en synsnedsettelse kan hemme aktualisering av affordances på sosiale medier.

Flere av respondentene brukte mye tid under intervjuene til å fortelle om sin synsnedsettelse og gi beskrivelser som jeg kunne relatere meg til. Flere var også av den oppfatning at det er et behov for å øke kunnskap i samfunnet om hva det vil si å ha en synsnedsettelse og utfordringer knyttet til dette. Spesielt én respondent ønsket at sin kommune burde få mer kunnskap og forståelse om synsnedsettelse. Dette er med på å understreke viktigheten av å være bevisst på hva en synsnedsettelse er og hvilke utfordringer en synsnedsettelse i praksis kan gi. Det kan ut i fra dette bli diskutert hvorvidt forståelsen av personens oppfatning av sosiale medier bør stå i fokus eller definisjoner og kategoriseringer. Mine intervjuer og resultater bygger på en forståelse av den enkelte sin oppfatning av sosiale medier, men i en kommunal kontekst argumenterer jeg for at en forståelse av formelle definisjoner og kategoriseringer er viktig. Spesielt begrunner jeg dette med at både tidligere forskning (Bickenbach et al., 1999) og Blindeforbundet (Norges Blindeforbund, s.a.b) fokuserer på blant annet WHO sitt klassifiseringsrammeverk.

**Viktig lærdom og forslag til kommuner:** *Det kan være vanskelig for andre å forstå hva det vil si å ha en synsnedsettelse og hvordan dette kan påvirke både hverdagen og bruk av sosiale medier. Personer med synsnedsettelse kan være villige til å dele kunnskap om sin synsnedsettelse. Hvis kommuner ønsker å bli bedre på tilrettelegging kan kommuner nå ut til enkeltpersoner med synsnedsettelse og be om tilbakemeldinger og råd knyttet til kommunens bruk av sosiale medier. Kommuner bør vurdere å sette seg inn i kategoriseringer og definisjoner av synsnedsettelse for å få en dypere forståelse, for eksempel ved å se på WHO og Blindeforbundet sine publiseringer. Kommuner kan også ta i bruk Blindeforbundet<sup>1</sup> sin Synssimulator-app<sup>2</sup> for å få et innblikk i hvordan det er å ha ulike synsnedsettelse.*

---

<sup>1</sup> <http://www.nrk.no/sognogfjordane/synssimulator-app-som-verktoy-1.11509697>

<sup>2</sup> <https://itunes.apple.com/no/app/synssimulator/id724004412?l=no&mt=8>

### 6.3.2 Bilder og video i innhold

Jeg har identifisert bruk av bilder og video i innhold på sosiale medier som en hemmende faktor. Resultatene har vist at dette kan være utfordrende eller umulig å oppfatte for personer med synsnedsettelse, og jeg argumenterer derfor for at det kan hemme aktualisering av affordances. Et eksempel er muligheten til holde seg oppdatert. Om en med synsnedsettelse ønsker å holde seg oppdatert på et arrangement som har vært i sin kommune. Hvis kommunen fra sin side har dokumentert arrangementet med bilder i sosiale medier kan det oppleves som hemmende da personen ikke klarer å oppfatte innholdet fordi det er brukt bilder. Tidligere forskning som har studert personer med synsnedsettelse har også pekt på utfordringene med bruk av bilder og video da det i seg selv kan bli regnet som utilgjengelig innhold (Fuglerud, 2011). Forskning har også sett på ulike måter personer med synsnedsettelse kan tolke bilder og video (Ezaki, Bulacu, & Schomaker, 2004; Peli, Goldstein, Young, Trempe, & Buzney, 1991). Videre har det kommet frem at enkelte velger å ikke ta i bruk ulike media fordi mediet bygger på bilde- og videobasert innhold. Jeg argumenterer for at dette er heldig da det bryter med hva som tidligere er konkludert i forskning knyttet til inkludering: Internett og digitale løsninger kan i utgangspunktet brukes som et verktøy for å inkludere flere, unngå isolasjon, stigmatisering og utestenging fra ulike miljøer (Dobransky & Hargittai, 2006).

De fleste av personer med synsnedsettelse bruker mest Facebook, og flere har påpekt at det er et stort fokus på bilder og video på Facebook. Personer med synsnedsettelse kan ha store problemer med å tolke slikt innhold, og enkelte har fortalt at de ville følt seg mer inkludert i sosiale medier om fokuset ble flyttet over til mer tekstlig innhold. Bildeeksemplene i resultatkapitlet illustrerer spesifikke utfordringer personer med synsnedsettelse opplever i sosiale medier knyttet til blant annet bruk av bilder, og eksemplene illustrerer det jeg vil kategorisere som en ikke-inkluderende praksis.

Det er spesielt to temaer som har vært tydelig i studien knyttet til bruk av bilder og video i innhold på sosiale medier: Det første er mangelen på beskrivende tekst eller lite beskrivende tekster på bilder og video. Innhold som ikke bruker beskrivende tekster eller har lite beskrivende tekster på bildebasert innhold er vanskelig å tolke, spesielt for personer som tar i bruk skjermleser. For det andre er det vist til eksempler hvor kommuner publiserer et bilde, og hvor teksten er integrert i bildet. Dette kan være nærmest umulig for enkelte å tolke og bidrar til at noen ikke får med seg innholdet. Det å bruke beskrivende tekster til bildebasert innhold på sosiale medier er et enkelt grep som kommuner kan gjøre, og som også i forskning er fremhevet som et tiltak (Wentz et al., 2014). Ved siden av bruk av bilder og video er det også tydelige funn som peker på at smilefjes kan være vanskelig eller umulig å oppfatte på sosiale medier. Dette gjelder også for de som bruker enkelte typer skjermlesere. Det kan diskuteres hvorvidt smilefjes blir tatt i bruk av kommuner i sosiale medier, men bildeeksemplene i resultatkapitlet viser at smilefjes blir tatt i bruk. Konsekvensen av at smilefjesene ikke blir oppfattet er at mening kan miste innhold, og et eksempel er hvordan en respondent (res 1) ”antok at alle var glade” fordi respondenten ikke oppfattet smilefjesene.

Et viktig spørsmål er om smilefjes bør bli brukt av kommuner i sosiale medier, og om bruk av smilefjes bør inngå i retningslinjer for sosiale medier eller kommunikasjonsstrategier. Dette gjelder spesielt på Facebook og har flere sider: På den ene siden skal kommunen fremstå som profesjonell ut mot innbyggerne, og det kan være at bruk smilefjes påvirker hvordan innbyggeren oppfatter kommunen. Samtidig har resultater vist at kommuner prøver å følge sjargonger i sosiale medier, og at bruk av smilefjes kan være en del av en sjargong. Jeg argumenterer for at dette kan være vanskelig å bestemme. Kommunen ønsker på en side å vise at de ikke er så rigid eller formelle ved å følge sjargonger og bruke smilefjes i sosiale medier. På den andre siden kan kommuner risikere at flere innbyggerne ikke klarer å tolke meningen i innholdet fordi smilefjesene ikke blir tolket, for eksempel ironi eller sarkasme. Sett i sammenheng med litteraturen jeg har fokusert på i denne oppgaven er det ingen studier som har adressert denne problematikken, noe som gjør utfordringer ved bruk av smilefjes i sosiale medier et interessant funn.

**Viktig lærdom og forslag til kommuner:** *Personer med synsnedsettelse kan ha store problemer med å tolke eller oppfatte innhold som inneholder bilder, video eller smilefjes. Utfordringene med at dette kan være vanskelig å oppfatte er at innhold som kommuner publiserer kan miste mening. Det samme gjelder om tekst integreres direkte i bilder. Kommuner bør tenke over bruk av bilder og video i innhold som publiseres i sosiale medier og vurdere om det er nødvendig. Om bildebasert innhold blir publisert er det viktig å legge til gode, beskrivende tekster. Dette vil spesielt være til stor hjelp for de som bruker skjermleser. Kommuner må være kritisk til bruk av smilefjes i innhold slik at så mange som mulig har mulighet til å tolke og oppfatte hele innholdet.*

### 6.3.3 Hjelpemidler som ikke fungerer eller som er vanskelig å bruke

Resultatene har vist at hjelpemidler ikke alltid fungerer eller at hjelpemidler kan være vanskelig å bruke blant personer med synsnedsettelse. Spesielt er dette knyttet til skjermleser som ikke «klarar å henge med» eller større hjelpemiddelpakker som ikke er kompatible med ulike nettlesere. Tidligere forskning har også pekt på at ikke-fungerende eller inkompatible hjelpemidler kan være hemmende for bruk av teknologi generelt blant personer med synsnedsettelse (Fuglerud, 2011). I praksis kan dette skape store utfordringer da enkelte er helt avhengig av hjelpemidler for å ta i bruk sosiale medier. Dette gjelder spesielt personer med kraftig hemmet syn. Blant personer med synsnedsettelse har også enkelte påpekt at noen hjelpemidler er utfordrende å ta i bruk slik at det er vanskelig å bruke hjelpemiddelet optimalt. Jeg argumenter for at denne utfordringen kan være vanskelig å håndtere. For det første er det utviklere og leverandører som er ansvarlig for at hjelpemiddelet er kompatibelt og fungerer optimalt. For det andre har det blitt etablert en god kultur i Norge for å få statlig støtte til anskaffelse av hjelpemidler blant synshemmede (Fuglerud, 2011). Flere av respondentene har påpekt at de ikke har fått tilstrekkelig opplæring i bruk av hjelpemidler og derfor valgt å ikke bruke enkelte hjelpemidler som for eksempel punktstiftastatur. Argumentasjonen bygger derfor på at kommuner ikke direkte kan påvirke leverandører av hjelpemidler eller offentlige organisasjoner som tilbyr opplæring. En naturlig tanke kan være at kommunen gjør grensesnittet på sosiale medier bedre slik at det kan bli brukt uten hjelpemidler, men som påpekt i litteraturkapitlet er ikke dette mulig (I all offentlighet, 2015). Basert på dette er det

viktig at kommuner tar kontroll over det de selv kan kontrollere, for eksempel innhold på sosiale medier eller egne nettsider.

I sammenheng med bruk av dedikerte hjelpemiddelpakker eksisterer det også integrerte hjelpemidler i operativsystemer (Keller et al., 2001). Noen respondenter har fortalt at også disse ikke alltid fungerer optimalt, for eksempel ved bruk av Instagram: Respondenten likte veldig godt å bruke Instagram for å holde seg oppdatert på hva som skjer i egen vennekrets, men bruk av Instagram var utfordrende på grunn av sperrer i Instagram som hindrer brukeren i å zoome på innholdet på mobile enheter. I og med at en slik utfordring eksisterer kan det være viktig for kommuner å vurdere hvorvidt Instagram bør bli tatt i bruk eller ikke. De integrerte sperrene i Instagram kan føre til at enkelte velger å ikke ta i bruk mediet på grunn av manglende tilrettelegging og tilgjengelighet. På en side kan Instagram bli brukt av en kommune for å nå en målgruppe, men på en annen side er det ikke sikkert at alle i målgruppen opplever mediet som tilgjengelig. Instagram er basert på deling av bilder og video som gjør at enkelte konsekvent ikke bruker dette. Kommuner bør derfor tenke over hvor innhold blir publisert og for eksempel bruke sine offisielle nettsider til å krysspublisere innhold. Hvis dette blir gjort er det viktig at nettsidene er godt utformet og følger både prinsipper om universell utforming (Thompson et al., 2002) og WCAG 2.0-standraden (Difi, s.a.b).

**Viktig lærdom og forslag til kommuner:** *Det kan være at ulike hjelpemidler ikke fungerer eller at de er vanskelig å bruke blant personer med synsnedsettelse. Samtidig er det utfordringer med å bruke integrerte zoom-funksjoner i Instagram noe som kan gjøre innholdet vanskelig å oppfatte. Kommuner bør tenke etter hva målgruppen er og hvor innhold bør bli publisert. Som et alternativ kan kommuner krysspublisere innhold fra sosiale medier til sine offisielle nettsider. På den måten kan personer med synsnedsettelse få et alternativ til å få den samme informasjonen som ellers kan være vanskelig å oppfatte på ulike medier. Dette forutsetter at de offisielle nettsidene er godt universelt utformet, gjerne med integrert opplesing av tekst, kontraster, forstørring og beskrivende tekster slik at nettsidene til en viss grad kan bli brukt uten hjelpemidler.*

#### 6.3.4 Store informasjonsmengder og dårlig struktur

Store informasjonsmengder og dårlig eller manglende struktur er to forskjellige hemmende faktorer som har kommet frem i resultatene, og vil bli diskutert sammen fordi de kan relateres til hverandre. Et eksempel som begrunner dette er at informasjon ikke nødvendigvis oppleves som «for mye» hvis det er strukturert på en god måte. Store informasjonsmengder og dårlig struktur kan oppleves som hemmede for personer med synsnedsettelse på sosiale medier. Enkelte har fortalt at det å ha en synsnedsettelse kan gjøre det utfordrende å observere og lese store mengder informasjon som blir presentert på en skjerm og at for mye informasjon på en gang kan oppleves som støy. Dette har vist seg å være mest aktuelt for de som har sterkt redusert syn, helt ned til kategori 4 på Blindeforbundet sin skala (Norges Blindeforbund, s.a.b). I store informasjonsmengder kan det også inngå elementer som kan oppleves som unødvendige, for eksempel reklameannonser i sosiale medier. For de som bruker skjermleser kan konsekvensene av store informasjonsmengder og støyende elementer føre til at



informasjonen i seg selv blir veldig utfordrende å oppfatte. Det er også pekt på utfordringer med struktur på sosiale medier. Spesielt på Facebook sin webversjon er det tatt i bruk mange kolonner og flere opplever det som vanskelig å få med seg innholdet.

Det er lite kommuner kan gjøre for å endre brukergrensesnittet i de ulike mediene (I all offentlighet, 2015), og spesielt på Facebook bryter grensesnittet med regler om universell utforming (ibid.). Siden blant annet Facebook kan være utfordrende å bruke på grunn av store informasjonsmengder bryter dette både med prinsipp 1 (like muligheter for bruk) og prinsipp 4 (forståelig informasjon) i universell utforming (Thompson et al., 2002). Det er derfor viktig at kommuner iverksetter tiltak på de områdene kommunen selv kan kontrollere med hensikt om å få inkludert flest mulig i sosiale medier og ikke bidra til informasjonsoverflod. Et eksempel på et tiltak kan være å tenke gjennom hvor hyppig kommunen skal publisere innhold og hvor mye.

Sett sammenheng med struktur er også PDF-filer fremhevet som en filtype som kan oppleves som ustrukturert blant personer med synsnedsettelse. PDF-filer er ikke nødvendigvis godt markert og konsekvensen av dette er at skjermlesere ikke klarer å tolke disse med mindre det blir tatt i bruk en OCR-leser. Jeg argumenterer for at kommuner ikke bør publisere innhold i PDF-format i sosiale medier og heller ikke på offisielle nettsider. Dette kan begrunnes med at nettsider kan fungere som et godt utformet alternativ til sosiale medier, og PDF-filer kan bidra til at nettsiden bryter med ytterligere krav i WCAG 2.0-standarden og prinsipper om universell utforming. Jeg har etter flere litteratursøk ikke funnet noe som diskuterer utfordringer med store informasjonsmengder eller dårlig struktur i sosiale medier, for utenom tidligere studier som har vist at personer med synsnedsettelse ofte foretrekker m.facebook.com over den ordinære versjonen (Fuglerud, 2011).

**Viktig lærdom og forslag til kommuner:** *Enkelte som har synsnedsettelse kan oppleve utfordringer med å håndtere informasjonsmengdene på sosiale medier, og for mye informasjon på en gang kan oppleves som støy. Det samme gjelder for de som bruker skjermleser. Kommuner bør i praksis ikke bidra til informasjonsoverflod med å publisere for hyppig eller for store mengder informasjon om gangen. I tråd med praktiske råd og lærdom om universell utforming som er diskutert, vær konsistent og tydelig i publisering og bruk eventuelt krysspublisering. Krysspublisering av innhold til offisielle nettsider kan bli brukt som et godt utformet alternativ til sosiale medier. Kommuner bør være oppmerksom og kritisk til publisering av innhold i PDF på grunn av dårlig lesbarhet blant personer med synsnedsettelse.*

#### 6.3.5 Dårlig kvalitet på innhold

Blant personer med synsnedsettelse har det vist seg at dårlig kvalitet på innhold kan være hemmende da innhold av dårlig kvalitet kan være vanskelig å oppfatte eller tolke. Blant annet er dårlige skrifttyper, kontraster og dårlig kvalitet på bilder nevnt som eksempler. Dette er også reflektert i WCAG 2.0-standarden hvor for eksempel suksesskriterium 1.4.3 forteller noe om hvordan kontraster bør være (W3C, 2008). Det er en diskusjon om hvorvidt et bilde er av dårlig kvalitet eller ikke da dette er en subjektiv opplevelse, men figur 16 i resultatkapitlet

viser et eksempel på et redigert bilde i sosiale medier som er i tråd med enkelte respondenter sin oppfatning om dårlig kvalitet. Flere bilder mangler også beskrivende tekster, noe jeg argumenterer for at kan påvirke oppfatningen av kvalitet. Sett inn mot sosiale medier er det lite kommuner kan gjøre for å tilpasse grensesnittet (I all offentlighet, 2015), men jeg har tidligere argumentert for at kommuner bør gjøre tiltak der de selv kan ha kontroll. For det første bør ikke kommuner bidra til en opplevelse av dårlig kvalitet på innhold ved å publisere overredigerte eller uklare bilder i sosiale medier. Videre har kommuner kontroll over egne nettsider og kommuner kan selv sørge for at nettsidene er i tråd med WCAG 2.0-standarden og prinsipper om universell utforming, spesielt retningslinjer knyttet til kontraster. Kommunen sine offisielle nettsider bør derfor være universelt utformet og innhold fra sosiale medier kan bli publisert på nettsidene som et godt utformet alternativ for personer med synsnedsettelse.

**Viktig lærdom og forslag til kommuner:** *Blant personer med synsnedsettelse kan dårlig kvalitet på innhold være hemmende, for eksempel dårlige kontraster, feil bruk av skrifttype eller dårlige bilder. Om kommuner skal publisere bilder i sosiale medier bør disse være tydelige og ikke overredigerte, og ta i bruk beskrivende tekster. Kommuner bør også ha gode utformede nettsider som et alternativ til sosiale medier hvor innholdet som blir presentert er av god kvalitet og at nettsiden er i tråd med WCAG 2.0-standarden og universell utforming.*

#### 6.4 Kommunens perspektiv

Jeg har ikke gått inn for å identifisere hvilke affordances kommuner oppfatter og aktualiserer da forskningsspørsmålet er knyttet til oppfattelse og aktualisering i sosiale medier blant personer med synsnedsettelse. Jeg argumenterer for at det har vært viktigere å få en forståelse av kommuners holdning til og bruk av sosiale medier, samt kommuners bevissthet til brukermangfold blant innbyggerne. Jeg introduserte en oversikt i resultatkapitlet (figur 18) over hvordan jeg tolker at kommuner bruker sosiale medier: Først har kommunen behov og ønsker for bruk av sosiale medier. Dette blir deretter forankret i kommunikasjonsstrategier og retningslinjer. Deretter blir noe aktualisert i form av at «noe gjøres», enten på nettsider som en primærkanal eller sosiale medier som en supplerende kanal. Kommunen tar underveis imot tilbakemeldinger som de tar til etterretning.

I praksis har eksempler fra resultatene vist at kommunene i utvalget ser på sosiale medier som en mulighet til å dele informasjon med innbyggere og få til en dialog med innbyggere. Slike bruksområder av sosiale medier i offentlig sektor er også tidligere fremhevet i forskning som Government to Citizen og Citizen to Government-initiativer (Linders, 2012). Det er tydelig at mye av motivasjonen til kommuner er i tråd med hva Linders (2012) har argumentert for: Å gå fra å være basert på monolog til å få til en mer dialogbasert kommunikasjon mot innbyggerne. Denne motivasjonen er også i samsvar med KS sitt veikart for sosiale medier (KS, 2012). I dette veikartet blir det skilt på hvilken type innhold som blir publisert i sosiale medier. Som vist i figur 6 i kapittel 2 er et av ambisjonsnivåene «inviterende tilstedeværelse» (ibid.). Kommunene i utvalget har gitt uttrykk for at de er opptatt av å tilpasse innholdet til mediet som blir brukt og følge eventuelle sjargonger. Jeg argumenterer for at det er forståelig at kommunen velger å tilpasse innhold til ulike sosiale medier for at innholdet skal passe inn i en

sjargong, men den kan ha negative konsekvenser. Et eksempel er om det blir brukt et språk som er vanskelig å forstå, forkortelser eller bilder uten beskrivelser som er vanskelig for personer med synsnedsettelse å oppfatte. Et passende eksempel er figur 18 i resultatkapitlet som viser hvordan et bilde er publisert på Instagram tilpasset lokal sjargong, uten en god beskrivende tekst.

Respondentene fra kommunene har fortalt at det ikke alltid er likhet mellom innhold som blir publisert på sosiale medier og innhold som blir publisert på de offisielle nettsidene. På en side kan det skape forvirring fordi innholdet er likt, men på en annen side kan de offisielle nettsiden bli brukt som et godt utformet alternativ. Jeg har tidligere argumentert for, og anbefalt krysspublisering til nettsider, noe som er i tråd med anbefalingene i en tidligere utredning (I all offentlighet, 2016). Hovedargumentet for speiling bygger på at kommunen kan ta full kontroll over universell utforming av egne nettsider (I all offentlighet, 2016). At det ikke alltid er likhet mellom innhold som blir publisert i sosiale medier og hva som blir publisert på kommunens nettsider kan være at sosiale medier ofte blir regnet som et supplement til de offisielle nettsidene. Dette er ikke uvanlig, men det er viktig at kommunen er tydelig på hva som publiseres hvor (I all offentlighet, 2016). Samtidig argumenterer jeg for at publisering på tvers av kanaler kan gi negative konsekvenser. Det er ikke nok detalj i intervjudataene til å trekke direkte eller sikre konklusjoner, men det kan fortsatt bli stilt spørsmålsteget ved om sosiale medier kan bli nedprioritert når kommuner skal utføre kommunikasjonsarbeid eller tilrettelegging. Om sosiale medier blir nedprioritert i norske kommuner er en egnet problemstilling i fremtidig forskning. Totalt sett har resultatene vist at begge kommunene i utvalget er konsekvente i sin bruk av sosiale medier og har utviklet strategier og retningslinjer for sosiale medier. Disse retningslinjene tar ikke direkte for seg tilrettelegging eller brukermangfold, men de har mye fokus på tydelige roller i sosiale medier. Dette fokuset er også i tidligere forskning fremhevet som viktig og rammeverk som Social Media Organization Policy har blitt introdusert (Husin & Hanisch, 2011). Dette rammeverket er også fokusert rundt tydelige roller og etikette i sosiale medier.

Intervjuer har vist at det er variasjon i brukergrupper på sosiale medier, og at personer med synsnedsettelse er en slik brukergruppe. Kommunene har også gitt uttrykk for at de er bevisste på universell utforming, men at det er store begrensninger i hva kommunene selv kan tilpasse i grensesnittet i de ulike mediene, som er påpekt i litteraturen (I all offentlighet, 2015). Jeg argumenter på en side at det er positivt at kommunen er bevisste på variasjonen i hvem brukeren er, universell utforming og begrensninger i sosiale medier. På den andre siden blir det stadig utviklet verktøy som kan være positivt for kommunen med tanke på tilrettelegging for personer med synsnedsettelse. Et eksempel er bruk av kunstig intelligens på Facebook til å generere bildetekster (Bie, 2016).

Kommunen har gitt uttrykk for at de tilrettelegger og tilpasser sin bruk av sosiale medier for ulike brukergrupper med å være tydelig og bruke riktig språk i sosiale medier. Med å ha et klart og tydelig språk i sosiale medier blir det ifølge kommunene enklere for alle å få med seg innholdet og ikke minst forstå innholdet. Dette er også i tråd med tidligere litteratur hvor det er anbefalt for kommuner å ha et klart og tydelig språk i sosiale medier (I

all offentlighet, 2016). Et enkelt språk vil være enklere for alle brukergrupper, men også for personer med synsnedsettelse. Jeg argumenterer for at hvis kommuner er bevisste på at det er variasjoner i hvem brukeren er og gjør enkle grep som å holde språket enkelt, bidrar dette til økt inkludering. Dette bygger på at disse grepene kan redusere barrierene for å ta i bruk sosiale medier som igjen kan bidra til å redusere «The Disability Divide» (f.eks. Dobransky & Hargittai, 2006). Tidligere studier har vist at personer med synsnedsettelse generelt bruker IKT mindre enn andre (Fuglerud, 2011). Om kommuner aktivt jobber med inkluderende tiltak kan dette føre til økt digital inkludering av ulike brukergrupper. Kommuner kan utvikle inkluderende tiltak basert på de ulike lærdommene som er forslått tidligere og de hemmende og muliggjørende faktorene som er diskutert. Videre har I all offentlighet (2016) lansert en sjekkliste som kommuner kan bruke i forbindelse med publisering av innhold på sosiale medier. Sjekklisten kan bidra til at innhold på sosiale medier blir mer strukturert, og fordelene kan være at innholdet blir enklere å oppfatte for personer med synsnedsettelse. Denne sjekklisten er generelt nyttig for å publisere mer meningsfylt og godt utformet innhold i offentlig sektor generelt og mot flere forskjellige funksjonsgrupper. Jeg argumenterer for at det er viktig at kommuner er klar over denne sjekklisten i veien mot en bedre og mer tilrettelagt bruk av sosiale medier.

Intervjuer har vist at det kan være utfordringer med å få til inkludering på de ulike mediene kommuner velger å ta i bruk. Kommunene tar blant annet i bruk Instagram. Intervjuer av personer med synsnedsettelse har på den andre siden vist at enkelte konsekvent velger å ikke bruke bilde- og videobaserte media fordi innholdet er vanskelig å tolke. Dette kan være motstridende. Samtidig ønsker kommuner å nå ut til så mange som mulig og gjøre innhold tilgjengelig for alle innbyggere, og bruker derfor blant annet Instagram for å nå ungdom. På den andre siden kan det skje at personer med synsnedsettelse velger bort et media som Instagram. Jeg argumenterer for at kommuner bør overveie gevinster de får av å ta i bruk bilde- og videobasert media mot de som eventuelt blir ekskludert eller ikke kan bruke mediet. Samtidig er det interessant for kommuner å se på bruksstatistikk på de ulike mediene i for eksempel I all offentlighet (2016) sin utredning, og ta dette med i vurderingsgrunnlaget.

Kommuner har gitt uttrykk for at arbeid med sosiale medier er en form for modningsprosess over tid. Jeg har tidligere presentert min tolkning av dette i figur 20, og kort oppsummert er modning når kommuner prøver ut noe i sosiale medier, får tilbakemelding, gjør endringer og prøver ut nye praksiser, helt til kommunene ser hva som fungerer best. Jeg argumenterer for at dette viser en reaktiv tankegang og at det ikke er unaturlig å prøve ut forskjellige praksiser for å se hva som fungerer i sosiale medier. Dette illustrerer mer praktisk rettet arbeid mot sosiale medier, og ikke strategiske målinger og analyser som tidligere er forslått i forskning (Mergel, 2013). Det bli diskutert om det kan være negativt at kommuner prøver ut ulike praksiser før kommuner finner det som fungerer best. Jeg bygger dette på at hvis kommunen har lav modenhet og prøver ut ulike praksiser som ikke fungerer og som ikke når alle så kan dette bidra til at personer med synsnedsettelse ikke får med seg innhold når dette blir prøvd ut. Samtidig kan stadige endringer med hensikt om å gjøre noe bedre føre til at den digitale løsningen blir dårligere enn det den i utgangspunktet var (Wentz & Lazar, 2016).

## 7 Konklusjon

I denne studien har jeg studert hva som påvirker personer med synsnedsettelsers bruk av sosiale medier. Jeg har studert fenomenet med å ta i bruk det teoretiske rammeverket Affordance Theory hvor jeg videre har gått i dybden på de muliggjørende og hemmende faktorene for bruk av sosiale medier, og diskutert dette. Resultatene har vist at et sett med hemmende og muliggjørende faktorer er med på å påvirke bruk av sosiale medier blant personer med synsnedsettelse. De muliggjørende faktorene som påvirker bruk er: tilgang på hjelpemidler, universell utforming, fast struktur og alternative presentasjonsmåter. De hemmende faktorene som påvirker bruk er: synsnedsettelse i seg selv, bilder og video i innhold, hjelpemidler som ikke kan bli brukt eller som er vanskelig å bruke, store informasjonsmengder, kvalitet på innhold eller dårlig struktur. Det har vist seg at de muliggjørende faktorene hjelper personer med synsnedsettelse å bruke sosiale medier og aktualisere en eller flere affordances i form av praktiske egenskaper ved sosiale medier. Samtidig er de hemmende faktorene noe som gjør sosiale medier vanskeligere eller umulig å bruke. Totalt sett er universell utforming og tilgang på hjelpemidler viktig for å oppfatte hva som er mulig på sosiale medier og for å ta sosiale medier i bruk. Figur 16 resultatkapitlet (kapittel 5) gir også en helhetlig oversikt over hvilke affordances som blir oppfattet, aktualisert og effekter ved aktualisering. Figur 16 er et viktig bidrag til forskning da den kan gi en helhetsforståelse av fenomenet.

Fra hovedfunnene i oppgaven har jeg formulert et sett med lærdommer til norske kommuner som ble presentert i diskusjonskapitlet. Lærdommene kan bli brukt av norske kommuner som ønsker å bli bedre på sosiale medier mot personer med synsnedsettelse. Kommuner kan ut i fra lærdommene og figur 16 få en forståelse av hvordan personer med synsnedsettelse oppfatter og bruker sosiale medier og hva som kan påvirke bruk av sosiale medier. Jeg har også foreslått hva norske kommuner i praksis kan gjøre for å bli bedre. De ulike lærdommene gir en indikasjon på at det eksisterer et variert brukermangfold, og at personer med synsnedsettelse også er en del av dette brukermangfoldet. Lærdommene og forslagene til tiltak og grep gir en indikasjon på hva kommuner bør fokusere på og være bevisste på i kommunens praktiske bruk av sosiale medier. Om kommuner velger å ta høyde for de ulike lærdommene kan dette være noe som gir økt inkludering blant personer med synsnedsettelse på sosiale medier, samt et bidrag til å redusere «the disability divide». Under vil de ulike lærdommene og de praktiske tiltakene kort bli oppsummert:

- **Ikke alle som har synsnedsettelse bruker hjelpemidler, men innhold kan se annerledes ut hos de som bruker hjelpemidler.**
  - Kommuner bør prøve ut ulike hjelpemidler for å få en forståelse av hvordan disse fungerer og hvordan innhold ser ut gjennom hjelpemidler og gjøre tilpasninger basert på dette.
- **Det er bevissthet om universell utforming blant personer med synsnedsettelse. Oppfattelsen av universell utforming på offentlige nettsider bidrar til et økt, positivt helhetsinntrykk blant personer med synsnedsettelse.**

- Kommuner bør fortsatt vektlegge god utforming på sine nettsider for å opprettholde godt helhetsinntrykk.
- **En fast og stabil struktur på sosiale medier er viktig for å gjenkjenne innhold og skape faste assosiasjoner blant personer med synsnedsettelse.**
  - Kommuner kan bidra til en bedre opplevelse for personer med synsnedsettelse ved å opprettholde en ryddig innholdsstruktur på sosiale medier.
- **Blant personer med synsnedsettelse er det enkelte som bruker alternative presentasjonsmåter for innhold på sosiale medier.**
  - Kommuner bør jobbe med å få en forståelse av ulike presentasjonsmåter, for eksempel ulike mobile enheter. Deretter bør kommuner teste hvordan innhold ser ut på de ulike plattformene.
- **Synsnedsettelse er komplekse å forstå hvis man selv ikke er berørt.**
  - Kommuner bør sette seg inn i hva det vil si å ha en synsnedsettelse og få en forståelse av kategoriseringer og definisjoner for å bedre kjenne denne målgruppen.
- **Personer med synsnedsettelse kan ha store problemer med å tolke innhold som inneholder bilde, video eller smilefjes.**
  - Kommuner må bruke beskrivende tekst på bilder og video og være kritisk til bruk av visuelt innhold. Samtidig bør bruk av smilefjes vurderes nøye.
- **Blant personer med synsnedsettelse kan det skje at hjelpemidler er utilgjengelige eller ikke fungerer.**
  - Kommuner bør ha universelt utformede nettsider som innhold kan bli krysspublisert til. Dette kan fungere som et tilrettelagt alternativ hvis hjelpemidler skulle svikte eller ikke kan bli brukt.
- **Store informasjonsmengder og manglende struktur kan være vanskelig å håndtere for personer med synsnedsettelse.**
  - Kommuner bør ikke bidra til informasjonsoverflod og bør holde innhold enkelt og tenke over publiseringshyppighet.
- **God kvalitet på innhold er viktig for å bidra til et tilgjengelig og lesbart innhold for personer med synsnedsettelse.**
  - Kommuner bør publisere innhold av god, visuell kvalitet, for eksempel slik at bilder har gode kontraster. For helhetsinntrykket bør også kommunes nettsider ha gode kontraster, være strukturerte og bruke gode skrifttyper.

## 7.1 Implikasjoner for praksis

Studien kan bidra til praksis på flere måter. Først og fremst kan denne studien bli brukt som et beslutning- og vurderingsgrunnlag i kommune knyttet til kommunen sin bruk av sosiale medier ut mot innbyggerne. Spesielt gjelder dette for tilrettelegging og inkludering av personer med synsnedsettelse. Kommuner går under offentlig sektor og jeg mener at også andre offentlige organisasjoner kan lære av denne studien. Studien gir en forståelse av hvordan sosiale medier blir brukt av en brukergruppe som ofte opplever utfordringer på sosiale medier. I praksis kan studien bli brukt til å vurdere egne praksiser opp mot funnen i denne studien, spesielt opp mot de hemmende og muliggjørende faktorene og lærdommene. Selv om offentlig sektor skiller seg fra privat sektor, argumenterer jeg samtidig for at private organisasjoner lære av dette på samme måte som kommuner. Private organisasjoner er også underlagt krav til universell utforming på samme måte som offentlig sektor, og derfor kan denne studien være relevant for organisasjoner i privat sektor. Det må bli tatt høyde for ulikhetene i krav og forventninger som stilles til offentlig sektor kontra organisasjoner i privat sektor, men studien i seg selv kan gi en pekepinn på om en organisasjon fokuserer på de riktige områdene sett i sammenheng med inkludering. Et forslag er at kommuner eller offentlige organisasjoner kan foreta en analyse av sin praksis på sosiale medier, og deretter gå inn å vurdere om de ulike muliggjørende og hemmende faktorene blir tatt høyde for. For eksempel kan organisasjoner arbeide mot å ivareta de muliggjørende faktorene og arbeide mot å fjerne eller redusere de hemmende faktorene. Dette kan være med på å inkludere personer med synsnedsettelse i større grad på sosiale medier.

I denne masteroppgaven har jeg fokusert på personer med synsnedsettelse. Samtidig kan ulike funn og lærdommer bli trukket opp på et generelt grunnlag. Et eksempel er det å opprettholde en enkel struktur, samt være tydelig og holde innhold enkelt i sosiale medier. Slike praksiser kan bidra til en god og inkluderende bruksopplevelse på sosiale medier for alle potensielle brukere. Ved å følge flere av lærdommene kan dette bidra til en bedre opplevelse for flere funksjonsgrupper. Prinsippet om det å gjøre en forbedring, som videre kan ha flere positive ringvirkninger for flere ulike brukergrupper har det også nettopp blitt konkludert med i en utredning (I all offentlighet, 2016).

I kommuner kan resultatene bli brukt som et vurderingsgrunnlag av strategier. Resultatene kan bidra til en forståelse av en brukergruppe som i større grad kan bli inkludert i kommunikasjonsstrategier og strategier for bruk av sosiale medier. Jeg har selv sett på ulike retningslinjer og strategier for sosiale medier til noen kommuner, og utfordringer knyttet til brukermangfold og spesielt personer med synsnedsettelse bør bli inkludert i mye større grad. Generelt sett kan resultatene bli brukt til å utvikle en bedre måte å praktisere kommuner sin bruk av sosiale medier. I all offentlighet (2016) har utviklet en sjekkliste med punkter som bør bli vurdert før innhold blir publisert, spesielt med tanke på de ulike brukergrupper og behov. Det vil derfor være nyttig å kombinere for eksempel de muliggjørende og hemmende faktorene i denne studien, samt punktene i sjekklisten til I all offentlighet (2016) for å forbedre eksisterende praksis og som kommune bli mer inkluderende i sosiale medier.

## 7.2 Implikasjoner og bidrag for forskning

Tidligere studier har brukt Affordance Theory til å studere ulike fenomen og ulike deler av det teoretiske rammeverket har blitt brukt (f.eks. Wahid & Sæbø, 2015). I tidligere forskning har få studier brukt rammeverket til å studere hvordan personer med synsnedsettelse oppfatter og aktualiserer affordances på sosiale medier og påvirkningsfaktorer knyttet til dette. Jeg argumenterer for at denne studien er en av få som bruker Affordance Theory til å studere personer med synsnedsettelse på sosiale medier, og studien kan bli brukt som et eksempel på hvordan teorien kan bli brukt. Figur 16 i resultatkapitlet (kapittel 5) viser funn identifisert gjennom Affordance Theory. Figuren gir en helhetlig oversikt over hvilke muligheter personer med synsnedsettelse oppfatter på sosiale medier, hvordan mulighetene blir unyttet, effekter av dette og hva som kan være med på å muliggjøre eller hemme denne utnyttelsen. Jeg anser teorianvendelsen og de oppsummerte funnene i figur 16 som et viktig bidrag til forskning.

En implikasjon som følge av studien er at studien kan bidra til å vekke en tverrfaglig interesse og det er flere områder som kan trekke inn denne studien. Innen informasjonssystemer kan studien bidra til en forståelse av sosiale media hvor større mengder informasjon er satt i system. I informatikk kan studien bidra til en forståelse av en brukergruppe som kan bli brukt til å utvikle smarte algoritmer og løsninger, for eksempel bildetolkningsverktøy. I psykologien kan studien bidra med en oversikt over hva som motiverer personer med synsnedsettelse til å bruke sosiale medier og gi indikasjoner på bruksatferd. Jeg mener at min studie gir innsikt til disse fagområdene og at alle områdene kan lære av og forske videre på fenomenet jeg har studert.

Sosiale medier skiller seg fra ”teknologi generelt” i den forstand at særpreget til sosiale medier er at store mengder informasjon som kontinuerlig strømmer ut til sluttbrukeren, enten brukeren selv oppsøker det eller får notifikasjoner. Jeg argumenterer for at presentasjon av store informasjonsmengder er noe som skiller sosiale medier fra annen teknologi og at dette er særpreget med sosiale medier. En implikasjon av dette er at studien viser at det er viktig å adressere sosiale medier som et eget fenomen, og ikke plassere sosiale medier under «vanlig teknologibruk». En annen implikasjon er at studien kan vekke interesse for forskning på bruk av sosiale medier blant ulike funksjonsgrupper som døve- og hørselshemmede, personer med motoriske utfordringer og personer med kognitive utfordringer.

## 7.3 Forslag til videre forskning

Fremtidig forskning kan fokusere på andre Affordance-perspektiver og undersøke om dette også er relevant. Et eksempel er om affordances oppleves som utilsiktet (unintended) eller som blir avvist (correct rejection) (Gaver, 1991). Videre kan fremtidig forskning ta utgangspunkt i Gaver (1991) sine konklusjoner om at nøstede affordances eksisterer, hvor aktualisering av en affordance fører til oppdagelsen av nye affordances. Hypoteser rundt dette kan være at personer med synsnedsettelse oppdager andre affordances etter å ha aktualisert noe, kontra de som ikke har synsnedsettelse. Jeg har også i masteroppgaven antatt av affordances på sosiale medier i utgangspunktet eksisterer, og dette er en pågående diskusjon.



Fremtidig forskning kan derfor studere om og hvordan affordances oppstår på sosiale medier blant personer med synsnedsettelse.

I resultatene har det kommet frem at kommunene ofte bruker sosiale medier som en supplerende kommunikasjonskanal til de offisielle nettsidene. Fremtidig forskning kunne tatt dette i betraktning å undersøkt om det å ha en supplerende kanal kan være negativt sett i sammenheng med inkludering og tilrettelegging. Spesifikt kan fremtidig forskning undersøke hvilke prioriteringer kommuner gjør relatert til sitt kommunikasjonsarbeid og om sosiale medier blir inkludert like mye som nettsidene. Samtidig kan forskning studere om brukeropplevelsen til innbyggere blir påvirket negativt som følge av at sosiale medier blir brukt som et supplement i kommunene.

Under perioden hvor denne masteroppgaven ble gjennomført har det kommet to nye teknologier på markedet som kan ha potensiale. Dette er Facebook sin bruk av kunstig intelligens for å generere beskrivende bildetekster, og appen Be My Eyes hvor seende kan hjelpe ikke-seende til å ta beslutninger gjennom kamera og internett. Fremtidig forskning kan se om det er potensielle bruksområder og utvidelsesområder med disse teknologiene inn mot flere ulike sosiale medier, og om det er mulig å ta de i bruk inn mot offentlig sektor. Videre kan fremtidig forskning også gå i dybden på veiledere og retningslinjer knyttet til sosiale medier i offentlig sektor, og studere om innovativ teknologi som Be My Eyes og ulike funksjonsgrupper blir inkludert i disse. Forskning kan eventuelt foreslå hvordan dette kan bli inkludert i veiledere og retningslinjer.

Flere av funnene er illustrert bildeeksempler, og med en ny datainnsamlingsprosess kan flere bildeeksempler på «dårlig praksis» eller noe som ikke fungerer bli samlet inn. Dette er noe som kan gjøres i fremtidig forskning og hvor disse bildeeksemplene blir brukt i en større survey for å trekke valide konklusjoner til populasjonen av personer med synsnedsettelse. Med en slik undersøkelse kan forskning bruke faktiske eksempler på dårlig praksis og konkludere om dette er gjeldene for hele populasjonen. Videre kan det være interessant å kryssjekke bildeeksemplene med andre funksjonsgrupper og se om eksemplene også der kan bli kategorisert som dårlig praksis eller noe negativt. Et eksempel er om et bilde av dårlig kvalitet i sosiale medier oppleves som forstyrrende av en person med kognitive utfordringer som ADD. Noen av resultatene har blant annet pekt på de hemmende faktorene som omhandler store informasjonsmengder eller dårlig og manglende struktur i sosiale medier. I og med at jeg ikke har funnet relevant forskning som tar for seg disse utfordringene foreslår jeg at fremtidig forskning går mer inn i dybden på disse to faktorene og adresserer hvor hemmende de er og hva som kan bli gjort for å utbedre dette.

Jeg har i de metodiske begrensningene (kapittel 4.5) argumentert for at det er andre teoretiske innfallsvinkler som kan være relevante for en lignende problemstilling. Fremtidig forskning kan for eksempel ta i bruk Stakeholder Theory (Mitchell, Agle, & Wood, 1997) og undersøke interessekonfliktene som eventuelt eksisterer knyttet til tilrettelegging på sosiale medier og hvem som har ansvaret. Mot hva som publiseres av innhold av kommuner på sosiale medier ville det også vært interessant å se på dette innholdet med hjelp av Genre Theory (Chandler,

1997) og gjennomføre en innholdsanalyse av innholdet og om innholdet treffer visse målgrupper, for eksempel personer med synsnedsettelse. Fremtidig forskning kan også anvende Technology Acceptance Model (Venkatesh & Davis, 2000) og se etter korrelasjon og relasjoner mellom faktorer for aksept og muliggjørende og hemmende faktorer fra Affordance-perspektivet i denne studien.

## 8 Referanser

- Ai Squared. (2016). ZoomText. Retrieved 11 February 2016, from <http://www.aisquared.com/products/zoomtext/>
- Almeida, L. D. A., & Baranauskas, M. C. C. (2010). Universal design principles combined with web accessibility guidelines: a case study. In *Proceedings of the IX Symposium on Human Factors in Computing Systems* (pp. 169–178). Brazilian Computer Society. Retrieved from <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1999612>
- Barnevakten. (2012). Fakta om Snapchat. Retrieved 25 January 2016, from <http://barnevakten.no/fakta-om-snapchat>
- Be My Eyes. (s.a.). Frequently asked questions. Retrieved 11 February 2016, from <http://www.bemyeyes.org/faq/>
- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Grimes, J. M. (2010). Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies. *Government Information Quarterly*, 27(3), 264–271. <http://doi.org/10.1016/j.giq.2010.03.001>
- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Grimes, J. M. (2012). Promoting transparency and accountability through ICTs, social media, and collaborative e-government. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 6(1), 78–91.
- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Hansen, D. (2012). The impact of polices on government social media usage: Issues, challenges, and recommendations. *Government Information Quarterly*, 29(1), 30–40. <http://doi.org/10.1016/j.giq.2011.04.004>
- Bickenbach, J. E., Chatterji, S., Badley, E. M., & Üstün, T. B. (1999). Models of disablement, universalism and the international classification of impairments, disabilities and handicaps. *Social Science & Medicine*, 48(9), 1173–1187.
- Bie, T. (2016). Facebook har fått til noe som høres umulig ut. Retrieved 6 April 2016, from <http://itavisen.no/2016/04/05/facebook-har-fatt-til-noe-som-hores-umulig-ut/>
- Burgstahler, S. (2001). Real Connections: Making Distance Learning Accessible to Everyone. Retrieved from <http://eric.ed.gov/?id=ED475789>
- Burgstahler, S. (2015). *Universal design of instruction (UDI): Definition, principles, guidelines, and examples [website]*. Seattle: DO-IT, University of Washington.
- Chandler, D. (1997). An introduction to genre theory. *Media and Communication Studies*: <Http://www.Aber.Ac.uk/media/Documents/intgenre/intgenre1.Html>. Retrieved from [http://faculty.washington.edu/farkas/HCDE510-Fall2012/Chandler\\_genre\\_theoryDFAnn.pdf](http://faculty.washington.edu/farkas/HCDE510-Fall2012/Chandler_genre_theoryDFAnn.pdf)
- Chemero, A. (2003). An outline of a theory of affordances. *Ecological Psychology*, 15(2), 181–195.
- Chun, S. A., & Reyes, L. F. L. (2012). Social media in government. *Government Information Quarterly*, 29(4), 441–445.
- Crews, D. E., & Zavotka, S. (2006). Aging, disability, and frailty: implications for universal design. *Journal of Physiological Anthropology*, 25(1), 113–118.
- Criado, J. I., Sandoval-Almazan, R., & Gil-Garcia, J. R. (2013). Government innovation through social media. *Government Information Quarterly*, 30(4), 319–326.
- Difi. (s.a.a.). Kva er universell utforming. Retrieved 2 October 2016, from <https://uu.difi.no/kva-er-universell-utforming>

- Difi. (s.a.b). WCAG 2.0-standarden. Retrieved 2 October 2016, from <https://uu.difi.no/krav-og-regelverk/wcag-20-standarden>
- Difi. (2010). Veileder i sosiale medier for forvaltningen. Retrieved from <https://www.difi.no/sites/difino/files/veileder-i-sosiale-medier-for-forvaltningen-2012.pdf>
- Difi. (2016). Kven skal følge krava. Retrieved 21 January 2016, from <https://uu.difi.no/artikkel/2015/05/kven-skal-folge-krava>
- Dobransky, K., & Hargittai, E. (2006). The disability divide in Internet access and use. *Information, Communication & Society*, 9(3), 313–334.
- Dubé, L., & Robey, D. (1999). Software stories: three cultural perspectives on the organizational practices of software development. *Accounting, Management and Information Technologies*, 9(4), 223–259.
- Ezaki, N., Bulacu, M., & Schomaker, L. (2004). Text detection from natural scene images: towards a system for visually impaired persons. In *Pattern Recognition, 2004. ICPR 2004. Proceedings of the 17th International Conference on* (Vol. 2, pp. 683–686). IEEE. Retrieved from [http://ieeexplore.ieee.org/xpls/abs\\_all.jsp?arnumber=1334351](http://ieeexplore.ieee.org/xpls/abs_all.jsp?arnumber=1334351)
- Facebook. (2016). About Facebook. Retrieved 25 January 2016, from <https://www.facebook.com/about/>
- Fang, Z. (2002). E-government in digital era: concept, practice, and development. *International Journal of the Computer, the Internet and Management*, 10(2), 1–22.
- Federici, T., Braccini, A. M., & Sæbø, Ø. (2015). ‘Gentlemen, all aboard!’ ICT and party politics: Reflections from a Mass-eParticipation experience. *Government Information Quarterly*, 32(3), 287–298.
- Forskrift om universell utforming av IKT-løsninger. (2013). Forskrift om universell utforming av informasjons- og kommunikasjonsteknologiske (IKT)-løsninger. Retrieved from <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2013-06-21-732>
- Fritsch, L., Fuglerud, K. S., & Solheim, I. (2010). Towards inclusive identity management. *Identity in the Information Society*, 3(3), 515–538.
- Fuglerud, K. S. (2009). ICT services for every citizen: The challenge of gaps in user knowledge. In *Universal Access in Human-Computer Interaction. Addressing Diversity* (pp. 38–47). Springer. Retrieved from [http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-02707-9\\_5](http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-02707-9_5)
- Fuglerud, K. S. (2011). The barriers to and benefits of use of ICT for people with visual impairment. In *Universal Access in Human-Computer Interaction. Design for All and eInclusion* (pp. 452–462). Springer. Retrieved from [http://link.springer.com/10.1007%2F978-3-642-21672-5\\_49](http://link.springer.com/10.1007%2F978-3-642-21672-5_49)
- Gaver, W. W. (1991). Technology affordances. In *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems* (pp. 79–84). ACM. Retrieved from <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=108856>
- Gibson, J. (1979). The theory of affordances. In *The People, Place, and Space Reader*, 56–60.
- Gregor, P., & Newell, A. F. (2001). Designing for dynamic diversity: making accessible interfaces for older people (pp. 90–92). Presented at the Proceedings of the 2001 EC/NSF workshop on Universal accessibility of ubiquitous computing: providing for the elderly, ACM.

- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1989). *Fourth generation evaluation*. Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.
- Hanson, V. L. (2001). Web access for elderly citizens (pp. 14–18). Presented at the Proceedings of the 2001 EC/NSF workshop on Universal accessibility of ubiquitous computing: providing for the elderly, ACM.
- Hellevik, O. (2002). *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap*. Universitetsforlaget.
- Husin, M., & Hanisch, J. (2011). Utilising the social media and organisation policy (someop) framework: an example of organisational policy development within a public sector entity. Retrieved from <http://aisel.aisnet.org/ecis2011/264/>
- I all offentlighet. (2015). Sosiale medier og universell utforming: En juridisk og empirisk utredning. Retrieved from <http://www.ialloffentlighet.no/utredninger/sosialekommuneroguniversellutforming.pdf>
- I all offentlighet. (2016). Tilgjengelig og forståelig: Et praktisk og inspirerende FoU-prosjekt om myndighetene, sosiale medier og digitale barrierer. Retrieved from <http://www.ialloffentlighet.no/fou/tilgjengelig-og-forstaelig.pdf>
- Instagram. (s.a.). FAQ. Retrieved 25 January 2016, from <https://www.instagram.com/about/faq/>
- Israel, M., & Hay, I. (2006). *Research ethics for social scientists*. Sage. Retrieved from <https://www.google.com/books?hl=no&lr=&id=4Qtuv0CBuKkC&oi=fnd&pg=PP2&dq=Research+ethics+for+social+scientists.&ots=U5HtXinJu8&sig=YjwAVxnidCRh7xDrvHPANnOCFPI>
- Jackson, R. L., Drummond, D. K., & Camara, S. (2007). What is qualitative research? *Qualitative Research Reports in Communication*, 8(1), 21–28.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kavanaugh, A. L., Fox, E. A., Sheetz, S. D., Yang, S., Li, L. T., Shoemaker, D. J., ... Xie, L. (2012). Social media use by government: From the routine to the critical. *Government Information Quarterly*, 29(4), 480–491. <http://doi.org/10.1016/j.giq.2012.06.002>
- Keller, S., Braithwaite, R., Owens, J., & Smith, K. (2001). Towards Universal Accessibility: Including users with a disability in the design process. *ACIS 2001 Proceedings*, 51.
- Kitchenham, B. (2004). Procedures for performing systematic reviews. *Keele, UK, Keele University*, 33(2004), 1–26.
- Kitchenham, B., Brereton, O. P., Budgen, D., Turner, M., Bailey, J., & Linkman, S. (2009). Systematic literature reviews in software engineering—a systematic literature review. *Information and Software Technology*, 51(1), 7–15.
- Klein, H. K., & Myers, M. D. (1999). A set of principles for conducting and evaluating interpretive field studies in information systems. *MIS Quarterly*, 67–93.
- KS. (2012). Veikart for sosiale medier i kommunesektoren. Retrieved from <http://www.ks.no/contentassets/ffc994250c8b4ac28b90949c1e2f3897/veikart-for-sosiale-medier-i-kommunesektoren---publisert-2012.pdf?id=20135>
- Landsbergen, D. (2010). Government as part of the revolution: Using social media to achieve public goals. In *Proceedings of the 10th European conference on e-government* (pp. 243–250). Retrieved from <https://www.google.com/books?hl=no&lr=&id=dNlc6DoMowkC&oi=fnd&pg=PA24>

- 3&dq=Government+as+part+of+the+revolution:+Using+social+media+to+achieve+public+goals+&ots=JA17rTmWJL&sig=YcCf5hWtH0feVPlhEwA8IUk2C0g
- Linders, D. (2012). From e-government to we-government: Defining a typology for citizen coproduction in the age of social media. *Government Information Quarterly*, 29(4), 446–454.
- Majchrzak, A., & Markus, M. L. (2012). Technology affordances and constraints in management information systems (MIS). *Encyclopedia of Management Theory*, (Ed: E. Kessler), Sage Publications, Forthcoming. Retrieved from [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2192196](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2192196)
- Meld. St. 23 (2012-2013). *Digital agenda for Norge – IKT for vekst og verdiskapning*. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld-st-23-20122013/id718084/?ch=1&q=>
- Mergel, I. (2010). Government 2.0 revisited: Social media strategies in the public sector. Retrieved from <http://surface.syr.edu/ppa/2/>
- Mergel, I. (2013). A framework for interpreting social media interactions in the public sector. *Government Information Quarterly*, 30(4), 327–334.
- Milanovic, R. (2015). The World's Most Important Social Media Sites and Apps in 2015. Retrieved 22 January 2016, from <http://smt.socialmediatoday.com/acton/form/10375/0070:d-0001/1/index.htm>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. SAGE Publications, Incorporated.
- Mills, A., Carter, L., & Belanger, F. (2010). Conceptualizing Public Service Value in E-government Services. In *AMCIS* (p. 346). Retrieved from <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1344&context=amcis2010>
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, 22(4), 853–886.
- Mossberger, K., Wu, Y., & Crawford, J. (2013). Connecting citizens and local governments? Social media and interactivity in major US cities. *Government Information Quarterly*, 30(4), 351–358.
- Mustonen, P. (2009). Social media: a new way to success? Retrieved from <http://doria32-kk.lib.helsinki.fi/handle/10024/99388>
- Myers, M. D., & Newman, M. (2007). The qualitative interview in IS research: Examining the craft. *Information and Organization*, 17(1), 2–26.
- Norges Blindeforbund. (s.a.a). Fakta og statistikk om synshemninger. Retrieved 20 April 2016, from <https://www.blindeforbundet.no/oyehelse-og-synshemninger/fakta-og-statistikk-om-synshemninger>
- Norges Blindeforbund. (s.a.b). WHO's definisjon på blind/svaksynt. Retrieved 2 November 2016, from <https://www.blindeforbundet.no/oyehelse-og-synshemninger/whos-definisjon-pa-blind-svaksynt>
- Oates, B. J. (2005). *Researching information systems and computing*. Sage. Retrieved from [https://www.google.com/books?hl=no&lr=&id=VyYmkaTtRKcC&oi=fnd&pg=PR11&dq=Researching+information+systems+and+computing.+&ots=w8WDCVLJSH&sig=k\\_QkH-UPpv5dIZVSAkoNsg-gUk0](https://www.google.com/books?hl=no&lr=&id=VyYmkaTtRKcC&oi=fnd&pg=PR11&dq=Researching+information+systems+and+computing.+&ots=w8WDCVLJSH&sig=k_QkH-UPpv5dIZVSAkoNsg-gUk0)

- Oravec, J. A. (2002). Virtually accessible: empowering students to advocate for accessibility and support universal design. *Library Hi Tech*, 20(4), 452–461.
- Osborne-Gowey, J. (2014). What is Social Media. *Fisheries*, 39(2), 55–55.
- Peli, E., Goldstein, R. B., Young, G. M., Trempe, C. L., & Buzney, S. M. (1991). Image enhancement for the visually impaired. Simulations and experimental results. *Investigative Ophthalmology & Visual Science*, 32(8), 2337–2350.
- Picazo-Vela, S., Gutierrez-Martinez, I., & Luna-Reyes, L. F. (2012). Understanding risks, benefits, and strategic alternatives of social media applications in the public sector. *Government Information Quarterly*, 29(4), 504–511.
- Pozzi, G., Pigni, F., & Vitari, C. (2014). Affordance theory in the IS discipline: A review and synthesis of the literature. Retrieved from <http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1228&context=amcis2014>
- Premsky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Sæbø, Ø., Rose, J., & Flak, L. S. (2008). The shape of eParticipation: Characterizing an emerging research area. *Government Information Quarterly*, 25(3), 400–428.
- Serrat, O. (2010). Social media and the public sector. Retrieved from <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/intl/207/>
- Shneiderman, B. (2000). Universal usability. *Communications of the ACM*, 43(5), 84–91.
- Shneiderman, B. (2001). Design: Cui: bridging the digital divide with universal usability. *Interactions*, 8(2), 11–15.
- Simeonsson, R. J., Lollar, D., Hollowell, J., & Adams, M. (2000). Revision of the International Classification of Impairments, Disabilities, and Handicaps: developmental issues. *Journal of Clinical Epidemiology*, 53(2), 113–124.
- Stamati, T., Papadopoulos, T., & Anagnostopoulos, D. (2015). Social media for openness and accountability in the public sector: Cases in the Greek context. *Government Information Quarterly*, 32(1), 12–29.
- Story, M. F. (1998). Maximizing usability: the principles of universal design. *Assistive Technology*, 10(1), 4–12.
- Strong, D. M., Johnson, S. A., Tulu, B., Trudel, J., Volkoff, O., Pelletier, L. R., ... Garber, L. (2014). A theory of organization-EHR affordance actualization. *Journal of the Association for Information Systems*, 15(2), 53.
- Thompson, S. J., Johnstone, C. J., & Thurlow, M. L. (2002). Universal Design Applied to Large Scale Assessments. Synthesis Report. Retrieved from <http://eric.ed.gov/?id=ED467721>
- Vanderheiden, G. (2000). Fundamental principles and priority setting for universal usability. In *Proceedings on the 2000 conference on Universal Usability* (pp. 32–37). ACM. Retrieved from <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=355469>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
- Vicente, M. R., & Lopez, A. J. (2010). A multidimensional analysis of the disability digital divide: Some evidence for Internet use. *The Information Society*, 26(1), 48–64.
- W3C. (2008). Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0. Retrieved 10 February 2016, from <http://www.w3.org/Translations/WCAG20-no/>

- W3C. (2015). Understanding Conformance. Retrieved 10 February 2016, from <https://www.w3.org/TR/UNDERSTANDING-WCAG20/conformance.html>
- Wacker, J. G. (1998). A definition of theory: research guidelines for different theory-building research methods in operations management. *Journal of Operations Management*, 16(4), 361–385.
- Wahid, F., & Sæbø, Ø. (2015). Affordances and Effects of Promoting eParticipation Through Social Media. In *Electronic Participation* (pp. 3–14). Springer. Retrieved from [http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-22500-5\\_1](http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-22500-5_1)
- Wentz, B., & Lazar, J. (2016). Exploring the Impact of Inaccessible Redesign and Updates. In *Designing Around People* (pp. 3–12). Springer. Retrieved from [http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-29498-8\\_1](http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-29498-8_1)
- Wentz, B., Lazar, J., Stein, M., Gbenro, O., Holandez, E., & Ramsey, A. (2014). Danger, danger! Evaluating the accessibility of Web-based emergency alert sign-ups in the northeastern United States. *Government Information Quarterly*, 31(3), 488–497.
- World Health Organization. (2001). *International classification of functioning, disability and health: ICF*. World Health Organization. Retrieved from <https://www.google.com/books?hl=no&lr=&id=IMZPmEJrJ3sC&oi=fnd&pg=PA1&q=international+classification+of+functioning,+disability+and+health&ots=PFIJUw86Ee&sig=TzXf6lJqmi9aaTlM7gq3r0WGfJo>
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188.
- YouTube. (s.a.). About YouTube. Retrieved 25 January 2016, from <https://www.youtube.com/yt/about/>

## 8.1 Figurreferanser

- F Logo. [Bilde]. (s.a.). Hentet fra <https://www.facebookbrand.com>
- Ghost Logo. [Bilde]. (s.a.). Hentet fra <https://www.snapchat.com/brand-guidelines>
- Multi-Color Camera. [Bilde]. (s.a.). Hentet fra <https://www.instagram-brand.com>
- Twitter Logo. [Bilde]. (s.a.). Hentet fra <https://about.twitter.com/company/brand-assets>
- YouTube Logo. [Bilde]. (s.a.). Hentet fra <https://www.youtube.com/yt/brand/downloads.html>

## Vedlegg

- Vedlegg A – Godkjenningbrev Personvernombudet for forskning
- Vedlegg B – Eksempel på intervjuguide
- Vedlegg C – Informasjonsskriv for respondenter med synsnedsettelse
- Vedlegg D – Informasjonsskriv for respondenter fra kommuner
- Vedlegg E – Illustrasjon av analyseprosess





Harald Hårfagres gate 29  
N-5007 Bergen  
Norway  
Tel: +47-55 58 21 17  
Fax: +47-55 58 96 50  
nsd@nsd.uib.no  
www.nsd.uib.no  
Org.nr. 985 321 884

Øystein Sæbø

Institutt for informasjonssystemer Universitetet i Agder

Postboks 422

4604 KRISTIANSAND S

Vår dato: 13.11.2015

Vår ref: 45378 / 3 / KH

Deres dato:

Deres ref:

### TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 27.10.2015. Meldingen gjelder prosjektet:

45378	<i>Norske myndigheters tilpasning og bruk av sosiale medier for brukere med synsutfordringer/hemninger</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>Universitetet i Agder, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Øystein Sæbø</i>
<i>Student</i>	<i>Jørgen Pedersen</i>

Personvernombudet har vurdert prosjektet, og finner at behandlingen av personopplysninger vil være regulert av § 7-27 i personopplysningsforskriften. Personvernombudet tilrår at prosjektet gjennomføres.

Personvernombudets tilråding forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, ombudets kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeplikt/skjema.html>. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://pvo.nsd.no/prosjekt>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 30.06.2016, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Katrine Utaaker Segadal

Kjersti Haugstvedt

Kontaktperson: Kjersti Haugstvedt tlf: 55 58 29 53

*Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.*

*Avdelingskontorer / District Offices:*

*OSLO:* NSD, Universitetet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47-22 85 52 11. nsd@uio.no

*TRONDHEIM:* NSD, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47-73 59 19 07. kyrre.svarva@svt.ntnu.no

*TROMSØ:* NSD, SVF, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47-77 64 43 36. nsdmaa@sv.uit.no



## Prosjektvurdering - Kommentar

---

Prosjektnr: 45378

Prosjektets formål er å kartlegge hvordan norske myndigheter kan og bør tilpasse sin bruk av sosiale medier for synshemmede brukere.

Utvalget vil bestå av synshemmede brukere av sosiale medier. Informasjonsskrivet til utvalget er tilfredsstillende utformet.

Personvernombudet legger til grunn at Universitetet i Agder sine retningslinjer for datasikkerhet etterfølges. Dersom personopplysninger skal lagres på privat pc/mobile enheter bør opplysningene krypteres tilstrekkelig.

Prosjektlutt er 30.06.2016. Innsamlede opplysninger anonymiseres.

Anonymisering innebærer å bearbeide datamaterialet slik at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes. Det gjøres ved å:

- slette direkte personopplysninger (som navn/koblingsnøkkel)
- slette/omskrive indirekte personopplysninger (identifiserende sammenstilling av bakgrunnsopplysninger som f.eks. bosted/arbeidssted, alder og kjønn)
- slette opptak

## Vedlegg B – Eksempel på intervjuguide

### ***Fase 1: Innledning (lik for begge)***

Hensikten med denne fasen er å «varme opp» respondenten. Det er viktig at jeg her tydeliggjør hensikten med studien, hvem jeg er og orienterer om og signerer informasjonsskriv, eventuelt godkjenning av lydopptak og at respondenten kan trekke seg når den vil. Med hensyn til synshemmede respondenter vil jeg også godta en muntlig signering av informasjonsskriv hvor dette f.eks. bli opplest. Jeg kan også for eksempel innlede litt om tematikken og problemstillingene som er adressert i forskning.

### ***Fase 2: Innhenting av nøkkelinformasjon (varierer avhengig av respondent)***

Hensikten med denne fasen er å hente ut relevant nøkkelinformasjon som er helt vesentlig for min studie. Innholdet i denne fasen vil variere avhengig om jeg intervjuer en bruker eller en tilbyder.

#### **Felles for både bruker og tilbyder:**

- Hvilke sosiale medier benyttes? Brukes flere samtidig?
  - Benyttes andre medier enn Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram og YouTube?
- Motivasjon for bruk
  - Som bruker av sosiale medier: Blir det brukt for deling av informasjon eller som et verktøy for interaksjon med andre?
  - Som offentlig myndighet eller kommune: Blir det brukt for å holde innbyggerne oppdatert eller som et verktøy for å nå ut til innbyggerne og kommunisere med dem?
- Tanker og bevissthet om universell utforming

#### **Forslag til temaer og spørsmål for bruker:**

- Følges kommuner og eller andre offentlige instanser på sosiale medier.
  - Hvorfor?
- Type og grad av synsnedsettelse
  - Hvilken synsnedsettelse har du?
  - Hvor lenge har du hatt denne synsnedsettelsen?
  - Hvilke utfordringer skaper dette for deg i hverdagen generelt?
- Opplever du utfordringer med å bruke sosiale medier som funksjonshemmet?
- Bruker du hjelpemidler når du skal bruke sosiale medier?
  - Eventuelt hvilke hjelpemidler til hvilke medier
    - Skjermopplesning, stemmestyring, adaptiv teknologi, tredjeparts assisterende teknologi etc.
- Hva ville gjort din hverdag, som bruker av sosiale medier bedre?
  - Hva mener du om tilbyderne av sosiale medias evne og vilje til å tilrettelegge for deg som synshemmet?

#### **Forslag til temaer og spørsmål for tilbyder:**

- Hva er dine arbeidsoppgaver knyttet til sosiale medier?
  - Er du alene om arbeidet eller er dere flere?
  - Kan du eventuelt beskrive en typisk arbeidshverdag på sosiale medier
- Har dere strategier i forhold til bruk og sosiale medier?
  - Bruker dere for eksempel noen veiledere eller veikart?
  - Inkluderer dere brukeren i noen utviklingsprosesser knyttet til sosiale medier?

- Hvordan bestemmes hva som publiseres på sosiale medier?
- Hva gjør du/dere for å tilrettelegge for personer med synsnedsettelse?
  - Opplever dere problemer i forhold til å inkludere alle brukere?
- Hvilke utfordringer har du/dere i forhold til å tilrettelegge for synshemmede brukere?
- Hvis dere bruker flere media, publiserer dere samme informasjon på tvers av alle media?

***Fase 3: Oppsummering og avslutning (lik for begge)***

I denne fasen vil jeg presentere en kort oppsummering av det vi har gått igjennom for å forsikre at jeg har oppfattet de viktigste hovedpunktene riktig. Eventuelle uklarheter bør rettes opp i før intervjuet avsluttes. Jeg forteller hva som skjer videre og at jeg vil sende et transkript eller oppsummering av det jeg skal bruke for å få det godkjent av respondenten. Avslutningsvis spør jeg om respondenten mener jeg bør snakke med noen andre, og ellers takker for intervjuet.

## Vedlegg C – Informasjonsskriv for respondenter med synsnedsettelse

### Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet

## «Norske kommuners tilpasning av sosiale medier for personer med synsnedsettelse»

### Bakgrunn og formål

Dette prosjektet er et masterprosjekt ved institutt for informasjonssystemer ved Universitetet i Agder. Formålet til denne studien er å kartlegge hvordan norske kommuner kan og bør gjøre for å tilpasse sin bruk av sosiale medier for personer med synsnedsettelse.

Du er spurt om å delta i forskningsprosjektet da du har en synsnedsettelse og er bruker av sosiale medier.

### Hva innebærer deltakelse i studien?

Å delta i denne studien betyr for deg at jeg vil intervju deg som en del av datainnsamlingsprosessen. Jeg vil intervju deg som bruker av sosiale media, finne ut mer om hvordan du bruker det og eventuelt hvilke utfordringer du har. Spørsmål vil også omhandle hvilken type synshemming du har og den praktiske betydningen og konsekvensen av dette. Data registreres på lydopptak om dette godkjennes av deg og egne notater under intervju.

### Hva skjer med informasjonen om deg?

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt. Kun jeg skal ha tilgang til personopplysninger, og heller ikke veileder. Navneliste lagres i Excel og koblingsnøkkel lagres i et separat dokument for å opprettholde konfidensialiteten med et øvrig sikkerhetslag.

Som deltaker vil du ikke kunne identifiseres eller gjenkjennes i rapporten.

Prosjektet skal etter planen avsluttes i juni 2016. Samtlige personopplysninger slettes umiddelbart ved prosjektslutt i juni 2016. Dette innebærer notater jeg selv har tatt samt eventuelle lydopptak fra intervju.

### Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i studien, og du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi noen grunn. Dersom du trekker deg, vil alle opplysninger om deg bli anonymisert og slettet.

Dersom du ønsker å delta eller har spørsmål til studien, ta kontakt med Jørgen Pedersen (tlf: 900 76 753) eller veileder Øystein Sæbø (tlf: 902 07 352).

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS.

## Samtykke til deltakelse i studien

Jeg har mottatt informasjon om studien, og er villig til å delta

-----  
(Signert av prosjektdeltaker, dato)

## Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet

# *”Norske kommuners tilpasning av sosiale medier for personer med synsnedsettelse”*

### **Bakgrunn og formål**

Dette prosjektet er et masterprosjekt ved institutt for informasjonssystemer ved Universitetet i Agder. Formålet til denne studien er å kartlegge hvordan norske kommuner kan gjøre for å tilpasse sin bruk av sosiale medier for personer med synsnedsettelse med fokus primært på brukerens perspektiv. Det er dog viktig å få frem hva kommunene selv mener om dette.

Du er spurt om å delta i forskningsprosjektet du kan representere en kommune som bruker sosiale medier.

### **Hva innebærer deltakelse i studien?**

Å delta i denne studien betyr for deg at jeg vil intervju deg som en del av datainnsamlingsprosessen. Jeg vil intervju deg som en kommunal ansatt som på en eller annen måte administrerer kommunes sosiale medier. Data registreres på lydopptak om dette godkjennes av deg og egne notater under intervju.

### **Hva skjer med informasjonen om deg?**

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt. Kun jeg skal ha tilgang til personopplysninger, og heller ikke veileder. Navneliste lagres i Excel og koblingsnøkkel lagres i et separat dokument for å opprettholde konfidensialiteten med et øvrig sikkerhetslag.

Som deltaker vil du ikke kunne identifiseres eller gjenkjennes i rapporten. Vi blir nærmere enige om kommunen kan navngis eller ikke.

Prosjektet skal etter planen avsluttes i juni 2016. Samtlige personopplysninger slettes umiddelbart ved prosjektslutt i juni 2016. Dette innebærer notater jeg selv har tatt samt eventuelle lydopptak fra intervju.

### **Frivillig deltakelse**

Det er frivillig å delta i studien, og du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi noen grunn. Dersom du trekker deg, vil alle opplysninger om deg bli anonymisert og slettet.

Dersom du ønsker å delta eller har spørsmål til studien, ta kontakt med Jørgen Pedersen (tlf: 900 76 753).

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS.

## **Samtykke til deltakelse i studien**

Jeg har mottatt informasjon om studien, og er villig til å delta

-----  
(Signert av prosjektdeltaker, dato)

## Vedlegg E – Illustrasjon av analyseprosess

### Steg 1: Transkripsjon med de første analytiske kommentarer

Spørsmål (meg)	Respons	Kategori og analyse
Hvis du kan fortelle meg om hvilke sosiale medier du bruker?	Jeg bruker Facebook, Twitter og LinkedIn.	
Ok, riktig. Ikke noen av de bildemediene?	Hehe, nei, det er ganske naturlige grunner til at jeg ikke gjør det så jeg har ikke gidde. <b>Jeg har ikke noe utbytte av det.</b> Hverken Instagram eller Snapchat. Ikke Flickr eller hva det skulle være for noe.	Beskriver hvordan en affordance ikke aktualiseres fordi at...
Veldig bra. Da var det Facebook, Twitter og LinkedIn.	Ja, det er stort sett det. Ja, jeg kan kanskje tittle inn på Google+ en sjelden gang, men det blir lite.	
For det er tre ulike medier du nevner nå. Hvis vi tar Facebook. Kan du fortelle meg hvorfor du bruker Facebook?	Facebook bruker jeg stort sett, jeg vil si, 80% av grunnen til at jeg bruker det er private grunner. Også alt mulig sånn som å følge med på hva andre venner driver med, og kontakte folk, <b>events</b> , avtaler, hva man skal gjøre for noe. <b>Det kan ofte fungere ganske bra for å få kontakt med folk selv om man kanskje ser de, eller burde ha sett de i hverdagen.</b> Da	God beskrivelse av hva den faktisk gjør. <b>Affordances actualisation</b>  <b>Affordane Percived</b>  Dette kan ha flere forklaringer, fordi noe er vanskelig eller fordi res 2 rett og slett ikke har tid.

### Steg 2: Datakondensasjon og datafremstilling (iht Miles et al., 2014)

For å få den anbefalte, totale oversikten (Miles et al., 2014) ble analysen gjort i Excel

- Ekstrahering av konkrete funn for hver respondent

Oppfattelse	Aktualisering	Effekter	Muliggjørende	Hemmende faktorer
Mulighet til å holde seg oppdatert	Lese nyheter og nyhetsstrøm. Følge med på studierelaterte ting	Oppdatert på hva som skjer blant venner og i studier og andre aktiviteter	Hjelpemidler i form av zoom, kontrast og opplesning av tekst	Retinitis Pigmentosa med 0,05% syn
Mulighet for kunnskapsbygging	Se video på YouTube	Bygge kunnskap	Tekst-til-tale på telefon	Bilder og video er vanskelig å tolke
Mulighet for underholdning	Se video på YouTube			
Mulighet for sosialisering	Chat via Facebook	Ha kontakt med andre, også folk man ellers ikke ser eller som bor lang unna. Praktisk	Mulighet for å modifisere og tilpasse hjelpemidler	Informasjonssoverflod
		Følger normen og er som alle andre	Universell utforming	Kompatibilitetsproblemer
			Hjelp fra samboer	Hjelpemidler "henger ikke med"
				Smilefjes gir ikke

- Sammenslåing av funn og eksemplifisering med sitater:

Sitat	Aktualisering	Sitat	Effekter
"Jeg bruker det for å holde meg oppdatert på ting som skjer. Jeg bruker jo egentlig ikke Facebook så mye til å oppdatere meg på venner, men jeg bruker det til å oppdatere meg på nyheter for eksempel. Fordi jeg følger mange nyhetskanaler og den type ting på Facebook." (Res 5)	Leser nyhetsstrømmer i ulike medier. Primært refererer respondentene til nyhetsstrømmen på Facebook. Følger egne grupper og hva de selv ønsker. Følger med på hva venner driver med, men også nyheter etc. Lite fokus på kommuner. En av respondentene fulgte også med på stillingsannonser og hold seg oppdatert på jobbmarkedet (på en kommunal FB-side)	"Sosiale medier bruker jeg mer hvis hundeklubben skriver et eller annet eller de skal treffes her på universitetet så er det greit å finne ut av det eller hvis koret har mye informasjon rundt hvis vi skal ut på et oppdrag. Jeg følger mine grupper." (Res 1)	Får en mulighet til å følge med på det som interesserer brukeren, enten det er studier eller hobby. Lite fokus på det offentlige
"Facebook bruker jeg stort sett, jeg vil si, 80% av grunnen til at jeg bruker det er private grunner. Også alt mulig sånn som å følge med på hva andre venner driver med, og kontakte folk, events, avtaler, hva man skal gjøre for noe." (Res 2)	Respondentene sier det ikke direkte, men mye av sosialiseringen foregår gjennom chatting på Facebook. Også underbevisst tror jeg enkelte respondenter ser det på som sosialisering bare det å "være tilgjengelig" på Facebook	"Ellers så er det veldig mye til chatting. Folk er jo tilgjengelig ikke sant. Så den eneste chattinga som ikke er jobberelatert går på Facebook stort sett." (res 4)	En effekt av denne affordansen er jo at respondentene kan være tilgjengelig som alle andre og det er en mulighet for de å kanskje være mer sosialiserte enn ellers. <b>"Det er ganske mange som opplever at de får mere kontakt med omverdenen da. Det har nok løst</b>

- Dokumentasjon av andre kategorier som gikk utenfor Affordances Theory som kanskje kunne være relevant og ellers gode sitater. Dette ble også sortert etter respondent i Excel

RES 6	Facebook, kommunen og stillinger	"På Facebook gjør jeg det. Men det er mest på grunn av jobber og sånn da. Altså stillinger som blir la	Må med
	Kommunen ikke flinke på å oppdatere	"Jeg synes ikke de er så flinke på å oppdatere da, nei. Så det er jo egentlig først og fremst stillinger da	Skal med
	Motivasjon for Facebook	"Hvorfor jeg vil være på Facebook? Det er jo fordi jeg vil ha kontakt med folk som er langt vækk da. Sånn spesielt for min del som bor på Sørlandet, men er fra Vestlandet. At jeg kan ha kontakt med vennene mine uten å måtte ringe de, skrive brev eller noe sånn, hehe."	MÅ MED
	Engasjert i uu	"Ja, jeg tenker jo litt over det, sånn, skal jeg si generelt i samfunnet. At det er tilrettelagt. Men det er jo fordi jeg generelt er interessert i det da. Det irriterer meg at det ikke er rullestolrampe overalt for eksempel. Men det er jo bare fordi jeg faktisk tenker over det og er bevisst da."	Skal med
	Dårlig uu	"For det er noen sider som det ikke går an å zoome på da, og sånne ting. Eller at det er, liksom, kontrastene på nettsiden er veldig sånn....Blå på blå og sånn. Så det er litt dårlig da. Men utover det så har ikke jeg tenkt så veldig mye over det da."	MÅ MED
	Om å zoome	"Nei, det er egentlig bare hvis det er små skrift og slikt. Men da kan jeg jo bare zoome det opp. Det er ikke noe utover det som jeg bruker utover zoom-program da."	

#### Steg 4: Konkludering og verifisering (iht. Miles et al., 2014)

- Bruk av tavle, kritt og A3-ark til å tegne opp modeller og for å se det store bildet. Mye av prosessen var å gå tilbake til oversikten i Excel for å kontrollere de konklusjonene jeg trakk underveis. I tillegg gikk jeg også tilbake til transkript flere ganger for å verifisere om en konklusjon kunne trekkes eller om jeg hadde oversett noe.