



Grenseløs offentlig kommunikasjon

- en undersøkelse om faktorer som påvirker hvordan offentlige virksomheter arbeider for å gjøre det kommunikative innholdet på nettsidene sine tilgjengelig for de fleste

SILJE HELEN STORVIK RYGH

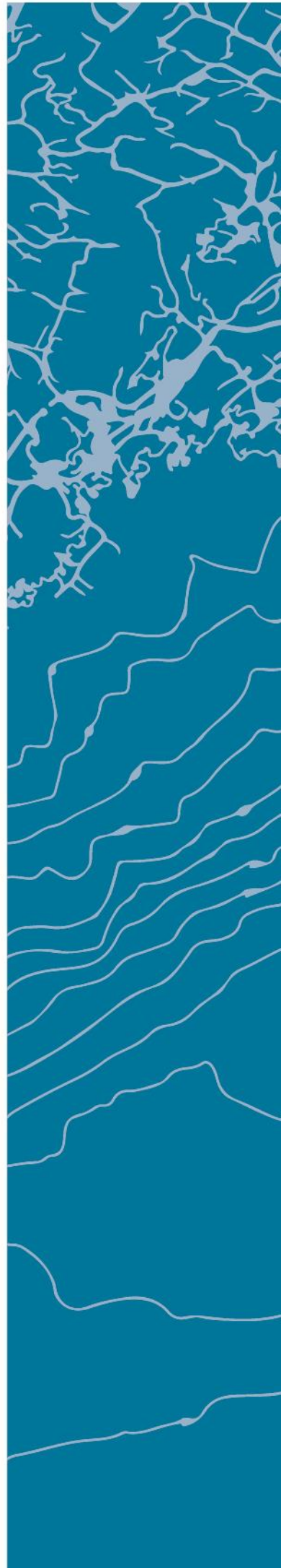
VEILEDER

Gro-Renée Rambø

Universitetet i Agder, 2018

Fakultet for humaniora og pedagogikk

Institutt for nordisk og mediefag



Forord

Med denne masteroppgaven avslutter jeg mine studier på masterprogrammet Samfunnskommunikasjon. Veien til siste punktum har ikke vært enkel. Hindre har oppstått, jeg har kjent på fortvilelse, glede, usikkerhet og lettelse. Til tider har det følt som å famle i mørket. Derfor er det mange som fortjener en takk for at jeg fant veien til lysbryteren:

Først vil jeg takke alle respondentene som har stilt opp med iver og nysgjerrighet. Uten dere hadde ikke oppgaven blitt til. Jeg ønsker også å rette en stor takk til alle mine kolleger i 3. etasje i Ø94. Uten deres støtte og uendelige positive kommentarer og oppmuntring på veien hadde arbeidet vært mye tyngre.

Til alle mine medstudenter; tusen takk for noen flotte år, mange gode samtaler og ikke minst alle støttende heiarop. Det er lett å se seg blind på egen oppgave, derfor ønsker jeg også å takke Maiken og Ane for gode tilbakemeldinger, innspill og korrekturlesing.

Til min veileder Gro-Renée Rambø: tusen takk for konstruktive, positive og oppmuntrende kommentarer hele veien. Uten deg (og Skype) hadde dette gått rett vest.

Nå er det på tide å skru på lyset, og slutte å famle i mørket.

God lesning!

Silje Helen S. Rygh

Oslo, desember 2018.

*I dagens informasjonssamfunn er likeverdig tilgang til informasjon helt nødvendig for
likeverdig deltakelse i samfunnet!*

(Brynn, 2014)

For at samfunnsborgere skal kunne delta i demokratiske prosesser og påvirke beslutninger som angår slike livsviktige forhold, er det helt nødvendig at de forstår det de leser

(Bråten, 2007, s. 9)

Sammendrag

Denne masteroppgaven belyser hvilke faktorer som påvirker hvordan offentlige virksomheter arbeider med å gjøre det kommunikative innholdet på nettsidene deres tilgjengelig for det fleste. Tanken er at oppgavens innsikt kan belyse områder som allerede er godt implementert og hvilke områder som ikke er like godt ivaretatt. De offentlige virksomhetene som figurerer i denne oppgaven er NAV, Statens pensjonskasse og Stavanger kommune. I tillegg har jeg snakket med én privat organisasjon, Jehovas vitner, og en språkkonsulent fra NTB Arkitektst, som belyser funnene fra et noe annet perspektiv. Bakteppet for oppgaven er universell utforming, i tillegg drar jeg veksler på teoretiske perspektiver om kontekst, kommunikasjon og kommunikasjonsmodeller, det digitale mediet nettsted, nordmenns leseferdigheter, klarspråk og multimodal kommunikasjon.

Gjennom analyse av intervjuer med respondenter som arbeider med utforming av innhold har jeg identifisert tre hovedkategorier av faktorer som påvirker arbeidet: rammer for utforming av innhold, mottakerperspektivet og det kommunikative innholdet. Rammer for utforming av innhold omfatter de kontekstuelle elementene som påvirker arbeidet, og er fordelt på interne og eksterne faktorer. De eksterne faktorene er elementer virksomhetene i utgangspunktet har liten påvirkningskraft over, slik som de tekniske løsningene, føringer, lover og regler, og de oppfatningene og forventningene som stilles fra omgivelsene. Interne faktorer handler i stor grad om virksomhetens, og de ansattes, egen oppfattelse av verdien som ligger i utformingen av tilgjengelig innhold. Mottakerperspektivet handler om tilnærmingen virksomhetene har til utforming av innhold basert på hvem mottakerne er. I dette ligger det å identifisere målgruppen og dens behov, tekstens funksjon og ønsket resultat. Det kommunikative innholdet omfatter den tekstuelle konteksten, hovedsakelig elementer som språklig utforming, klart og forståelig språk, og multimodalitet.

Funnene viser at det er høy eller økende bevissthet omkring klarspråk, tekstens funksjon og mottakerperspektivet. Områder som ikke er like godt ivaretatt, og som det kanskje kan være en fordel å utforske mer er hvordan vi utformer innhold slik at de fleste kan forstå, spesielt bruk av flere modaliteter i utformingen av det kommunikative innholdet.

Abstract – Borderless public communication

This master thesis intends to study which factors that influence how the public sector works with their communicative online content, and how they try to make the content accessible for most people. Through this thesis I hope to show which factors that are already implemented into their daily practice, and which factors that are not implemented well enough. The public businesses that appear in this thesis is the Norwegian Labour and Welfare administration (NAV), The Norwegian Public Service Pension Fund (Statens pensjonskasse) and Stavanger municipality (Stavanger kommune). In addition, I have interviewed one private organization, Jehovah's Witnesses, and one language consultant from NTB Arkitektst, who provides a slightly different perspective.

The principles of universal design serves as the main background for this thesis, as well theoretical perspectives about context, communication, communication systems, websites, the literacy of the Norwegian population, plain language and multimodal communication. By conducting interviews and analyzing them, I have identified three main categories of factors that influence how the public sector approaches accessible web content: the contextual framework regarding content design, the recipient perspective, and the communicative content.

The contextual framework regarding content design includes both internal and external factors. External factors include areas the businesses have little control over, such as the technical solutions, laws and guidelines and the expectations from the surroundings. Internal factors include the business' and its employees' attitudes and thoughts about the value of accessible content. The recipient perspective is about how the businesses shape their content based on who the recipients are, which includes identifying the main recipients and their needs, and the intent behind the text. The communicative content is about the textual context, mainly how about the design of the text, plain language and multimodal communication.

The main findings show that areas that are well implemented already are; awareness about plain language, the intent behind the content, and the recipient perspective. Areas that would be beneficial to explore more are how one can design content that is accessible to most people, especially by using a combination of modalities in the content design.

Innholdsfortegnelse

Forord	i
Sammendrag.....	iv
Abstract – Borderless public communication	v
Innholdsfortegnelse	1
Figurliste	4
1. Innledning	7
1.1. Forsknings spørsmål.....	9
1.2. Hva menes egentlig med det kommunikative innholdet?.....	9
1.3. Avgrensninger	10
1.4. Oppgavens struktur.....	11
2. Universell utforming.....	13
2.1. Hva er egentlig universell utforming?.....	13
2.2. Universell utforming som grunnlag for samfunnsdeltakelse og demokrati	13
2.2.1. Prinsipper for universell utforming	15
2.2.2. Universell utforming av nettsider.....	15
2.2.3. Standarder og retningslinjer for tilgjengelig webinnhold.....	17
2.3. Oppsummering.....	19
3. Teori.....	20
3.1. Kontekst.....	20
3.1.1. Nettsteder	21
3.1.2. Offentlige nettsider, demokrati og deltagelse	22
3.2. Hvem skriver vi for?.....	22
3.2.1. Kommunikasjon	23
3.2.2. Kommunikasjonsmodeller	23
3.2.3. Skjermteksten.....	25

3.2.4.	Leseferdigheter.....	26
3.3.	Hvordan skriver vi?	28
3.3.1.	Begrepene klarspråk og lettlest	28
3.3.2.	Multimodalitet og modale affordanser	31
3.3.3.	Fordeler med multimodale tekster	32
3.3.4.	Multimodal kommunikasjon.....	33
3.3.5.	Visuell komposisjon	35
3.4.	Oppsummering	35
4.	Metode	37
4.1.	Forskningsdesign.....	37
4.2.	En kvalitativ tilnærming	37
4.2.1.	Det kvalitative intervjuet	38
4.3.	Datautvalg	40
4.3.1.	Respondentene	41
4.4.	Bearbeiding og analyse av intervju	42
4.5.	Validering og reliabilitet.....	43
4.6.	Etiske hensyn	44
4.7.	Svakheter og reserverasjoner knyttet til metodevalg og fremgangsmåte	44
5.	Analyse.....	47
5.1.	Presentasjon av informantene og respondentene	47
5.1.1.	Språkrådet	47
5.1.2.	Statens Pensjonskasse.....	49
5.1.3.	NAV	50
5.1.4.	Stavanger kommune	51
5.1.5.	Jehovas vitner.....	52
5.1.6.	NTB Arkitektst.....	53
5.2.	Rammer for utforming av innhold	53

5.2.1.	Eksterne faktorer	53
5.2.2.	Interne faktorer.....	65
5.2.3.	Oppsummering	70
5.3.	Mottakerperspektivet	70
5.3.1.	Leseren.....	71
5.3.2.	Tilgjengelighet	75
5.3.3.	Oppsummering	83
5.4.	Kommunikativt innhold.....	83
5.4.1.	Språklig utforming	84
5.4.2.	Kompenserende tiltak	94
5.4.3.	Oppsummering	94
6.	Diskusjon.....	95
6.1.	Det helhetlige uttrykket	95
6.2.	Grenseløs kommunikasjon?	97
6.3.	Kan vi tilrettelegge for alle?	99
7.	Konklusjon	100
7.1.	Oppsummering av funn	100
7.2.	Avsluttende refleksjon.....	101
7.3.	Videre forskning.....	102
	Referanser	103
	Vedlegg 1 – Svar fra NSD	111
	Vedlegg 2 - Semistrukturert intervjuguide	114
	Vedlegg 3a - Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet, første runde	116
	Vedlegg 3b - Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet, andre runde	118
	Vedlegg 4 – Bekreftelse på endring fra NSD	120
	Vedlegg 5 Intervjuoversikt	121

Figurliste

Figur 1: WCAG: oversikt over prinsipper, retningslinjer og suksesskriterier (Difi, 2017b).....	18
Figur 2: Grunnmodellen i sin kontekstuelle sammenheng (Larsson, 2008, s. 49).....	24
Figur 3: Utdrag fra presentasjonen til NTB Arkitektst under NTB Arkitektst og Dysleksi Norges frokostseminar om universelt utformet språk (2018).	25
Figur 4: Oversikt over ferdighetsnivå blant Norges befolkning fra undersøkelsen PIAAC i 2012 (Bjørken & Lagerstrøm, 2014).....	27
Figur 5: Slik er gjerne svenske lettleste sider merket. (Riksdagen, u.å.).....	30
Figur 6: Inclusion Europe	30
Figur 7: Lettlest-symbolet i Finland. (Österlund, 2011, s. 19)	30
Figur 8: Tyske symboler for lettlest, etter vanskelighetsgrad. A1 er det enkleste. skjermdumper fra capito.eu (Capito, u.å.)	30
Figur 9: Min tolkning av van Leeuwens og Løvlands modeller for informasjonskobling mellom modaliteter	Feil! Bokmerke er ikke definert.
Figur 10: Skjermdump av hjemmesiden til Språkrådet, tatt 30.10.18.....	48
Figur 11: Skjermdump av Klarspråk.no driftet av Språkrådet, 25.10.18	48
Figur 12: Skjermdump Statens Pensjonskasses hjemmeside, 23.4.2017	50
Figur 13: Skjermdump nav.no 23.4.2017	51
Figur 14: Skjermdump Stavanger Kommunes hjemmeside 23.4.2017	51
Figur 15: Skjermdump Jehovas Vitners hjemmeside, 23.4.2018.....	52
Figur 16: Scroller du nederst på siden du er inne på hos Stavanger kommune får du opp dette alternativet. Skjermdump hentet 27. november 2018.....	56

Figur 17: Statens pensjonskasse har spørsmålet "var denne siden nyttig?" på de fleste av sine sider. Skjermdump hentet 27. nov. 2018	56
Figur 18: Eksempel på to ulike tilbakemeldingsfunksjoner på nav.no. Skjermdumper hentet 27. nov. 2018	57
Figur 19: Språkrådet har denne boksen nederst i sine artikler. Skjermdump hentet 27. nov. 2018	57
Figur 20: Språkmenyen til Statens pensjonskasse, skjermdump fra spk.no 27. nov. 2018	62
Figur 21: Språkmenyen til Jehovas vitner. Legg merke til at du kan velge å vise bare tegnspråk, samt at de ulike symbolene viser om nettstedet er tilgjengelig eller ikke. Skjermdump hentet fra jw.org 27. nov. 2018.....	63
Figur 22: På NAVs sider om bildetolktjenesten gir de muligheten til å se informasjonen på tegnspråk. Linken sender deg til YouTube. Skjermdumper hentet 27. november 2018.	63
Figur 23: Ca. midt på hjemmesiden til Språkrådet finner du ukens tegn. Skjermdump fra sprakradet.no, hentet 27. nov. 2018.....	64
Figur 24: A-Å-navigasjon på nav.no. Skjermdump hentet november 2018.....	76
Figur 25: Søkefunksjonen på stavanger.kommune.no ligger øverst på hjemmesiden, tydelig rammet inn. Skjermdump hentet november 2018.	76
Figur 26: Skjermdump fra toppen av hjemmesiden til riksdagen.se, hentet 27.nov 2018 (Riksdagen, u.å.).....	79
Figur 27: Skjermdump fra bunnen av nettsiden til Riksdagen.se, hentet 5. nov 2018 (Riksdagen, u.å.).....	79
Figur 28: Eksempel på en kort fortalt-boks med mellomtitler fra stavanger.kommune.no. Skjermdump hentet 27. nov. 2018.....	80
Figur 29: Eksempel på når en bestemt artikkel er tilgjengelig på flere språk. Skjermdump hentet 27. nov. 2018.....	81

Figur 30: Skjermdump som viser språkvalg til en bestemt artikkel på nav.no. Skjermdump hentet oktober 2018.	82
Figur 31: Eksempel på en side med informasjon og film tilrettelagt for barn på jw.org. Skjermdump hentet 27. nov. 2018.....	89
Figur 32: Eksempel på tavleanimasjoner for tenåringer fra jw.org, skjermdump hentet 27. nov. 2018	89
Figur 33: Skjermdump av NAVs sider om barnetrygd, hentet 27. nov 2018. (NAV, 2018c)..	91
Figur 34: Skjermdump av NAVs nettside om foreldrepenger. Ikonene med par er trykkbare og gir relevant informasjon basert på hvilket ikon du trykker på (NAV, 2018).....	91
Figur 35: Eksempel på kort fortalt-boks, med eksempel på en multimodal informasjonskobling som finnes i teksten. Skjermdumper hentet 27. nov. 2018.....	93

1. Innledning

Skal vi nå frem med viktige budskap, må vi lage brukeropplevelser som er gode for alle – uten hindringer som stenger noen ute. Vi må kommunisere slik at alle forstår, også på tegnspråk, samisk og mange andre språk. Grenseløs kommunikasjon krever både vilje og evne. Den gode nyheten er at teknologien er i ferd med å hjelpe oss

(Aanestad, 2016).

Dette skriver Onar Aanestad i et blogginnlegg på kommunikasjonsforeningens blogg PRprat.no. Innlegget hadde tittelen «Grenseløs kommunikasjon» og handlet om at vi må kommunisere på en måte som gjør at alle forstår for å nå ut med viktige budskap (Aanestad, 2016).

Jeg har lenge vært opptatt av at alle skal ha like muligheter til å delta i samfunnet, og mener at en av forutsetningene for å kunne delta, er å få informasjon som både er tilgjengelig og lett forståelig. I dag presenteres mye av informasjonen fra det offentlige digitalt. Aanestad (2016) skriver i sitt blogginnlegg at «til nå har tilgjengelighet på nett primært handlet om blinde og svaksynte». Det å kommunisere slik at alle forstår, og særlig i forbindelse med å gjøre innhold på nett språklig tilgjengelig for alle, er en ambisiøs målsetting. Begrepet tilgjengelighet er gjerne knyttet til begrepet *universell utforming*, som har blitt et begrep mange kjenner til (les mer i kapittel 2). I denne oppgaven er begrepet relevant fordi universell utforming er en forutsetning for likeverdig samfunnsdeltakelse for alle uavhengig av funksjon og utvikling. Inger Marie Lid skriver blant annet:

[...] fordi vi lever innfelt i et samfunn, både kroppslig, kulturelt og sosialt, preges vi av de holdningene samfunnet formidler. Her er vi ved kjernen av hvorfor likeverdig tilgjengelighet er så grunnleggende viktig i et demokrati, det handler om respekt for menneskelig mangfold (Lid, 2013, s. 45).

Et annet godt etablert begrep er *klarspråk*, som handler om at kommunikasjonen fra det offentlige skal være preget av et språk som er korrekt, klart og brukertilpasset (Klarspråk.no, u.d-a). Ifølge Direktoratet for forvaltning og IKT (Difi) fremmer klarspråk blant annet demokratiet og skaper tillit (Difi, 2018). Også Stortinget har gitt tydelig uttrykk for hvor viktig

det er å arbeide med språk i offentlig kommunikasjon, og ga i 2008 ut Språkmeldingen *Mål og mening* (Meld. St. nr. 35 2007-2008) som inneholdt flere tiltak for å forbedre språk i kommunikasjonen fra det offentlige. Som et resultat av dette startet det daværende Fornyings- og administrasjonsdepartementet (FAD) i 2008 opp prosjektet «klart språk i staten». Prosjektet ble gjennomført i samarbeid mellom FAD, Språkrådet og Difi, og ble avsluttet i 2012. Målet var «å øke oppmerksomheten om klarspråk i statsforvaltningen og legge forholdene til rette for at statlige virksomheter skal kunne forbedre språket i sin skriftlige kommunikasjon med innbyggerne» (Dahle & Ryssevik, 2013, s. 17).

I 2015 kom kommunesektoren (KS) på banen med et femårig program (2015-2020) for satsing på klarspråk. I løpet av denne programperioden har KS gjennomført et pilotprosjekt med fokus på lettleste tekster. Dette prosjektet tar utgangspunkt i tilrettelegging av tekster for mennesker som også sliter med å forstå klarspråktekster (KS, 2016; KS, 2017). I et leserinnlegg i Stavanger Aftenblad mars 2018 skriver to av de sentrale aktørene i prosjektet at:

(...) alle brukere skal finne informasjonen de trenger, i én og samme løsning, enten de vil lese selv, få teksten opplest eller få presentert innholdet i en video med infografikk og tale. Vi kan kalle det universelt utformet språk – eller kanskje klarspråk for alle? (Eklund & Walstad, 2018).

Undersøkelser gjennomført av blant andre OECD i 1998 og PIAAC i 2012 viser at selv med et klart og tydelig språk har omtrent 15 % av voksne i Norge utfordringer med å forstå, og behov for mer tilpassing av språk og innhold (KS, 2018a, s. 3; Bjørkeng & Lagerstrøm, 2014, s. 9). Begrepet *lettlest* er mye brukt i blant annet Sverige og Tyskland, men da i en noe annen betydning enn det Stavanger kommune og KS har lagt til grunn. Som en del av prosjektet *Klarspråk for alle* har Funka gjennomført tester av lettleselelige tekster på Stavanger kommune sine hjemmesider. Senere gjennomførte også Norsk Regnesentral en undersøkelse av lettleselelige tekster på vegne av NAV. Begge disse testene er eksempler på noe av forskningen som er gjort på området. Jeg går nærmere inn på definisjoner og forklaringer av begrepene *klarspråk* og *lettlest* i kapittel 3, jeg vil også komme tilbake til rapportene fra de nevnte testene.¹

¹ Klarspraksarbeid som er gjort i Norge er godt oppsummert i masteravhandlingen *Klarspråk – kva er det?* skrevet av Kaja Falck-Ytter i 2009. Det har selvsagt skjedd mye innenfor klarspraksarbeidet siden da, men mye av grunnlaget kommer frem i Falck-Ytters avhandling. Jeg vil ikke gå videre inn på historien rundt klarspråk, men holde meg til *hva* det er og *hvordan* det kan gjøres

Den teknologiske utviklingen som har skjedd de siste årene bringer med seg et hav av muligheter når det gjelder fremstillingen av informasjon på nett, samt muligheter for digital dialog med brukerne av nettsidene. Formålet med dette masterprosjektet er å undersøke hvordan offentlige aktører arbeider for å gjøre det kommunikative innholdet på nettsidene sine universelt utformet og lettforståelig for de fleste. Som et bakteppe for dette ligger tanken om at likeverdig samfunnsdeltakelse for alle innebærer enkel og forståelig informasjon.

1.1.Forskningsspørsmål

Med like muligheter for samfunnsdeltakelse, informasjon fra det offentlige, universell utforming og klarspråk som utgangspunkt har jeg kommet frem til følgende forskningsspørsmål:

Hvilke faktorer påvirker hvordan offentlige virksomheter arbeider med å gjøre det kommunikative innholdet på nettsidene sine tilgjengelig for de fleste?

Målsettingen er å bidra med innsikt i hvilke faktorer som påvirker arbeidet med å gjøre innhold på nett tilgjengelig og lett forståelig, samt hvilke tanker og holdninger de offentlige virksomhetene har om dette arbeidet. Tanken er at innsikten kan belyse områder som allerede er godt implementert og hvilke områder som ikke er like godt ivaretatt. Forhåpentligvis vil en bevisstgjøring rundt det å formidle tilgjengelige budskap kunne føre til endringer der det er nødvendig.

1.2.Hva menes egentlig med det kommunikative innholdet?

World Wide Web Consortium (W3C) definerer webinnhold som «information and sensory experience to be communicated to the user by means of a user agent, including code or markup that defines the content's structure, presentation, and interactions» (Blanck, 2014, s. 18). Ove Dalen og Eirik Hafver Rønjum (2012) skriver i sin bok om å lykkes med innhold på nett at «vi har en tendens til å definere innhold for snevert», og at det for dem som arbeider med innhold ofte hovedsakelig handler om tekst og bilder. Men innhold kan være så mangt, alt fra en bok til en tweet, tekst, bilder, illustrasjoner, grafikk, funksjoner, video, lyd og så videre. I et enda bredere perspektiv kan innhold være ord, handlinger og produkter, som gir forståelse, kunnskap og verdi. Vi skaper innhold i samhandling med andre og i våre handlinger (Dalen & Rønjum,

2012, s. 73). I dette prosjektet har jeg derfor valgt å bruke begrepet *kommunikativt innhold*, fordi jeg ønsker å fokusere på innhold (på nettsider) som er ment for å formidle informasjon til leseren av en nettside.

1.3. Avgrensninger

Det er mange krav, retningslinjer og anbefalinger når det gjelder universell utforming av informasjons- og kommunikasjonsteknologiske løsninger. De fleste kravene til universell utforming av nettsider er knyttet til design, koding, innhold og språk. I denne oppgaven undersøker jeg ikke tilgjengelighet i form av riktig koding, programmering og design, men med utgangspunkt i et lett forståelig og anvendelig innhold som skal nå de fleste. Med «de fleste» mener jeg så mange som mulig, uavhengig av diagnoser og leseferdighet. Poenget er at den som trenger det skal kunne forstå informasjonen som blir gitt, eller utføre handlingen teksten er ment å føre til, så langt det lar seg gjøre. Jeg tar utgangspunkt i at det ikke vil være mulig å tilrettelegge for *alle* i én og samme løsning, da det med stor sannsynlighet alltid vil være noen som trenger ekstra bistand for å forstå budskapet. Skal man tilrettelegge for absolutt alle vil det i mange tilfeller kreve spesialtilpassede løsninger, eller veldig avansert teknologi. Det er ikke umulig, og forklares kort som begrepet «one-size-fits-one» (i kapittel 2) relatert til universell utforming, men vil være både meget ressurs- og tidkrevende. Det er likevel interessant å se på mulighetene som ligger i de teknologiske løsninger som er tilgjengelige i dag, siden disse i seg selv inkluderer muligheter for å gjøre innhold tilgjengelig på ulike måter.

Digital teknologi gjør det mulig å fremstille flere tegnsystemer til en felles lesbar form, slik som på en nettside. Schwebs og Otnes (2006) kaller dette for integrert multimedialitet, hvor tegnsystemene inngår i et gjensidig avhengighetsforhold. Summen av tegnsystemene gir et meningsbærende innhold som sier noe annet enn betydningen av hvert enkelt tegnsystem (Schwebs & Otnes, 2006, s. 111). Begrepet som brukes videre i denne oppgaven er basert på Kress og van Leeuwen (2006), som bruker ordet multimodalitet, der modalitet referer til det betydningsbærende uttrykket ved de ulike tegnsystemene, som bilde, verbalspråk, layout og andre visuelle elementer. En nettside er i seg selv multimodal, derfor vil utgangspunktet for denne oppgaven være basert på digital teknologi, og hvordan vi leser og skriver digitale tekster. Virksomhetene som danner hovedgrunnlaget for analyse i dette prosjektet er offentlige virksomheter som hovedsakelig bruker nettsider som en informasjonskanal eller til digital

dialog med brukerne, derfor vil verbalspråket være sterkt vektlagt i forhold til andre tekstelementer som bilder, illustrasjoner, grafer, videoer og lignende.

Jeg utfører ikke en analyse av nettsidene eller innholdet på nettsidene til informantene. Målet er å undersøke prosessen som ligger bak utformingen, ikke selve utformingen i seg selv. Der det er hensiktsmessig vil jeg bruke bilder for å forklare hva informantene mener eller referer til, men analyserer ikke effekten eller forklarer det nærmere. Det er fordi jeg i utgangspunktet har undersøkt hvilke faktorer som påvirker handlingsrommet og forutsetningene virksomhetene har for å gjøre innhold på nettsider tilgjengelig, og ikke ser på hva som gjør at det fungerer eller ikke fungerer, eller hva som kjennetegner et godt innhold. Det er mange ulike innganger jeg kunne brukt i et prosjekt som dette. For eksempel kunne det være hensiktsmessig å gå i dybden på nettsidene, og gjennomføre sosiosemiotiske eller multimodale analyser som undersøker hvordan virksomheter kommuniserer, og hva som gjør at det fungerer/ikke fungerer. Jeg kunne valgt å bare se på verbalspråk, eller maktaspektet ved språk og kommunikasjon på offentlige virksomheters nettsteder. Eller det kunne vært interessant å gå i dybden på én virksomhet eller enkelte brukergrupper med behov for mer tilgjengelige tekster, med både kvalitative intervjuer og tekstanalyser. Jeg har valgt å gå for en noe overordnet tilordning, og håper det kan være med og gi et grunnlag for flere dyptgående undersøkelser etter hvert.

Når jeg videre omtaler tekst er det i form av det utvidede tekstbegrepet, altså at alle tekstelementer som skrift, bilde, lyd, illustrasjoner, video med mer er inkludert (Østbye, Helland, Knapskog, Larsen, & Moe, 2013, s. 62). Med andre ord «alle ytringer som formidler et innhold, utfører ei sosial handling og har ein indre sammenheng» (Skovholt & Veum, 2014, s. 22). Der det er hensiktsmessig vil jeg tydeliggjøre hvilket tekstelement jeg snakker om. I teksten bruker jeg også begrepet *offentlig*. En sentral del i oppgaven er offentlige virksomheter og offentlig kommunikasjon. Begrepet viser derfor i denne sammenheng til statlige/kommunale virksomheter og deres kommunikasjon.

1.4. Oppgavens struktur

Oppgaven består av sju kapitler. I dette kapitlet har jeg introdusert oppgavens formål og relevans, samt avgrensninger og bakgrunn for valg av tema. I kapittel 2 gjør jeg rede for hva som ligger i begrepet «universell utforming», samt lovverk knyttet til dette. I kapittel 3 presenterer jeg relevante teoretiske perspektiver om rammer for utforming av innhold, hvem vi

skriver for og begreper knyttet til språklig utforming. Det er mye litteratur om alle disse områdene, men lite som knytter det sammen med ett og samme mål: å gjøre det kommunikative innholdet på nettsider lett forståelig for så mange som mulig. Deretter kommer kapittel 4, metode. Her redegjør jeg for valg av metode og utvalg, datainnsamlingsprosessen, troverdigheten av dataene og etiske hensyn. Kapittel 5 er analysen. Her vil jeg presentere funn fra datainnsamlingen, mens jeg i kapittel 6 diskuterer funnene opp mot universell utforming og de teoretiske perspektivene på et overordnet samfunnsnivå. Avslutningsvis vil jeg, i kapittel 7, gi et svar på forskningsspørsmålet og konkludere, samt gi tips til videre forskning.

2. Universell utforming

The power of the Web is in its universality.

Access by everyone regardless of disability is an essential aspect

- *Tim Berners-Lee, W3C Direktør and oppfinneren av World Wide Web*

(W3C Web Accessibility Initiative, 2018)

Universell utforming er et bakteppe for dette prosjektet, og vil være utgangspunkt for en overordnet drøfting på samfunnsnivå i kapittel 6. Her presenterer jeg derfor litteratur og lovverk knyttet til universell utforming.

2.1.Hva er egentlig universell utforming?

Kjært barn har mange navn, blant annet omtales universell utforming som «utforming for alle», «inkluderende utforming», «one-size-fits-all», «one-size-fits-one», «universal design», og «inclusive design» (Skjerdal, 2005; Blanck, 2014; Center for Universal Design, 2008; Centre for Excellence in Universal Design, u.å.). Universell utforming handler om inkludering og deltakelse for alle. Omgivelser og tjenester skal utformes med hensyn til alle innbyggernes funksjonsevne, og ha som utgangspunkt at flest mulig skal kunne benytte det samme tilbudet uten at det forutsettes spesialtilpassede løsninger (Difi, u.d-a; Lid, 2013, s. 11; Skjerdal, 2005).

Rob Imrie (sitert i Blanck, 2014) beskriver universell utforming som «making products easier to use by reducing their complexity and minimizing individuals' reliance on their physical and cognitive capabilities in interacting with them» (Blanck, 2014, s. 26). Ifølge Difi (u.d-a) finnes det ingen standard eller fasit som løser alle utfordringer knyttet til universell utforming, derfor innebærer en god universell utforming at man tenker nytt og kreativt, og at de involverte deltakerne sammen arbeider for noe som skal være best mulig for alle (Lid, 2013, s. 21; Centre for Excellence in Universal Design, u.å.). Siden slutten av 1970- og begynnelsen av 1980-tallet har noen av de overordnede målene for norsk politikk vært full samfunnsdeltakelse og likestilling for personer med funksjonsnedsettelse (Skjerdal, 2005). Ett av grepene for å oppnå full samfunnsdeltakelse og demokrati er universell utforming.

2.2.Universell utforming som grunnlag for samfunnsdeltakelse og demokrati

Gjennom universell utforming bidrar vi «til et samfunn som har plass og rom for alle» (Lid, 2013, s. 11). Universell utforming er et lovkrav, og blant annet nevnt i universitets- og

høgskoleloven, likestillings- og diskrimineringsloven og plan- og bygningsloven. I tillegg er tilgjengelighet og universell utforming en sentral del av FNs konvensjon for rettigheter til mennesker med nedsatt funksjonsevne (CRPD). Særlig relevant for denne oppgaven er likestillings- og diskrimineringsloven og CRPD.

Likestillings- og diskrimineringsloven har som formål å fremme likestilling og hindre diskriminering blant annet på grunn av funksjonsnedsettelse. «Likestilling forutsetter tilgjengelighet og tilrettelegging (...) Loven skal bidra til å bygge ned samfunnsskapt funksjonshemmende barrierer (...)» (Likestillings- og diskrimineringsloven, 2018, § 1). Lovens kapittel 3 handler om universell utforming og individuell tilrettelegging, og definerer universell utforming som «utforming eller tilrettelegging av hovedløsningen i de fysiske forholdene, inkludert informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT), slik at virksomhetens alminnelige funksjoner kan benyttes av flest mulig, uavhengig av funksjonsnedsettelse» (Likestillings- og diskrimineringsloven, 2018, § 17). Både offentlige og private virksomheter hvis funksjon er rettet mot allmennheten er pliktet til å gjøre sine alminnelige funksjoner universelt utformet (Likestillings- og diskrimineringsloven, 2018).

CRPD ble vedtatt i desember 2006 og trådte i kraft 3. april 2008. Norge signerte konvensjonen i mars 2007, og ratifiserte den i 2013 og har dermed forpliktet seg til å følge dens bestemmelser. CRPD er en global konvensjon ratifisert av mange land, og handler om at alle mennesker er verdt like mye og har rett til å delta i samfunnet på lik linje (Regjeringen, 2018; Funksjonshemmedes Fellesorganisasjon, u.å.; FN-Sambandet, 2018). universell utforming er her definert som «utforming av produkter, omgivelser, programmer og tjenester på en slik måte at de kan brukes av alle mennesker, i så stor utstrekning som mulig, uten behov for tilpassing og en spesiell utforming. ”Universell utforming” skal ikke utelukke hjelpemidler for bestemte grupper av mennesker med nedsatt funksjonsevne når det er behov for det» (Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet, 2013b, s. 9). Særlig relevant for denne oppgaven er konvensjonens artikkel 9 - tilgjengelighet, som handler om tilgjengelighet, inkludering og muligheten til å leve et selvstendig liv. Tiltakene i artikkel 9 handler om å identifisere og fjerne hindre som vanskeliggjør tilgjengeligheten, hvor artikkelens bokstav b sier at dette gjelder for: «informasjon, kommunikasjon og andre tjenester, herunder elektroniske tjenester og nødtjenester» (Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet, 2013b, ss. 12-13).

2.2.1. Prinsipper for universell utforming

Ron Mace er kjent som opphavsmannen bak uttrykket *universal design*, og var den som på 80-tallet brukte uttrykket som en beskrivelse av utforming av omgivelser og bygninger tilgjengelig for alle. Han ledet en arbeidsgruppe ved The Center for Universal Design på North Carolina State University i USA som i 1997 utarbeidet syv prinsipper for universell utforming (Lid, 2013, s. 64; Center for Universal Design, 2008; Connell, et al., 1997; Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet, 2015).

Prinsippene går ut på at produktet eller tjenesten skal ha *like muligheter for bruk*, det skal være *fleksibelt i bruk, enkelt og intuitivt*, det skal ha *forståelig informasjon, toleranse for feil*, kunne brukes med *lav fysisk anstrengelse*, samt ha hensiktsmessig *størrelse og plass* som gjør det mulig å bruke (Lid, 2013, s. 64; Center for Universal Design, 2008; Connell, et al., 1997; Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet, 2015). Temaet for dette prosjektet er å undersøke hvilke faktorer som påvirker hvordan offentlige virksomheter arbeider med å gjøre det kommunikative innholdet på nettstedene tilgjengelig for de fleste. Prinsippene over vil derfor være et godt utgangspunkt å ta med seg i utarbeidelsen av det kommunikative innholdet, i tillegg til lover og retningslinjer for universell utforming av IKT.

2.2.2. Universell utforming av nettsider

Alle IKT-løsninger rettet til eller ment for offentligheten skal følge Forskrift om universell utforming av informasjons- og kommunikasjonsteknologiske løsninger (Forskrift om universell utforming av IKT-løsninger, 2017, § 2). Forskriften definerer universell utforming som «(...) at utforming eller tilrettelegging av hovedløsningen i informasjons- og kommunikasjonsteknologi er slik at virksomhetens alminnelige funksjon kan benyttes av flest mulig» (Forskrift om universell utforming av IKT-løsninger, 2013, § 1). Arbeidet med universell utforming skal ikke være en uforholdsmessig belastning for virksomheten (Forskrift om universell utforming av IKT-løsninger, 2017, § 1).

Alle norske IKT-løsninger opprettet før 2014 skal være universelt utformet innen 2021. Siden 2014 er alle nye IKT-løsninger påbudt å være universelt utformet etter retningslinjene for tilgjengelig webinnhold (WCAG 2.0) (Difi, u.d-c). «Direktoratet for forvaltning og IKT (Difi) skal føre tilsyn med at kravene i § 18, jf. § 41 om universell utforming av IKT, overholdes» (Likestillings- og diskrimineringsloven, 2018, § 36).

Internett er i utgangspunktet designet for at alle skal kunne bruke det uansett teknisk utstyr, språk, sted eller ferdigheter. Barrierer mange mennesker møter i de fysiske omgivelsene eksisterer ikke på nettet, dersom nettsider, applikasjoner, teknologier og verktøy er utformet på en hensiktsmessig måte (W3C Web Accessibility Initiative, 2018). En godt tilrettelagt nettside vil alltid være bundet til virksomhetens formål, IT-tjenesteleverandørens forståelse av formålet med nettstedet, affordansene i det tekniske utstyret og programvaren og brukerens personlige evner. For at nettstedet skal være godt tilgjengelig, må tjenesten gi mulighet for at mennesker med funksjonsnedsettelse får tilgang til, kan forstå, sortere og bruke nettsidens innhold. Individens bruk og fornøydhet av informasjonsrettede nettsteder er i stor grad knyttet til deres opplevelse av søkefunksjon og semantikk (Blanck, 2014, s. 159).

Rudolph Brynn, prosjektleder for Standard Norge, skriver på Difis blogg om universell utforming at «universell utforming av nettsteder krever innovasjon og kreativitet for å få til gode løsninger som gjør at alle har likeverdig tilgang til innholdet» (Brynn, 2014). Dette krever at virksomhetene har kunnskap om hvem brukerne av nettstedet er, hvilke behov de har og at nettstedets struktur er oversiktlig og forutsigbart (Brynn, 2014).

2.2.2.1. Tilgjengelig webinnhold

Brynn (2014) skriver at universell utforming ofte blir assosiert med fysisk tilgjengelighet, men at det i dagens samfunn også er sentralt med tilgang til informasjon. Med tilgang menes både teknisk tilgjengelighet og krav til utformingen av selve informasjonen (Brynn, 2014). Peter Blanck (2014, s. 44) skriver at likeverdig tilgang til webinnhold fremmer demokratiet og samfunnsdeltakelsen ved at alle mennesker, både de med og uten funksjonsnedsettelse, får muligheten til å engasjere seg fordi kommunikasjonen blir gjort forståelig for de fleste. Når leseren av en nettside får muligheten til å forstå og selvstendig bruke innholdet på en nettside, blir det også lagt mer til rette for deltakelse, både på nett og i det å ta egne valg (Blanck, 2014, ss. 26, 29). Enkel navigering er nyttig for alle. Visuell struktur på nettsiden, bilder og symboler kan gjøre innholdet enklere å oppfatte og mer forståelig, spesielt for mennesker med leseutfordringer, sett at det ikke blir overdrevet og for mye vekt på design foran funksjon (Tollefsen, 2013, s. 46).

«One-size-fits-one» er en av betegnelse om universell utforming som hovedsakelig er relevant for IKT. Det innebærer en løsning hvor man skreddersyr eller brukertilpasser løsninger som kan møte hver enkelt brukers individuelle behov. En slik løsning har som mål å tilby ekvivalent informasjon til alle, men ikke nødvendigvis på samme måte (Centre for Excellence in Universal Design, u.å.). Blanck (2014, s. 234) skriver «one-size-fits-one» innebærer at brukeren selv kan velge, og forme, formatet slik at det er best mulig tilgjengelig for seg selv, i motsetning til «one-size-fits-all», der tanken er at det er én hovedløsning som kan brukes av de fleste. Det finnes allerede noen former for individuell tilpasning, som ikke går på bekostning av innholdet. Flere nettsteder gir for eksempel leserne mulighet til å endre kontraster og skriftstørrelse, eller til å få lest opp innholdet. Fordi det med stor sannsynlighet vil være både tid- og ressurskrevende å lage webinnhold som på andre måter er mulig for den enkelte å tilpasse til eget behov, har jeg valgt å ikke gå dypere inn på emnet her. Det er likevel verdt å nevne, fordi det ikke er utenkelig at den teknologiske utviklingen en dag vil kunne gjøre dette både enkelt og tilgjengelig.

2.2.3. Standarder og retningslinjer for tilgjengelig webinnhold

«Standarder er felles retningslinjer for hvilke krav som skal settes til varer og tjenester» (Brynn, sitert i Tollefsen, 2013, s. 58). Standardisering er et verktøy eller en veileder, som bidrar til én hovedløsning tilgjengelig for alle. Den mest brukte veilederen for å gjøre webinnhold tilgjengelig er Web Content Accessibility Guidelines (WCAG), hvor versjon 2.0 fikk status som standard i 2012, og som norsk standard i 2013 (Tollefsen, 2013, ss. 58-59).

Retningslinjene for tilgjengelig webinnhold (WCAG) ble initiert av Web Accessibility Initiative (WAI). WAI fokuserte blant annet på innhold i utarbeidelsen av retningslinjene, med tanke på å sikre at informasjon på nettsider skulle være tilgjengelig (Blanck, 2014, s. 35). WCAG 2.0 er en anbefaling gitt av World Wide Web Consortium (W3C) i 2008, den norske oversettelsen av WCAG 2.0. kom i 2011. Sommeren 2018 kom en utvidet versjon, WCAG 2.1, som enda ikke er oversatt til norsk. Retningslinjene er hovedsakelig utarbeidet for å gjøre webinnhold tilgjengelig for mennesker med ulike funksjonsnedsettelse og leseutfordringer, men ved å følge dem vil webinnholdet generelt bli mer brukervennlig for alle (WCAG 2.0, 2011). WCAG 2.0 er en lovpålagt standard norske virksomheter må følge når det gjelder det å gjøre innhold på nett tilgjengelig (Brynn, 2014).

«Retningslinjer for tilgjengelig webinnhold (WCAG) 2.0 er bygd opp av fire prinsipper, som understøttes av 12 retningslinjer og 61 testbare suksesskriterier.» (Difi, 2017b).

De fire prinsippene handler om at nettsiden skal være mulig å oppfatte, mulig å betjene, forståelig og robust (Difi, 2017b). Prinsippene må ses i sammenheng med hverandre dersom det skal være mulig for mennesker med funksjonsnedsettelse å oppleve likeverdig tilgang på nettsider (Blanck, 2014, s. 166).

Alle suksesskriteriene er delt inn i tre nivåer; A, AA og AAA, der AAA er det strengeste kravet. I følge forskriften om universell utforming skal norske virksomheter oppfylle 35 av de 61 suksesskriteriene, som utgjør nesten alle kriteriene på nivå A og AA. Ingen av kravene på AAA er lovpålagte. Kravene som angår språk direkte, ligger på nivå AAA i WCAG 2.0-standarden (Difi, 2017b). Figur 1 viser oversikten over prinsipper, retningslinjer og suksesskriterier. Suksesskriteriene markert i grønt er lovpålagte.

Prinsipper	Retningslinjer	Nivå A	Nivå AA	Nivå AAA
1. Mulig å oppfatte	1.1 Tekstalternativer	1.1.1.		
	1.2 Alternativer for tidsbaserte medier	1.2.1 - 1.2.2	1.2.4 - 1.2.5	1.2.6 - 1.2.9
		1.2.3		
	1.3 Innhold kan tilpasses	1.3.1 - 1.3.3		
	1.4 Innhold er identifiserbar	1.4.1 - 1.4.2	1.4.3 - 1.4.5	1.4.6 - 1.4.9
2. Mulig å betjene	2.1 Tastaturnavigering	2.1.1 - 2.1.2		2.1.3
	2.2 Nok tid	2.2.1 - 2.2.2		2.2.3 - 2.2.5
	2.3 Unngå anfall	2.3.1		2.3.2
	2.4 Navigerbar	2.4.1 - 2.4.4	2.4.5 - 2.4.7	2.4.8 - 2.4.10
3. Forståelig	3.1. Leselig og forståelig	3.1.1	3.1.2	3.1.3 - 3.1.6
	3.2. Forutsigbar	3.2.1 - 3.2.2	3.2.3 - 3.2.4	3.3.5 - 3.3.6
	3.3. Unngå og rette opp feil	3.3.1 - 3.3.2	3.3.3 - 3.3.4	3.3.5 - 3.3.6
4. Robust	4.1 Kompatibilitet	4.1.1 - 4.1.2		

Figur 1 WCAG: oversikt over prinsipper, retningslinjer og suksesskriterier (Difi, 2017b).

2.3.Oppsummering

I dette kapitlet har jeg presentert hva universell utforming er, prinsipper for å få til god universell utforming, og presentert lovverk og standarder som sier noe om universell utforming av IKT-løsninger og det å gjøre webinnhold tilgjengelig. Når det kommer til tilgjengelig webinnhold handler mye av litteraturen om universell utforming om mulighetene som ligger i de teknologiske løsningene, design og koding. Det viktigste å ta med seg videre i denne oppgaven er prinsippene som ligger til grunn for universell utforming, samt lovverk og retningslinjer.

3. Teori

I dette kapitlet presenterer jeg teoretiske perspektiver som på ulike måter tar for seg emner som påvirker eller omhandler hvordan man kan arbeide med det kommunikative innholdet på nettsider. Først beskriver jeg rammene oppgavens tema operer innenfor – det vil si konteksten, det digitale mediet nettside, og offentlig kommunikasjon. Deretter går jeg inn på mottakerperspektivet, hvor jeg tar for meg kommunikasjon, kommunikasjonsmodeller, skjermtteksten, og lesernes leseferdigheter. Siste del handler om språklig utforming av kommunikativt innhold, nærmere bestemt begrepene klarspråk og lettlest, multimodalitet, visuell grammatikk og fordeler ved multimodale tekster. Der det finnes vil jeg også nevne tidligere forskning.

3.1. Kontekst

«Kontekst er den sammenheng eller «omgivelser» en ytring inngår i» (Svennevig, 2009, s. 143). Konteksten er ofte den avgjørende faktor for hvordan en ytring oppfattes og tolkes. I enkelte tilfeller kan ytringens form og innhold ignoreres på bekostning av konteksten (Sebeok, 2006 [1991], ss. 50-51). Sebeok (2006 [1991]) deler kontekst inn i intern og ekstern kontekst. Den eksterne konteksten er omgivelsenes forhold, mens den interne konteksten er de omstendigheter som er forbundet med selve situasjonen (Sebeok, 2006 [1991], s. 51). Svennevig (2009) deler kontekst inn i tre nivåer: tekstuell, situasjons- og kulturkontekst. Tekstuell kontekst handler om å se teksten/ytringene i lys av tidligere eller etterfølgende tekster. En ytring tolkes i lys av tidligere ytringer. Situasjonkonteksten handler om hvem deltakerne er, hva de gjør, den fysiske situasjonen de befinner seg i og mediet kommunikasjonen skjer gjennom. Kulturkonteksten handler om de konvensjonelle allmenne og kulturelle mønstrene som kjennetegner hendelsen på et generelt og abstrakt nivå, og som dermed legger føringer for hva som er mulig, passende og typisk å ytre i en gitt situasjon (Svennevig, 2009, ss. 145-154). Situasjonkonteksten i denne sammenheng handler om offentlige virksomheter som skriver for å informere befolkningen om sine tjenester, samt til brukere av tjenestene deres. Mediet er nettsider, og kommunikasjonen foregår digitalt via nettsidene. Schwebs & Otnes (2006, s. 17) bruker begrepet skjermttekster om utsagn som er betinget av datamaskinens estetikk, hvor hypertextualitet, interaktivitet og multimodalitet er sentrale virkemidler. Hypertextualitet og multimodalitet vil jeg komme nærmere inn på i henholdsvis kapittel 3.1.1 og 3.1.4. Kulturkonteksten er de sjangernormene en nettside fører med seg. I denne oppgaven vies ikke

sjangernormen mye oppmerksomhet, da det er mulighetene kommunikasjon på nettsider fører med seg som vil være sentralt.

3.1.1. Nettsteder

På språkrådets nettsider er nettsted definert som «samling av relaterte nettsider, bilder, videoer eller andre digitale ressurser som oppfattes som en naturlig enhet» (Språkrådet, 2015). Nettsider er definert som «en enkelt ressurs som kan inneholde tekst, lyd, bilde, animasjon, film og annet, som har en unik adresse (URL), og som er tilgjengelig gjennom en nettleser» (Språkrådet, 2015). Schwebs & Otnes (2006, s. 129) definerer nettsteder som grupper av sammenlenkede filer (HTML-dokumenter). nettsteder er dynamiske, i stadig endring og de fleste nettsteder er også hypertekstuelle.

Hypertekstualitet er en viktig egenskap i kommunikasjon på nett, og som skiller seg fra det trykte mediet (Schwebs & Otnes, 2006, ss. 65, 133). «Hypertekstualitet er et *tekststrukturingsprinsipp*, en måte å ordne tekstsegmenter på» (Schwebs & Otnes, 2006, s. 65). Struktureringen foregår ved å organisere relasjoner mellom de ulike tekstelementene ved hjelp av forbindelser/elektroniske koblinger (linker) og bestanddeler (noder). Nodene kan være både avgrensede enheter eller hele sider. Linkene gjøres synlig i teksten ved hjelp av berøringspunkter (pekere), som kan bestå av ord som skiller seg fra øvrig tekst ved hjelp av farge eller understreking, eller andre visuelle elementer (knapper, objekter eller lignende) man trykker på for å komme til en annen node (Schwebs & Otnes, 2006, ss. 65-66; Engebretsen, u.å.).

Slik sett er hypertekst med og utgjør den digitale infrastrukturen, og gjør at tekster kan kobles sammen på en helt annen måte. Engebretsen kaller det et leserstyrt informasjonskonsept, der leseren er med på å bestemme både struktur og rekkefølge i sin egen leseprosess (Engebretsen, u.å.). Teksten kan inngå i en interaksjon med leseren, og gjør at leseren og avsenderen av teksten går inn i en annen type dialog enn det en statisk tekst gjør (Bezemer & Kress, 2016, ss. 68-71). «Hypertekst er med andre ord et prinsipp som endrer premissene for skriving og lesing, for kunnskapsformidling og massemedial kommunikasjon» (Engebretsen, u.å.).

I tillegg til hypertekster er det vanlig å utstyre omfattende nettsteder med en navigasjonsmeny. En slik meny er gjerne rammet inn eller på andre måter gjort tydelig adskilt fra resten av

innholdet. Den er ofte plassert som et horisontalt felt øverst, eller i et vertikalt felt på venstresiden av skjermbildet (Schwebs & Otnes, 2006, s. 79). Navigasjonsmenyen skal hjelpe leserne til å finne frem til innholdet. Denne navigasjonen må være relevant, og ikke for overveldende. Målet er at leserne skal finne frem til innholdet de er ute etter for å komme seg videre. I tillegg er det nyttig med en søkefunksjon, der leserne kan bruke søkeord for å finne frem til innholdet de er ute etter. Ifølge Dalen og Rønjum (2012, ss. 37-47) er en god navigasjonsmeny viktigere enn en god søkefunksjon, fordi søketreffene ofte er irrelevante. Noe av dette kan forklares med at det er avsenderen som har bestemt hypertextstrukturen og sammenhengen nodene fremkommer i, mens søkemotorer vil overse strukturene og basere treff på enkeltord (Schwebs & Otnes, 2006, s. 87).

3.1.2. Offentlige nettsider, demokrati og deltakelse

Pippa Norris (2001) har i sin bok *Digital Divide* sett på undersøkelser som sammenlikner offentlige nettsider (parlamentariske og politiske) rundt om i verden. Analysene har sett på tilværelsen og dybden av informasjon (både tekst og grafikk) og kommunikasjonsfunksjoner (muligheter til å sende e-poster, linker til diverse steder, chatteforum og lignende) (Norris, 2001, s. 37). Hun skriver at offentlige nettsteder ideelt bør tjene to primærfunksjoner: Å tilby offentlig informasjon til innbyggerne, «top down», og være en kommunikasjonskanal fra befolkningen til de folkevalgte, «bottom up». Som informasjonskanal kan offentlige nettsider brukes for å gi borgerne detaljert og omfattende informasjon som raskt og effektivt kan nå mange samtidig. De tekniske løsningene gjør at man kan publisere alt fra lengre tekster til direktesendt lyd og bilde. Dette fører ikke bare til økt tilgjengelighet, men også til økt gjennomsiktighet, som kan skape tillit til det offentlige (Norris 2001:136-138). Når det gjelder kommunikasjon fra det offentlige til befolkningen vil språk være en faktor i kommunikasjonen, som kan påvirke både demokratiet og utøvelsen av makt (Blakar, 2006). Selv om maktutøvelse kan være både relevant og viktig å tenke over i den språklige utformingen av innholdet, så er det ikke et aspekt jeg har valgt å ta inn i denne masteroppgaven.

3.2. Hvem skriver vi for?

Hittil har jeg satt konteksten og rammene dette masterprosjektet holder seg innenfor; nettsider og kommunikasjon fra det offentlige. Offentlige virksomheters nettsteder inneholder informasjon som noen trenger eller finner interessant, derfor er det også viktig å se på

kommunikasjons- og mottakerperspektivet. Videre presenterer jeg teori og perspektiver knyttet til avsender- og mottaker av et budskap/informasjon.

3.2.1. Kommunikasjon

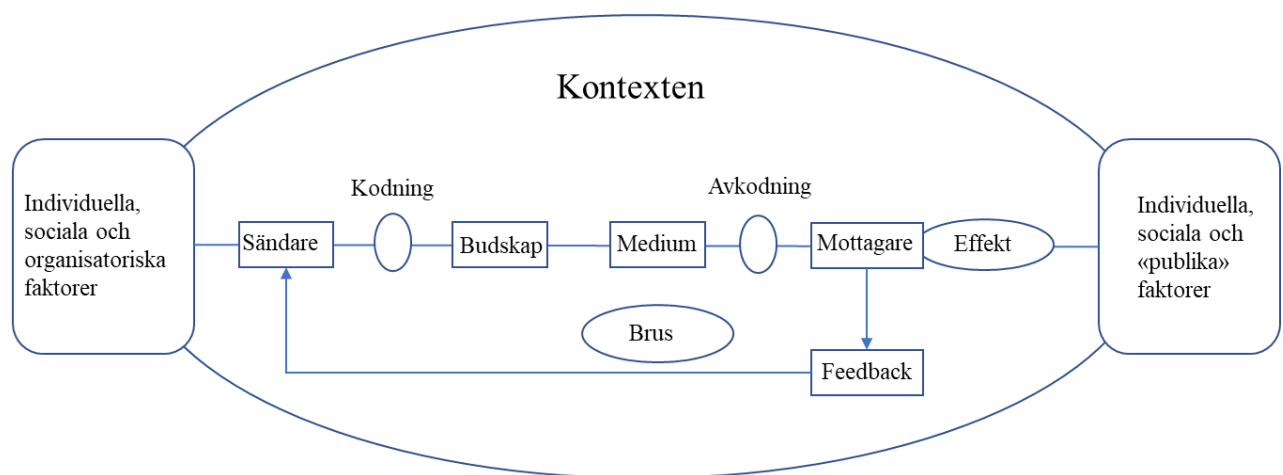
Kommunikasjon, eller *kommunisere*, kan defineres på flere måter. Én opprinnelse er det latinske ordet *communicare*, som kan bety «å dele», «å være i forhold med», og kan også kobles til de engelske ordene *common*, *community* og *commune* som symboliserer det «å gjøre noe felles» eller «å komme sammen» (Svennevig, 2009, s. 49; Copley & Schulz, 2013, s. 1). En annen opprinnelse kan være ordet *communicatio*, som betyr «deling» eller «meddele». Med andre ord kan kjernen i ordet *kommunikasjon* sies å handle om endring, overføring, deltakelse, og hvordan noe fører til handling (Copley & Schulz, 2013, ss. 1, 6).

Det er ulike perspektiver en kan innta i studier av kommunikasjon. Fem av disse er ifølge Eadie & Goret (2013, s. 17) kommunikasjon som: noe som formidler og påvirker offentlig mening (hovedsakelig hvordan massemedier påvirker folks oppfatning av saker og hendelser), språkbruk (som kan involvere både lingvistikk, med tanke på struktur og funksjon og pragmatikk, med tanke på hvordan vi bruker språket og effektene av det), informasjonsoverføring, relasjonsbygger, og som kulturformidler. En kommunikasjonssituasjon (både skriftlig og muntlig) kjennetegnes ved at en avsender har et budskap den ønsker å formidle til en mottaker. Metoden avsender bruker for å formidle budskapet varierer, men språket er det mest vanlige mediet å bruke (Blakar, 2006, s. 49). I denne oppgaven inntar jeg hovedsakelig perspektivet kommunikasjon som informasjonsoverføring. Dette gjør jeg fordi jeg har sett på og snakket med offentlige virksomheter, hvis nettsider har som hovedfunksjon å tilby informasjon om rettigheter og tjenester, og som i mange tilfeller også skal føre til en eller annen bestemt handling fra mottakeren. Hvordan virksomhetene velger å presentere informasjonen vil påvirkes av deres syn på hvordan overføringen av informasjon skal foregå, og hvordan de forholder seg til brukerne av nettstedet.

3.2.2. Kommunikasjonsmodeller

Veien et budskap tar fra avsender til mottaker presenteres ofte i form av kommunikasjonsmodeller, også kalt kommunikasjonssystemer. Kommunikasjonsmodellene som eksisterer i dag er hovedsakelig fordelt i lineære modeller og nettverksmodeller. Modellene

brukes både hver for seg og parallelt (Larsson, 2008, s. 47). Den mest kjente og grunnleggende kommunikasjonsmodellen ble utarbeidet på slutten av 1940-tallet, først verbalisert av Lasswell (1948) og senere visualisert i en modell av Shannon & Weaver (1949): overføringsmodellen. De ulike enhetene i modellen; avsender, budskap, kanal og mottaker har blitt selvsagte begrep i senere kommunikasjonsmodeller (Larsson, 2008, s. 48). Modellen er hovedsakelig lineær, og har blant annet fått kritikk fordi den ikke tar høyde for interaksjonsaspektet i kommunikasjon. Senere har grunnmodellen blitt tilført faktorer som støy og tilbakemelding, avkoding og dekoding, avsender og mottakers individuelle bakgrunnsfaktorer og konteksten (Larsson, 2008, ss. 47-49). Tilføyelsene har ført til at modellen er mindre lineær og mer prosessuell (Eadie & Goret, 2013, ss. 26-27). Larsson (2008, s. 49) har laget denne illustrasjonen av den utviklede grunnmodellen:

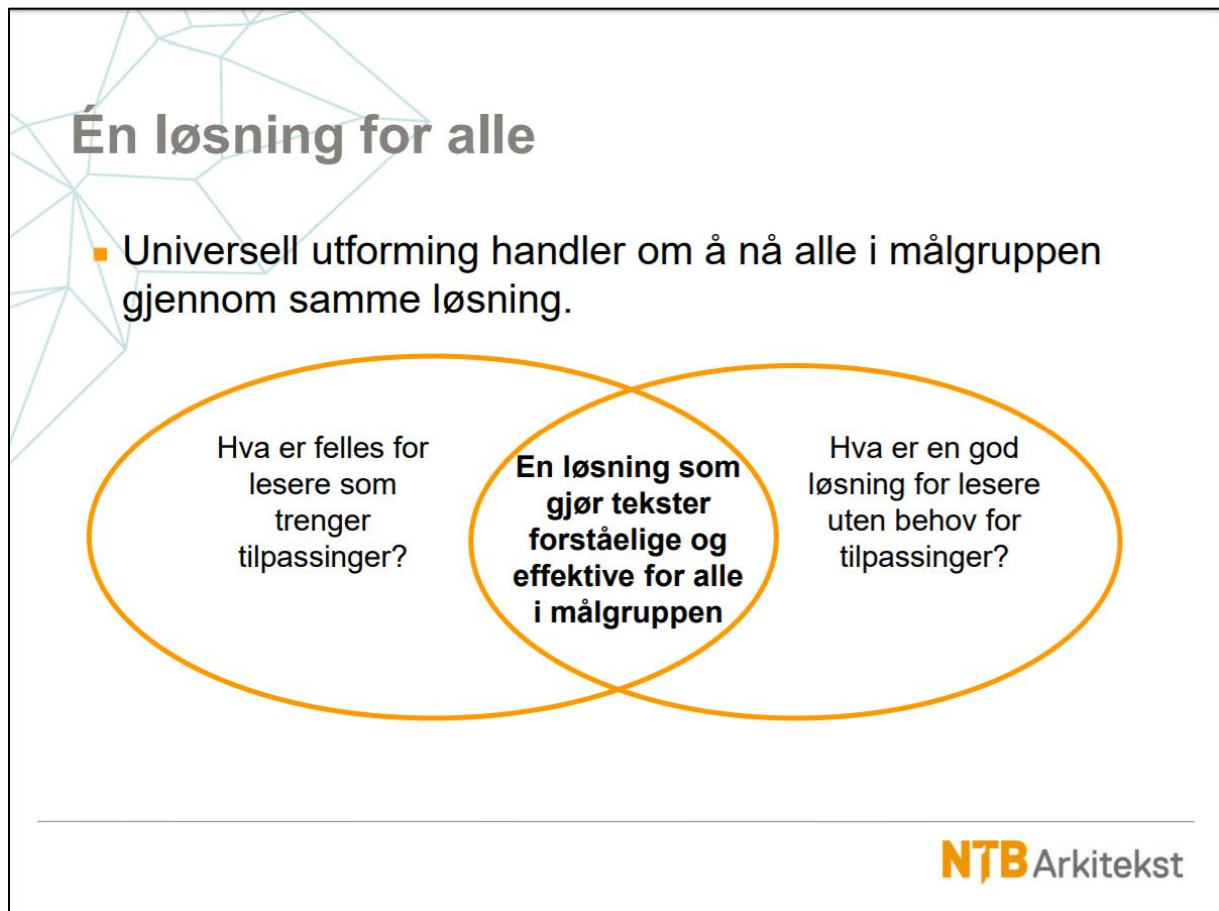


Figur 2 Grunnmodellen i sin kontekstuelle sammenheng (Larsson, 2008, s. 49)

En slik fremstilling kan oppfattes som at kommunikasjonen er statisk, men i virkeligheten er alle kommunikasjonsmodeller dynamiske og tilpasningsdyktige. Det vil si at de tilpasser seg både den eksterne konteksten (omgivelsene) og den interne konteksten (egenskaper systemet innehar, slik som et bredt spekter av måter å bygge opp en setning på) (Sebeok, 2006 [1991], s. 51).

Hvordan virksomhetene jeg har snakket med tenker om fremstillingen av innholdet og brukerne av nettstedene sine vil være et sentralt element videre i denne oppgaven. Brynn (2014) skriver at en utforming som gir likeverdig tilgang til innholdet på nettsider avhenger av behovene nettstedets brukere har, og at en kartlegging av brukernes behov er viktig, samt hvem de er. I

figur 3 kan du se hvordan NTB Arkitektst og Dysleksi Norge visualiserer kartleggingen av brukernes behov for å finne en utforming som gir likeverdig tilgang:



Figur 3 Utdrag fra presentasjonen til NTB Arkitektst under NTB Arkitektst og Dysleksi Norges frokostseminar om universelt utformet språk (2018).

Jeg vil også legge til at hvordan brukerne leser og forstår er et viktig element i tilnærmingen til utformingen av innhold.

3.2.3. Skjermteksten

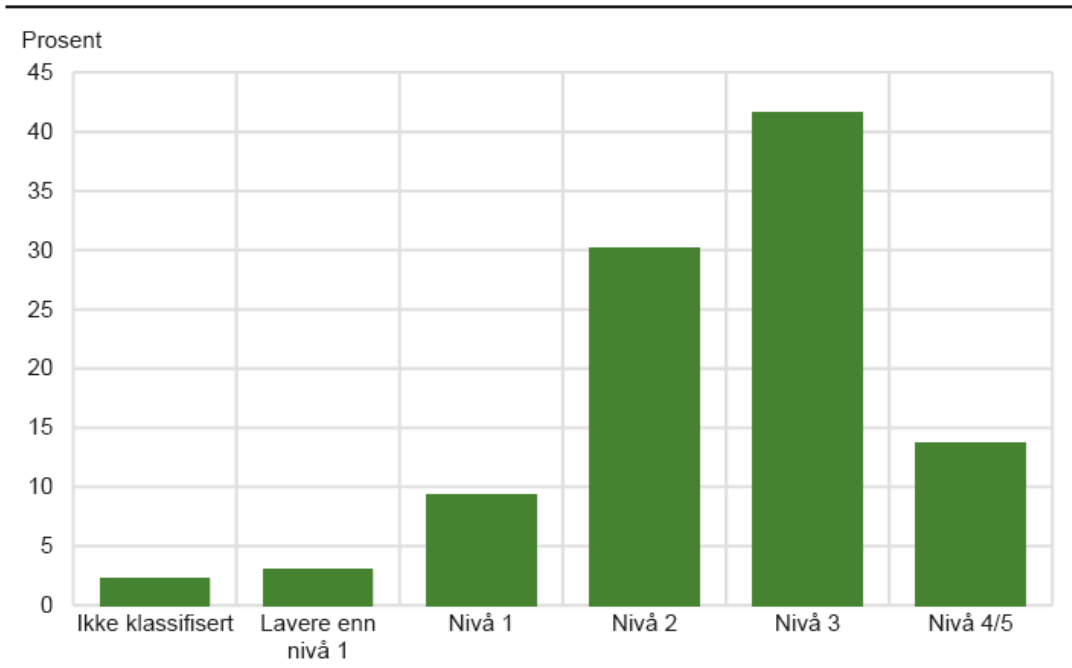
Det trykte ord har påvirket hvordan vi tenker og samhandler i flere hundre år (Schwebs og Otnes, s. 24). Med den digitale utviklingen får vi nye muligheter til å anvende språket på nye måter (Engebretsen, 1999, s. 88). Anne Mangen (2008) skriver at det ikke finnes én skjermtekst, men at det til tross for de mange ulike skjermtekstene finnes noen fellestrekk som gjør at skjermtekstene skiller seg fra det trykte ord. Dette fører til at vi leser disse tekstene på en annen måte; de er i større eller mindre grad sammensatte, eller multimodale. «I dette ligger det at skjermtekster typisk består av flere informasjonstyper eller uttrykksmåter (modaliteter) enn

skriftspråklig tekst» (Mangen, 2008, s. 10). Bezemer og Kress (2016) skriver at den digitale plattformen gjør det mulig å bruke modaliteter som ikke kan brukes på papir, slik som for eksempel bevegelige bilder. Modaliteter referer til elementer som brukes for å skape mening, slik som tekst, bilde, illustrasjon, lyd, video etc. En nettside er i seg selv multimodal. Peter Blanck skriver at «the web is the vehicle for people to connect and communicate across multiple combinations of text, symbols and graphics, audio, visual and virtual reality to share knowledge» (Blanck, 2014, s. 41). Jeg vil definere begrepene modalitet, multimodalitet og de mulighetene det medfører ytterligere i delkapittel 3.3.

I en konvensjonell tekst er leserens vei gjennom teksten noenlunde gitt og tekstelementene er konstante (Schwebs & Otnes, 2006, s. 86). Skjermlesing innebærer for mange en form for flyktighet, eller overflate- og overskriftslesing, som har som formål å gi leseren en viss oversikt over innholdet og omfanget av tekst (Schwebs & Otnes, 2006, s. 59). Å lese skjermtekster innebærer at man har en kombinatorisk lesekompetanse, at man er i stand til å lese verbalspråk det ene øyeblikket, for å skifte fokus til en annen uttrykksmåte i neste øyeblikk (Mangen, 2008, ss. 10-11; Schwebs & Otnes, 2006, s. 61). Den hypertextuelle organiseringen av tekstelementer på en nettside, i kombinasjon med et samspill av modaliteter, får stor innvirkning på hvordan vi leser teksten. Det er høyere grad av interaktivitet med teksten, eller det Kress (2003, i Mangen, 2008) kaller lesing som design. Det vil si at vi i høyere grad designer vår egen leseopplevelse ut fra tilbudet som finnes på skjermen (Mangen, 2008, s. 14).

3.2.4. Leseferdigheter

Bjørkeng og Lagerstrøm (2014, s. 4) og OECD (2000; 2013; 2016) definerer leseferdighet som «evnen til å forstå, vurdere og bruke skrevet tekst for å delta aktivt i samfunnet, oppnå egne mål og utvikle kunnskap og egne evner». Leseferdighet måles på en skala fra 0-500, og kan deles inn i fem nivåer, der 1 er laveste nivå og 5 det høyeste rangert etter score (Bjørkeng & Lagerstrøm, 2014). Det finnes i tillegg et nivå lavere enn nivå 1. I figur 4 (på neste side) kan du se hvordan nordmenns leseferdigheter fordelte seg over de ulike nivåene i PIAACs undersøkelse fra 2012.

Figur 1.1. Andel av voksne, 16-65 år, på hvert ferdighetsnivå i leseferdighet. 2012

Kilde: Statistisk sentralbyrå.

Figur 4 Oversikt over ferdighetsnivå blant Norges befolkning fra undersøkelsen PIAAC i 2012 (Bjørkeng & Lagerstrøm, Voksnes basisferdigheter - resultater fra PIAAC, 2014)

Ifølge Brudholm (2011) betyr ikke gode leseferdigheter nødvendigvis at man har god leseforståelse. Hun skriver at leseforståelse er sentralt for at leseren skal kunne finne en mening i det den leser og tilegne seg kunnskap, innsikt eller informasjon. Komponenter som er bevist at spiller en rolle på leseforståelsen er: vår kunnskap om språk (oppbygning, tekstsammenbindingsmekanismer, ordkunnskap og så videre), kunnskap om verden (generell bakgrunnskunnskap), kunnskap om tekster (sjangre) og kunnskap om egen forståelse (metakognitiv bevissthet) (Brudholm, 2011, ss. 33-37). I denne oppgaven vil jeg ikke ta for meg en detaljert lingvistisk tilnærming til leseforståelse, med analyser av setningsinndeling, syntaks, tekstsammenbinding eller lignende. Selv om det grammatiske har betydning i arbeidet med klarspråk har jeg i denne oppgaven valgt å se på det med et overordnet perspektiv. I virksomhetenes praktiske arbeid med den språklige utformingen vil det likevel være viktig å tenke på grammatikk, setningsoppbygging og ordvalg, med tanke på at det skal være lett å forstå for folk flest.

Rapportene Literacy in the Information Age (OECD, 2000), Ferdigheter i voksenbefolkningen (Bjørkeng, Ferdigheter i voksenbefolkningen. Resultater fra den internasjonale undersøkelsen

om lese- og tallforståelse (PIAAC), 2013), og OECD – Skills Matter (OECD, 2016) viser at rundt 70 % av den norske befolkningen mellom 16 og 65 år, ligger på leseferdighetsnivåene 3, 4 og 5, mens de resterende ca. 30 % befinner seg på nivå 1 og 2. De svakeste leserne klarer kun å lese svært enkel tekst, og har vanskelig for å forstå og bruke de viktige delene av den skriftlige informasjonen som omgir oss i hverdagen. Undersøkelsen fra 2013 viser også at leseferdighetene i Norge har gått ned siden 1998. Det er særlig i den yngste aldersgruppen at den norske gjennomsnittsskåren i lesing er lavere enn i tidligere undersøkelser. Undersøkelsen viser også at 40 % av norske innvandrere ligger på laveste leseferdighetsnivå.

Ifølge dysleksinorge.no har rundt 20 % av de som går ut av skolen i Norge generelle lesevansker (Dysleksi Norge, u.d-a). I et prosjekt som omhandler leseligheten av NAVs² brukerrettede informasjon skriver Norsk Regnesentral at undersøkelser om leseferdigheter har vist at omtrent «15-20 % av den norske befolkningen har problemer med å lese vanlige tekster» (Norsk regnesentral, u.d-a). Det er med andre ord ingen tvil om at det er mange som har behov for å få presentert informasjon på en god og lett forståelig måte. I forbindelse med dette vil det derfor være viktig å tenke over hvordan vi kan skrive på en slik måte at innholdet vil være tilgjengelig for så mange som mulig.

3.3. Hvordan skriver vi?

Når vi har identifisert hvem vi skriver for, må vi bestemme oss for hvordan vi ønsker å fremstille informasjonen. Det finnes mange virkemidler man kan bruke i arbeidet med det kommunikative innholdet når det kommer til den språklige utformingen. Jeg har her valgt å legge vekt på begreper som klarspråk, multimodalitet, og visuell grammatikk, i et overordnet perspektiv. Det vil si at jeg ikke går inn på spesifikke detaljer i språklige utformingen.

3.3.1. Begrepene klarspråk og lettlest

Helt siden 1950 har det vært satt i verk flere tiltak i arbeidet med språket i det offentlige (Kvarenes, Reksten, & Stranger-Thorsen, 2010, s. 23). Begrepet *klarspråk* ble først tatt i bruk i Sverige, og har siden blitt et godt etablert begrep også i Norge. På engelsk omtales det gjerne som *plain language* eller *clear language* (Kvarenes, Reksten, & Stranger-Thorsen, 2010, s. 8).

² NAV var i utgangspunktet en forkortelse for Ny Arbeids- og Velferdsforvaltning, men har siden blitt et egennavn og en merkevare, som skrives med store bokstaver (NAV, 2013a).

International Plain Language Federation (2017) skriver at en tekst er i klarspråk dersom «its wording, structure, and design are so clear that the intended readers can easily find what they need, understand what they find, and use that information» (International Plain Language Federation, 2017). «Klarspråk er en tilnærming til kommunikasjon som setter leseren først, fokuserer på handling, sparer tid og penger, gjør tekster mer etterrettelige og gjennomskinnelige, og gir mottakeren en bedre opplevelse» (Klarspråk.no, u.d-a; Kvarenes m.fl., 2010, s. 9). I språkprofilen til Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet (2013a) står det at klarspråk handler om å tilpasse teksten til målgruppen, og at man derfor må vite hvem man skriver for (s. 10).

Å arbeide for et klarere språk betyr imidlertid ikke å forenkle språket for enhver pris. Klarspråkarbeid skal ikke føre til fattig og unyansert språk. Ikke alle tekster kan være enkle, og ikke alle tekster kan være fri for fagspråk. Det viktige er at teksten er tilpasset mottakeren (Kvarenes m.fl., 2010, s. 8).

I veilederen for klarspråkarbeid *Klar, men aldri ferdig* er det nevnt fem grunner for hvorfor man bør fokusere på klarspråk. Jeg ønsker å trekke frem tre av dem, nemlig at bruk av klarspråk fremmer demokratiet og rettssikkerheten, skaper tillit mellom styresmaktene og innbyggerne, og fremmer kommunikasjonen slik at budskapet oppfattes lettere hos mottakeren (Kvarenes m.fl. 2010, s. 11). I den svenske klarspråkveilederen *Klarspråk lönar sig* har de skrevet ned noen klarspråkprinsipper basert på erfaringer i arbeidet med klarspråk: tenk på hvem leseren er og hvorfor du skriver til vedkommende, veiled leseren gjennom en klar og tydelig strukturert tekst, start med informasjonen som er viktigst for leseren, skriv kort og presist, unngå gamle og vanskelige ord, forklar vanskelige fagbegreper og -uttrykk, start med et sammendrag dersom teksten er lang, skriv i et aktivt språk og tenk på hvordan teksten ser ut (Hedlund, 2006, s. 8).

Begrepet *lettlest* er godt kjent i blant annet Sverige (lättläst), Finland (selko-kirjoitus) og Tyskland (leicht lesen) og handler om at en tekst skal være enkel å lese og forstå, og forkortes ofte LL. En lettlest tekst er enklere enn klarspråk, både når det kommer til ordforråd, oppbygning og innhold, og er spesielt tilrettelagt for mennesker med diverse leseutfordringer (Österlund, 2011). Retningslinjer for hvordan skrive lettlest (easy-to-read) informasjon ble utviklet og publisert av Inclusion Europe (daværende ILSMH) i 1998 (Freyhoff, et al., 1998).

Tekster som er utformet som lettleste i Europa er gjerne utstyrt med blant annet disse symbolene:



Figur 6 Inclusion Europe har laget denne logoen for bruk på tekster som defineres som lettleste. Symbolet er utbredt i Europa. (Inclusion Europe, 2016).



Figur 7 Lettlest-symbolet i Finland. (Österlund, 2011, s. 19)



Figur 5 Slik er gjerne svenske lettleste sider merket. (Riksdagen, u.å.)



Figur 8 Tyske symboler for lettlest, etter vanskelighetsgrad. A1 er det enkleste. skjermdumper fra capito.eu (Capito, u.å.)

Jeg nevner her begrepet lettlest fordi det er ganske utbredt i andre land i Europa. Her i Norge ligger hovedvekten på klarspråk, jeg vil derfor ikke gå videre inn på begrepet lettlest. Noe av årsaken til dette er også fordi det på nettsider med en lettlestfunksjon kommer frem at funksjonen er en spesialløsning rettet mot mennesker med ulike leseutfordringer, og går derfor imot prinsippene i universell utforming, som handler om en hovedløsning tilgjengelig for flest mulig.

I arbeidet med klarspråk og lettleselege tekster finnes et program for å «beregne» lettleseligheten; liksberegneren (liks står for lesbarhetsindeks) (se f.eks. <https://www.skriftlig.no/liks-kalkulator/>). Litteratur om lettleselege tekster sier at setningslengdene bør være korte. Liks-beregneren teller ord per setning, samt bokstaver per ord. En god liks-karakter får man ved å holde ord- og setningslengden kort. Det er likevel ikke nok å kun bruke liksberegneren og tenke at en god karakter betyr at teksten er god og lettleseleg, da

innholdet i ordene og setningene er det som er viktigst (Kvarenes, Reksten, & Stranger-Thorsen, 2010, s. 103).

Tester og undersøkelser har vist at tekst fanger oppmerksomhet og fører til handling. Bilder kan illustrere og forsterke budskapet i tekstene. Tekst og bilder anses derfor som de viktigste verktøyene vi kan bruke. Samtidig må vi også anerkjenne at andre virkemidler i enkelte tilfeller kan formidle budskapet på en bedre måte, for eksempel kan en video brukes til å illustrere en prosess, eller en graf kan vise utvikling over tid. Vi må kjenne til de ulike virkemidlene vi har tilgjengelige for å vite hvilke som formidler budskapet på best mulig måte (Dalen & Rønjum, 2012, ss. 73-74). Som tidligere nevnt er noen av fellestrekkene ved skjermttekster at de er sammensatte, og gjerne inkluderer flere uttrykksmåter eller modaliteter. Jeg vil derfor nå gå videre inn på hva modalitet og multimodalitet innebærer, og hvordan det kan påvirke lesbarheten til en tekst.

3.3.2. Multimodalitet og modale affordanser

Modalitet og multimodalitet er to begreper som er diskutert av flere teoretikere, blant annet Gunther Kress (2001, 2006, 2016), Theo van Leeuwen (2001, 2005), Martin Engebretsen (2010), Anne Løvland (2007) og Anders Bjørkvall (2009). Modaliteter opptrer alltid i samspill med andre modaliteter, som for eksempel bilde, verbalspråk og layout (Bezemer & Kress, 2016, s. 7). Multimodalitet er av Kress & van Leeuwen (2001, s. 20) definert som bruken og kombinasjonen av flere semiotiske modaliteter i utformingen av et semiotisk produkt. Begrepene semiotisk modalitet og semiotisk ressurs brukes ofte synonymt (Engebretsen, 2010, s. 20), og kan derfor være vanskelig å definere. Jeg holder meg til Løvland (2007) og Bjørkvall (2009) sine definisjoner. Semiotisk modalitet beskrives av Løvland som «klassar av uttrykksmåtar (semiotiske ressursar) som skapar meining i ein gitt situasjon» (Løvland, 2007, s. 146; Engebretsen, 2010, s. 20). Bjørkvall definerer semiotiske ressurser som

det 'byggematerial' som finns tillgängligt vid skapandet av betydelser och texter. Med andre ord är semiotiske resurser meningsskapande material som kan användas för kommunikation, och när flera resurser används på ett mer organiserat sätt kan man börja tala om semiotiska modaliteter, som bildmodaliteten (Bjørkvall, 2009, ss. 13-14)

En multimodal tekst er, med andre ord, en tekst som er satt sammen av flere modaliteter eller kommunikasjonsformer, slik som tekst, bilde, film og lyd (Bjørkvall, 2009, s. 8). Det ligger flere

muligheter og avgrensninger bak meningspotensialet til de semiotiske modalitetene. Dette meningspotensialet kalles for modal affordanse, og er avhengig av den kulturelle konteksten (Skovholt & Veum, 2014, ss. 30-31). Affordansen handler både om hva som er, og ikke er mulig å uttrykke gjennom modaliteten man velger å bruke. Hvilken modalitet som er best å bruke kan være avhengig av situasjon, form og organiseringsmåte (Løvland, 2007, s. 24).

3.3.3. Fordeler med multimodale tekster

Som tidligere nevnt medfører det digitale mediet muligheten til å kombinere flere modaliteter i fremstillingen av informasjon. Det er flere fordeler med en multimodal fremstilling, som også kommer frem i forskning om hvordan hjernens læringsprosesser foregår. Akademisk konsulent hos IBM, Edwin J. Pinheiro (1994), skriver at læring forsterkes når prosessen involverer flere sanser på kort tid. Han mener derfor at multimodale budskap engasjerer flere sanser og en høyere orden av tankeprosesser, som igjen legger til rette for læring fordi det etterlater seg et mer sammensatt mønster i hjernen enn for eksempel ord (Pinheiro, 1994). Engebretsen (u.å.) sammenfatter Pinheiro slik:

Når vi skal gjenkalle informasjon vi har lagret i minnet, skjer det ofte ved at vi mottar nye impulser som på en eller annen måte har likhet med de vi skal gjenkalle. Jo bredere assosiasjonsflate den lagrede informasjonen har, jo større sjanse er det for at nye impulser skal være i stand til å "vekke" opp den lagrede informasjonen (Engebretsen, u.å.).

En annen teori som kan brukes for å forklare hvordan vi forstår multimodale tekster er basert på Allan Paivio's *Dual Coding Theory (DCT)* som i korte trekk handler om at all informasjon blir oppfattet på to nivåer: det verbale og det non-verbale. I det verbale nivået finner vi det Paivio kaller *logogen* som innebærer alt vi gjenkjenner og prosesserer som språk, både skrift- og talespråk. Det nonverbale nivået består av *imagens*. Disse representerer nonverbale objekter (slik som bilder, film og lyd), situasjoner og hendelser som aktiverer mentale bilder og opplevelser (Sadoski, McTigue, & Paivio, 2012, ss. 469-472). Denne forståelsen ligger også nært opp til Brudholms (2011) beskrivelse av de kognitive prosessene involvert i leseforståelse. En videreføring av Paivios teori er Richard Mayers (2009) *Cognitive Theory of Multimedia*

Learning (CTML).³ CTML er basert på DCT, men Mayer kaller de to prosesseringsnivåene *auditory/verbal* og *visual/pictorial* prosessering. Han hevder vi prosesserer bilder hovedsakelig på det visuelle nivået, mens talespråket prosesseres på det auditive nivået. Men skriftspråket prosesseres, ifølge Mayer, på begge nivåene; først det visuelle, deretter det verbale (Mayer, 2009, s. 57).

3.3.4. Multimodal kommunikasjon

Å kommunisere på tvers av modaliteter gjør noe med en tekst. «Det er i det multimodale samspillet at uttrykkets helhetlige ytringskraft ligger» (Engebretsen, 2010, s. 25). Å forstå de enkelte modalitetenes funksjon og relasjonen mellom dem gir oss et grunnlag for å se hvordan de utfyller, overlapper, forsterker eller motsier hverandre (Engebretsen, 2010, s. 25). Bo Bergström (2004) hevder at det ligger styrke i det å kombinere mange modaliteter fordi leseren blir stimulert på flere hold. Men leseren kan også overstimuleres, slik at det blir for mye informasjon på en gang, derfor bør man velge ut den mest effektive kombinasjonen av modaliteter for å få frem budskapet (Bergström, 2004, s. 268).

Løvland (2007) deler det multimodale samspillet inn i to hovedformer: funksjonell spesialisering og multimodal kohesjon. Funksjonell spesialisering handler om formålet med modaliteten, da hver modalitet har ulike egenskaper de bringer til teksten (Løvland, 2007, ss. 26-27). Hvordan modalitetene bidrar til å gi teksten sammenheng handler om kohesjon. I verbalspråket er kohesjon «språklige markeringer av sammenheng» (Svennevig, 2009, s. 217). Disse markeringene forteller oss hvilke deler av teksten som henger sammen og hva relasjonen mellom dem er (Svennevig, 2009, s. 217). På lik linje med verbalspråket finnes det mekanismer som skaper sammenheng i en multimodal tekst, for eksempel at vi opplever en sammenheng mellom lyd og bilde i en film (Løvland, 2007, s. 29).

van Leeuwen (2005) presenterer i boka *Introducing Social Semiotics* fire multimodale kohesjonsmekanismer; *rytme*, *komposisjon*, *informasjonskopling* og *dialog* (van Leeuwen, 2005, s. 179). Kohesjonsmekanismene opptrer i utgangspunktet aldri alene, de samspiller med hverandre (van Leeuwen, 2005, s. 179). *Rytme* handler om at meningsskaping skjer over et tidsforløp eller i en bestemt sekvens. Dette gir teksten en puls som fremhever den viktigste

³ Mayer (2009) bruker begrepet *multimedia* på samme måte som f.eks. van Leeuwen (2005) bruker *multimodality*. Jeg tolker derfor Mayers *media* til å være *modalitet* slik jeg presenterer modalitet i kapittel 3.3.2.

informasjonen og gir den sammenheng (van Leeuwen, 2005, ss. 181-183; Løvland, 2007, s. 30). I informasjon fra det offentlige vil dette være relevant i for eksempel tekster som skal lede leseren gjennom en søknadsprosess.

Med *Komposisjon* mener van Leeuwen (2005) hvordan tekstens elementer er organisert i et rom eller på en flate. Komposisjonen hjelper oss med å orientere oss i teksten, og binder teksten sammen. Den sier også noe om informasjonsverdien til de ulike elementene (van Leeuwen, 2005, ss. 198-199; Løvland, 2007, s. 32). *Informasjonskobling* handler om hvordan «items of information, whether verbal, visual or otherwise, can be and are *meaningfully linked* to other items of information» (van Leeuwen, 2005, s. 219). Fra den systemisk-funksjonelle lingvistikken (SFL) og semiotikeren Michael Halliday trekker van Leeuwen frem to hovedtyper informasjonskoblinger: utdypende (elaborate) og utvidende (extend). Utdypende koblinger tydeliggjør meningspotensialet ved å enten repetere eller gjenta informasjonen, mens utvidende koblinger tilføyer ny informasjon og utvider meningspotensialet (Kvåle, 2012, s. 82; Løvland, 2007, s. 38; van Leeuwen, 2005, s. 222).

van Leeuwen presenterer flere modeller for hvordan informasjonskobling kan gjøres, blant annet en modell for hvordan informasjonsenheter i verbalspråket eller i et bilde er linket sammen (se ss. 225, 229, 230). I likhet med Løvland (2007) finner også jeg hans modell for bilde-tekst koblinger relevant for koblinger mellom modaliteter (s. 37), og presenterer her min tolkning av modellene til van Leeuwen (2005, s. 230) og Løvland (2007, s. 37) sett under ett:

Informasjonskobling mellom modaliteter			
Hovedtype	Undertype	Forklaring	Eksempel
Utdyping (elaboration)	Spesifisering	Informasjonen som er uttrykt gjennom én modalitet gjør informasjonen uttrykt i en annen modalitet mer spesifikk.	Et bilde gjør teksten mer spesifikk (illustrasjon).
			Teksten gjør bildet mer spesifikt (forankring).
	Tolkning	Informasjonen som er uttrykt gjennom én modalitet tolker informasjonen uttrykt i en annen modalitet.	Teksten parafraserer bildet (eller omvendt).
Utvidelse (extension)	Omskriving	Informasjonen som er uttrykt gjennom ulike modaliteter har likt innhold.	En brukerveiledning der både tekst og bilde uttrykker samme fremgangsmåte.
	Kontrastering	Informasjonen som er uttrykt gjennom ulike modaliteter står i kontrast til hverandre.	Innholdet i teksten står i kontrast til innholdet i bildet. F.eks. i et filmklipp av en idyllisk situasjon der musikken tilsier at det er fare på ferde.
	Utfylling	Informasjonen som er uttrykt gjennom ulike modaliteter utfyller hverandre ved å presentere ulike deler av den totale informasjonen.	Innholdet på bildet gir tilleggsinformasjon til teksten, og omvendt (avløsning).

Figur 9 Min tolkning av van Leeuwens og Løvlands modeller for informasjonskobling mellom modaliteter

3.3.5. Visuell komposisjon

Særlig relevant for nettsider og deres visuelle fremstilling er Kress og van Leeuwens (2006) tredelte inndeling av kohesjonsmekanismen komposisjon. De deler den inn i: informasjonsverdi, fremskuttet ('saliency') og innramming ('framing'). Informasjonsverdi handler om meningsstruktur - om plasseringen av tekstelementene, og hvordan de ulike «sonene» på flaten tilskriver elementenes verdi: venstre/høyre-plassering på den horisontale aksene, topp/bunn-plassering på den vertikale aksene og plassering i «centre and margin» (Kress & Leeuwen, 2006, s. 177).

Informasjonsverdien knyttet til venstre-/høyreplassering på den horisontale aksene kaller de Gitt/Nytt. De mener at informasjon som kommer til venstre er gitt, altså noe vi er forventet å kjenne fra før. Informasjonen til høyre er ny, og noe leseren bør vie ekstra oppmerksomhet (gitt at man skriver fra venstre til høyre). På samme måte plasserer de meningsstrukturen langs den vertikale aksene, som det ideelle og det reelle. Den ideelle informasjonen plasseres i øvre del, det vil si den generelle og idealiserte informasjonen, det som er det viktigste å få frem. Det reelle blir i motsetning mer spesifikk og detaljert informasjon som er mer praktisk og nøktern (Kress & Leeuwen, 2006, ss. 179-200). Kvåle (2012) har i sin avhandling satt spørsmål ved fremstillingen her gitt av Kress og van Leeuwen. Hennes konklusjon er at den horisontale aksene «ikke er begrenset til mening om Gitt/Nytt, men også kan realisere mening om det Reelle/det Ideelle» (Kvåle, 2012, s. 305), i tillegg viser hennes empiriske undersøkelser at de ulike «elementene på flaten kan bli presentert som å ha ekvivalent informasjonsverdi» (Kvåle, 2012, s. 305).

Fremskuttet vil si at innholdselementer er plassert slik at de tiltrekker seg leserens oppmerksomhet. Jo mer fremskutt, desto mer oppmerksomhet. Innramming handler om strukturinndeling, for eksempel ved å bruke skillelinjer for å markere hvilke deler i teksten som henger sammen og ikke, eller ved å ramme inn enkelte deler. Jo mer tydelig innrammingen er, jo lettere er det å se den som en egen enhet (Kress & Leeuwen, 2006, ss. 177, 201-204).

3.4. Oppsummering

I dette kapitlet har jeg presentert de teoretiske perspektivene knyttet til rammene denne oppgaven arbeider innenfor: det digitale mediet nettsider og offentlig kommunikasjon. Jeg har også introdusert kommunikasjonssituasjonen og elementene knyttet til den, slik som

skjermteksten og mottakerne. Deretter har jeg beveget meg inn på de tekstlige elementene som er relevante for denne oppgaven, nemlig klarspråk, multimodalitet og visuell komposisjon. Særlig viktig for veien videre er kommunikasjonssituasjonen og de tekstlige elementene.

4. Metode

I dette kapitlet vil jeg gjøre rede for prosjektets metodiske tilnærming og datautvalg. Først vil jeg beskrive og begrunne valg av metode, datainnsamling og datautvalg. Deretter vil jeg gå gjennom hvordan jeg har gått frem for å analysere materialet. Enhver fremgangsmåte er gjenstand for kritikk, derfor vil jeg til slutt gjøre rede for de svakheter og reservasjoner min knyttet til min metodiske fremgangsmåte.

4.1. Forskningsdesign

Formålet med denne oppgaven er å undersøke hvilke faktorer som påvirker hvordan utvalgte offentlige virksomheter arbeider med å gjøre det kommunikative innholdet på nett tilgjengelig for alle. Hvordan man skriver på nett (f.eks. Dalen, 2009; Engebretsen, 2002), hvordan mennesker leser og forstår (f.eks. Bråten, 2007), hvordan nettsider kan gjøres universelt utformet (f.eks. Blanck, 2014; Tollefsen, 2013; difi.no) og hvordan bygge opp tekster er temaer som alle er forsket på fra før. Det finnes også en del forskning på klarspråk og lettleseelig språk, men jeg har ikke funnet forskning som ser på hvilke faktorer som påvirker handlingsrommet når det gjelder utforming av innhold. Denne oppgaven vil derfor hovedsakelig være eksplorativ, men fordi jeg inkluderer områder som allerede er forsket noe på vil prosjektet også ha deskriptive trekk (Østbye, Helland, Knapskog, Larsen, & Moe, 2013, s. 267).

4.2. En kvalitativ tilnærming

Innenfor vitenskapen skiller man mellom kvalitativt og kvantitativt orienterte metoder. Uansett hvilken metode forskeren velger å benytte seg av er målet innenfor samfunnsfag og humaniora å få en bedre forståelse av samfunnet vi lever i (Dalland, 2007, s. 84). I kvantitative tilnærminger ønsker gjerne forskeren å samle inn målbare data som kan være grunnlag for å trekke slutninger, og slik tilnærming brukes derfor ofte i større undersøkelser (Dalland, 2007, ss. 84, 206). Formålet med denne oppgaven er ikke å trekke slutninger basert på målbare data, men å belyse handlingsrommet man kan ha når det gjelder å gjøre det kommunikative innholdet på nettsider tilgjengelig for de fleste. Jeg søker å få frem likheter og ulikheter mellom informantene, med tanke på hvordan de arbeider med å gjøre det kommunikative innholdet tilgjengelig for de fleste og hvilke faktorer som påvirker dette arbeidet.

Kvalitativ metode er egnet for utdypende kunnskap og regnes for å være en induktiv tilnærming. Forskeren søker å finne det særegne og unike ved forskningsemnet og fange opp meninger og

opplevelser som ikke kan måles i tall (Dalland, 2007, s. 84; Ryen, 2002, ss. 29-30; Østbye et.al., 2013, s. 101). Resultatene fra en kvalitativ undersøkelse kan derfor ikke sies å være universelle (Ryen, 2002, s. 29). Det finnes flere ulike tilnærminger ved bruk av kvalitativ metode, men den mest brukte metoden er intervjuet (Ryen, 2002, s. 18). Dette er også metoden jeg har brukt, da jeg ønsker å gå mer i dybden på hvordan ulike offentlige virksomheter går frem for å gjøre kommunikativt innhold tilgjengelig på nettet, samt finne ut noe om holdninger og tanker knyttet til tilgjengelighet for de fleste.

4.2.1. Det kvalitative intervjuet

Med kvalitative intervju er tanken at forskeren skal få tilgang til informasjon som ellers ville vært vanskelig å finne. Gjennom samtaler med informanter kan en få en bedre forståelse av hvordan de tenker og hvilke faktorer som påvirker arbeidet deres med utformingen av innhold (Østbye et.al., 2013, s. 103).

Forberedelsene til intervjuene gikk i første omgang ut på å sette meg inn i nødvendig litteratur, samt prate med personer som arbeider med, eller har en spesifikk kompetanse knyttet til språklig utforming eller universell utforming. Dette for å ha et godt nok grunnlag til å finne ut hva jeg ønsket å få ut av intervjuene, hvem som burde inkluderes, samt tilegne meg kunnskap nok til å stille oppfølgingsspørsmål underveis (Østbye et.al., 2013, s. 106).

Deretter satte jeg opp en intervjuguide. Et intervju kan være strukturert, semistrukturert eller ustrukturert (Østbye et.al., 2013, ss. 103-105). Hvor mye struktur forskeren skal ha på intervjuet er avhengig av forskningsspørsmålet og datautvalget (Ryen, 2002, s. 97). Jeg valgte å bruke en semistrukturert intervjuguide (vedlegg 2). En semistrukturert intervjuguide er kjennetegnet ved at spørsmålene og spørsmålsformuleringene ikke er fastsatt i detalj. Det settes gjerne opp et hovedtema og noen spørsmål forskeren ønsker å få svar på. Deretter brukes svarene fra respondentene som et utgangspunkt for å stille nye oppfølgingsspørsmål (Ryen, 2002, s. 99; Østbye et.al., 2013, s. 105). Ulempen med en slik tilnærming kan være at ikke alle intervjuene vil omfatte nøyaktig samme tema, og at dataene i noen grad vil kunne være påvirket av min egen evne til å plukke opp og forstå det informanten sier. Jeg har likevel prøvd å holde meg innenfor de oppsatte temaene, selv om alle spørsmålene ikke var de samme. Siden jeg var ute etter både hvordan de konkret arbeider, samt tanker og holdninger, mente jeg at det beste var å

basere spørsmålene på informasjon respondentene kom med underveis, heller enn å bare bruke fastsatte spørsmål.

4.2.1.1. Gjennomføring av intervjuene

I kvalitativ forskning er det oftest individuelle intervjuer som brukes (Thagaard, 2013, s. 99; Østbye et.al., 2013, s. 105). Virksomhetene jeg har snakket med besluttet selv hvem som skulle stille opp til intervju, basert på min beskrivelse av hva respondentene burde ha kjennskap til. Dette var beskrevet i et informasjonsskriv med forespørsel om deltakelse i intervju (vedlegg 3a). Siden temaet for problemstillingen innebærer en kombinasjon av flere emner, gav jeg virksomhetene tilbud om å gjennomføre gruppeintervjuer dersom det var flere respondenter fra samme virksomhet. I et gruppeintervju kan respondentene utdype hverandre og belyse de relevante temaene i samarbeid (Thagaard, 2013, s. 99; Saunders, Lewis, & Thornhill, 2012, s. 402). Jeg gjennomførte totalt syv individuelle intervjuer og ett gruppeintervju. Intervjuene ble gjennomført i Oslo, Stavanger og over Skype, og ble gjennomført i to perioder (se oversikt i vedlegg 5). I forkant av intervjuene fikk alle respondenter tilsendt et informasjonsskriv om hva deltakelse i studien ville innebære. Det er to forskjellige informasjonsskriv fordi oppgaven endret seg noe mellom de to periodene (vedlegg 3a og 3b). Dette skrevet gikk jeg også gjennom i intervjuene, før jeg gikk dypere inn på spørsmål vedrørende virksomhetenes praksis. De individuelle intervjuene varte 1-2 timer og gruppeintervjuet 2 timer.

Jeg gjorde lydopptak av intervjuene ved hjelp av taleopptak-funksjonen på iPhone, som jeg deretter overførte til min personlige PC for transkribering. Fordelen med å gjøre opptak er blant annet at dataene er tilgjengelige for etterbehandling under hele prosjektperioden, slik at data som i begynnelsen kanskje var irrelevante, likevel kan bli gjort relevante (Østbye et.al., 2013, s. 108). Lydfilene spilte jeg av i avspillingsprogrammet VLC. Der kunne jeg senke farten på avspillingen, noe som var til stor hjelp i transkriberingen. Underveis gjorde jeg meg tanker om kategorier som gikk igjen, og brukte det som utgangspunkt for neste intervju. Alle intervjuer er påvirket av tidligere intervjuer, tid og sted for intervjuene jeg har gjennomført kan ses i vedlegg 5. Forskeren kan fortløpende identifisere gjengående temaer og bruke det som veiledning for hvilke spørsmål som stilles i neste intervju. I transkriberingen av intervjuet får også forskeren mulighet til å reflektere over interaksjonen mellom seg selv og respondent, samt egne intervjueteknikker (Ryen, 2002, s. 111).

4.3.Datautvalg

Datautvalgsprosessen har foregått i to runder. Jeg gjorde først et heterogent strategisk utvalg av informanter. Et slikt utvalg er basert på forskerens oppfatninger om hvilke informanter som kan tilby stor nok variasjon i utvalget, og som har egenskaper eller kvalifikasjoner relevant for problemstillingen (Thagaard, 2013, s. 60; Saunders et al., 2012, s. 287).⁴ I første runde var det en viktig faktor for meg at informantene hadde en interesse av å nå flest mulig med sitt budskap, og at de ikke drev en nettbutikk. Antallet informanter er ikke det viktigste, utvalgene kan være små, da det er informasjonen de gir som er viktig. Ryen (2002) viser til Miles og Huberman (1984, i Ryen 2002, s.87) hvis anbefaling er å finne informanter som man tror har mest å bidra med. Dette har jeg også prøvd å gjøre, med forbehold om at min egen oversikt over området kan ha satt noen begrensninger for hvilke informanter som faktisk kunne hatt mest å bidra med.

I utgangspunktet hadde jeg tenkt å kun snakke med virksomheter som inkluderte informasjon presentert på tegnspråk på nettsidene sine. Dette fordi jeg har erfaring med å arbeide med tegnspråk, og tenkte at det var et eksempel på en form for tilrettelegging som har blitt mulig på grunn av teknologiske utviklinger. I den forbindelse hadde jeg søkt på nett etter nettsider som hadde tegnspråkløsninger integrert i den originale nettsiden, og som var enkel å navigere seg frem til. Statens Pensjonskasse (SPK) og Jehovas Vitner var de eneste jeg fant som oppfylte kriteriet.⁵ Derfor var disse naturlig å inkludere som informanter. Men utvalget var også lite, derfor valgte jeg å endre vinklingen noe, og heller inkludere større offentlige virksomheter som jeg antok hadde ønske om, og behov for, å nå ut til et mangfold av lesere. Jehovas Vitne er ikke en offentlig virksomhet, men jeg har likevel valgt å ta med organisasjonen som informant i oppgaven. Dette fordi jeg i samtale med en ansatt ved kontoret i Skandinavia fikk et inntrykk av at de kunne bidra med noen synspunkter på tilgjengeliggjøring av innhold som jeg tenkte var interessante å belyse som en eventuell kontrast til det offentlige, blant annet fordi de er en organisasjon drevet på frivillighet, og som derfor ikke møter mange av de samme utfordringene knyttet til blant annet ressurser og ressursbruk.

⁴ Jeg skiller i denne oppgaven mellom informanter og respondenter. Informanter referer til virksomheten som står bak nettsiden, mens respondenter er den/de ansatte jeg har snakket med. Dette gjør jeg fordi jeg i to tilfeller har snakket med flere ansatte som har ulike roller i samme virksomhet.

⁵ NAV.no har også noen undersider der du kan velge å se teksten på tegnspråk. Dette gjelder kun ett område (som er meg bekjent), og består av en lenke som fører deg til YouTube. SPK og Jehovas Vitne har filmene som integrerte deler på nettsiden.

Med temaene universell utforming og tilgjengeliggjøring av kommunikativt innhold mente jeg at NAV var en naturlig virksomhet å intervju. De fleste med behov for bistand til å delta i det norske samfunnet har noe med NAV å gjøre, enten i form av tilrettelegging, stønader eller tilgang til hjelpemidler. NAVs største kontor er nav.no, og tilgang til forståelig informasjon på deres nettsider vil kunne gjøre prosessen med å blant annet få riktig stønad eller hjelpemiddel enklere, og ikke minst vil det kunne være tidsbesparende. Dessuten er NAV en organisasjon hele Norges befolkning med stor sannsynlighet kjenner til. I arbeidet med å finne relevant litteratur ble jeg også gjort oppmerksom på et prosjekt ledet av Stavanger kommune i samarbeid med KS. Prosjektet *Klarspråk for alle* hadde tatt for seg språklig utforming av innhold rettet mot alle, spesielt med tanke på tilgjengelighet for mennesker med leseutfordringer. Derfor tenkte jeg at Stavanger kommune ville kunne bidra med et unikt perspektiv.

Etter å ha gjennomført første runde med datainnhenting, identifiserte jeg noen potensielle svakheter ved oppgaven. I og med at jeg tar for meg det å gjøre det kommunikative innholdet på nettsider tilgjengelig for de fleste, og mye av det handler om den språklige utformingen, kom jeg frem til at det kunne være nyttig å snakke med Språkrådet, som «gir råd og formidler kunnskap om språk, språkbruk og språkarbeid» (Språkrådet, u.å.-a). I tillegg kom jeg over en språkkonsulent hos NTB Arkitektst, som har en særskilt kompetanse på det å skrive tilgjengelige tekster. Jeg bestemte meg derfor for å gjennomføre intervjuer med både Språkrådet og NTB Arkitektst for å eliminere de mulige svakhetene.

At utvalget ble bestående av fire offentlige instanser, en privat virksomhet og én ekspertinformant er i utgangspunktet en tilfeldighet. Det gir likevel et bredt spekter av informasjon da det er én nasjonal virksomhet (NAV), én som i utgangspunktet er til for sine medlemmer (SPK), én kommunal virksomhet (Stavanger kommune), én virksomhet som fungerer som fagorgan og gir språklig veiledning (Språkrådet), én som er både privat, nasjonal og internasjonal og som er drevet på andre premisser enn de offentlige virksomhetene (Jehovas Vitne) og én ekspertinformant som tilbyr ekspertise på gode og tilgjengelige tekster (NTB Arkitektst). Utvalget er lite, men nettsidene skal nå mange og består av sammensatt informasjon.

4.3.1. Respondentene

Etter å ha valgt ut virksomhetene var neste steg å finne respondenter. Jeg valgte flere innganger for å få kontakt med respondentene. Noen av virksomhetene tok jeg kontakt med via øverste

leder, hos andre kontaktet jeg utvalgte personer etter anbefaling fra andre (snøballmetoden) og for å få kontakt med resten sendte jeg en generell henvendelse til virksomheter der de hadde oppgitt en felles postboks som kontaktinformasjon (Ryen, 2002, s. 90). Målet har vært å få respondenter som arbeider med, eller har god kjennskap til universell utforming av nettsider eller språklig utforming av innhold, og aller helst begge områdene. Det er to problemstillinger knyttet til dette: Det første er at universell utforming av nettsider ofte er basert på tekniske spesifikasjoner og føringer knyttet til retningslinjene for tilgjengelig innhold på nett. Det andre er at språklig utforming ikke nødvendigvis er sett i sammenheng med universell utforming. Derfor kunne virksomhetene selv bestemme hvem, og hvor mange, jeg skulle snakke med. Respondentene presenterer jeg nærmere i kapittel 5.1.

4.4. Bearbeiding og analyse av intervju

Å analysere kvalitative data innebærer en reduksjon i datamengde. Prosessen krever både tid og kreativitet, dataene må deles inn i kategorier, og forskeren må være fleksibel i sin behandling av dataene. Arbeidet med å tolke og drøfte dataene er en kontinuerlig prosess. Allerede under intervjuprosessen vil forskeren kunne gjøre seg opp noen tanker om egenskapene til ulike kategorier som kan brukes i en analyse (Ryen, 2002, ss. 145-147). Min forståelse av problemstillingen har endret seg flere ganger i arbeidet med dataene, noe som påvirket hvilke data som til enhver tid var relevante for å besvare den. Dette kjennetegner en prosessuell tilnærming til kvalitative data (Østbye et.al., 2013, s. 128). Ifølge Østbye et.al. (2013, s. 129) er det tre aspekter som er viktige i analysen av data; forankring i problemstillinger og teori, systematisk innsamling og behandling, og dataenes relevans for problemstillingen.

Første steg i analyseprosessen har vært å kode dataene. Denne kodingen er grunnlaget for den videre analyseringen. Kodingsprosessen begynte allerede underveis i intervjuene, ved at jeg merket meg temaer og områder som gikk igjen (Østbye et.al., 2013, s. 129). Etter å ha skrevet ut intervjuene, fortsatte kodingsprosessen ved at jeg gikk gjennom og kodet alle utsagn basert på innhold, altså en deskriptiv koding (Østbye et.al., 2013, s. 129; Wilkinson, 2013, s. 85). Dette gjorde jeg flere ganger, for å være sikker på at kategoriene jeg hadde valgt ut var riktig. Til slutt endte jeg opp med tre hovedkategorier: *rammer for utforming av innhold*, *mottakerperspektivet* og *kommunikativt innhold*. Hva disse kategoriene omfatter er nærmere beskrevet i analysekapittelet. Utsagnene i hver kategori er der skrevet om til en tekst, hvor jeg sammenlikner de ulike informantenes utsagn. Datamaterialet presenterer jeg i form av analyse,

der utvalgte poenger blir illustrert ved hjelp av sitater (Wilkinson, 2013, s. 86; Østbye et.al., 2013, s. 130). Kategoriene funnene deles inn i må ses i et hermeneutisk perspektiv. Med det menes at jeg i drøftingene ikke bare ser på de ulike delkategoriene hver for seg, men at de i inngår som deler av en helhet, samtidig som helheten ses på belyst av delene. Det er et gjensidig avhengighetsforhold mellom kategoriene (Østbye et.al., 2013, s. 21).

4.5. Validering og reliabilitet

Kvaliteten på kvalitative forskningsdata måles gjerne i validitet og reliabilitet, og sier noe om tilliten vi kan ha til forskningsarbeidet. *Validitet* handler om at forskningen måler det fenomenet forskeren sier at den skal måle. Vi skiller mellom *intern* og *ekstern validitet*. Intern validitet er tilstede når årsakssammenhenger støttes i en bestemt sammenheng, og når fremgangsmåten gir nødvendig innsikt til å kunne svare på problemstillingen. Ekstern validering handler om hvorvidt funnene også holder i andre sammenhenger (Ryen, 2002, ss. 176-179; Østbye et al., 2013, s. 26). Ved å tenke på *gjennomsiktighet* kan man styrke validiteten til et prosjekt. Dette innebærer at grunnlaget for fortolkninger er tydelig gjort rede for. De slutningene forskeren foretar seg er tydelig forklart, og jo mer kvalifiserte begrunnelsene bak fortolkningene er, desto mer validitet har prosjektet (Thagaard, 2013, s. 205).

Kvalitetssikring, eller *medlemsvalidering*, innebærer at respondentene får mulighet til å se på forskningsresultatene for å undersøke om de kjenner igjen, forstår og aksepterer forskerens gjengivelse av intervjuene. *Sterk* validering innebærer at respondentene får lese og gi respons hele rapporten, og en *svak* validering innebærer at respondentene får kommentere transkripsjonen av sitt eget intervju (Ryen, 2002, ss. 183-184). Jeg valgte å gjøre en mellomting. Respondentene fikk tilsendt de sitatene jeg valgte å trekke ut som grunnlag for en analyse. På dette stadiet var de kun delt inn i kategorier. Deretter analyserte jeg sitatene, og sendte analysen til alle respondentene slik at de kunne dobbeltsjekke sitatene jeg valgte å fremheve, samt sammenfatningen av data, i den konteksten de ble brukt i. Alle respondentenes tilbakemeldinger har blitt tatt hensyn til, så langt det lar seg gjøre.

Jeg har valgt å gjennomføre to sitatsjekker for å sikre at behandlingen av dataene skal være pålitelig, både overfor respondentene og for deg som leser. Et annet begrep for pålitelig behandling av forskningsdata er *reliabilitet*. Dette viser hvorvidt forskningsdataene er behandlet med nøyaktighet og pålitelighet, og til konsistensen i tilordning av kategorier i

resultatene. Et reliabelt forskningsprosjekt er gjennomført med en metode og en framgangsmåte som er etterprøvbart av andre forskere (Ryen, 2002, s. 179; Østbye et al., 2013, s. 27). Siden det er kvalitative intervjuer vil ikke andre forskere ha tilgang til selve intervjuene jeg har gjennomført. Dette er også en av grunnene til at jeg har valgt å gi respondentene to sitatsjekker. I analysen har jeg også trukket frem en god del sitater, for å underbygge selve analysen. På denne måten blir dataene noe mer gjennomsiktlige.

4.6. Etiske hensyn

Etikken i et forskningsprosjekt handler ikke bare om feltarbeidet, men er et moment under hvert steg i forskningsprosessen. Særlig viktig er blant annet at informantene har gitt samtykke til å delta og at eventuell konfidensialitet blir tatt hensyn til (Ryen, 2002, ss. 207-209). Anonymisering eller konfidensialitet brukes for å beskytte respondentenes personlige opplysninger og privatliv. Full anonymitet innebærer at leseren ikke klarer å kjenne igjen respondenten ut fra identitet eller lokalisering (Ryen, 2002, s. 209). Dette prosjektet er meldt inn til personvernombudet for forskning (NSD) (se vedlegg 2). Informantene har signert samtykkeskjema, fått muligheten til å kvalitetssikre dataene to ganger og fått beskjed om at de når som helst kan trekke sitt samtykke. Jeg har valgt å ikke fullt ut anonymisere respondentene. I skrevet *forespørsel om deltakelse i intervju* (se vedlegg 3a og 3b) ble respondentene informert om at jeg ønsket å bruke både stillingstittel og arbeidssted i oppgaven. Dette gjør jeg fordi det er i kraft av sin stilling at de arbeider med områder som er relevante for dette prosjektet. Det kan likevel være mulig å identifisere hvem respondenten er, noe vi har snakket om og gått gjennom i forbindelse med signering av samtykkeskjema. Dette er også noe av grunnen til at sitatsjekk blir gjennomført to ganger.

4.7. Svakheter og reservasjoner knyttet til metodevalg og framgangsmåte

Noen av kritikkene knyttet til intervjuet som forskningsmetoder er at det ikke er nøytralt, selve interaksjonen kan påvirke dataene som kommer frem. Forskerens rolle og fremtreden kan derfor i seg selv være en svakhet. Hvordan forskeren ordlegger seg kan reflektere hva vedkommende er ute etter, i tillegg kan relasjonen mellom informantene og forskeren påvirke hvordan dataene legges frem (Ryen, 2002, ss. 16-17). Jeg har ikke mye erfaring med å gjennomføre intervjuer. Den semistrukturerte intervjuguiden ble fulgt, men jeg kan ha hatt for mye fokus på å dekke over alle temaene slik at jeg kanskje har mistet subtile signaler fra respondentene som kunne ført intervjuet i andre retninger. I tillegg kan noen av spørsmålene ha vært veldig ledende,

spesielt i de tilfellene jeg spesifikt spurte om bruk av flere modaliteter og om tilrettelegging for mennesker med leseutfordringer. Her kommer en av fordelene med å ha gjort lydopptak inn, fordi jeg i analysen har latt være å trekke frem sitater som var et direkte resultat av et ledende spørsmål. Det er også en svakhet at jeg før andre runde med gjennomføring av intervju allerede hadde kategorisert funnene. Dette kan ha påvirket min fremtreden og spørsmålsstilling under intervjuene med de siste respondentene, noe som kan ha påvirket funnene.

Det at respondentene jeg har snakket med ikke har samme type jobb eller utdanning har på noen måter vært en utfordring, og kan være en svakhet for dette prosjektet. Respondentene har stillingstitler som nettredaktør, digital redaktør, kommunikasjonsrådgiver, seksjonsleder og ansvarlig for oversettelse og publisering. Utfordringen ligger i at respondentenes egen faglige bakgrunn og kompetanse varierer, men også at deres arbeidsoppgaver er noe ulike. Likevel kan det også være representativt for hverdagen til mange som arbeider med utforming av innhold til nettsider, og kan derfor gjenspeile mangfoldigheten som ligger bak utformingen av et budskap. I tillegg hadde alle virksomheter mulighet til å selv peke ut ansatte som passet til formålet med oppgaven. De kan ha tolket informasjonsskrivet om oppgaven ulikt, noe som kanskje bekreftes i variasjonen av respondentenes arbeidsoppgaver.

En annen faktor som kan ha virket inn på dataene er respondentenes lojalitet til egen arbeidsplass, og eget nettsted og innhold. De fleste har imidlertid selv nevnt svakheter ved egne nettsteder og holdninger på arbeidsplassen, noe som gjør at dette ikke er noe jeg ser på som en stor svakhet, men jeg utelukker likevel ikke at det kan være en potensiell svakhet.

Jeg hadde selv gjort meg opp noen meninger om hvordan jeg tenker at innhold kan gjøres tilgjengelig for de fleste, og at det er for lite fokus på multimodalitet i mange av tekstene på noen av nettsidene jeg har sett på. Selv om jeg har prøvd å la være å fremstille dataene farget av min egen oppfatning så kan det likevel ha påvirket både min fremtreden og spørsmålene jeg har valgt å stille. Det er dog noe jeg har vært bevisst gjennom hele prosessen, og jeg har derfor prøvd å være så nøytral som mulig i min fremstilling og fremtreden hos respondentene.

Det bør også nevnes at både tittel og problemstilling har endret seg i etterkant av intervjuene. Da jeg gikk i gang med intervjuene hadde jeg valgt å inkludere et særskilt fokus på det å tilrettelegge innhold for mennesker med leseutfordringer. Derfor omhandlet noen av

intervjuspørsmålene dette. I etterkant av alle intervjuene, og basert på tilbakemeldinger fra noen av respondentene har jeg valgt å ikke se særskilt på det å tilrettelegge for mennesker med leseutfordringer, men på en generell tilnærming til det å gjøre innhold på nettsider tilgjengelig for de fleste. Det kan være at informantene hadde svart noe annerledes dersom dette kom tydelig frem under intervjuet. Dreiningen skjedde derimot før jeg sendte dem analysen, slik at de ble gjort oppmerksomme på det før de godkjente sitatene andre gang, noe jeg håper, og tror, bidrar til at dataene er like representative som opprinnelig ment.

5. Analyse

I dette kapittelet presenterer jeg funnene fra intervjuene jeg har gjennomført. Der det er relevant presenterer jeg utsnitt fra informantenes aktuelle nettsider for å illustrere det respondentene sier. Analysen er delt inn i fire delkapitler. Jeg starter med en presentasjon av informantene, deretter presenteres funnene i kapitler inndelt etter hovedkategoriene presentert i kapittel 4; *rammer for utforming av innhold, leseren og kommunikativt innhold* og til slutt oppsummerer jeg hovedfunnene. Hovedkategoriene angir en tematisk inndeling av de overordnede forutsetningene som påvirker hvordan informantene arbeider med å gjøre det kommunikative innholdet tilgjengelig for de fleste.

Det er ikke tilfeldig hvilken rekkefølge funnene presenteres i. Jeg starter med det jeg mener legger føringer for handlingsrommet en virksomhet har til å utforme innhold. Det vil si eksterne og interne faktorer som angir handlingsrommet for arbeidet med utformingen av det kommunikative innholdet. Deretter kommer mottakerperspektivet, fordi innholdet på nettstedene til virksomhetene er informasjon som skal ut til offentligheten, men med noe ulike målgrupper. Til slutt går jeg inn på kommunikativt innhold, med et noe mer detaljorientert syn på hvilke valg informantene faktisk tar når de utformer en tekst. Til sammen vil hovedkategoriene belyse forskningsspørsmålet: *Hvilke faktorer påvirker hvordan offentlige virksomheter arbeider med å gjøre det kommunikative innholdet på nettsidene sine tilgjengelig for de fleste?* Dette vil jeg drøfte nærmere i oppsummeringen, der jeg også drøfter hvordan delene inngår i et gjensidig avhengighetsforhold og danner et helhetlig kommunikativt innhold.

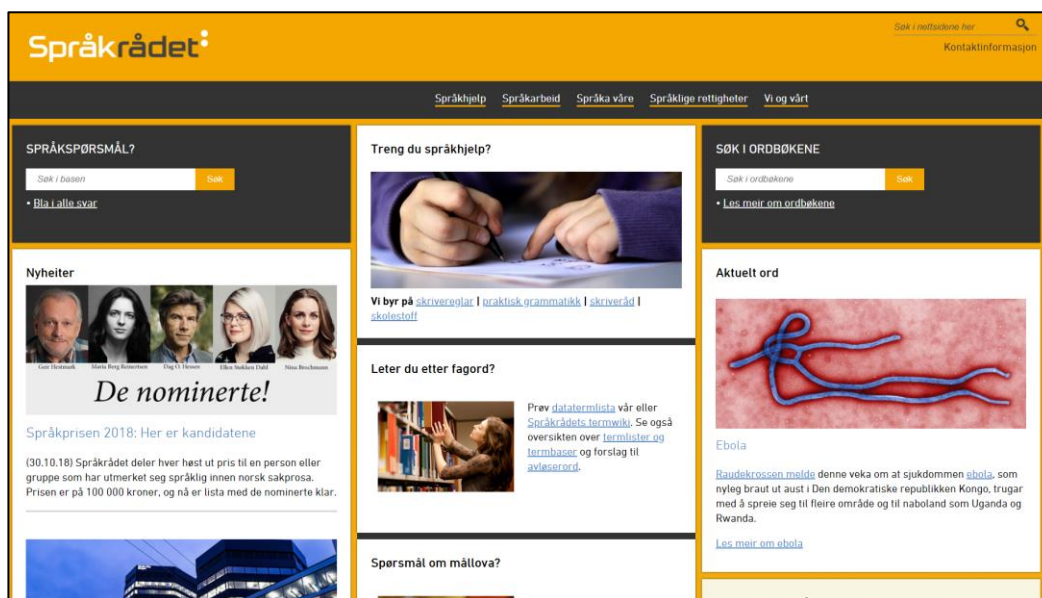
5.1. Presentasjon av informantene og respondentene

Her følger en presentasjon av informantene; en beskrivelse av formålet med nettstedet til den enkelte virksomheten, samt en skjermdump av hjemmesidene deres. I tillegg presenterer jeg respondentene jeg har snakket med, deres utdanningsbakgrunn og arbeidsoppgaver.

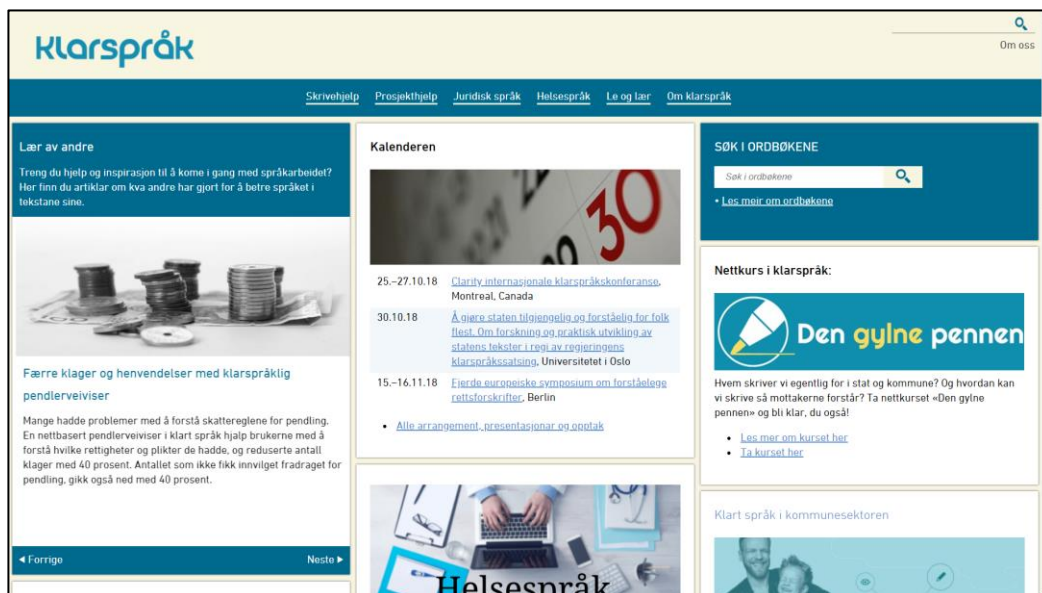
5.1.1. Språkrådet

Språkrådet har to nettsteder som er driftet av dem, sprakradet.no (figur 10) og klarsprak.no (figur 11). De er satt opp med nesten identisk layout og navigasjonsstruktur, men med ulike farger. Sprakradet.no er et nettsted som skal gi veiledning i hvordan man skal skrive, eller hvor du kan få svar på det du lurer på av språkspørsmål, i tillegg til at de også har en del historisk språkinformasjon og andre språkrelaterede temaer. Nettsiden retter seg mot flere målgrupper, og

blir brukt av blant andre ungdomsskoleelever, universitetsstudenter, journalister og folk flest. Klarsprak.no er en verktøykasse for språk, hvor målgruppen er statlige ansatte og andre som er interesserte i klarspråk. Nettsiden inneholder praktiske verktøy, råd og tips om hvordan språket kan gjøres mer brukervennlig, klart og forståelig. Der ligger også innhold som er tilsendt av andre virksomheter, som deler erfaringer med hvordan de faktisk arbeider med språk.



Figur 10 Skjermdump av hjemmesiden til Språkrådet, tatt 30.10.18



Figur 11 Skjermdump av Klarspråk.no driftet av Språkrådet, 25.10.18

Jeg har snakket med nettedaktørene til begge nettstedene. Nettedaktøren til sprakradet.no (i analysen kalt SPRAK1) begynte i språkrådet i 2013, og er utdannet cand.filol. med engelsk som

hovedfag. Han har i tillegg nordisk litteraturvitenskap, PPU og lærerutdanning, og arbeidserfaring som lærer i videregående skole, samt erfaring fra Aetat og senere NAV. Arbeidsoppgavene som nettredektør innebærer publisering på, og forvaltning av nettsidene, samt ansvar for at ting fungerer, noe som også innebærer at han har kontakt med nettleverandør i forbindelse med feil og videreutvikling. I tillegg er det noe arbeid med utviklingsprosjekter, samt forvaltning av Språkrådets sosiale medier-profiler.

Nettredektøren til klarsprak.no (i analysen kalt SPRAK2) startet i Språkrådet i 2007 for å jobbe med klarspråk i offentlig sektor. Hun er utdannet filolog, med utdanningsbakgrunn som fagoversetter i fransk med kommunikasjonsfag som en innbakt del, grunnfag fransk, grunnfag offentlig rett, og en executive master of management, som blant annet innbefatter organisasjonspsykologi, endringsledelse og digital kommunikasjon.

5.1.2. Statens Pensjonskasse

Statens pensjonskasse er den største leverandøren av offentlig tjenestepensjon i Norge. Samfunnsoppdraget er å informere om pensjon til hele befolkningen, men fokuset i hverdagen er medlemmene i Statens pensjonskasse (SPK1). Det er både åpne sider, og innloggingssider der medlemmene skal få mer informasjon om sitt medlemskap, sin sak, opptjeningstid og en kalkulator for beregning av reell pensjon. I tillegg kan arbeidsgivere rapportere inn lønns- og stillingsdata i «min virksomhet», sende inn pensjonsmelding og hente ut rapporter. Figur 12 (på neste side) viser hjemmesiden spk.no.

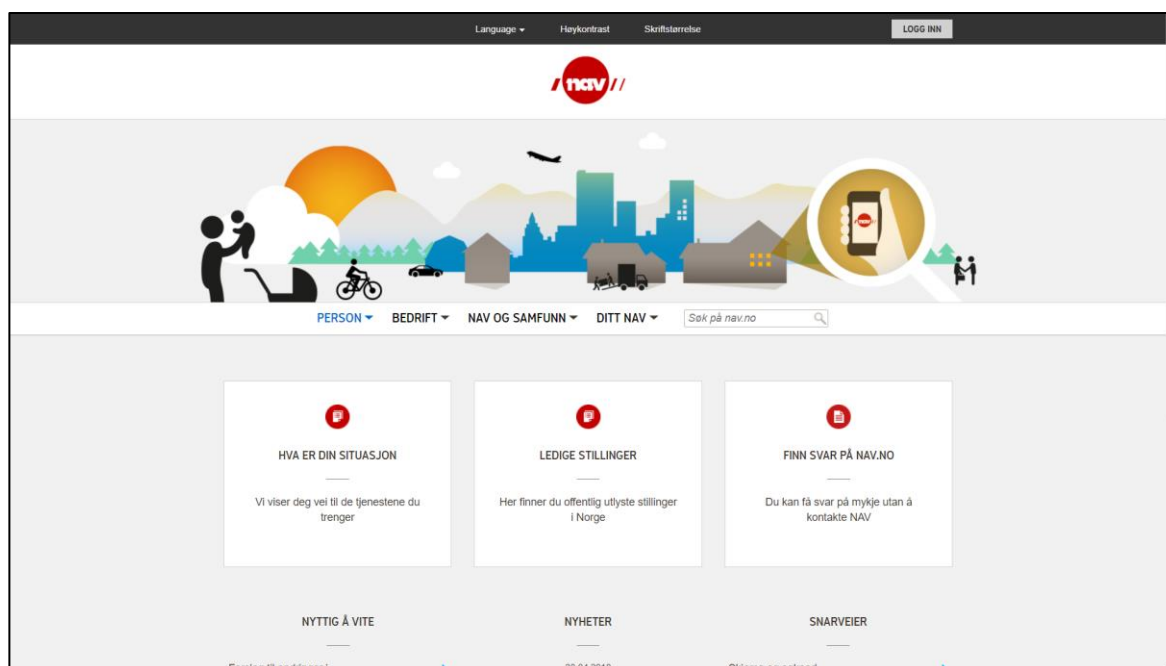
Jeg har snakket med to ansatte: digital nettredektør (SPK1) og en kommunikasjonsrådgiver (SPK2). Nettredektøren er redaktør for spk.no, og har ansvaret for innholdet som ligger på nettsidene. Han begynte i Statens pensjonskasse i 2014, og er utdannet idéhistoriker. Kommunikasjonsrådgiveren har jobbet i Statens pensjonskasse siden 2008, og er utdannet journalist. Hun har mye erfaring med arbeid med klarspråk.

Figur 12 Skjermdump Statens Pensjonskasses hjemmeside, 23.4.2017

5.1.3. NAV

Samfunnsoppdraget til NAV er å gi mulighet for arbeid, meningsfull aktivitet eller inntektssikring. NAV ønsker at flest mulig skal kunne bruke nav.no selvstendig, og arbeider kontinuerlig med å forbedre selvbetjeningsløsningene. På nettsidene finner du generell informasjon om NAV og NAVs ytelser og tjenester, i tillegg kan du logge inn på «Ditt NAV» for å benytte deg av selvbetjeningsløsningene og gå inn i en digital dialog med NAV. Figur 13 (på neste side) viser inngangssiden til nav.no.

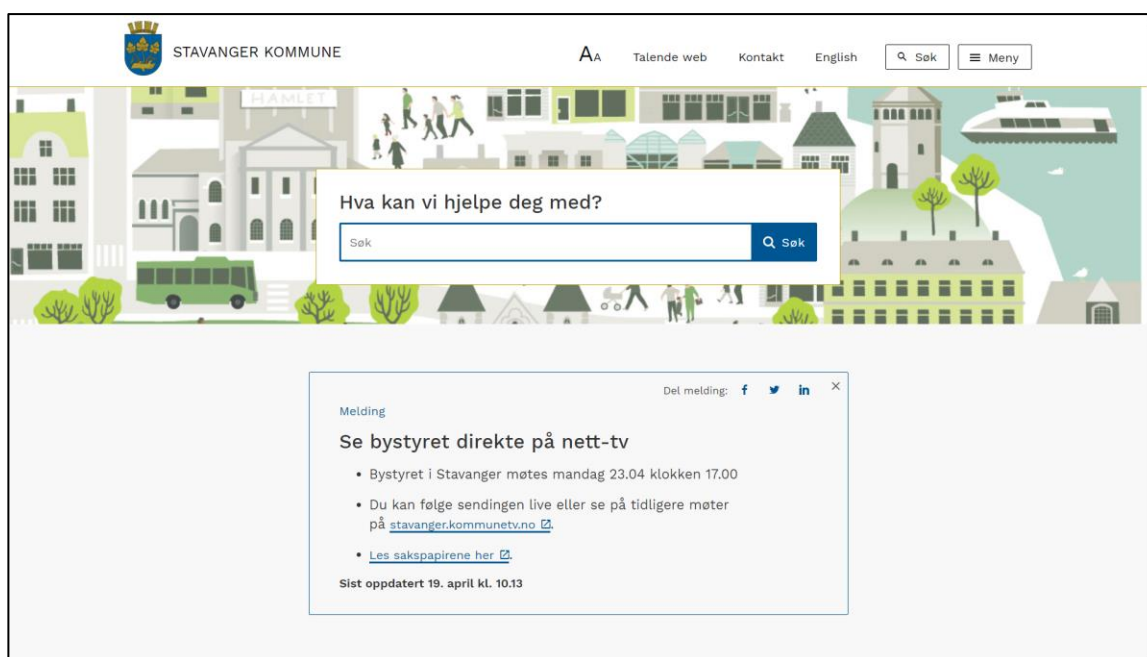
Jeg har snakket med seksjonssjef for Kanalseksjonen, som er sitert som NAV i den fortløpende teksten. Han har hovedfag i medier og kommunikasjon, og har vært i NAV siden begynnelsen i 2006. Kanalseksjonen eier totalrammeverket og helheten til nav.no, og er den hovedparten som bidrar til at de ulike miljøene gjør noe med sin del av helheten.



Figur 13 Skjermdump nav.no 23.4.2017

5.1.4. Stavanger kommune

Nettstedet stavanger.kommune.no er et tjenstedrevet nettsted. Målet er å tilby befolkningen i Stavanger kommune informasjon om rettigheter, plikter, tjenester og annen aktuell informasjon. De har arbeidet mye med søkefunksjonen, fordi de vet det er lettere å finne frem til det du er ute etter dersom det er en god søkefunksjon. Derfor er søkefeltet tydelig fremhevet på siden, i tillegg til viktige meldinger, slik som vist i figur 14.



Figur 14 Skjermdump Stavanger Kommunes hjemmeside 23.4.2017

Hos Stavanger kommune har jeg snakket med to respondenter, nettredaktøren (STV1) og en spesialrådgiver (STV2). Nettredaktøren har en cand.mag. i informasjonsvitenskap, og har jobbet med nettsteder siden 2000. Hun begynte i Stavanger kommune i 2011, og har arbeidet som nettredaktør for intranett og internett siden da. Hun har hovedsakelig ansvar for nettsiden Stavanger.kommune.no og andre webbaserte systemer. Spesialrådgiveren har ansvar for Stavanger kommune sin språksatsing, i tillegg til generelle kommunikasjonsfaglige oppgaver. Hun er utdannet filolog, med hovedfag i tysk språk og litteratur, og har i tillegg studert personalpsykologi, organisasjonspsykologi og ledelse, medie- og kommunikasjonsfag og PPU.

5.1.5. Jehovas vitner

Mens de foregående informantene representerer offentlige instanser, er Jehovas Vitne en stor internasjonal organisasjon. Deres nettsider er derfor drevet på litt andre premisser enn de andre informantene. De ønsker å nå ut til flest mulig med sitt budskap, og kan på mange områder derfor sammenliknes med de offentlige virksomhetene.

Nettsiden til Jehovas vitner skal gi informasjon om hvem de er og hva de tror på, og ønsker å bruke nettsidene for å forkynne et godt budskap til alle, samt gi veiledning og informasjon til sine medlemmer. De er opptatt av å ha en nettside som er mest mulig visuelt tiltalende, og lett å finne frem på. På figur 15 kan du se inngangssiden til jw.org.



Figur 15 Skjermdump Jehovas Vitners hjemmeside, 23.4.2018

Respondenten, i analysen referert til som JV, arbeider på avdelingskontoret for Jehovas vitner for hele Skandinavia, men har tidligere arbeidet i mange år på oversettelseskontoret i Norge. Han har medansvar for oversettelsen til seks av skriftspråkene og tre av tegnspråkene som brukes på nettsidene, samt datasystemene som oversetterne bruker. Han er for tiden også ansvarlig utgiver for den norske versjonen av tidsskriftene *Vakttårnet*, og *Våk opp!*, som også gis ut digitalt på nettsidene. Utdanningsbakgrunnen er allmennfag fra gymnaset, og interne opplæringsprogrammer i språk og data innenfor organisasjonen. Han har jobbet fulltid som frivillig i Jehovas vitner i 30 år, og var heltidsforkynner før den tid.

5.1.6. NTB Arkitekt

Språkkonsulenten fra NTB Arkitekt (i analysen referert til som NTB) titulerer seg som tekstviter, og har stilt som ekspertinformant. Hun har arbeidet mye med det funksjonelle tekstbegrepet, tekst i kontekst og det utvidete tekstbegrepet, og har mange års erfaring med klarspråkarbeid i offentlige og private virksomheter. Hun har i tillegg opparbeidet seg mye kompetanse på hva som menes med universelt utformet språk, og hvordan man kan skrive på en tilgjengelig og lett forståelig måte. Utdanningsbakgrunnen hennes er nordisk hovedfag, språk og litteratur med fordypning innenfor tekst og kommunikasjon.

5.2. Rammer for utforming av innhold

Det er gjerne flere ting man må forholde seg til i utarbeidelsen av innhold til nettsider, både interne og eksterne. I tillegg medfører den digitale teknologien noen muligheter det trykte mediet ikke har, som beskrevet av både Kress & van Leeuwen (2006) Schwebs & Otnes (2006) og Dalen & Rønjum (2012), derfor går også de teknologiske affordansene inn under dette kapittelet. Under følger en analyse av kontekst og rammer som påvirker arbeidet med å gjøre det kommunikative innholdet på nett tilgjengelig for de fleste. Jeg presenterer de ulike eksterne og interne faktorene hver for seg.

5.2.1. Eksterne faktorer

Eksterne faktorer består i denne sammenheng av tekniske løsninger og andre forhold som informantene ikke selv styrer, eller kun påvirker i liten grad. Dette kan være styringer fra lovverk og retningslinjer. Det kan også være etterspørsel og krav fra brukerne av nettsidene, eller rammene satt av en eventuell tredjepart, som for eksempel leverandør av tekniske løsninger. Alle de offentlige virksomhetene må følge det samme lovverket, og er derfor

underlagt de samme lovkravene når det gjelder universell utforming av IKT-løsningen. Jehovas vitner er en internasjonal side som er utviklet og styres av hovedkontoret i USA. Deres nettsider er likevel underlagt norsk lovgivning fordi nettstedet retter seg mot brukere/allmennheten i Norge (Difi, 2018).

5.2.1.1. Tekniske løsninger

Samtlige av de offentlige informantene benytter seg av eksterne leverandører når det kommer til de tekniske løsningene. Det innebærer at alle tekniske lovkrav ligger på leverandøren. De fleste informantene gir uttrykk for at de stoler på at leverandørens løsninger er i henhold til krav om universell utforming. SPK mener at lovkravene som kom i 2014 om universell utforming av IKT har lagt en del føringer som gjør at de fleste virksomhetene trolig velger å bruke store etablerte publiseringsløsninger, med maler som er utviklet for å passe til virksomhetens behov, og som gjør at det er både tilgjengelig og tilrettelagt for brukerne og oppfyller kravene i retningslinjene. Språkrådet kunne for eksempel fortelle at:

når det gjelder det tekniske, så har vi jo en nettleverandør som garanterer at det tekniske innfris. Da regner jeg med at det er på plass, og har ingen grunn til å tro at det ikke er det (SPRAK1).

Det frigir likevel ikke virksomhetene for ansvaret om å følge opp at kravene er oppfylt, noe Statens Pensjonskasse påpekte da de fortalte at de hadde utført en test for å se om kravene var tilfredsstillt, og fant noen mangler som måtte utbedres. Dette gjaldt ikke innholdsmessige endringer, men koder i utformingen som påvirker den universelle utformingen.

Når det gjelder den utseendemessige delen av innholdet på nettsiden, finnes det maler for innholdspublisering i de tekniske løsningene. Respondentene gir inntrykk av at malene er laget på bakgrunn av sjangernormer og informantenes designpreferanser, samt behov. Blant annet sier Statens Pensjonskasse at kommunikasjonsmedarbeiderne har laget typiske sidemaler som de bruker i utformingen av innholdet. Språkrådet legger i tillegg til at malene er basert på en klassisk artikkelmal, men at elementer kan bestilles og justeres i etterkant, dersom det er behov, og legger til:

Vi har en for så vidt en ganske stiv, og anvendelig mal. Den har de feltene den har, men vi kan legge inn det vi vil der, både tekst, bilde, bokser, marger og video (SPRAK1).

Med stiv og anvendelig mal tolker jeg det dit hen at de mener fastsatt og brukervennlig, og at den som publiserer innholdet ikke trenger å kunne så mye mer enn å legge inn det den ønsker i de feltene der det hører hjemme.

Mye av årsaken til at informantene bruker eksterne leverandører av nettjenester, er at de selv ikke besitter den tekniske kompetansen. NAV påpeker at endringer som må gjøres på konstruksjonen av nettstedet kan være kostbart, og at det ikke nødvendigvis er så enkelt å gjøre små endringer. Ikke bare fordi kompetansen ligger utenfor huset, men fordi de må «konkurrere» med andre interne prosjekter om midler til å gjennomføre det. Det har vært vanskelig å få midler fordi det av beslutningstakere har vært en oppfatning av at nav.no tross alt fungerer bra. Nå har derimot kanalseksjonen tatt initiativ til å gjøre noe med det, og NAV har for første gang siden 2006 sagt opp rammeavtalen de har hatt med konsulenthuset som har levert nettløsningen. NAV har fått på plass et eget utviklingsteam, i samarbeid med IT-avdelingen, som gjør at de kan forvalte nettsiden på en bedre og smidigere måte, med løpende utvikling og forbedring. Respondenten sier:

Dette gir resultater for hele NAV, fordi vi får mulighet til å styre selv de oppgavene vi mener er viktigst. Da trenger vi ikke skrape sammen penger for å leie inn konsulenter. Teamet kan selv bestemme hva de bruker tiden på, noe som vil gi oss mange nye muligheter, og en større fleksibilitet til å sjonglere på nettsiden daglig, slik at vi kan jobbe mot å redusere henvendelser i kanaler som koster oss mye (NAV).

På dette området skiller Jehovas vitner seg noe fra de andre informantene. De tekniske løsningene på nettstedet jw.org er laget av ansatte (frivillige) selv ved hovedkontoret i staten New York. De har knyttet til seg folk i forskjellige deler av verden som arbeider med de tekniske løsningene, koordinert av hovedkontoret, men ingen får betalt for det.

Vi er ikke avhengige av en ekstern leverandør, som kan påvirke innhold eller legge begrensninger på hva vi kan og ikke kan gjøre. Men vi bruker ekstern leverandør i forbindelse med leie av serverplass med tilstrekkelig båndbredde ute i skyen (JV).

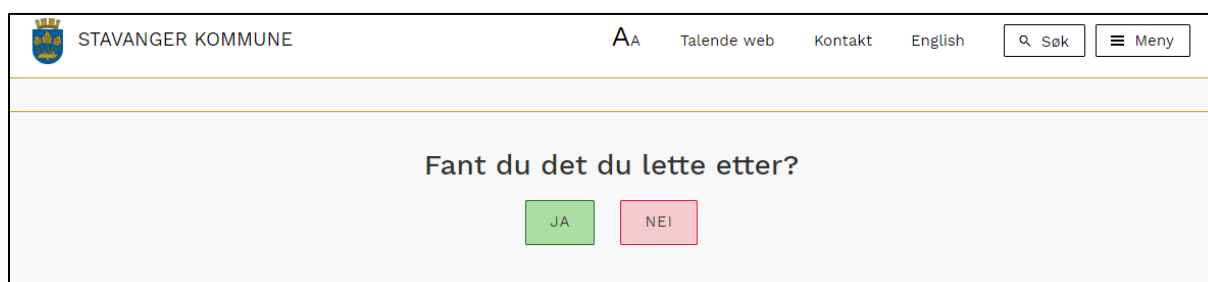
Nettsidene er utformet slik at det skal være et likt uttrykk uansett hvilket språk du velger, og er basert på maler og moduler. De tekniske løsningene er laget for at det skal være mulig å

oversette modulært til mange språk. Alle land benytter samme løsning, utforming og oppsett, men det er ikke alt innhold som er tilgjengelig på alle språk.

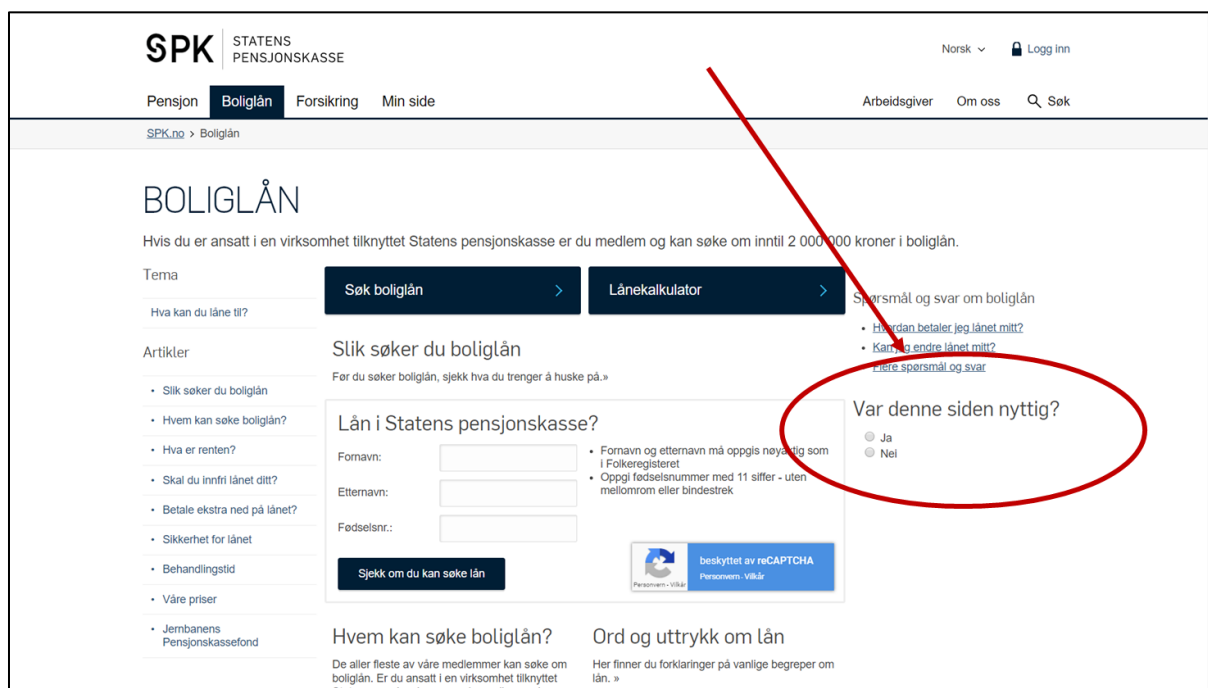
5.2.1.2. Lesernes forventninger og tilbakemeldinger

I kapittel 5.3 kommer jeg nærmere inn på mottakerperspektivet, men det er likevel noen faktorer jeg velger å definere som eksterne, som også handler om mottakerne. Dette går særlig ut på hvordan tilbakemeldinger og forventninger fra leserne påvirker arbeidet med utformingen av innholdet på en nettside.

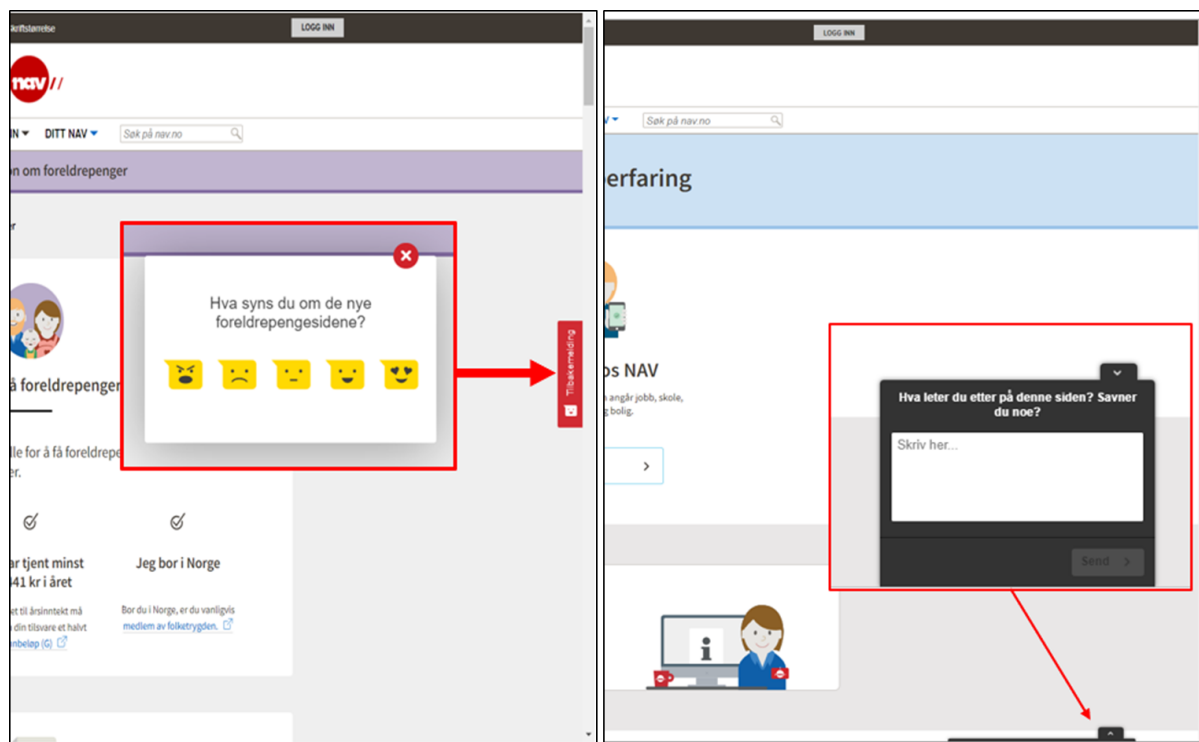
Flere av informantene forteller at de har en tilbakemeldingsfunksjon på nettsidene sine, eller en «fant du det du lette etter»-funksjon (se figur 16-19).



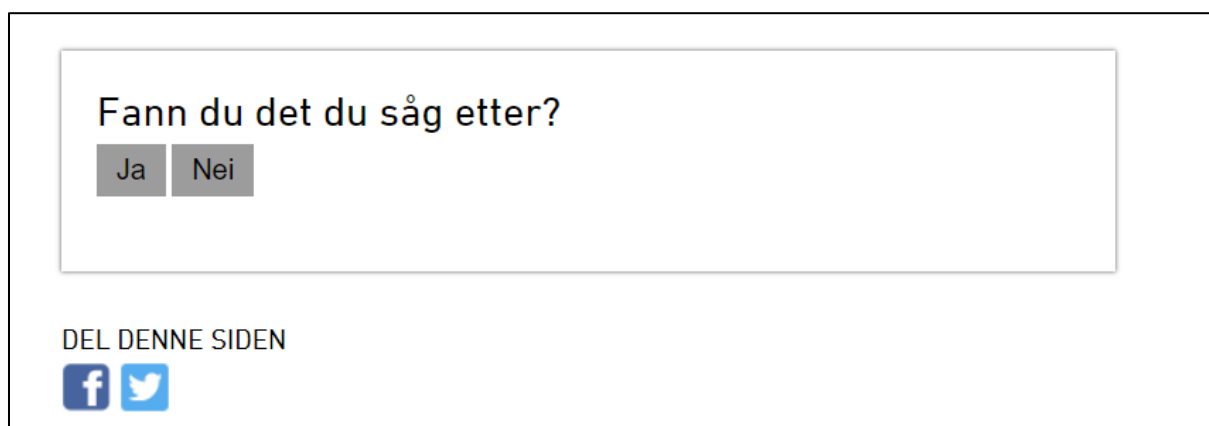
Figur 16 Scroller du nederst på siden du er inne på hos Stavanger kommune får du opp dette alternativet. Skjermdump hentet 27. november 2018



Figur 17 Statens pensjonskasse har spørsmålet "var denne siden nyttig?" på de fleste av sine sider. Skjermdump hentet 27. nov. 2018



Figur 18 Eksempel på to ulike tilbakemeldingsfunksjoner på nav.no. Skjermdumper hentet 27. nov. 2018



Figur 19 Språkrådet har denne boksen nederst i sine artikler. Skjermdump hentet 27. nov. 2018

Her får de inn kommentarer på blant annet utdatert informasjon, informasjon som mangler, behov for mer informasjon, navigering med mer. Språkrådets nettsted klarsprak.no er under omstrukturering, og bruker hovedsakelig funksjonen som en rettesnor for hvordan de bør legge opp det nye stedet, da spesielt med tanke på å finne ut hva det er leserne er ute etter. De resterende nettstedene bruker det for å forbedre de nåværende sidene. Stavanger kommune og Språkrådets nettredaktør for sprakradet.no forteller at de går gjennom tilbakemeldinger som besøkende har lagt igjen hver dag, og gjør noe med det som kan gjøres noe med. NAV har ikke tilbakemeldingsfunksjon på alle sidene til enhver tid, og bemerker at det ville blitt en enorm

mengde å håndtere. Men de går gjennom tilbakemeldingene som kommer inn på sidene der funksjonen er aktiv.

Nettsider er levende, og informasjonen som står der er sjeldent helt og holdent statisk. Spesielt for de offentlige virksomhetene vil det være en utfordring å vedlike informasjonen, fordi de stadig oppgraderer og forbedrer tjenestene sine, eller forvalter tjenester i henhold til lover som endres. Statens pensjonskasse forteller at de er klar over at noe av informasjonen ikke er like tilgjengelig for alle, og mener det i stor grad skyldes midlertidigheten rundt lovverksendringer og reformer. Derfor er press utenfra en stor motivasjonsfaktor for det de gjør, spesielt når det gjelder å gi informasjon knyttet til nytt lovverk eller lignende:

Vi vet at flere og flere av de eldste begynner å kontakte oss og spør om regelverk og hva det vil si for dem. Og da er det press utenfra på at vi må ha ut noe (SPK1).

De trekker frem informasjonsfilmene de har lagt ut om pensjon på tegnspråk som et eksempel der etterspørselen eller behovet kanskje ikke er stort nok. De opplever ikke at det er noen etterspørsel om at filmene må oppdateres, til tross for at informasjonen begynner å bli utdatert og må fjernes fordi regelverket om alderspensjon er under endring. Så lenge de ikke opplever noe press utenfra blir det heller ingen prioritet å oppdatere filmene:

Det var en del fagfolk som syntes dette med at vi hadde tegnspråk for så vidt var morsomt, men jeg kan ikke huske at vi fikk noen tilbakemeldinger fra brukere om at det var fint at vi hadde det. Det kan jo være brukerne tenker at det bare skulle mangle, men det var ikke noen opplevelse av at det var viktig for de det var ment for (SPK2).

Med bakgrunn i slike erfaringer er de derfor usikre på om dette er noe de kommer til å satse videre på, men har ikke utelukket det helt, ennå. De legger vekt på at det er enklere med midlertidig skriftlig informasjon, enn med informasjon på tegnspråk. Tegnspråkfiler krever mer arbeid og ressurser å vedlikeholde, noe som derfor ikke vil svare seg når det kun er midlertidig.

Hos Jehovas vitner handler motivasjonen for arbeidet om et ønske om å nå ut med det gode budskap til alle, uavhengig av utdannelse, sosial status, språk og kultur. I dette ligger en tanke

om at det ikke er antallet mottakere om påvirker om et innhold skal gjøres tilgjengelig for dem eller ikke, men at så lenge det er et behov for det, så skal det gjøres tilgjengelig for flest mulig, da hovedsakelig med tanke på valg av språk:

Mye av motivasjonen for det vi gjør, er jo knyttet til hvorfor vi gjør dette. Vi gjør det ikke for økonomisk profitt, eller for å tjene penger på en gruppe. Det er en kostnad forbundet med å oversette, publisere og oppdatere stoff på alle de små språkene, og om man skulle tjene penger hadde man gjort noe annet (JV).

Også Stavanger kommune påpeker at antallet mottakere ikke bør spille noen rolle for hvordan de arbeider med tilgjengeligheten på innholdet:

(...) i mitt hode er det ikke et spørsmål om antallet som har bruk for dette, det er ikke en diskusjon, vi snakker om tilgjengelighet for alle. Kan ikke dele det inn i at det er tusen blinde, noen som hører dårlig, og en stor gruppe som har litt tungt for det. Det holder ikke! (STV1).

Til motsetning mener Statens pensjonskasse at innhold som skal gjøres tilgjengelig med mer enn klart språk «må være nyttig for flere enn fem» (SPK1). Jehovas vitner legger til at det er viktig å ha kontakt med brukere og være interessert i hva de mener. For at innholdet skal fungere og se ordentlig ut, hører de på tilbakemeldinger fra brukerne, som jo er på alle plattformer og enheter. De har også kontakt med mennesker over hele verden, med tanke på å få vite hva de er opptatt av og interessert i, som igjen får betydning for utforming av fremtidige artikler på nettsidene.

I tillegg til det borgerne etterspør og trenger av informasjon, må også lesernes forventninger tas med i planleggingen av utformingen. Vi bruker mye av tiden vår på internett, og mange av oss er på opptil flere sosiale medier flere ganger daglig. Det er stadig økte forventninger til hva man skal levere av teknologiske løsninger, og tilfredsstillers man ikke forventningene, vil det ikke bare føre til misfornøyde brukere, men det vil også potensielt øke belastningen på de områdene man i utgangspunktet prøvde å redusere. Statens pensjonskasse oppsummerer det på denne måten:

Vi er ikke Facebook og ikke Apple. Vi er ikke Vipps og Snap og hva det nå måtte være. Men vi har de samme brukerne, slik at den tilgjengeligheten.. de skjønner ikke at når de kan kjøpe seg flybilletter og hoteller verden rundt, og skifte forsikring og alt mulig slikt bare med noen tastetrykk, så forstår de ikke hvorfor de ikke kan komme på våre sider og få like fort beskjed om hva de får å leve av resten av livet. Men vi har de samme brukerne ikke sant, vi konkurrerer på den samme arenaen, og det er en kjempestor utfordring vi er opptatt av, som vi har viet ganske stor plass når vi snakker om fremtidsutfordringene (SPK2).

Ett av tiltakene som kan benyttes for at brukerne skal få større påvirkning på innholdsutformingen, er brukermedvirkning. Dette kan skje i form av utprøving og testing. NAV har for eksempel opprettet nettstedet navlab.no hvor de inviterer brukere og andre interesserte til å teste ut tekster, utseende og funksjoner før det går på lufta. Slik kan flere være med å utvikle nav.no. Også Stavanger kommune, Språkrådet og Statens pensjonskasse benytter seg av brukermedvirkning i utviklingen, da hovedsakelig ved større omlegginger og endringer, men også i forbindelse med enkelte tekster (som for eksempel vedtaksbrev), nettopp for å øke tilgjengeligheten og brukervennligheten.

5.2.1.3. Lover og retningslinjer

I diskriminerings- og likestillingsloven står det at offentlige virksomheter skal følge krav til universell utforming slik at virksomhetens alminnelige funksjon kan benyttes av flest mulig. Dette mener Stavanger kommune gir dem en aktivitetsplikt til å arbeide med innhold for lesernes beste:

Kommunen skal derfor legge til rette for god kommunikasjon og riktig tilpasset informasjon. Og kommunen selv må tilegne seg kunnskap og verktøy for å se brukernes utfordringer, behov og synspunkter (STV2).

I forbindelse med oppstarten av lettestprosjektet til Stavanger kommune, gikk spesialrådgiveren inn for å finne ut hvilke føringer som kommer fra internasjonalt og nasjonalt hold. Hun viser blant annet til FN-konvensjonen for rettigheter for mennesker med nedsatt funksjonsevne, som Norge har ratifisert og derfor må følge, hvor særlig artikkel 9 sier noe om

tilgang til informasjon og kommunikasjon (Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet, 2013b).

Men det er ingen lovkrav som sier noe om den språklige utformingen utover det faktum at det skal være forståelig og leservennlig, slik det kommer frem i retningslinjene for tilgjengelig webinnhold. Språkrådet, som har et veiledningsansvar overfor det offentlige og som har ansvar for å utforme klare råd og verktøy når det gjelder det å skrive forståelig, sier:

når det gjelder mållova finnes det et lovkrav om mengden innhold på nynorsk og bokmål, og der har vi [Språkrådet] et formelt tilsynsansvar, men vi har ikke lovkrav som sier at offentlig sektor skal skrive forståelig. Og språkrådet har heller ikke noen tilsynsrolle i det, når det gjelder å skrive godt og klart, det er jo også vanskelig å måle (SPRAK2).

Språkkonsulenten fra NTB Arkitektst sier også at føringene for den språklige utformingen i dag er veldig generelle, og legger til at hun tror presiseringer angående språklig utforming nok vil komme etter hvert:

Kravene til universell utforming er veldig generelle når det kommer til det språklige. Vi vet etter hvert ganske mye om hvordan tekster kan gjøres tilgjengelige for flest mulig i en målgruppe, men denne innsikten er foreløpig ikke innarbeidet i krav eller standarder (NTB).

Det er ikke bare lover og retningslinjer som angår informasjons- og kommunikasjonsteknologien i seg selv. Som offentlige virksomheter som formidler informasjon til borgerne, må både Statens pensjonskasse, NAV og Stavanger kommune forholde seg til det å formidle kompliserte lovverk, krav og forventninger til deres brukere. Statens pensjonskasse sier at det ikke er en enkel sak å gjøre pensjonsregelverket krystallklart. Derfor forstår de at folk må ringe, da det gjelder livet deres og fordi informasjonen er veldig komplisert. De mener også at de har et ansvar for å få folk opp på et visst kunnskapsnivå, som gjør at de er i stand til å skjønne hva de egentlig gjør når de velger å gå av med pensjon ved en bestemt alder. Dette ansvaret ligger det så mye i at det påvirker formen de velger når de skal formidle informasjonen.

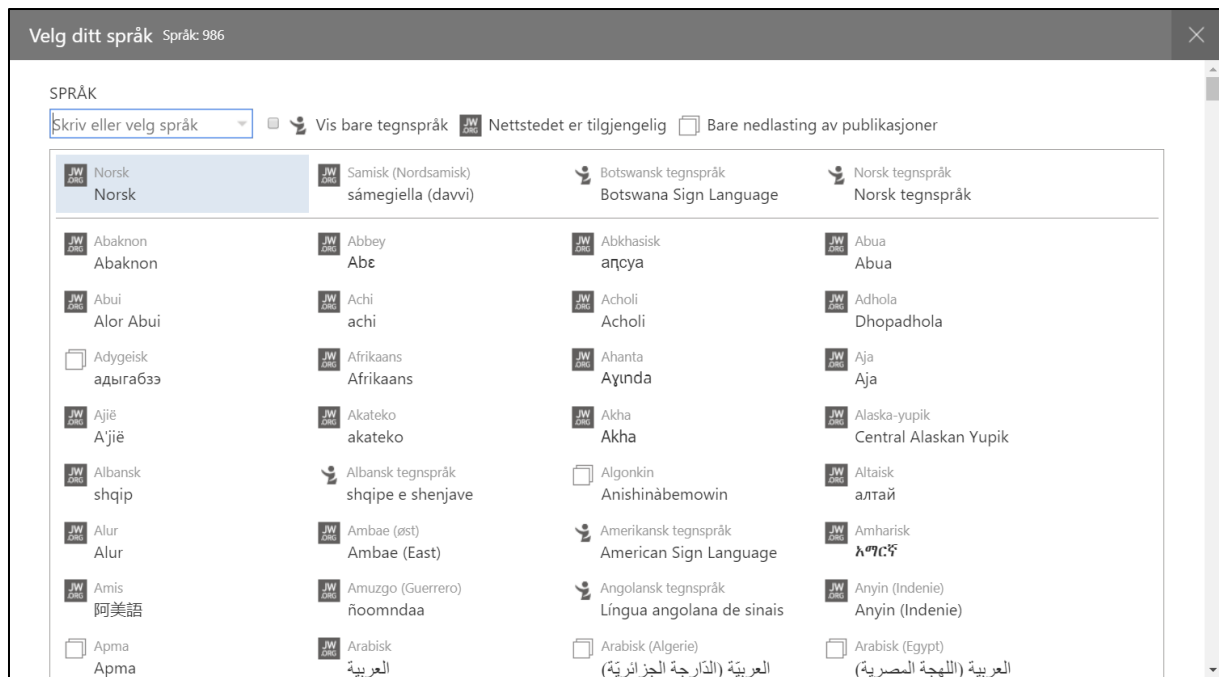
5.2.1.4. Språk som grunnlag

Når det gjelder språkvalg, er det gjerne flere ting som spiller inn. I Norge har vi to offisielle språk, norsk og samisk, og to skriftspråkvarianter av norsk, bokmål og nynorsk, som er formelt likestilte. Av de offentlige virksomhetene jeg har snakket med er det kun Språkrådets to nettstedet som ikke tilbyr nettsiden på andre språk enn norsk. Dette er kanskje ikke så unaturlig, siden deres rolle blant annet er det å gi veiledning og verktøy for norsk rettskriving, som i og for seg blir vanskelig å oversette til andre språk. De har derimot en 50/50-policy på bokmål og nynorsk, i motsetning til de andre informantene, som ifølge Språkrådet har utfordringer med å nå kravet i henhold til mållova om at 25 prosent av innholdet skal være på nynorsk.

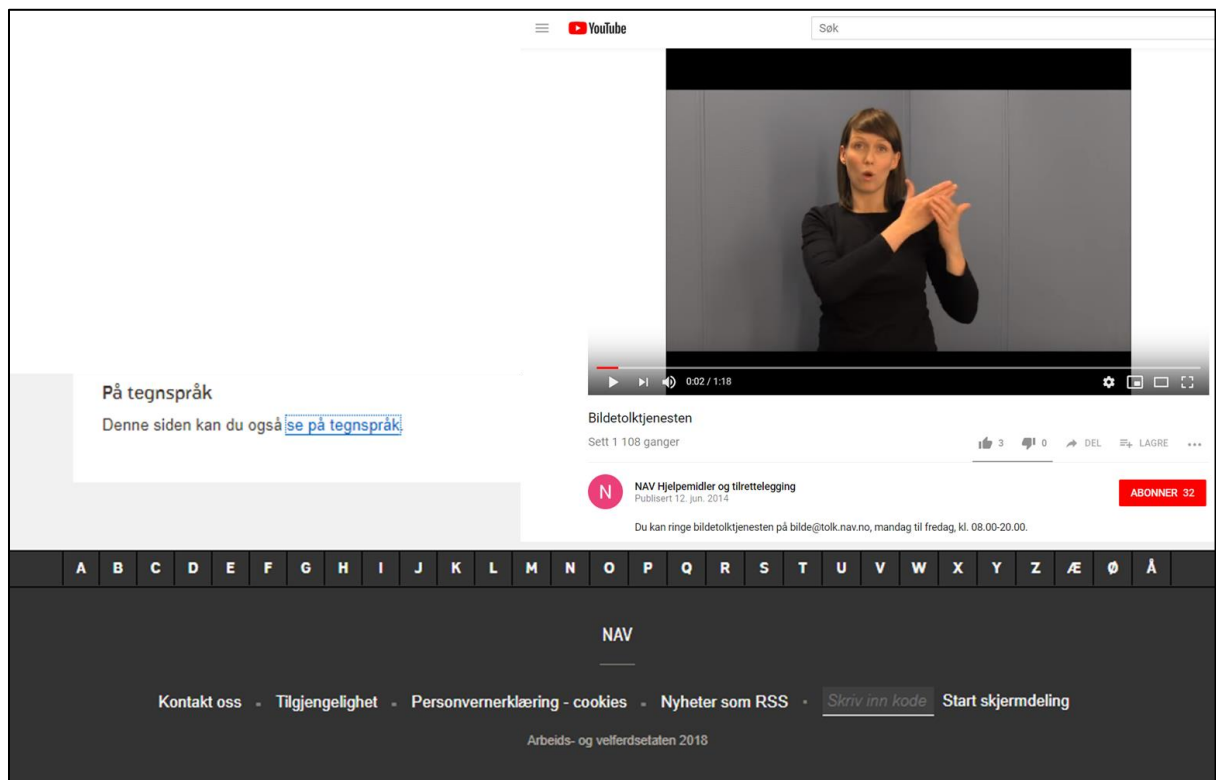
Jehovas vitners offisielle nettsted tilbyr kun norsk bokmål og norsk tegnspråk, men har tilgjengelig informasjon tilgjengelig på til sammen 986 språk per november 2018. Samtlige nettsteder, med unntak av Språkrådet, tilbyr samisk som språkvalg. Norsk tegnspråk ble i 2009 anerkjent som et fullverdig språk, og er ett av språkene Språkrådet arbeider for å styrke. Statens pensjonskasse og Jehovas vitner er de eneste virksomhetene som gir leseren mulighet til å velge tegnspråk i språkmenyen (se figur 20 og 21), men både NAV og Språkrådet har tegnspråklige innslag på enkelte av nettsidene sine (se figur 22 og 23). Statens pensjonskasse forteller at det var mye på grunn av at den tidligere kommunikasjonsdirektøren brant for det at de satte i gang et prosjekt om å oversette pensjonsreformen. Hos Jehovas vitner har de en tanke om at døde har størst utbytte av å få informasjon tilbudt på sitt eget morsmål, noe som er drivkraften bak valget om å tilby mange ulike tegnspråk på sine sider.



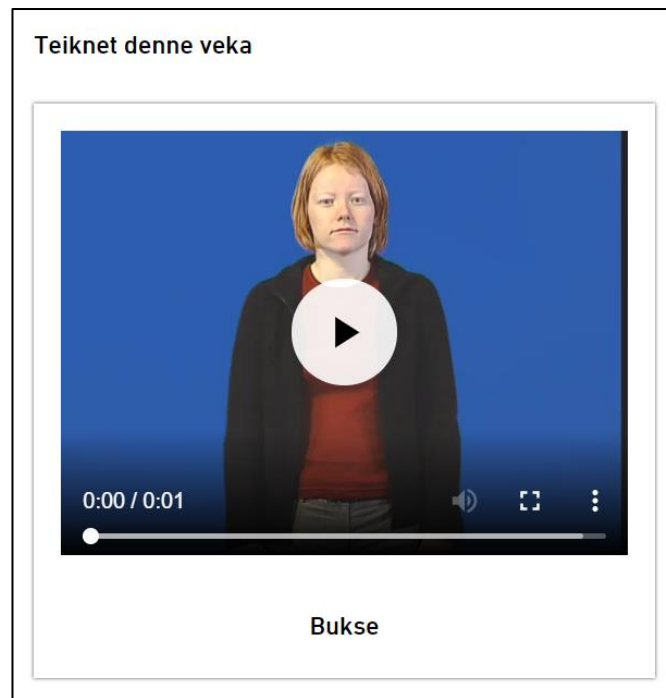
Figur 20 Språkmenyen til Statens pensjonskasse, skjermdump fra spk.no 27. nov. 2018



Figur 21 Språkmenyen til Jehovas vitner. Legg merke til at du kan velge å vise bare tegnspråk, samt at de ulike symbolene viser om nettstedet er tilgjengelig eller ikke. Skjermdump hentet fra jw.org 27. nov. 2018



Figur 22 På NAVs sider om bildetolktjenesten gir de muligheten til å se informasjonen på tegnspråk. Linken sender deg til YouTube. Skjermdumper hentet 27. november 2018.



Figur 23 Ca. midt på hjemmesiden til Språkrådet finner du ukens tegn. Skjermdump fra sprakradet.no, hentet 27. nov. 2018

Når det gjelder valg av språk er det flere som tilbyr informasjon på andre språk enn norsk dersom etterspørselen eller behovet er tydelig. Om dette sier blant annet Statens Pensjonskasse:

På de engelske sidene våre, der har vi lagt ut littegrann informasjon underveis i denne nye regelverksutformingsprosessen. Men ikke på samisk. Det er jo.. vi har jo ingen etterspørsel etter det ... vi har ikke noe trykk på oss til å lage noe (SPK1).

Også Stavanger kommune tilbyr informasjon på flere språk, spesielt på områder der de vet at behovet er stort, for eksempel informasjon om introduksjonsprogrammet for flyktninger. De har valgt å løse det slik at man kan velge hvilket språk man vil ha akkurat den ene eller andre artikkelen på, dersom det skal være informasjon som er på annet språk enn norsk eller engelsk. Jeg kommer tilbake til dette i kapittel 5.3.2.

De eksterne faktorene handler i stor grad om det som ligger utenfor virksomheten, og som setter de ytre rammene for handlingsrommet i utformingen av innholdet. De tekniske løsningene er styrt av lovkrav og i de fleste tilfeller av kompetanse som ligger utenfor virksomhetens område. Lovverk og reguleringer knyttet til utforming og språk styres høyere opp, og er noe virksomhetene må forholde seg til i større eller mindre grad – for eksempel er det noe mer

fleksibelt hvilket språk de velger enn at sidene oppfyller de tekniske kravene. I tillegg må de ta hensyn til hva leserne ønsker å bruke nettstedet til, dersom det skal bli brukt slik virksomheten ønsker. Men det er ikke bare områder utenfor virksomheten som spiller inn på rammene de har for utforming av kommunikativt innhold, det er også noen interne faktorer som spiller inn.

5.2.2. Interne faktorer

Interne faktorer handler om selve virksomheten og dens ansatte. I dette ligger problemstillinger knyttet til kostnader, nettstedets formål, og de ansattes tanker, holdninger og vurderinger knyttet til utforming av innhold.

5.2.2.1. Kost/nytte

Et kost-nytte-perspektiv har en del sammenheng med tilbud-etterspørsel, men er mer knyttet til nytten virksomheten ser at innholdet kan ha for omverdenen i forhold til kostnadene eller arbeidet det medfører. Ifølge NTB Arkitekt vil vi nok aldri komme utenom et nytteperspektiv når det gjelder innholdsutformingen. Statens pensjonskasse legger mye vekt på kost-nytte-perspektivet, og sier at det nok preger mye av arbeidet deres:

Når jeg sier at vi har en kost-nytte-tankegang, så handler ikke det bare om kyniske kroner og øre og to streker under svaret, men også kost-nytte med tanke på samfunnsoppdraget vårt, som er å gi informasjon og holde folk oppdatert når det kommer til pensjon (SPK2).

Bak dette ligger en tanke om at dersom de skal tilrettelegge noe av innholdet på en eller annen måte, så må det ha en nytte for flere. Det skal ikke være noe de gjør for å være flinke piker og gutter, men fordi det faktisk har nytteverdi for noen. I tillegg handler det, for flere av informantene, om viljen til å sette av tid og ressurser i arbeidet med å tilgjengeliggjøre innhold, da stort sett i form av klarspråk:

Dette med klarspråk er vanskelig. Det er vanskelig å få ledere som er presset på tid, og som har et produksjonskrav på seg til å tillate sine ansatte å bruke nok tid til å øve seg på klarspråk rett og slett. Det er en kompetanse som må inn som en ryggmargsrefleks. Og man må avlære seg en hel del (SPK2).

Stavanger kommune har lagt ned mye arbeid i nettsidene sine, og sier at de må jobbe aktivt med det hele veien for å unngå at kvaliteten blir dårligere. Resultatet på arbeidet med hvordan de fremstiller informasjonen på nettsidene sine, mener de er godt, og nå opplever de at det å satse hardt videre på arbeidet med å vedlikeholde kvaliteten, kan være vanskelig å få ressurser og penger til, fordi siden er fin som den er. Mye likt opplevelsen til NAV, når det gjelder deres erfaring med å måtte konkurrere om midler til utbedring av nettsiden.

5.2.2.2. Holdninger

De ansattes holdninger til arbeidet med å gjøre innholdet tilgjengelig er også avgjørende for hvor mye arbeid som legges ned i det, og for hvor godt resultatet blir. Ifølge Språkrådet er det mange statsorganer som har gjennomført kartlegginger av ansattes egne holdninger til klarspråkarbeid for å få problematikken på bordet og begynne å diskutere det. Stavanger kommune legger stor vekt på at innholdet skal nå frem til så mange som mulig, og at dersom det ikke er mulig å tilrettelegge for flest mulig så bør de vurdere å ikke publisere det:

Argumentene med at det er mye bedre at vi når 75 %, og at 25 % ikke forstår det, enn at vi ikke når noen? Nei, enten må vi lage dette universelt utformet eller så kan vi ikke lage det.

Men i mitt hode handler det ikke om antallet som har bruk for det. Da må vi differensiere på diagnoser eller funksjonsnedsettelse, og det gjør vi ikke (STV1).

I tillegg til at det å bruke tid på språklige formuleringer krever ressurser, så opplever Statens pensjonskasse at det blir underprioritert i tider der det er et stort produksjonspress. Det å få ledere til å velsigne at ansatte bruker tid på å forbedre seg i det å formidle et budskap er ofte den største kampen, mener de:

Å skape ny læring og det å måtte be de [ansatte] gå i en annen skuff for å lete etter formuleringer, det er en stor omveltning som krever ressurser, og som blir underprioritert når det er et stort produksjonspress. Og det er den største kampen, synes jeg, det å få ledere til å velsigne at deres ansatte bruker tid på å forbedre seg (SPK2).

Både Statens pensjonskasse, Språkrådet og Jehovas vitner bemerker at særlig holdninger til språk er viktig, og at det handler om mangfold. Det er også disse tre nettstedene som har mest informasjon om eller på tegnspråk. «Mange tenker jo at selv om du ikke hører så kan du jo lese», er et sitat som blir brukt av alle tre når det gjelder respons fra andre på hvorfor de velger å bruke tegnspråk. Holdningen til Statens pensjonskasse, Språkrådet og Jehovas vitner bunner i tanken om at det å få informasjon på sitt eget språk er det beste. Alle tre legger vekt på at det handler om holdninger, identitet og språkutvikling. Og selv om særlig SPK og Språkrådet legger til at de gjerne skulle hatt mer informasjon tilgjengelig på tegnspråk, så mener de selv at deres holdninger kanskje skiller seg litt fra andres når det gjelder å gjøre informasjon tilgjengelig på tegnspråk. Samtidig sier Statens pensjonskasse at det er få av deres medlemmer som hadde vært medlemmer dersom de ikke hadde behersket norsk eller til nød engelsk, en tanke jeg tror bunner i at de tenker man må kunne beherske et visst nivå norsk for å kunne jobbe i statlige virksomheter.

Jehovas vitner gir uttrykk for at de strekker seg langt for å sikre at de når så mange som mulig, derfor legger de stor vekt på at det ikke spiller noen rolle for dem hvor mange som snakker det ene eller andre språket, det er det å få muligheten til å finne informasjon på sitt eget morsmål som er viktig:

Det er mange som sier at vi bare kunne lest engelsk, men det er noe spesielt med det å få noe på sitt eget hjertespråk eller morsmål (JV).

Språkrådet legger til at de prøver å jobbe aktivt med folks holdninger til tekst og språk, blant annet ved å inkludere humorstoff på nettsiden klarsprak.no, i tillegg til utfyllende informasjon om språkene i Norge og i Norden.

5.2.2.3. Flere innholdseiere

Alle de offentlige virksomhetene presenterer komplisert informasjon i større eller mindre grad. NAVs nettsider har et veldig stort omfang av informasjon, som har blitt satt sammen og laget over lang tid. Kanalseksjonen i NAV eier det helhetlige uttrykket av nav.no. Ansatte i seksjonen arbeider derfor aktivt for at de ulike områdene i NAV gjør noe med sin del av helheten. Mye av innholdet på nettsidene er blitt til gjennom prosjekter, og endringer de ønsker å gjøre med nettsiden må bestilles av IT-avdelingen. Kanalseksjonen fungerer dermed som pådrivere for at

prosjekter som er eid av andre leverer det kanalseksjonen mener de bør levere. Respondenten uttaler at dette medfører at seksjonen har litt for liten primærkontroll med hva som leveres, og må benytte bakkanaler for å påvirke hvordan prosjektene faktisk leverer, hva som kommer ut til slutt, og ikke minst hvordan det passer inn i det helhetlige uttrykket:

Vi har definert et tosidig eierskap til språk i NAV, det vil si at fagsiden de eier jo at det faktisk er faglig korrekt, og så er det jo kommunikasjonsfolka som eier at det faktisk kommuniserer. Det er et interessant vedtak fra ganske langt tilbake i tid som gjør at det er sånn. Men du kan si hvis en fagdirektør og en kommunikasjonsdirektør virkelig skulle komme i klinsj, hvilket ikke har skjedd, så ville nok fagdirektøren vunnet før, tror jeg, men nå nærmer vi oss kanskje en tydeligere forståelse av betydningen av kommunikasjonen (NAV).

Også i SPK mener de det er en utfordring når det er mange som skriver tekster, og oppsummerer det med at «(...) det er ikke mulig å strømlinjeforme all kommunikasjon» (SPK1). Og da gjelder det å gå frem på en fornuftig måte, blant annet ved å tilby kurs og terpe på språk. Kommunikasjonsområdet i Statens pensjonskasse har utarbeidet en kurspakke som de tilbyr alle lederne, hvor de arbeider med tekster og det å kvitte seg med kansellispråket.⁶ Flere av informantene forteller at det er flere ansatte som har publiseringsmuligheter, til en viss grad, men at det ofte er nettrektøren som har hovedansvaret. Statens pensjonskasse legger også mye vekt på samarbeidet mellom fagavdelingen og kommunikasjonsavdelingen. Når de arbeider med innhold som skal ut, er det fagavdelingen som skriver det faglige innholdet, mens kommunikasjonsrådgiver går gjennom og endrer slik at det er forståelig. Deretter går de gjennom det sammen, og ser hvor de må gi og ta før teksten kan publiseres. I Språkrådet forteller nettrektøren at selv om tekstene kommer fra fagavdelingen, så er det hans ansvar å se at de fungerer på nettsiden. Det vil si at dersom han ser at teksten må struktureres på en annen måte for at den skal fungere på nett, så går han inn i en dialog med den som er ansvarlig for teksten slik at de kan komme frem til en løsning.

⁶ Kansellispråket består av litt stive ord og uttrykk som sjeldent blir brukt i dagligspråket, og som ved bruk kan skape avstand mellom avsender og mottaker (Kvarenes, Reksten, & Stranger-Thorsen, 2010, s. 102).

5.2.2.4. Nettstedets formål

Noe av tanken med nettstedene til både SPK, Stavanger kommune og NAV er at de skal være, eller er i ferd med å bli, et tjenestedrevet nettsted, og handler om at mottakerne skal finne den informasjonen de trenger selv, slik at belastningen på kundesenter/telefon blir redusert. Selvbetjening på nett er hovedfokuset. Og dette påvirker utformingen av innhold. Blant annet sier SPK:

(...) da blir mye av prioriteringen rundt dette, og det å produsere innhold, ting som fungerer og som svarer for seg (SPK1).

(...) Men det er jo også en utfordring i forhold til om det er universell utforming eller tilrettelegging med tilgjengelighet, med hvordan.. der må vi kanskje erkjenne at vi må skifte fokus og være flinkere kanskje til å både dra inn interaksjonsarkitekter og interaksjonsdesignere, slik at vi klarer å lage betjeningsløsninger som folk klarer å bruke da, ALLE klarer å bruke (SPK1).

NAV legger til at forventningene fra befolkningen er at NAVs nettside ikke bare skal være et sted hvor man kommer for å finne informasjon, men at det også er et sted hvor de kommer for å løse noen oppgaver. Dette merker de særlig ved at trafikken for å logge seg på og bruke tjenestene har økt betraktelig. Seksjonssjefen for kanalseksjonen i NAV mener det skal gi merverdi å identifisere seg, blant annet ved at man ved innlogging får løst oppgaver som gjør at man kan klare seg helt selv uten å ta kontakt i de andre kanalene. Dette innebærer at det skal være enkelt forståelig hvordan tjenesten fungerer, og hva som er forventet av brukeren:

Det må jo være et mål at informasjonen om et eller annet er bare ett sted, og logger du deg på beriker du bare det stedet med mer informasjon om din situasjon fordi vi vet hvem du er (NAV).

Med andre ord ligger det en tanke om at dersom innholdet er lett å forstå, og det kommer klart frem hva du skal gjøre og hvorfor, så vil det redusere behovet for å ta kontakt via telefon eller NAV-kontor. Dette er også en tankegang som SPK deler, som legger til at det er utrolig viktig med god kontakt med kundesenteret deres, som kan si fra til nettedaktøren dersom de som ringer inn tar kontakt fordi noe på nettsiden er uklart, feil eller utdatert. Det at leserne skal

kunne finne informasjon selv på nett er også mye av motivasjonen for det de gjør med innholdet på nettsidene.

Stavanger kommune har arbeidet med å legge om hele nettstedet i forbindelse med prosjektet *klarspråk for alle*. I arbeidet med å finne ut hvilken informasjon som burde ligge på nettstedene, var en av utfordringene at det var mange ansatte, kanskje særlig saksbehandlere, som har brukt nettsidene som oppslagsverk for sitt eget arbeid. De ville gjerne ha mye mer informasjon på nettsidene enn det nettstedet så som hensiktsmessig. Formålet med nettstedet var ikke å være et oppslagsverk for ansatte, men å tilby målgruppeorientert informasjon om tjenesten til de som skal søke, eller finne ut om de skal søke om noe.

5.2.3. Oppsummering

I denne delen har jeg undersøkt hvilke kontekstuelle elementer som påvirker de offentlige virksomhetenes arbeid med å gjøre det kommunikative innholdet tilgjengelig for de fleste. Det er både eksterne og interne faktorer som påvirker, der de eksterne faktorene er elementer virksomhetene i utgangspunktet har liten påvirkningskraft over, men som likevel er nyttige å kjenne til når man skal bearbeide og presentere innhold på nettsidene. Faktorer som skiller seg ut er mulighetene og begrensningene som ligger i de tekniske løsningene, føringer, lover og regler man må kjenne til, og ikke minst de oppfatningene og forventningene som stilles fra omgivelsene. Interne faktorer handler i stor grad om virksomhetens, og de ansattes, egen oppfattelse av verdien som ligger i utformingen av tilgjengelig innhold. I tillegg bemerker respondentene at virksomhetens organisering når det gjelder eierskap til de ulike delene som spiller inn på helhetsinntrykket også spiller en rolle i utformingen.

5.3. Mottakerperspektivet

Ethvert nettsted har et formål, og dette er gjerne knyttet til både et avsender- og et mottakerperspektiv. Det er gjerne med utgangspunkt i leseren at informasjonen på en nettside tilrettelegges. Derfor legger jeg her vekt på hvem målgruppen for innholdet er, hvem leseren er, hvordan fange oppmerksomheten til leseren, hvilke forventninger som stilles til leseren og hva leserens mål er. Også tilgjengelighet, spesielt med tanke på brukervennlighet av nettsiden, og om og hvordan leseren kan anvende det kommunikative innholdet faller under denne kategorien. Med dette som utgangspunkt er analysen todelt; *leseren og tilgjengelighet*.

5.3.1. Leseren

Hvem du tenker at skal lese informasjonen som ligger på nettsiden er med på å avgjøre hvordan du former innholdet. En del av dette handler blant annet om hvilken kommunikasjonsmodell informantene opererer etter, men også hvem de definerer som de primære mottakerne, og hvem de tenker at er viktig skal forstå innholdet. De ulike informantene har i utgangspunktet ikke samme målgrupper. Med tanke på at virksomhetene tilbyr ulik informasjon kan jeg anta at leserne heller ikke har samme formål når de besøker sidene, bortsett fra at det kan trekkes en liten parallell mellom leserne av Stavanger kommune og NAV sine nettsider.

NAV og Stavanger kommune forvalter og gir informasjon om ytelser og tjenester borgerne har, eller kan ha, rett på. Hvordan de møter målgruppen varierer likevel noe. Stavanger kommune har, kanskje spesielt etter å ha gjennomført prosjektet om *klarspråk for alle*, et syn på at en målgruppe er en sammensatt gruppe som alle trenger eller ønsker samme informasjon. Deres syn på hvem målgruppen er, er lik det språkkonsulenten hos NTB Arkitektst beskriver om hvordan man bør tilnærme seg informasjon:

(...) informasjon om hvordan du søker sykehjemsplass bør først og fremst veilede leseren og svare på spørsmålene de har underveis i prosessen, og det er den samme for alle. Og den tankegangen gjør at vi ikke definerer målgruppen som lesesterke eller lesesvake, migranter eller nordmenn, men som lesere som trenger en viss type informasjon for å utføre en oppgave. Og denne målgruppen vil alltid være sammensatt, uansett (STV2).

Det er en fallgrube å tenke at personer med leseutfordringer utgjør en egen målgruppe, for de er jo svært ulike personer som skal lese og forstå innhold og utføre handlinger og ta avgjørelser basert på det – akkurat som dem uten spesielle behov. De inngår derfor i mange ulike målgrupper. For å ta et enkelt eksempel; Folk skal bli kvitt juletreet, da må alle som har et juletre finne ut av hvordan de skal gjøre det på en enkel måte. Da er man i målgruppen for de som skal bli kvitt juletreet, og ikke en egen for de som har spesielle behov (NTB).

Stavanger kommune påpeker at utformingen av informasjonen som ligger på deres nettsider skal være tema- og målgruppeorientert, og ikke diagnoseorientert. I tillegg tenker de at den som

ikke har bruk for informasjonen trenger ikke nødvendigvis forstå den heller. Som eksempel nevner nettredaktøren introduksjonsprogrammet for flyktninger. Hun mener selve begrepet *introduksjonsprogrammet* er tungt i seg selv, men fordi det er så innarbeidet går hun ut fra at dette er et begrep som fester seg fort hos flyktningene, fordi de vil opparbeide seg en spesiell kompetanse på feltet:

Jeg trenger ikke forstå for jeg har ikke bruk for det, men de har spesiell kompetanse innen dette, og introduksjonsprogram er noe alle flyktningene skal ha, og det tror jeg de fanger fort, selv om det er et vanskelig og tungt ord (STV1).

NAV har hatt en bevisst gjennomgang av hvilken type brukere de ønsker å henvise til nav.no, og hvilke de ønsker å betjene på kontoret. Tanken er at brukere som har en høy grad av selvstendighet skal kunne benytte seg selvbetjeningsløsningene på nav.no, slik at NAV-kontorene får frigitt tid til å veilede brukere som har behov for mer oppfølging. Dette har ført til at selvbetjeningsgraden på nettsidene har økt over tid, men de erkjenner samtidig at lista for å bruke de digitale løsningene kanskje er lagt for høyt.

NAV er opptatt av hvordan de kan nå brukere som har ulik kunnskap og ulike ferdigheter når det gjelder digital kompetanse og offentlig forvaltning. Målgruppen til Statens pensjonskasse er hovedsakelig medlemmene og kundene deres, altså nåværende og tidligere statlig ansatte, og statlige arbeidsgivere. De sammenlikner seg noe med NAV, men legger samtidig vekt på at de ikke har de samme målgruppene, fordi SPK primært er en medlemsvirksomhet, mens «NAV på en måte er for alle» (SPK1). Også Jehovas vitner sier at de selvfølgelig prøver å nå alle, også alle aldersgrupper. Derfor tenker de at selve innholdet skal være svar på spørsmål om aktuelle emner mange er opptatt av. Språkrådets nettside sprakradet.no har også veldig mange forskjellige målgrupper, men nettredaktøren erkjenner at de nok ikke har en spesifikk målgruppebevissthet i den generelle utformingen av innholdet. Skriver de en tekst rettet mot for eksempel høyskole og universitet, så ligger det likevel en tanke om det hos den som skriver. De følger derimot en felles språknorm, som er klarspråkinspirert. Til motsetning har klarsprak.no en definert målgruppe, nemlig ansatte i det offentlige som skriver i jobben sin. De tar utgangspunkt i at leserne er voksne med en viss utdanningsbakgrunn, eller en viss fartstid i det offentlige.

NAV mener at de har to ulike utfordringer når det gjelder brukerne av nettsidene deres. Den ene utfordringen er unge brukere av offentlige tjenester, som kommer fra et skolesystem der de i utgangspunktet har lært lite om norsk offentlig forvaltning, om hvordan ting henger sammen, hvem som har ansvar for hva og hvor de kan finne ting. Men de er gjerne veldig vant til digitale plattformer, om enn noe utålmodig. Den andre er de eldre brukerne, som gjerne er godt vant med offentlig forvaltning, men som ikke er like godt vant med den digitale plattformen. Mens de unge ikke orker alle prosessene og selve systemet er det den digitale barrieren som kanskje stopper de eldre. Resultatene blir et økt press i de andre brukerkanalene, som telefoni og personlig oppmøte. Dette er utfordringer som representerer ytterpunktene når man skal tilpasse og utforme den digitale informasjonen og handlingene det medfører til de ulike gruppene:

Vi sliter litt med å finne det nivået vi tror vi må legge oss på for å treffe flest mulig da. Der skal vi nå prøve å inngå et samarbeid med analysejobbing i universitetsmiljøet, og finne en mer faglig tilnærmet dokumentasjon. Ser vi på internasjonale studier tror jeg vi erkjenner at vi har lagt lista litt for høyt [med tanke på digital kompetanse] (NAV).

Også Stavanger kommune tenker på nivået av den byråkratiske forståelsen, og vurderer om måten de skal formidle noe på krever ett eller annet minstenivå for byråkratisk forståelse. Et spørsmål å stille seg er «må du forstå forvaltningen i Norge for å kunne lese disse sidene?» (STV1).

Språkrådet sier at de stadig vekk går i den fellen at de glemmer hvor stort spriket er mellom det de selv vet og det mottakeren vet. «Vi prøver å gå så mange skritt tilbake som det kreves for å få leseren med seg, og vi har rutiner for å fange opp når vi går i fella» (SPRAK2). Derfor er det viktig at flere leser gjennom teksten før den publiseres, fordi den som skriver alene ikke nødvendigvis har det blikket på egen tekst som trengs for at den skal fungere. De legger vekt på at det er viktig med et enkelt og tydelig språk, men at utfordringen ligger i at innholdet i det man av og til skal forklare er såpass komplisert at det forutsetter noe kunnskap eller innsikt hos leseren. Denne kunnskapen eller innsikten er ikke alltid noe man faktisk kan forutsette, noe som gjør at kompliserte emner nesten blir umulig å forklare på en enkel måte.

5.3.1.1. Målet med innholdet

Selv om du har en identifisert målgruppe må det også være et mål med innholdet. Stavanger kommune og NTB Arkitektst kaller dette tekstens funksjon. Hva skal leserne gjøre med innholdet, eller hva skal innholdet føre til? Skal det føre til en handling, som å søke på en tjeneste/ytelse? Skal det være til informasjon? Skal det være noe leseren kan anvende? Hva skal leseren sitte igjen med?

Språkrådet er opptatt av at innholdet skal være konsentrert og saklig, og at det kun er det aktuelle temaet de skriver om, ikke noe annet. «Det er godt strukturert, med tekster som er matnyttige» (SPRAK1). Dette var også et viktig punkt for Statens pensjonskasse da de la om sine nettsider i 2014: «Vi tok opp hver og en [nett]side og vurderte om de trengtes ut fra et mottakerfokus. Ikke fra hva vi ønsket å formidle, men for å se om den[teksten] hadde en misjon for mottakeren» (SPK2). De gikk fra å ha et stort nettsted til et som var mye mindre, der alt handlet om at det skulle ha en funksjon for mottakeren.

At teksten skal ha en funksjon er også viktig for Språkrådet, Stavanger kommune og NTB Arkitektst. De mener at tekstens funksjon er nøkkelen til universell utforming av tekst. «Ved å rendyrke tekstens funksjon og hovedbudskap vil teksten bli lettere å bruke for alle i målgruppen» (STV2). Språkkonsulenten hos NTB Arkitektst mener at man må spørre seg hvorfor akkurat denne teksten skal ligge på våre nettsider: Fortjener den en plass, og hva er i så tilfelle grunnen til det? Hvilken oppgave skal teksten utføre? For at teksten skal kunne utføre en oppgave for organisasjonen, må den ha mottakerperspektivet for å lykkes med det: Man kan ikke tenke at man skal *informere* om tjenesten, men at leseren etter å ha lest teksten *skal forstå* om det er aktuelt å søke eller ikke, og i så fall hvordan. NAV mener at tankesettet med hvordan man jobber med offentlige tjenester og nettsider nå dreier mot å utforme innhold basert på hvordan brukeren tenker og forstår noe, en dreining som fører til at kommunikasjonsmiljøet kan få et større handlingsrom i tilnærmingen til innholdet.

Tekstens funksjon handler gjerne om brukerreisen, og hva mottakerens behov er. «Det må være gjennomtenkt informasjonsflyt i hele prosessen, med utgangspunkt i det behovet brukeren faktisk har, ikke det virksomheten tenker de har» (STV2). Og når man rendyrker dette, så er det en del mennesker med behov for litt mer tilrettelegging, hvor noen kanskje har nytte av

visuell utforming av språket, eller et sammendrag av essensen i innholdet, noe Stavanger kommune har tatt til seg på sine nettsider. Dette konseptet kommer jeg tilbake til i kapittel 5.3.2.

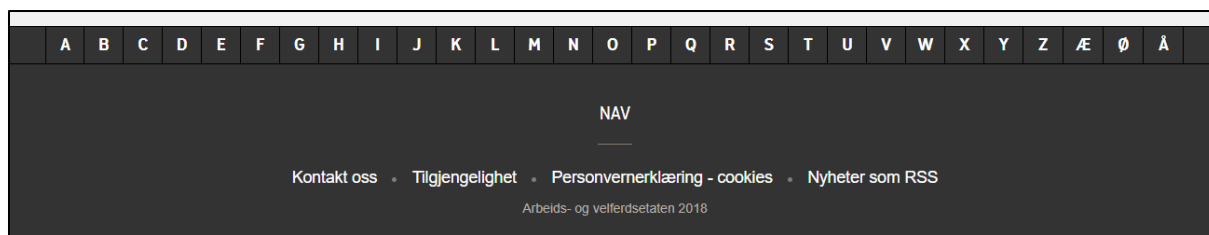
5.3.2. Tilgjengelighet

Når respondentene tenker tilgjengelighet virker det hos samtlige å være i form av brukervennlighet og navigering på nettsidene. Den gjengse tilnærmingen til tilgjengelige nettsider er at de skal være enkle å finne frem på. Det kan være at respondentene tenker på universell utforming av IKT-løsninger som godt tilgjengelig innhold, samtidig som de påpeker at de ikke kommer langt om det ikke er mulig å forstå innholdet. NAV oppsummerer det slik:

Hele forståelsen av begrepet universell utforming er interessant, fordi det har på sett og vis blitt litt for teknisk, synes jeg. I ulike offentlige foraer så snakker man om prinsipper i WCAG og sånt, men det har vi i grunnen sluttet å snakke så mye om i NAV, fordi det skal være en «hygienefaktor», det skal ligge i bunn (NAV).

Det kan være du kan ha et godt universelt utformet nettsted i henhold til kravene, men likevel har et dårlig nettsted. Man kan sole seg i glansen av å være universelt utformet, men mange kan glemme at det kan være få som forstår hva som står på sidene, eller at navigasjonen ikke fungerer på et overordnet nivå (NAV).

Når det gjelder navigering på nettsidene, er samtlige opptatt av at det skal være enkelt å finne frem. Utgangspunktet til Stavanger kommune er at en leser som bruker nettsidene for første gang skal finne informasjonen han eller hun er på utkikk etter og forstå den. Da Språkrådet la om nettsidene sprakrad.no i 2015 var det særlig navigering og menystruktur som var viktig, mye på grunn av den store variasjonen i målgruppene. Også Jehovas vitner er veldig opptatt av at nettsidene skal være oversiktlige, enkle å navigere og at leserne lett skal finne svar på de spørsmålene de har. De har derfor bygd opp nettsiden med noen enkle menyer, som skal gi deg oversikt over de ulike temaene, som deretter tar deg til konkrete spørsmål. NAV sier at «så lenge man er vant med hovednavigasjonen på nav.no, så skjønner man den», men at det er mange som ikke skjønner logikken i stien og hvor de er. «Navigasjonen er på mange ulike nivåer, og såpass stor og kompleks at det er lett å rote seg bort», og de har derfor laget en kompensierende A-Å-navigasjon (figur 24, på neste side):



Figur 24 A-Å-navigasjon på nav.no. Skjermdump hentet november 2018.

I tillegg til navigering legger Jehovas vitner, Stavanger kommune og NAV vekt på at en god søkefunksjon er viktig. Stavanger kommune fremhever søkefunksjonen på sin hjemmeside, slik at den omtrent er det første du ser (se figur 25). NAV mener også søket er viktig fordi det alltid vil være noen områder som er små, og litt vanskelige å finne frem til, som ikke ligger på forsiden. Språkrådet er enige, men har lagt inn en større innsats i en enkel og tydelig menystruktur.



Figur 25 Søkefunksjonen på stavanger.kommune.no ligger øverst på hjemmesiden, tydelig rammet inn. Skjermdump hentet november 2018.

En annen faktor som påvirker arbeidet med tilgjengelig innhold er tanken om at dersom du finner det du leter etter, så trenger du ikke kontakte kundesenter eller kontorer. Dette er særlig viktig for både NAV, Statens pensjonskasse og Stavanger kommune, og henger også sammen med nettstedenes tjenesteorienterte formål (som tidligere nevnt i kapittel 5.2.2.4):

I dag lugger det såpass mye på nav.no at de tar kontakt med kontaktsenteret både en, to og tre ganger, og kanskje stikker de også innom NAV-kontoret for å høre om de har gjort det riktig i de selvbetjente løsningene på nett (NAV).

NAV bemerker at de er klar over at deres nettsider ikke er helt optimale, og at noe av utfordringen ligger i at det er for mange veier inn til samme informasjon:

NAV.no i dag er etter hvert ganske mange digitale løsninger. Litt for mange dialogløsninger, litt for mye blanda logikk i hvordan du finner frem. Slik nav.no er strukturert i dag er det en innholdsmastodont, med mange faktaark på forskjellige felt, som gjerne er alt for lange. I tillegg har man de digitale tjenestene, som noen ganger er veldig knappe i sine formuleringer. Noen av de nyeste digitale tjenestene er mye bedre på å tilpasse hvem du er, fordi vi vet hvem du er når du har logget deg inn på sikkerhetsnivå fire. Men med innholdsmastodonta på den ene siden, og kanskje noe med den knappe digitale dialogen i den andre ytterkanten, så henger det ikke helt sammen. Dette er har vi forsøkt å kompensere for ved å lage veivisere som skal bygge bro mellom innhold og tjenester, men som jo er nok et innholdselement som må vedlikeholdes (NAV).

Statens pensjonskasse sier at tanken bak selve teksten handler om å gjøre det begripelig. Dette for å unngå at tekstene blir massive. Dette er også noe av de teknologiske affordansene til nettmediet, nemlig hypertekstualitet:

Vi prøver, jeg sier ikke at vi får det til, å gjøre det så enkelt som mulig, og lenker til der vi for eksempel bruker *levealdersjustering*, slik at vi ikke trenger å forklare det hver eneste gang. (...) Da lenker vi slik at de selv kan gå inn og slå opp ordet i ordlistene sine (SPK2).

En annen utfordring som preger tilgjengeligheten av innholdet for NAV, og som sammenlignet med de andre informantene skiller seg noe ut, er den totale mengden informasjon NAV skal gi. NAV-regelverket er stort og komplekst, og mange av brukerne av NAV befinner seg i en situasjon som gjør at de trenger å føle seg trygge på at informasjonen de finner, eller støtten de får, er tilpasset seg og sin situasjon:

Sånn generelt, det store NAV-regelverket, den tryggheten som du trenger for deg og din situasjon. Det hjelper vi ikke godt nok til på NAV.no. De som jobber på kontaktsenteret, de kan prøve å fortelle noe på hva dette trolig betyr for deg i din situasjon, og opp mot

dette regelverket, men må gjøre det uten å gå inn i saksbehandling, for det kan ikke de gjøre (NAV).

(...) Så, i den grad vi har vært bevisste nok på, eller vi legger den lista på hvordan det løses for å nå alle, så har vi nok ikke truffet helt (NAV).

Det er delte meninger når det gjelder funksjoner som leser opp tekster automatisk. Både SPK, NAV og Språkrådet har valgt å gå bort fra det, mye fordi de som trenger det har tilgang til mange bra hjelpemidler som kanskje tilbyr bedre løsninger enn det virksomhetene kan gi. SPK bemerker at de har vært i dialog med brukerorganisasjonene i forbindelse med at de har fjernet funksjonen. Stavanger kommune og Jehovas vitner tilbyr begge funksjonen enda, mye fordi de tenker det kan gi litt andre muligheter for flere enn bare de som har hjelpemidler for det. Jehovas vitner forteller at de benytter seg av lydfiler, som også er nedlastbare, slik at den som ønsker kan høre teksten når som helst. Stavanger kommune har en funksjon som heter Talende web, hvor det er mulig å få lest opp hele eller deler av teksten, samt lesestøtte i form av linjalvelger, kontrastvelger og nedlasting av innholdet som lydfil. Begrunnelsen for at de har valgt å inkludere funksjonen, er blant annet en tanke om at de ikke ønsker å tenke diagnoser i tilretteleggingen:

De som vi kanskje ikke har tenkt på er fremmedkulturelle, fremmedspråklige, som bruker dette for å lære seg norsk. Blir du plassert i Alta, så lærer du dialekten der, eller om du er i Oslo, så er det ikke lett å forstå Sognemål. Med denne funksjonen kan du få det opplest (STV1).

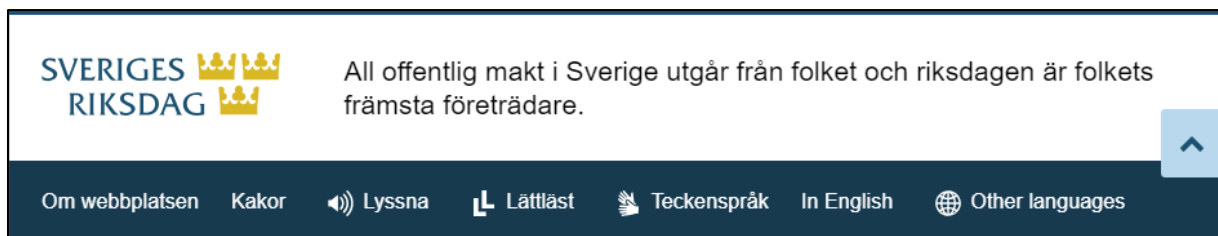
Et aspekt ved opplest tekst som uansett er verdt å ta i betraktning, er at det hjelper lite å få lest opp en tekst som ikke er språklig tilpasset:

De språklige formuleringene må være universelt utformet for å fungere godt, enten teksten skal leses eller lyttes til. Lange setninger og kronglete formuleringer må selvfølgelig bort, men vi må også se på bruken av metaforer, for eksempel. For noen mottakere er uttrykk som å «legge på is» vanskelig å forstå, da kan det være bedre å skrive «utsette». I tillegg er bruken av bindeord, sammensatte ord og nektende setninger noe man bør være oppmerksom på, for å nevne noe (NTB).

I land som for eksempel Sverige og Tyskland er lettlest et kjent begrep. På nettsider har de en funksjon som lar deg velge lettreste sider, slik figur 26 og 27 viser, fra hjemmesiden til riksdagen.se:



Figur 26 Skjermdump fra toppen av hjemmesiden til riksdagen.se, hentet 27.nov 2018 (Riksdagen, u.å.)



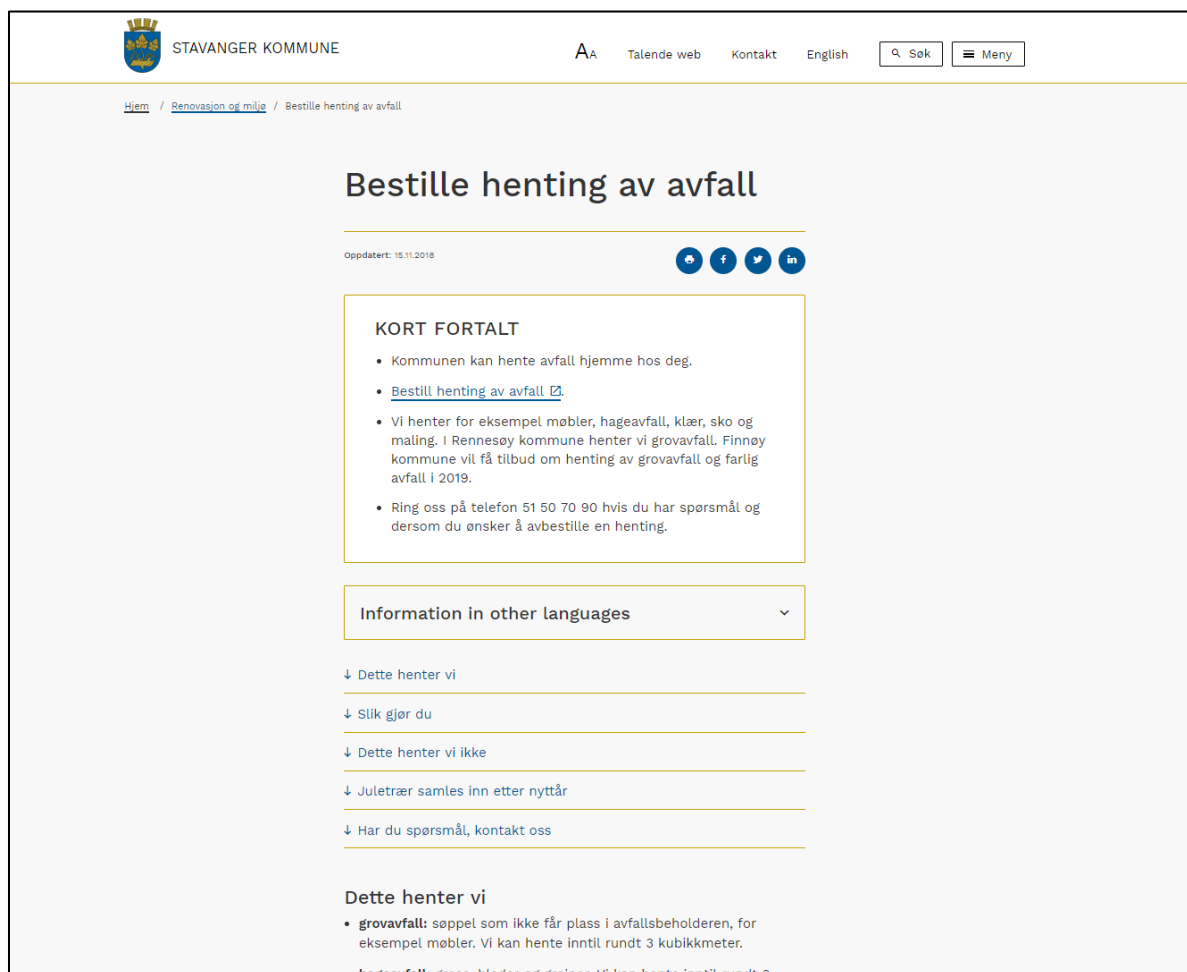
Figur 27 Skjermdump fra bunnen av nettsiden til Riksdagen.se, hentet 5. nov 2018 (Riksdagen, u.å.)

Stavanger kommune er veldig klar på at når de tenker tilgjengelighet, så er hele poenget at det ikke skal være stigmatiserende. De tenker derfor ikke diagnoser; de tenker alle. Diagnoser kan kanskje brukes som springbrett og hjelpemiddel, men informasjonen på nettsidene deres er ikke utformet med tanke på at for eksempel de med dysleksi skal få det bedre, de er laget for at de også skal kunne forstå hva som står. Innholdet skal være tilgjengelig for alle, som en integrert del av nettsidene. Det vil si at tilgjengelighet ikke skal være noe du fysisk må velge:

Vi ville ikke ha en egen knapp med «lettlest», som indikerer at hvis du har litt tungt for det så trykker du der og havner et annet sted. Med en slik knapp så blir det veldig tydelig at der trykker du dersom du er en av de 25 prosentene som har litt tungt for det (STV1).

(...) Jeg tror at en bør i så stor grad som mulig unngå spesialløsninger eller spesialtilpasninger fordi grunntanken i universell utforming er nettopp det at dersom det tilrettelegges for flest mulig, eller for de som har større utfordringer, så vil denne løsningen gagne mange mange flere (STV2).

I arbeidet med å utvikle nettsider som var lett å lese og tilgjengelige, men fortsatt en del av hovedløsningen, endte de opp med konseptet *kort fortalt*. Konseptet har blitt utarbeidet i samarbeid med Netlife research på utviklersiden og NTB Arkitekst på tekstsiden, og funksjonaliteten har blitt testet av Funka. Det består av en boks, med tittelen kort fortalt i kombinasjon med mellomtitler kodet som lenker. Boksen, mellomtitlene og en god artikkeltittel har de funnet gjør innholdet lettere forståelig.



The screenshot shows a web page from Stavanger Kommune. The header includes the logo, the name 'STAVANGER KOMMUNE', and navigation links for 'Talende web', 'Kontakt', and 'English'. There is a search bar and a 'Meny' button. The breadcrumb trail is 'Hjem / Renovasjon og miljø / Bestille henting av avfall'. The main heading is 'Bestille henting av avfall', updated on 15.11.2018. The 'KORT FORTALT' section contains a list of bullet points: 'Kommunen kan hente avfall hjemme hos deg.', a link to 'Bestill henting av avfall', 'Vi henter for eksempel møbler, hageavfall, klær, sko og maling. I Rennesøy kommune henter vi grovavfall. Finnøy kommune vil få tilbud om henting av grovavfall og farlig avfall i 2019.', and 'Ring oss på telefon 51 50 70 90 hvis du har spørsmål og dersom du ønsker å avbestille en henting.'. Below this is a dropdown menu for 'Information in other languages'. A list of links follows: '↓ Dette henter vi', '↓ Slik gjør du', '↓ Dette henter vi ikke', '↓ Juletrær samles inn etter nyttår', and '↓ Har du spørsmål, kontakt oss'. The 'Dette henter vi' section lists 'grovavfall' (trash) and 'hageavfall' (garden waste).

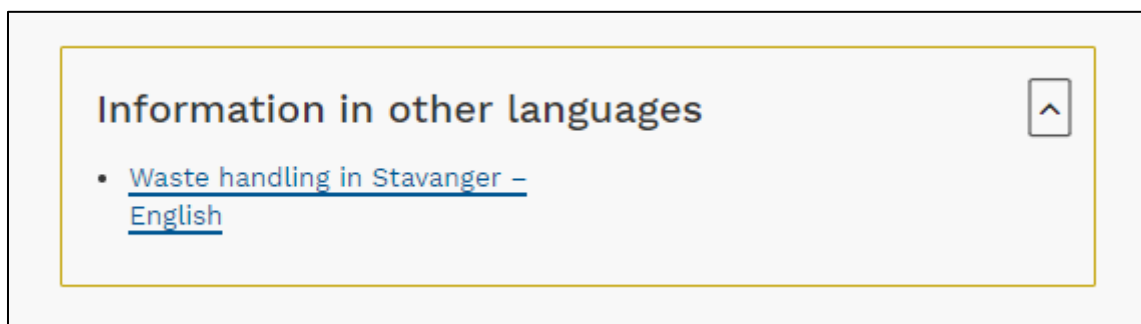
Figur 28 Eksempel på en kort fortalt-boks med mellomtitler fra *stavanger.kommune.no*. Skjermdump hentet 27. nov. 2018.

I tillegg til kort fortalt er det også ved behov en liste over mellomtitler:

De to til sammen, kort fortalt og disse mellomtitlene i html, altså h2-overskrift, er det vi teknisk har lagt til rette for, også visuelt, for å øke forståeligheten i forhold til innhold. Og da er vi på den funksjonelle delen. I tillegg vil sidene bli funnet av Google på flere språk. 70 % av våre 3,5 millioner sidevisninger er henvist fra Google (STV1).

NTB Arkitekst legger til at en tilgjengelig tekst delvis handler om god struktur som skal sette leseren i stand til å kjapt vurdere om hun skal vurdere tid og krefter på denne teksten, eller om hun skal gå videre. Gode mellomtitler kan bidra til det, det samme kan en tydelig ingress eller kort fortalt-boks. Funka sine tester viste at leserne trodde det var en ekstra service, og ikke noe ment for bestemte lesergrupper. Ved hjelp av «eye-tracking» kunne de se at leserne, uavhengig av hvem de var, holdt blikket på kort fortalt-boksen, og vendte tilbake til denne om de ikke fant det de lette etter, for så å starte på nytt. Konklusjonen på testingen var at kort fortalt nytter, og at det økte lesbarheten, for alle (Funka, 2018).

På figur 28 ser du også en boks med teksten «information in other languages». Bokser av denne typen (fremhevet i figur 29) finnes der den samme teksten er tilgjengelig på flere språk.



Figur 29 Eksempel på når en bestemt artikkel er tilgjengelig på flere språk. Skjermdump hentet 27. nov. 2018

Dette er også et tiltak for å øke tilgjengeligheten, og for å unngå at må veksle mellom flere sider hvis du må lese det på et annet språk:

Det er til hjelp dersom du ikke kan norsk så godt. Da er det mange som veksler mellom dette. De leser på norsk, og sitt eget språk eller engelsk, og kan gå frem og tilbake, men fortsatt være på den samme siden (STV1).

Også NAV har på enkelte tekster samme funksjon, slik som i figur 30 (på neste side).



Figur 30 Skjermdump som viser språkvalg til en bestemt artikkel på nav.no. Skjermdump hentet oktober 2018.

Hvis det er snakk om filmer, så skal det, ifølge nettredaktøren til Stavanger kommune være normen at de tekster eller tegnspråktolkes. Det skal være noe du velger bort, og ikke noe du velger til. Språkkonsulenten fra NTB Arkitektst bemerket at tilgjengelighet gjerne handler om å tilpasse teksten til målgruppen som skal bruke den, og at det legges til rette for ulike former for tilnærming og behov uten at det blir særløsninger:

Vi kan ikke lage løsninger med ulike innganger for ulike brukere basert på diagnoser eller funksjonsnivå. Silotenkning og båser der folk ikke møtes, er ikke forenlig med universell utforming (NTB).

Det er mange lesere av informantenes nettsteder, blant dem flere innvandrere. Stavanger kommune henviser til en rapport FAFO (Djuve, Sandbæk, & Lunde, 2011) la frem for noen år siden med tittelen *Likeverdige tjenester, storbyenes tjenestetilbud i en etnisk mangfoldig befolkning*. Rapporten konkluderte med at de mangfolddimensjonene som representerer utfordring for tjenesteytere, for det første er språklig mangfold. Det vil si at mangelfulle norskerferdigheter medfører kommunikasjonsproblemer og behov for oversettelser og tolkning, «men det handler også om å opparbeide seg kunnskap og forståelse for det norske samfunnet, det vi kaller byråkratisk forståelse» (STV2):

For brukere, enten det er etnisk norske eller ikke, de har ofte mangelfulle eller feilaktige og urealistiske forventninger til hva stat og kommune faktisk kan bidra med, og ifølge denne rapporten er det en kombinasjon av manglende norskerferdigheter, lav byråkratisk kompetanse og lav sosioøkonomisk bakgrunn, som er krevende for offentlige instanser å legge til rette for, altså informasjonsmessig. Fordi det typisk tar lengre tid for folk med lavere utdanning og lave norske ferdigheter å tilegne seg byråkratisk kompetanse. (STV2).

5.3.3. Oppsummering

Mottakerperspektivet handler om tilnærmingen virksomhetene har til utforming av innhold basert på hvem mottakerne er. Det er mange faktorer som spiller inn hos de fleste respondentene, spesielt det å identifisere målgruppen, tekstens funksjon og ønsket resultat. Flere påpeker også viktigheten av å være bevisst variasjonene i mottakernes byråkratiske forståelse. Flere av virksomhetene har selvbetjente løsninger på nettsidene sine. Et viktig aspekt i arbeidet med utformingen av innholdet er deres bevissthet om hvilke brukere som skal henvises hit. Når det gjelder tilgjengelighet virker det å være gjennomgående for de fleste at dette handler om brukervennlighet og navigering, og i noen grad også tekniske løsninger for behandling av tekst, som for eksempel automatisk opplesing. Det kan se ut som at respondentene ikke har et veldig bevisst forhold til tekstens tilgjengelighet, språklig sett, utover tanken om at det skal være forståelig. På dette punktet skiller Stavanger kommune og språkkonsulenten fra NTB Arkitekt seg noe fra de andre respondentene, med gjennomgang av arbeid de har gjennomført, som er spesifikt rettet mot språklig tilgjengelighet.

5.4. Kommunikativt innhold

Det kommunikative innholdet handler her om å arbeide med tilgjengeliggjøring på et detaljnivå, det vil si den praktiske utformingen, men også de tankene og holdningene som påvirker detaljene. Som nevnt i innledningen er det verbalteksten som vektlegges, spesielt fordi de fleste informantene ifølge dem selv har teksttunge nettsteder. Derfor handler mye av den språklige utformingen nettopp om tekstens struktur, klarspråk, og språk som verktøy:

Den tilretteleggingen, visuelle og tekniske tilretteleggingen, blir bare så god som språket eller utformingen av innholdet er (STV2).

Siden nettsider i seg selv er multimodale, og forskning har vist at det å kombinere flere modaliteter i en tekst kan gjøre teksten lettere å forstå, har respondentene også uttalt seg om multimodalitet i utformingen av innholdet, i tillegg til tekstens funksjon, tekstens kontekst og andre språklige virkemidler.

Men det er ikke alltid at alt man ønsker å si, eller måten man ønsker å si det på, passer inn på virksomhetens nettsted. Noe innhold kan være litt på siden av formålet med nettstedet, noen tiltak er gjennomført fordi formatet på noen tekster passer bedre på andre plattformer, og i tillegg er det noen plattformer som gir større rom for fleksibilitet. Derfor er denne analysedelen delt inn i *språklig utforming, multimodalitet og kompensierende tiltak*.

5.4.1. Språklig utforming

Det er ingen tvil om at verbalspråket spiller en stor rolle for alle respondentene. Både NAV og Stavanger kommune har påpekt at det hjelper lite om nettsider er godt tilrettelagt dersom det ikke er mulig å lese, avkode og danne mening fra innholdet som ligger. NAV peker på at de digitale kanalene stiller krav til enda enklere og kortere formuleringer, og de holder derfor på med å utarbeide en digital språkstandard. Språkrådets nettedaktør for klarsprak.no karakteriserer stilen på nettsiden som korthogd. I tekstutformingen prøver de å tenke struktur og oppbygning, og på hva det er leseren trenger å vite først for å gjøre det han/hun skal: «Vi prøver å jobbe etter et litt sånn minimalistisk prinsipp egentlig, ikke bruke komplekse setningsstrukturer, ikke uforklarte fagord og så videre» (SPRAK2).

Statens pensjonskasse mener språklig utforming handler om hvordan man skaper de riktige bildene i hodet på mottakerne, og at det er det som bør være avgjørende for hvordan man velger å presentere innholdet. Også NTB Arkitekst bemerker at språket må være utformet slik at folk får noe ut av det, og at man ved å arbeide med klarspråk og universelt utformet språk kan få en løsning som er bedre for alle. Samtidig vil man nå et punkt der det som er mer tilgjengelig for noen med spesielle behov, ikke blir like enkelt å bruke for alle andre. Det kan i praksis dreie seg om å fjerne trekk ved teksten som hjelper de fleste lesere, for eksempel mellomtitler, eller om å følge et spesielt oppsett basert på setningsstrukturen, slik at leseren ikke får så tydelige signaler om tekstens sjanger og hvordan den skal brukes:

Det er vanlig å si at universell utforming er bra for alle, men så enkelt er det ikke når det kommer til språket. Det gjør at vi må holde tunga rett i munnen (NTB).

Stavanger kommune og NTB Arkitektst har i samarbeid med KS blant annet jobbet mye med å kartlegge hva som er felles gode grep for mennesker som har leseutfordringer. De legger vekt på at selv om de ønsker å unngå å dele inn i diagnosekategorier er det likevel viktig å kjenne til hva som er viktig for de ulike gruppene, for å finne det de kaller et «minste felles multiplum»; fellesnevneren, som blant annet sier at mange er avhengige av at setningene ikke er for lange, og at det ikke brukes mange metaforer eller uttrykk som ikke er like forståelige for alle. De har sammenlignet dette opp mot hvordan de som er sterke lesere, eller som ikke har leseutfordringer, opplever tekster på best mulig måte. Deretter har de sett på møtepunkter mellom leserne, og hvordan man kan lage løsninger som fungerer godt for alle. Tester de har utført viser at grep som er ment for de som har behov for litt ekstra tilrettelegging også brukes av kompetente og drevne lesere:

Med ønsket og viljen til å gjøre noe med innholdet, så er det klart at universelt utformet språk er tidsbesparende for oss i kommunen, for andre, og det er avlastende både for oss som arbeider i kommunen, og de som skal bruke kommunens tjenester. Det er mange gode grunner til å holde på dette, det er ikke bare idealisme (STV2).

Jehovas vitner formulerer fellesnevneren på en litt annen måte, og sier at de ønsker å bruke et språk i middelveien, som folk flest bruker: «Vi ønsker ikke å bruke et språk som er på et visst forskernivå, eller tale til en intellektuell elite. Språket er ikke et mål for oss, men et verktøy» (JV). Også Stavanger kommune kaller språket det viktigste verktøyet de har:

Med et dårlig språk står vi i fare for å ikke oppfylle våre plikter, verken til likeverdige offentlige tjenester og de føringer som er som er lagt i kommuneloven og vår egen strategi. Språket er en essensiell del av alt det kommunen foretar seg (STV2).

Språkrådet står i en noe spesiell posisjon, sammenlignet med de andre informantene:

Det å lage en nettside om å skrive klart og forståelig vil si at vi sitter i et dobbelt glasshus, men som Språkrådet er det glasshuset trippelt. Mange vil nok synes det er morsomt å ta

Språkrådet i å skrive enten feil eller uklart. Og det henger nok over oss hele tiden. Det blir som et dobbelt ansvar. Så lenge vi prøver å få gjennomført en standard for språk, der språket skal være korrekt, klart og i tråd med mållova, så må vi være enormt påpasselige selv, og det sitter i ryggmargen vår (SPRAK2).

NTB mener at disse spørsmålene er viktige å stille seg når man skal utforme et innhold:

Hva er målet med teksten? Hvem skal bruke informasjonen, og hvordan kan vi gjøre det enkelt for dem å finne informasjonen de trenger, forstå den og bruke den?

Hva målet med teksten er, vil gi en pekepinn på hvilke muligheter man har til å utforme et innhold, og hvilke virkemidler som egner seg best.

5.4.1.1. Lettlest og klarspråk

Samtlige av informantene er veldig opptatt av klarspråk, og det å bruke et språk som skal forstås av folk flest. Dette kan kanskje også knyttes til alt arbeidet som gjøres med klarspråk i det offentlige, og prosjektet «klart språk i staten»:

Fra et demokratisk synspunkt fører det til mer deltakelse, og det er noe av det viktigste med klarspråk at alle kan delta aktivt i samfunnet. Og det er mange gode grunner, og fra 2021 er det jo et krav om at sidene skal være universelt utformet, og mange nye kommuner nå må ha nye nettsider og da er det en god anledning i å gjøre et grundig arbeid med å utforme sidene universelt (STV2).

Også Statens pensjonskasse er opptatt av at klart språk bidrar til samfunnsdeltakelse, men også at et klart og tydelig språk gir virksomheten mulighet til å spare tid og penger:

klarspråk har to hensikter; det ene er nettopp at man sparer, at det blir mer effektivt fordi budskapet når frem, og det andre er jo at man gjør det lettere for folk å skjønne hva de faktisk skal gjøre. De to dimensjonene er det viktigste i klarspråk, og det som vi styrer etter i forbindelse med kost/nytte (SPK2).

Både NAV og Statens pensjonskasse påpeker at de har hatt store grundige arbeider med å klarspråke innholdet på nettstedene, men at det verken er tid eller penger til å klarspråke absolutt alt: «Det er et løpende arbeid, som aldri blir ferdig» sier de. NAV innrømmer at selv om de har arbeidet med klarspråk over tid, og med innholdet på nav.no, så har de nok ikke tenkt enkelt nok. Statens pensjonskasse mener også at klarspråk ikke bare gjelder klar tekst på bokmål, men også tegnspråk, samisk, i bruk av illustrasjoner og hvordan teksten er satt opp. «Klart språk er å få budskapet inn, ikke bare å skrive godt norsk» (SPK2). Det handler om korteste vei fra sender til mottaker, uansett form.

Språkrådet er også opptatt av forskning på klarspråk, og selv om alle er enige om at et klart og tydelig språk er viktig og nødvendig, så etterspør de forskning på hva som egentlig er vanskelig å forstå i norsk. Nettredaktøren for klarsprak.no påpeker at de jobber lite kunnskapsbasert når det gjelder å påpeke hva som er vanskelig eller enklere å forstå:

Internasjonalt er det gjort en del forskning, særlig på engelsk tekst, som ikke nødvendigvis er overførbart til norske forhold. Gjennom stipendordninger har vi forsøkt å oppfordre studenter til å gjøre den typen undersøkelser, men det er foreløpig ikke så mange som har bitt på det, og vi er ikke noen forskningsinstitusjon (SPRAK2).

NTB sier de ser at alle er enige om at klarspråkprinsippene er bra: «Men så vet vi jo at kanskje 20 % trenger mer tilrettelegging for å lese eller forstå, og da er det relevant å spørre hvordan kan vi få til det med språket» (NTB). I den forlengelsen kan vi begynne å snakke om det som kan kalles universelt utformet språk:

[det er] bare en utvidelse av det vi i dag kaller klarspråk. For hvis målgruppen skal finne, forstå og bruke informasjonen, og vi vet at 15 eller 20 trenger spesiell tilpassing, da må vi gjøre de tilpasningene i alle tekstene (NTB).

5.4.1.2. Multimodalitet

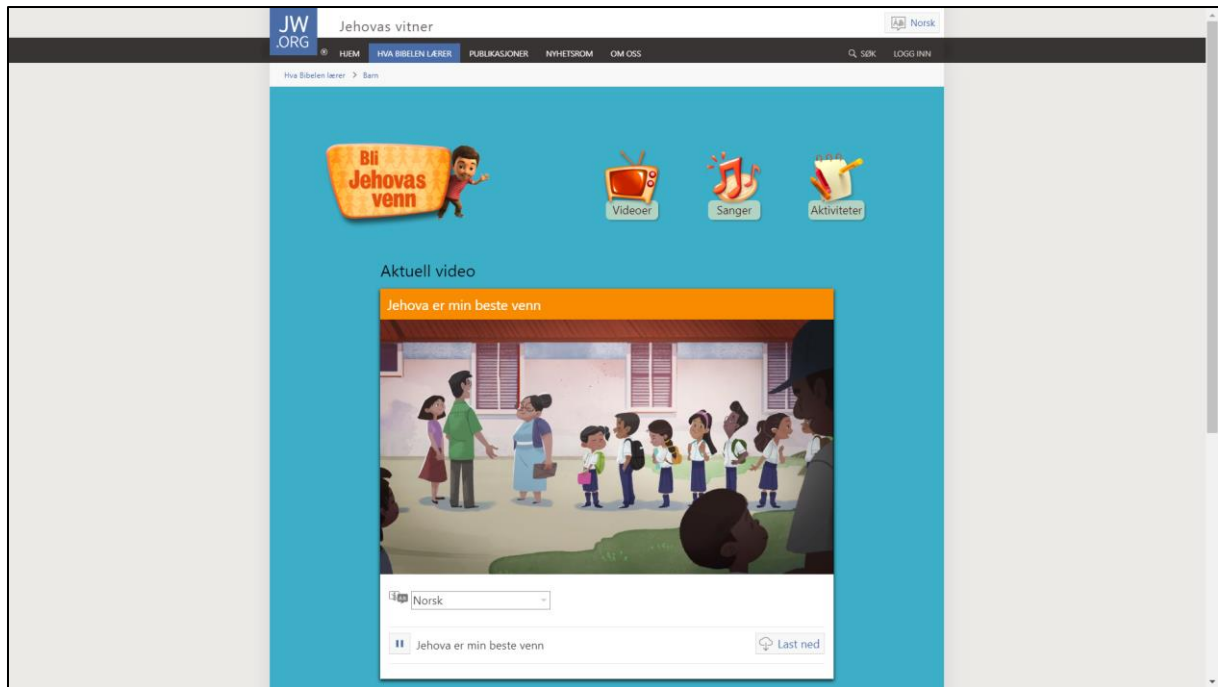
Forskning viser at det å bruke flere modaliteter i utformingen av innholdet kan gjøre en tekst lettere å forstå (jf. kap. 3.3). Selv om nettsider i seg selv er multimodale, og samtlige informanter ser at de tekniske affordansene medfører flere muligheter enn papirversjoner, er det likevel en blandet respons på tilnærmingen til en multimodal utforming. Statens

pensjonskasse sier blant annet dette om sine nettsider: «Vi har et edruelig forhold til nettstedet vårt, det er ikke så fjongt» (SPK2), mens Jehovas vitner er opptatt av å gjøre nettsiden mest mulig visuelt tiltalende. Flere av respondentene bemerker også at det ligger i det informative nettstedets natur at det kanskje er litt teksttungt, og at noe av informasjonen rett og slett er vanskelig å visualisere med illustrasjoner eller lignende. Samtidig sier Statens pensjonskasse at de kanskje burde brukt mer nyttig visuell hjelp i form av figurer og video, og at de kunne brukt de tekniske mulighetene som finnes. Også Språkrådet referer til seg selv som nøkterne, og sier: «Vi er ikke en nettavis eller et mediehus, det er om å gjøre å få frem stoffet, og da må man gjerne pynte det litt, men ikke overlesse det» (SPRAK1). Samtidig ser de at en visualisering av statistikk og tallmateriale absolutt kan være nyttig, noe språkkonsulenten i NTB Arkitekt er enig i, og tilføyer at grafer fungerer bra som supplement til tekster.

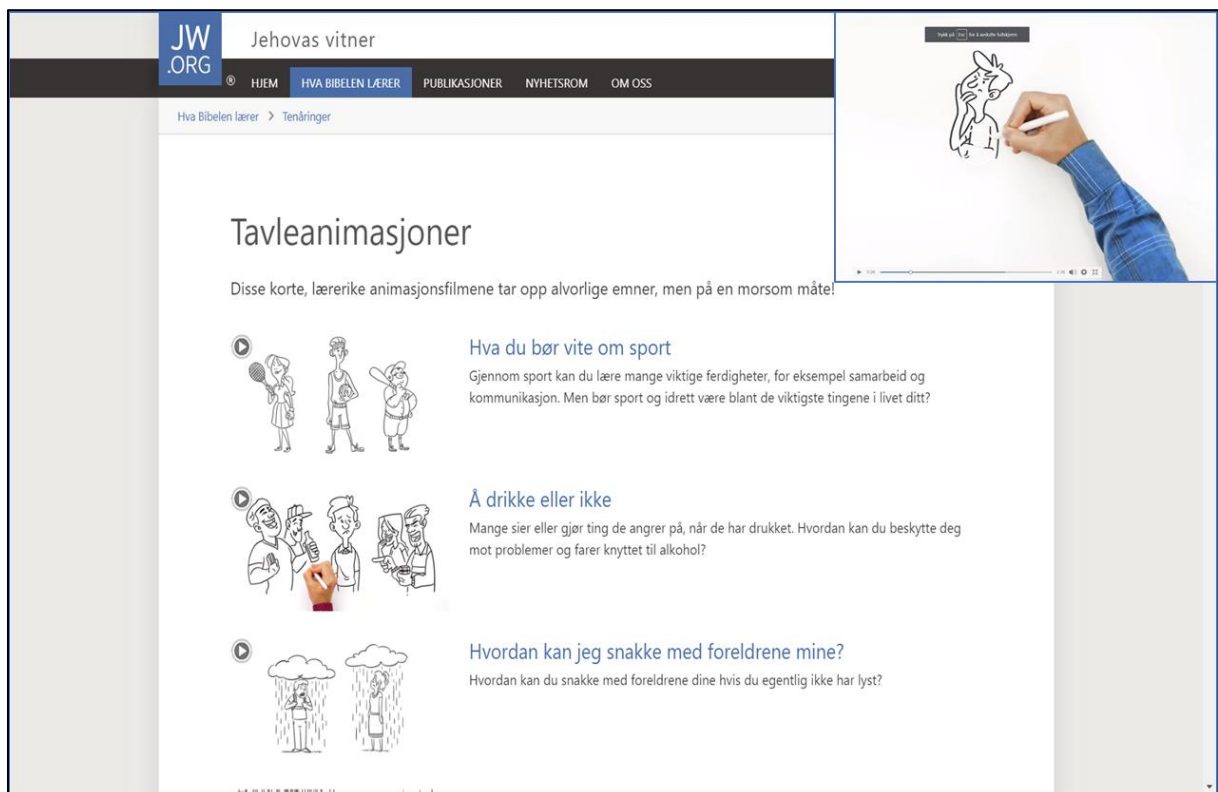
Særlig Jehovas vitner har mye innhold presentert på ulike måter, med barnefilmer (se figur 31), animasjonsfilmer, tegneserier med stillbilder, tavleanimasjon (se figur 32), og strektegninger med tale, uten tekst. Dette er mest rettet mot barn og unge, gjerne med et mer muntlig språk:

Bibelen er jo en trykt bok med 2000 sider og mye tekst. Men etter hvert som folk kan konsentrere seg mindre og må ha kortere intervaller så blir det mer bilder og film inne i det hele (JV).

Tradisjonelt var det, slik som i resten av samfunnet, mye tekst og bøker. Men bilder og video blir det mer og mer av på sidene deres, fordi de har en økt bevissthet rundt kortere tekster og mer innslag av video og lyd.



Figur 31 Eksempel på en side med informasjon og film tilrettelagt for barn på jw.org. Skjermdump hentet 27. nov. 2018



Figur 32 Eksempel på tavleanimasjoner for tenåringer fra jw.org, skjermdump hentet 27. nov. 2018

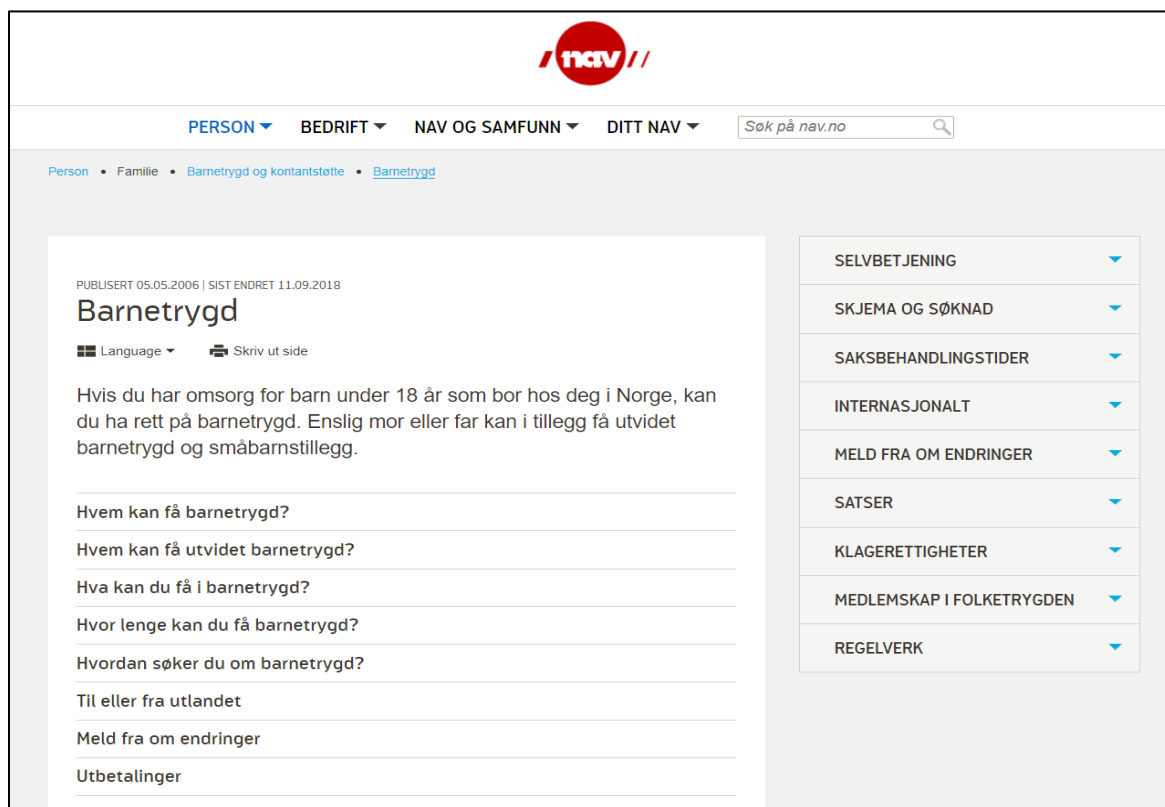
Mange av respondentene nevner spesifikt det å bruke video som et tiltak i multimodal utforming, og uttrykker en liten skepsis til å bruke videosnutter i fremstillingen av informasjon, blant annet fordi det ikke er like enkelt å gjøre fortløpende endringer. Det blir litt for statisk, og et arbeid som er ugyldig så snart man har gjort endringer ved elementene som forklares i filmen. Informasjonen bør helst være så generell at den kan ha litt levetid. Flere nevner også at det har blitt så enkelt å lage videoer, at flere kanskje gjør det uten at det egentlig er så bra kvalitet. NAV sier: «Vi prøver å ha en tydeligere ramme for hvorfor du skal lage video, hva du skal forsøke å oppnå, og det å nå mål og målgruppedekning, ikke bare gå i gang fordi det er kult» (NAV). Jehovas vitner bruker, i tillegg til en tekst som forklarer hvorfor man skal tro på bibelen, noen korte videoklipp som visualiserer innholdet, og forklarer det med at det henger sammen med at de ønsker å nå flest mulig: «Da kan det være forskjellige formater som egner seg for forskjellige grupper» (JV).

Et område der video er ett av få alternativer er fremstilling av informasjon på tegnspråk. Både Statens pensjonskasse og Jehovas vitner har tegnspråkfiler integrert på nettsidene sine. Da den tidligere kommunikasjonsdirektøren for Statens pensjonskasse, Onar Aanestad, bestemte at de skulle starte en satsing på å formidle informasjon på tegnspråk, tenkte mange at det bare var jåleri: «nå skulle vi slå oss på brystet og være best i klassen» (SPK2). For de skulle få en bedre forståelse av behovet for å formidle informasjon på tegnspråk ansatte de en døv praktikant i tre måneder, en erfaring som førte til at de lærte seg å bearbeide innholdet på en litt annen måte, spesielt når det gjelder å arbeide med innhold som skal presenteres på ulike måter.

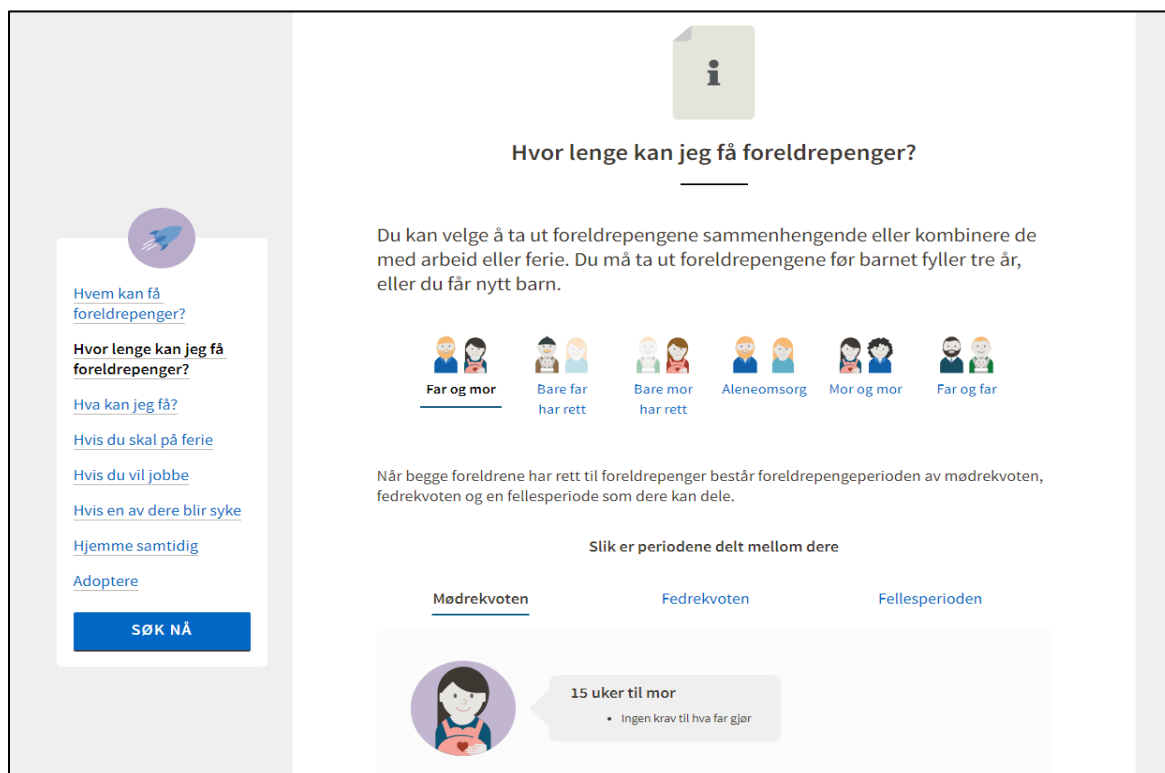
Når det gjelder videoer virker det å være en felles oppfatning om at det kan være et høyst aktuelt virkemiddel til bruk i sosiale medier, noe som både kan ses som et kompenserende tiltak, men også fordi plattformene i seg selv kanskje inviterer til mer fleksibilitet og kreativitet. Flere av respondentene bemerker at de tror film er noe det vil komme mer og mer av.

NAV sier at hele rammeverket til nav.no er for lite fleksibelt med tanke på det å bruke visuelle elementer. Noen tastetrykk inne på siden deres viser derimot at de har mange muligheter tilgjengelig. Her følger to skjermdumper som viser hvordan NAVs fornying i større grad benytter seg av visuelle elementer som ikoner og navigasjonsmeny. Det er verdt å legge til at denne fornying har kommet en god stund etter intervjuet ble gjennomført, og at det kan ha skjedd noen strukturelle endringer på nettsidene etter det. Figur 33 er fra en side om barnetrygd,

som jeg vil identifisere som et «typisk» NAV-uttrykk. På figur 34 kan du se hvordan NAVs oppgraderte uttrykk ser ut – en nettside som har et større omfang av ikoner:



Figur 33 Skjermdump av NAVs sider om barnetrygd, hentet 27. nov 2018. (NAV, 2018c)



Figur 34 Skjermdump av NAVs nettside om foreldrepenger. Ikonene med par er trykkbare og gir relevant informasjon basert på hvilket ikon du trykker på (NAV, 2018)

Statens pensjonskasse har også hatt intensjon om å bli flinkere på å visualisere ting i flere år, og har blant annet tatt i bruk enkle visuelle virkemidler, som å sette farger på stegene i en prosess (rødt, gult, grønt for eksempel). På den måten kan det bli tydeligere for brukeren hvor saken står dersom de er på innloggede sider, eller hvilke felter de har glemt å fylle ut på åpne sider. De kaller det symbolfarger. NAV mener både at de tenker visuelt bra på noen områder, mens det på andre områder blir mer som et kompensierende tiltak fordi prosessen, for brukeren, ikke var så enkel som de tenkte, og derfor måtte ha en type instruksjon til – en videosnutt. Samtidig tenker de at det fort kan bli mange varianter av samme informasjon, noe de helst ikke ønsker:

Men det kan hende at det på noen områder må være at vi må ha det, fordi vi ser at hvis ikke får du ikke gruppen utpå. Vi sliter litt med å ha nok dokumentasjon til å skjønne når vi trenger det, og når det er noe galt med løsningen (NAV).

I tillegg mener NTB Arkitektst at det i enkelte tilfeller kan være vanskelig å bruke symboler, spesielt når det kommer til virksomheter som gjerne skal nå ut til mennesker fra ulike land og kulturer, hvor symboler og grafikk kan få ulik betydning. I tillegg er det, som flere av respondentene selv påpeker, noen budskap og informasjon som *må* gis på en enkel og riktig måte for å ivare egne rettigheter og plikter.

Statens Pensjonskasse synes nettsider med responsivt design er veldig viktig. Det er også ett av suksesskravene som må oppfylles i henhold til retningslinjene for tilgjengelig webinnhold (Difi, u.d-b). Responsivt design er spesielt viktig så lenge mobiltelefonen er et arbeidsverktøy for mange:

Det begrenser den visuelle muligheten vi har, fordi det koster mye mer å lage gode grafiske løsninger som oppfyller kriteriene for responsivt design, fordi vi må ha en designer til å gjøre det. vi kan ikke mekke det selv, og derfor blir det i større grad flat tekst, enn det kanskje hadde blitt om vi kunne laget det selv (SPK2).

Også Språkrådet, NAV og Jehovas vitner er opptatt av at innholdet skal være tilpasset ulike plattformer. Dette er også en av utfordringene, ifølge Stavanger kommune. Fordi leserne gjerne

er på mobil, og i prinsippet selv skal kunne bestemme om de vil ha innholdet formidlet på en annen måte, blir dette med plass et sentralt tema. På bakgrunn av det mener de at de ikke har det som skal til ennå, for å få lagd ikke-tekstlige bidrag på en ordentlig måte. Det er både et kostnadsspørsmål og et utviklerspørsmål, to problemstillinger som også bemerkes av alle de andre offentlige informantene. Samtidig har Stavanger kommune et tiltak som går inn i det multimodale perspektivet, og det er kort fortalt-konseptet (se kap. 5.3.2). På figur 35 kan du se både kort fortalt-boksen, og et eksempel på en multimodal informasjonskobling (utdyping – tolkning, se kap.3.3.4) de har brukt for å beskrive piggdekkgebyret.

The screenshot shows the Stavanger Kommune website. The main heading is 'Piggdekkgebyr'. Below it, there is a 'KORT FORTALT' section with the following bullet points:

- I Stavanger gjelder piggdekkgebyret for perioden fra og med 1. november og frem til og med 28. april 2019.
- Piggdekkgebyret er 1400 kroner per bil for hele vintersesongen, 450 kroner per måned eller 35 kroner per dag.
- Fra 1.10.2018 kan du forhåndsbetale sesonggebyr.
- Se nettsidene til Stavanger Parkering om betaling for [piggdekkgebyret](#).

Below the 'KORT FORTALT' section is a dropdown menu labeled 'Information in other languages'. At the bottom of the page, there are several links: '↓ Hva er piggdekkgebyr?', '↓ Hvordan betaler jeg gebyret?', '↓ Hvem må betale piggdekkgebyr?', and '↓ Hvem er fritatt for piggdekkgebyret?'.

On the right side, there is a multimodal information link. It consists of two images of car wheels. The left image is on an orange background and is labeled 'kr 0'. The right image is on a blue background and is labeled 'kr 1400'. Below the images is the text: 'Hva er piggdekkgebyr? Piggdekkgebyr er et gebyr de som kjører med piggdekk skal betale. I Stavanger gjelder gebyret for fra og med 1. november til søndagen etter påske (29. april 2019). Trondheim, Bergen og Oslo har også et slikt gebyr. Bystyret i Stavanger vedtok i februar 2017 å innføre piggdekkgebyret. Du finner selve forskriften på [lovdata.no](#)'.

Figur 35 Eksempel på kort fortalt-boks, med eksempel på en multimodal informasjonskobling som finnes i teksten. Skjermdumper hentet 27. nov. 2018

Samtlige av informantene er dog positive til å bruke multimodale virkemidler så lenge det er hensiktsmessig, og ikke altfor komplisert. Språkkonsulenten i NTB Arkitektst legger til at innhold ikke trenger å være skriftlig verbalspråk, det kan også være grafikk eller lyd eller andre virkemidler som gjør at leseren får den informasjonen som er relevant for seg. «Tilgjengelighet forutsetter valgfrihet», sier språkkonsulenten i NTB Arkitektst, og utdyper med at det kan være noen som foretrekker å lese selv, andre ønsker å ha det opplest, noen vil se det på video, mens andre er avhengig av å få det formidlet på andre måter.

5.4.2. Kompenserende tiltak

NAV nevner at noe av deres situasjonsbaserte veivisere gjerne kan ses som kompenserende tiltak fordi prosessene en bruker skal gjennom ikke er enkle nok. Veiviserne er der for å bygge bro og skape forståelse, men selv om de er godt tenkt og bra løst, er de der fordi andre tiltak ikke fungerer godt nok. Også Statens pensjonskasse nevner at de har brukt video som et tiltak for å nå gjennom til medlemmene. Det gjaldt særlig en situasjon der de innså at det var mange som ikke hadde fått med seg at de selv måtte melde inntektsendringer ved å logge inn på «min side». Nettstedenes formål og lesernes forventninger til informasjon fra det offentlige er kanskje en medvirkende årsak til at både NAV og Statens pensjonskasse har opprettet blogger ved siden av. Noe av dette kan knyttes til den kulturelle konteksten, og det som er forventet av informasjonen på en offentlig nettside. Statens pensjonskasse sier at de har startet en blogg fordi de ønsker å «popularisere og gjøre ting så enkelt som mulig» (SPK2), og fordi de der kan ta for seg vanskelige ord og annet rundt pensjonsregelverket: «Folk surrer med hva som er folketrygd, og tjenestepensjon, og ditt og datt. Og det er grunnen til at vi har startet en blogg som vi kjører ut et innlegg i uken på» (SPK2). Bloggen til NAV handler også om pensjon.

Kanalsjefen bemerker at videobruk i NAV har tatt helt av og at det er lagd mange filmer om mye rart som en del aldri noensinne har sett på. Disse ligger ikke på nav.no, men på andre kanaler for video, slik som Vimeo og YouTube. Alle de offentlige virksomhetene nevner også sine sosiale medier, da spesielt som arenaer der de prøver å møte publikum der de er. Spesielt nevnes sosiale medier i forbindelse med den multimodale tilnærmingen, og at de oftere benytter mulighetene de har til å bruke både filmer, bilder, illustrasjoner og andre effekter på disse plattformene.

5.4.3. Oppsummering

Det kommunikative innholdet handler om elementer som språklig utforming, klart og forståelig språk, og multimodalitet. Samtlige respondenter synes å ha et veldig tydelig og bevisst forhold til språklig utforming når det gjelder tanken om at innholdet skal være forståelig og føre til en handling. Når det gjelder multimodalitet virker det som at det ligger en tanke om at multimodalitet på nettsider i stor grad handler om «pynt», grafer eller video, og at det er veldig kostbart. Samtidig er de positive til å bruke det på en hensiktsmessig måte. I tillegg er det flere av respondentene som nevner kompenserende tiltak, som veivisere, blogger og sosiale medier-kontoer, hovedsakelig brukt for å unngå informasjonsoverlast, eller fordi nettsidene ikke er godt nok tilrettelagt for alle tekstsjangre.

6. Diskusjon

I denne delen diskuterer jeg funnene fra analysen på et overordnet nivå, og ser dem opp mot universell utforming og de teoretiske perspektivene presentert i kapittel 3. Jeg starter med det helhetlige uttrykket, hvor jeg diskuterer virksomhetens tilnærming til universell utforming av innhold. Deretter går jeg inn på grenseløs kommunikasjon, hvor jeg spesielt trekker frem den språklige utformingen. Til slutt diskuterer jeg hvorvidt det er mulig å tilrettelegge for alle.

6.1. Det helhetlige uttrykket

Likeverdig tilgang til webinnhold handler både om teknisk tilgjengelighet, slik mange av respondentene påpeker, men også selve utformingen av innholdet. Alle elementene nevnt i analysen spiller inn på hvorvidt virksomhetene møter prinsippene som ligger til grunn for universell utforming og likeverdig samfunnsdeltakelse, slik det er beskrevet av både Lid (2013), Blanck (2014) og Brynn (2014). Alle respondentene er opptatt av at de tekniske løsningene innfrir både lovkrav og retningslinjer. Selv om jeg påpeker i analysen at eksterne faktorer i utgangspunktet er faktorer som ligger utenfor virksomhetenes kontroll, så er det ikke gitt at virksomhetene ikke har noen som helst påvirkningskraft. Kravene de stiller til leverandører når det gjelder mulighetene til å favne både det visuelle, det auditive og det gestuelle kan spille inn på de tekniske rammene, som for noen kanskje virker å være låste. Hva leserne ønsker og krever kan styres gjennom tilbudene som allerede er der. Tanken om at «så lenge noe ikke er etterspurt, så gjør vi ikke noe med det» kan i mange tilfeller virke mot det å favne alle (i den grad det lar seg gjøre). Er virksomhetene på tilbydersiden med en gang kan man kanskje påvirke hva leserne forventer. Å tenke universell utforming i hele prosessen, også i utformingen av det kommunikative innholdet, kan kanskje medføre man på en god måte favner både de som er visuelle, de som er auditive og de som trenger å få aktivert flere sanser.

Universell utforming innebærer at omgivelser og tjenester skal utformes med hensyn til alle innbyggernes funksjonsevne, og ha som utgangspunkt at flest mulig skal kunne benytte det samme tilbudet uten at det forutsettes spesialtilpassede løsninger. Det ble påpekt av både Stavanger kommune og NTB Arkitekst at utformingen av det kommunikative innholdet ikke bør være diagnoseorientert, men målgruppeorientert. De påpekte også at diagnoser gjerne kan være et springbrett i tilnærmingen til utformingen. Det er kanskje nødvendig å ha kunnskap om ulike diagnoser og hva det innebærer for ulike personers evne til å lese og forstå, dersom man skal forstå hvorfor man bør utforme innhold som kan være lett anvendelig og forståelig for de

fleste. Alle respondentene ønsker å gi så god informasjon som mulig, og alle har et bevisst forhold til hvem deres tekster er ment for. Innholdet må, ifølge dem selv, være utformet basert på hvordan mottakerne tenker og forstår. Derfor er det et utpreget fokus på at verbalspråket skal være klart og tydelig, og at nettsidene skal være enkle og intuitive å navigere. Det er også dette tilgjengelighet handler om for de fleste av respondentene.

I noen tilfeller kan det virke som at det å tilrettelegge for flere i innebærer en tanke om at man må lage flere versjoner av samme innhold. I den forbindelse ytrer Stavanger kommune at tilgjengelighet ikke skal være noe man fysisk må velge til, men heller noe man må velge bort. Denne tanken er interessant å spille på videre, spesielt fordi universell utforming handler om at alle skal kunne bruke hovedløsningen. Med dette sier jeg ikke at de andre respondentene har et syn på tilgjengelighet som noe man kan velge hvis man ønsker, men det illustrerer en tankegang som kanskje kan være formålstjenlig å implementere i virksomhetenes tilnærming til arbeidet med utformingen av det kommunikative innholdet. Siden flere påpeker at film vil være et medium som kommer til å bli brukt i større grad i tiden som kommer vil dette være en aktuell tilnærming. I en tankegang slik Stavanger kommune illustrerer vil det ved bruk av film tilsi at filmen i utgangspunktet åpnes med for eksempel både teksting og tegnspråktolking, og at man selv må velge bort disse elementene dersom man ønsker å se filmen uten.

Alle de interne og eksterne faktorene som ble analysert i forrige kapittel henger sammen. Hvilke holdninger man har påvirker hvordan man velger å arbeide med innholdet. Det kan også påvirke hvordan man velger å samarbeide med de ulike innholdseierne, eller hvilket språk man velger å bruke. Et kost/nytte-perspektiv påvirkes også av våre holdninger. Er det nok at det vi gjør hjelper noen få? Svaret på dette kan i mange tilfeller være basert på hvilke holdninger man har til området. Hva virksomheten tenker om leseren, både med tanke hvem leseren er og hva den forventer, spiller inn på hvordan man velger å arbeide med utformingen. Alle respondentene har klare tanker om at de skriver for mottakerne, og at informasjonen som presenteres skal fremstilles med utgangspunkt i mottakerens behov. De offentlige virksomhetene ytrer et mål om at mottakernes selvstendighet på nettsidene vil friggi tid og ressurser, som før ble brukt på å bistå med å for eksempel finne informasjon eller trykke brukere på at de hadde gjennomført en prosess på riktig måte.

Kommunikasjonsmodellen til Larsson (se figur 2 på side 24) gir et bilde av hvordan kommunikasjon foregår. Det er også slik jeg oppfatter virksomhetenes syn på kommunikasjonssituasjonen deres nettsider befinner seg i. Det vet at informasjonen de gir kan være komplisert og vanskelig, og at menneskers lesevaner på nett gir noen begrensninger, men også muligheter, med tanke på hvordan informasjonen bør fremstilles. De er avhengige av tilbakemeldinger fra brukerne for å forbedre informasjon som ikke er bra nok, og gir dem mulighet til å gjøre det. Det som i modellen kalles «brus» (støy) er alt som ligger rundt, både internt i virksomheten og eksternt. Det portretterer hvorfor alle delene spiller inn på det helhetlige uttrykket. Med det som utgangspunkt mener jeg derfor det er viktig at virksomhetene blir kjent med alle faktorene som påvirker hvordan de arbeider med det kommunikative innholdet. Og kanskje også setter spørsmål ved hvorfor de gjør som de gjør, og om det fungerer.

6.2. Grenseløs kommunikasjon?

Aanestad (2016) skriver at «grenseløs kommunikasjon krever vilje og evne», og at vi for å nå frem med viktige budskap må «lage brukeropplevelser som er gode for alle – uten hindringer som stenger noen ute». Det er ingen tvil om at respondentene er veldig opptatt av at innholdet skal være lett anvendelig og forståelig. I dette ligger hovedfokuset i at språket på nettsidene deres skal være klarspråk. Dette har kanskje en sammenheng med den store satsingen på klarspråk i staten, og arbeidet med forvaltningsspråket, som har foregått siden 50-tallet. Med tanke på at OECDs og PIAACs undersøkelser viser en nedgang i leseferdigheter er det både bra og viktig med en høy bevissthet rundt verbalspråket. Det er kanskje heller ikke så rart at det er der mye av hovedfokuset ligger, skal vi ta undersøkelsene til Norris (2001) i betraktning. Uten at jeg har gjennomført en opinionsundersøkelse om hva befolkningen forventer av offentlige virksomheters nettsider tør jeg påstå at de fleste vil forvente informasjon som er relevant for seg, og at denne skal være så lett å forstå at man unngår å ta en telefon. Dette påpeker også respondentene. Det vil si at viljen til å presentere tilgjengelig informasjon er til stede, og respondentene ytrer også holdninger som tilsier at dette er viktig for virksomheten. Likevel er det et tankekors at kost/nytte-perspektivet får stor plass.

Dette er også et poeng som skiller det private (frivillige) fra det offentlige. Kostnader og bruk av ressurser ses i forhold til nytteverdi. Det etterlater et inntrykk av at det kanskje ikke har en nytteverdi dersom det ikke blir brukt av nok mottakere. Noe som også kan knyttes til holdninger – hvor villige er vi til å avsette ressurser på noe vi vet vi har evner til å gjøre, men som vi også

vet ikke vil brukes daglig? Flere av eksemplene jeg har vist i analysen viser at evnene absolutt er til stede. Hos Jehovas vitner, som ikke trenger å tenke på kostnader fordi arbeidet som blir gjort er frivillig har de en annen holdning til nytteverdi, der det å nå frem til et lite samfunn er vel så viktig som massen. Det kan selvfølgelig også bunne i den religiøse troen, uten at jeg kan uttale meg nærmere om dette. Det er likevel interessant å se hvordan penger kan påvirke hvordan man arbeider med å utforme innhold, noe som i utgangspunktet ikke er en overraskelse. Det er gjerne kjent for de fleste at mye handler om penger i det offentlige. Jeg tenker likevel at enkelte grep ikke trenger å koste veldig mye så lenge man har mulighet til å avsette tid.

Det kanskje mest interessante funnet når det gjelder arbeidet med den språklige utformingen er at flere av respondentene viser til multimodalitet som «pynt», «fjongt» eller at mangelen på multimodalitet bunner i et «edruelig forhold» til nettstedet. Det ligger i nettstedenes natur at de er multimodale. Skjermdumpene presentert i analysen viser også flere eksempler på multimodale effekter. Uten at jeg skal gå inn i en multimodal analyse av nettstedene kan jeg på bakgrunn av skjermdumpene i analysene si at Kress og van Leeuwens kohesjonsmekanismer kommer til syne, og særlig den visuelle komposisjonen. Det er tydelig hos de fleste informantene at informasjonsverdien i innholdet spiller inn. Den viktigste informasjonen kommer gjerne først (ref. ideell/reell meningsstruktur), deretter utdypende eller mindre viktig informasjon. Dette er en gjennomgående faktor, og viser at den underliggende bevisstheten omkring visuell grammatikk langt på vei er til stede. Det brukes både bilder og illustrasjoner, og enkelte har også videoer og lydfiler. Men når det gjelder å kommunisere multimodalt, da særlig i forbindelse med informasjonsoverføring, mener jeg de offentlige virksomhetene har noe å hente. Ikke bare på selve utformingen, men også hvordan de tenker om å kommunisere ved hjelp av mer enn bare tekst.

Både van Leeuwen, Kress, Løvland og Engebretsen påpeker effektene av multimodal kommunikasjon. Det finnes også mye forskning om hvordan vi oppfatter tekster, hvorav flere viser til fordelene ved å kombinere modaliteter i tekster, blant annet kommer det frem i Paivios (Sadoski, McTigue, & Paivio, 2012) *Dual Coding Theory* og Mayers (2009) *Cognitive Theory of Multimedia learning*. Også prinsippene som ligger til grunn for universell utforming og retningslinjer om tilgjengelig webinnhold sier at informasjon skal være leselig og forståelig. Flere av respondentene påpeker at verbalspråket tar stor plass, nettopp fordi det er informasjon som er viktig for brukerne. Jeg skal ikke se bort ifra at det at tanken om at informasjonen er

veldig viktig for brukerne kan være grunnen til at det er en stor tilbøyelighet til å hovedsakelig konsentrere seg om klarspråk. Det er også et element verdt å diskutere at ikke alle symboler og ikoner betyr det samme i alle kulturer. Offentlige virksomheters informasjon skal gjerne være tilgjengelig for hele landets befolkning, noe som også innebærer den delen av befolkningen som ikke er født og oppvokst i den norske kulturen. Selv om dette er viktig å tenke på, så kan en av fordelene med å bruke en mer multimodal tilnærming være at det også kan hjelpe de som ikke er like sterke i norsk, så fremt det er løst på en hensiktsmessig måte.

6.3. Kan vi tilrettelegge for alle?

Slik det er i dag, tror jeg ikke det vil være mulig å legge til rette helt og holdent for alle i én og samme løsning. Dette er også noe respondentene gir uttrykk for. Det vil alltid være noen som trenger mer. Det er likevel noen områder der det kanskje kan være mulig å tilrettelegge for så mange som mulig, uten at det medfører en veldig stor kostnadsmessig byrde for virksomhetene; områder der informasjonen er mer eller mindre statisk. Informasjon som stadig blir utdatert, eller som endres på, vil nok kreve mer av en virksomhet å lage tilgjengelig for så mange som mulig. Selv om forskningen viser at det kan være fordeler ved å bruke flere modaliteter i en tekst, påpeker respondentene at det vil være avhengig av innholdet hvorvidt det er både hensiktsmessig og mulig. Enn så lenge kan det være at klarspråk vil være nok, spesielt der det ikke faller seg naturlig å bruke illustrasjoner, video, animasjon eller annen visuell fremstilling. Men språkkonsulenten fra NTB Arkitekt og respondentene fra Stavanger kommune er inne på noe når de snakker om «universelt utformet språk», eller «klarspråk i utvidet forstand». Da blir kanskje neste steg å finne ut hva dette egentlig innebærer, og hvordan det kan gjøres på en god og hensiktsmessig måte.

7. Konklusjon

Tittelen på denne oppgaven er *Grenseløs offentlig kommunikasjon*. Med «grenseløs kommunikasjon» mener Aanestad (2016) at vi må kommunisere uten hindringer som stenger noen ute. Det er også her oppgavens bakteppe universell utforming kommer inn. Mine ambisjoner med denne oppgaven har vært å bidra til å belyse hvilke faktorer som påvirker hvordan man går frem for å kommunisere på en slik måte at det er tilgjengelig for de fleste. Tanken har vært å undersøke hvordan offentlige virksomheter arbeider med nettopp det å unngå at noen blir stengt ute fra å forstå den informasjonen som ligger på virksomhetenes nettsider, derav grenseløs offentlig kommunikasjon.

Forskningsspørsmålet jeg har forsøkt å finne et svar på er:

Hvilke faktorer påvirker hvordan offentlige virksomheter arbeider med å gjøre det kommunikative innholdet på nettsidene sine tilgjengelig for de fleste?

Gjennom intervjuer har jeg identifisert tre hovedkategorier av faktorer som påvirker arbeidet med å gjøre det kommunikative innholdet tilgjengelig for de fleste: rammene virksomhetene har å forholde seg til i utformingen av innholdet, mottakerperspektivet, og det kommunikative innholdet.

7.1. Oppsummering av funn

Faktorene som påvirker hvordan offentlige virksomheter arbeider med å gjøre det kommunikative innholdet på nettsidene tilgjengelig for de fleste er mange. Funnene mine er nok ikke en uttømmende liste, det vil kanskje også variere hvilke faktorer som påvirker ulike virksomheter. Rammene virksomhetene må forholde seg til i utformingen av det kommunikative innholdet består av både interne og eksterne faktorer. Eksterne faktorer som påvirker arbeidet med det kommunikative innholdet er de tekniske løsningene som blir benyttet i utformingen av selve nettsiden, lover og retningslinjer virksomhetene må følge, lesernes forventninger til og tilbakemeldinger på innholdet, samt hvilke(t) språk virksomhetene benytter og har tilgjengelig. Interne faktorer handler både om virksomhetens organisatoriske rammer, men også de ansattes egne rammer. Herunder ligger virksomhetens økonomiske rammer, formål og organisering. I tillegg kommer holdninger til både selve innholdet, mottakerne, universell utforming og til nytteverdi.

Mottakerperspektivet handler om hvordan virksomheten ser på kommunikasjonssituasjonen og mottakeren. Det handler om å identifisere hvem som er målgruppen for nettsidene, og hva målet med innholdet på nettsidene er. I tillegg handler det om nettsidenes tilgjengelighet, med tanke på mottakernes opplevelser av nettstedet. Det vil si brukervennlighet, navigering og struktur. Den siste kategorien er kommunikativt innhold. Med det mener jeg den språklige utformingen, da spesielt klarspråk og multimodal kommunikasjon. I tillegg er det noen av virksomhetene som benytter seg av kompenserende tiltak, slik som egne blogger og sosiale medier-kontoer, der kravene til utformingen av det kommunikative innholdet kanskje ikke er bundet av de samme rammene som hovednettstedet.

Som nevnt i innledningen er tanken å belyse hvilke områder som er godt implementert allerede, og hvilke som ikke er like godt ivaretatt. Funnene tilsier at områder som mottakerperspektivet, da spesielt en bevissthet rundt hvem brukerne er og tekstens funksjon, samt språklig utforming i form av klarspråk, er godt implementert. I tillegg er det fremdeles noe å hente på hvordan virksomhetene tenker rundt det å utforme innhold som kan omfatte de fleste. Her ønsker jeg å trekke frem virksomhetenes tanker og bevissthet omkring multimodal kommunikasjon, som synes å være at multimodalitet hos flere oppfattes som «pynt».

7.2. Avsluttende refleksjon

Det vil nok være mange faktorer som spiller inn på hvordan en virksomhet arbeider med å gjøre innholdet tilgjengelig for de fleste. Jeg ønsker særlig å trekke frem virksomhetens og de ansattes holdninger, samt tankene de ytrer om multimodalitet. Dersom noen ønsker, og ser verdien i mer enn bare penger og ressurser, så kan man klare det, tenker jeg. Det er positivt og bra at respondentene har mye oppmerksomhet rettet mot det å presentere innhold i et mottakerperspektiv. Og det meste av arbeidet dreier seg om klarspråk. Som nevnt i innledningen har språket i det offentlige har vært under lupen i over 60 år, og nå er det kanskje på tide å utvide fokuset noe. Full samfunnsdeltakelse har vært en del av den norske politikken i snart 40 år. Universell utforming har også vært på agendaen de siste 20 årene. Vi har stadige teknologiske utviklinger og nyvinninger. Det burde snart vært en norm at også språklig tilgjengelighet er høyt prioritert. Kanskje vi kan starte med å tenke «klarspråk i utvidet forstand».

7.3. Videre forskning

Gjennom samtalene med respondentene og problemstillinger jeg har støtt på underveis erfarer jeg at det er et stort potensial i videre forskning når det gjelder universelt utformet språk og tilgjengelig kommunikativt innhold på nettsider. Blant annet kan en nærlesning av enkelte tekster/nettsider kunne være nyttig for å se på hva som fungerer eller ikke fungerer når det gjelder å gjøre innholdet tilgjengelig for de fleste. Språkrådet ytret også en tanke om at de savner forskning på hvilke tekster som har best effekt hos brukerne når det gjelder forståelighet og tilgjengelighet – hvordan ser den ideelle best leselige teksten ut?

Et lite sidespor, som også kan være interessant, er å se på hvordan virksomheters kommunikative innhold på nettsidene påvirker omdømmet deres, eller om det i det hele tatt har en innvirkning. En annen diskusjon, som Blanck også nevner i sin bok, er hvordan arbeidet med et tilgjengelig innhold på nett står i forhold til innholdseiernes rettigheter, og tjenesteleverandørene når det kommer til copyright og datasikkerhet, samt personvernet til brukerne. I disse GDPR-tider er kanskje dette et interessant tema å forfølge.

Referanser

- Aanestad, O. (2016). *Grenseløs kommunikasjon*. Hentet fra prprat.no: <https://www.kommunikasjon.no/pr-prat/grenselos-kommunikasjon>
- Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet. (2013a). *Språkprofil*. Hentet fra <http://www.sprakradet.no/upload/Klarspr%C3%A5k/Dokumenter/Spr%C3%A5kprofil%20for%20BLD%202013.pdf>
- Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet. (2013b). *Konvensjon om rettighetene til mennesker med nedsatt funksjonsevne*. Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet. Hentet fra https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/bld/sla/funk/konvensjon_web.pdf
- Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet. (2015). *De 7 prinsippene for universell utforming*. Hentet 6. april, 2018 fra https://www.bufdir.no/uu/Universell_utforming_A_B_C/Universell_utforming_A_B_C/Historikk/DE_7_prinsippene_for_universell_utforming/
- Bergström, B. (2004). *Effektiv visuell kommunikation*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Bezemer, J., & Kress, G. (2016). *Multimodality, Learning and Communication. A social semiotic frame*. London and New York: Routledge.
- Bjørkeng, B. (2013). *Ferdigheter i voksenbefolkningen. Resultater fra den internasjonale undersøkelsen om lese- og tallforståelse (PIAAC)*. Statistisk Sentralbyrå. Hentet fra <https://www.ssb.no/utdanning/artikler-og-publikasjoner/ferdigheter-i-voksenbefolkningen>
- Bjørkeng, B., & Lagerstrøm, B. O. (2014). *Voksnes basisferdigheter - resultater fra PIAAC*. Statistisk sentralbyrå. Hentet fra <https://www.ssb.no/utdanning/artikler-og-publikasjoner/voksnes-basisferdigheter-resultater-fra-piaac>
- Bjørkvall, A. (2009). *Den visuelle teksten. Multimodal analys i praktiken*. Stockholm: Hallgren & Fallgren Studieförlag AB.
- Blakar, R. M. (2006). *Språk er makt*. Oslo: Pax Forlag A/S.
- Blanck, P. (2014). *eQuality: the struggle for web accessibility by persons with cognitive disabilities*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Brudholm, M. (2011). *Læseforståelse. - hvorfor og hvordan?* (2. utg.). København: Akademisk Forlag.
- Brynn, R. (2014, 2. april). *Likeverdig tilgang til det skrevne ord - om tekst og universell utforming*. Hentet fra Universell utforming - tilsyn for universell utforming av IKT:

- <https://uu.difi.no/blogg/2014/04/likeverdige-tilgang-til-det-skrevne-ord-om-tekst-og-universell-utforming>
- Bråten, I. (Red.). (2007). *Leseferdighet. Lesing i kunnskapssamfunnet - teori og praksis*. Oslo: J.W. Cappelens Forlag AS.
- Capito. (u.å.). *Das Gütesiegel für Leicht Lesen*. Hentet 27. november, 2018 fra Capito - Über uns: https://www.capito.eu/de/Angebote/Barrierefreie_Information/capito_Qualitaets-Standard/Guetesiegel_fuer_Leicht_Lesen/
- Center for Universal Design. (2008). *About the center: Ronald L. Mace*. Hentet 20. mars, 2018 fra The Center for Universal Design: https://projects.ncsu.edu/design/cud/about_us/usronmace.htm
- Centre for Excellence in Universal Design. (u.å.). *10 things to know about UD*. Hentet fra Centre for Excellence in Universal Design (NDA): <http://universaldesign.ie/What-is-Universal-Design/The-10-things-to-know-about-UD/>
- Cobley, P., & Schulz, P. J. (2013). Introduction. I P. Cobley, & P. J. Schulz (Red.), *Theories and models of communication* (ss. 1-16). Berlin: De Gruyter Mouton. Hentet fra <https://ebookcentral.proquest.com/lib/agder/detail.action?docID=1108066>.
- Connell, B. R., Jones, M., Mace, R., Mueller, J., Mullick, A., Ostroff, E., . . . Vanderheiden, G. (1997). *The principles of universal design*. Hentet fra The Center for Universal Design: https://projects.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about_ud/udprinciplestext.htm
- Dahle, M., & Ryssevik, J. (2013). *Klart vi kan! - en evaluering av effektene av prosjektet "Klart språk i staten"*. Bergen: Ideas2evidence. Hentet fra <http://www.sprakradet.no/upload/Klarspr%C3%A5k/Dokumenter/Klart%20vi%20kan%21%20Evaluering%20av%20effektene%20av%20prosjektet%20%20C2%ABKlart%20spr%C3%A5k%20i%20staten%C2%BB%202013.pdf>
- Dalen, O. (2009). *Effektiv nettskriving*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Dalen, O., & Rønjum, E. H. (2012). *Slik lykkes du endelig med innhold på nett*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.
- Dalland, O. (2007). *Metode og oppgaveskriving for studenter* (4. utg.). Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Difi. (2017b, 18. aug.). *Oppbygging av WCAG 2.0*. Hentet fra <https://uu.difi.no/krav-og-regelverk/wcag-20-standarden/oppbygging-av-wcag-20#Retningslinje3p1>
- Difi. (2018). *Klart språk*. Hentet 09. april, 2018 fra <https://www.difi.no/fagomrader-og-tjenester/klart-sprak-og-brukerinvolvering/klart-sprak>

- Difi. (2018, 1. november). *Kva seier forskrifta?* Hentet 27. november, 2018 fra Universell utforming. Tilsyn for universell utforming av IKT.: <https://uu.difi.no/krav-og-regelverk/kva-seier-forskrifta#domene>
- Difi. (u.d-a). *Kva er universell utforming?* Hentet 15. mars, 2018 fra Difi: Universell utforming: <https://uu.difi.no/kva-er-universell-utforming>
- Difi. (u.d-b). *WCAG 2.0-standarden*. Hentet 15. mars, 2018 fra Difi: Universell utforming. Tilsyn for universell utforming av ikt.: <https://uu.difi.no/krav-og-regelverk/wcag-20-standarden>
- Difi. (u.d-c). *Fagområder og tjenester: Universell utforming av IKT*. Hentet fra <https://www.difi.no/fagomrader-og-tjenester/universell-utforming>
- Djuve, A. B., Sandbæk, M. L., & Lunde, H. (2011). *Likeverdige tjenester? Storbyens tjenestetilbud til en etnisk mangfoldig befolkning*. FAFO. Hentet fra https://www.fafo.no/media/com_netsukii/20226.pdf
- Dysleksi Norge. (u.d-a). *Fagstoff*. Hentet fra dysleksinorge.no: <http://dysleksinorge.no/fagstoff/>
- Eadie, W. F., & Goret, R. (2013). Theories and models of communication; foundations and heritage. I P. Cobley, & P. J. Schulz (Red.), *Theories and models of communication* (ss. 17-36). Berlin: De Gruyter Mouton.
- Eklund, H. B., & Walstad, K. H. (2018, 22. mars). Klart språk? Joda, men ennå ikke for alle. *Stavanger Aftenblad*. Hentet fra https://www.aftenbladet.no/meninger/debatt/i/ddb6oB/Klart-sprak-Joda_-men-enna-ikke-for-alle
- Engebretsen, M. (1999). Tale - skrift - digital skrift. I M. Engebretsen, & J. Svennevig, *Mediet teller!* (ss. 83-100). Kristiansand: Høgskolen i Agder. Hentet fra http://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2009062304011
- Engebretsen, M. (2002). *Å skrive for skjermen. En innføring i nettjournalistikk*. Kristiansand: IJ-Forlaget.
- Engebretsen, M. (2010). Innledning. Hvorfor og hvordan analyserer vi sammensatte tekster? I M. Engebretsen (Red.), *Skrift/bilde/lyd. Analyse av sammensatte tekster*. (ss. 17-35). Kristiansand: Høyskoleforlaget AS.
- Engebretsen, M. (u.å.). *En skjernet verden. Tekstuelle spørsmål i en digital tid*. Hentet oktober 2018 fra Universitetet i Agder: <https://home.uia.no/martine/skjermet.html>

- FN-Sambandet. (2018, 17. januar). *Konvensjon om rettighetene til mennesker med nedsatt funksjonsevne*. Hentet 27. november, 2018 fra FN-sambandet. United Nations Association of Norway.: <https://www.fn.no/Om-FN/Avtaler/Menneskerettigheter/Konvensjon-om-rettighetene-til-personer-med-nedsatt-funksjonsevne>
- Forskrift om universell utforming av IKT-løsninger. (2017). Forskrift om universell utforming av Informasjons- og kommunikasjonsteknologiske (IKT)-løsninger. Hentet fra https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2013-06-21-732?q=Forskrift%20om%20universell%20utforming%20av*
- Freyhoff, G., Heß, G., Kerr, L., Menzel, E., Tronbacke, B., & Veken, K. V. (1998). *Sag es einfach! Europäische Richtlinien für die Erstellung von leicht lesbaren Informationen für Menschen mit geistiger Behinderung*. Brüssel: Euroäische Vereinigung der ILSMH. Hentet fra http://www.webforall.info/wp-content/uploads/2012/12/EURichtlinie_sag_es_einfach.pdf
- Funka. (2018). *Brukertesting - Kort fortalt, Stavanger kommune*. Funka.
- Funksjonshemmedes Fellesorganisasjon. (u.å.). *Bli kjent med FN-konvensjonen om rettighetene for mennesker med nedsatt funksjonsevne*. Funksjonshemmedes Fellesorganisasjon. Hentet fra http://www.ffe.no/globalassets/rapporter/bli-kjent-med-fn_konvensjonen.pdf
- Hedlund, A. (2006). *Klarspråk lönar sig. Klarspråksarbete i kommuner, landsting och statliga myndigheter*. (Ds 2006:10). Stockholm: Regeringskansliet, Justitiedepartementet.
- Inclusion Europe. (2016). *How to use the European easy-to-read logo?* Hentet 26. november, 2018 fra Make your information accessible!: <https://easy-to-read.eu/european-logo/>
- International Plain Language Federation. (2017, 6. november). *Definitions*. Hentet 20. mars, 2018 fra International Plain Language Federation: <http://www.iplfederation.org/definitions/>
- Klarspråk.no. (u.d-a). *Hva er klarspråk?* Hentet 21. mars, 2018 fra <http://www.sprakradet.no/Klarsprak/om-klarsprak/hva-er-klarsprak/>
- Kress, G., & Leeuwen, T. v. (2001). *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*. London: Hodder Education, part of Hachette UK.
- Kress, G., & Leeuwen, T. v. (2006). *Reading images. The grammar of visual design*. (2. utg.). New York: Routledge.

- KS. (2016). *Klart språk fremmer inkludering*. Hentet fra <http://www.ks.no/fagomrader/utvikling/digitalisering/klart-sprak/klart-sprak-fremmer-inkludering/>
- KS. (2017). *Program for klart språk i kommunesektoren*. Hentet fra <http://www.ks.no/fagomrader/utvikling/digitalisering/digitaliseringsstrategien/nasjonal-e-prosjekter/program-for-klart-sprak-i-kommunesektoren/>
- KS. (2018a). *Klarspråk for alle. - slik skriver vi på kommunen nettsider for at enda flere skal forstå*. Hentet fra http://www.ks.no/contentassets/6fcee95c9cc84479a3df5bbbc4c2f14e/klarsprak---veiledning-a4_f41.pdf?id=101585
- Kvarenes, M., Reksten, T., & Stranger-Thorsen, I. (Red.). (2010). *Klar, men aldri ferdig. En praktisk veileder i klarspråksarbeid*. Oslo: Språkrådet og Direktoratet for forvaltning og IKT.
- Kvåle, G. (2012). *Multimodalt samspill i bildeskriktkomplekser*. (Doktorgradsavhandling). Universitetet i Agder: Kristiansand.
- Larsson, L. (2008). *Tillämpad kommunikationsvetenskap* (3. utg.). Lund: Studentlitteratur.
- Lasswell, H. D. (2006 [1948]). The structure and function of communication in society. I P. Cobley (Red.), *Communication theories. Critical concepts in media and cultural studies*. (ss. 84-95). London: Routledge.
- Lid, I. M. (2013). *Universell utforming. Verdigrunnlag, kunnskap og praksis*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Likestillings- og diskrimineringsloven. (2018). Lov om likestilling og forbud mot diskriminering av 16. juni 2017 nr. 51. Hentet fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2017-06-16-51?q=likestillings-%20og%20diskrimineringsloven>
- Løvland, A. (2007). *På mange måtar: samansette tekstar i skolen*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Mangen, A. (2008). Hva er skjermttekster, og hva gjør de med måten vi leser på? I A. Mangen (Red.), *Lesing på skjerm* (ss. 10-15). Stavanger: Lesesenteret, Universitetet i Stavanger. Hentet fra Lesesenteret : <https://docplayer.me/1644709-Lesing-pa-skjerm-lesesenteret.html>
- Mayer, R. E. (2009). *Multimedia Learning* (2. utg.). New York: Cambridge University Press.
- NAV. (2013a, 06. juni). *Kva er NAV?* Hentet fra [nav.no: https://www.nav.no/no/NAV+og+samfunn/Om+NAV/Fakta+om+NAV/kva-er-nav](https://www.nav.no/no/NAV+og+samfunn/Om+NAV/Fakta+om+NAV/kva-er-nav)

- NAV. (2018). *Hvor lenge kan jeg få foreldrepenger?* Hentet 27. november, 2018 fra nav.no - "Om foreldrepenger": <https://familie.nav.no/om-foreldrepenger>
- NAV. (2018c, 11. september). *Barnetrygd*. Hentet fra nav.no: <https://www.nav.no/no/Person/Familie/Barnetrygd+og+kontantstotte/barnetrygd>
- Norris, P. (2001). *Digital Divide. Civic engagement, information poverty, and the internet worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Norsk regnesentral. (u.d-a). *Lettlest*. Hentet fra <https://www.nr.no/nb/projects/lettlest>
- NTB Arkitektst. (2018). Universelt utformet språk - slik gjør du det. *NTB Arkitektst og Dysleksi Norges frokostseminar 9. januar 2018*. Hentet fra https://www.dropbox.com/s/y9dpca4wo518cme/09.01.18_Universelt%20utformet%20spr%C3%A5k_NTB%20Arkitektst.pdf?dl=0
- OECD. (2000). *Literacy in the Information Age*. Paris: OECD Publications. Hentet fra <http://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/41529765.pdf>
- OECD. (2013). *OECD Skills Outlook 2013: First Results from the Survey of Adult Skills*. OECD Publishing. Hentet fra <http://dx.doi.org/10.1787/9789264204256-en>
- OECD. (2016). *Skills Matter: Further Results from the Survey of Adult Skills*. OECD Skills Studies. Paris: OECD Publishing. Hentet fra <http://dx.doi.org/10.1787/9789264258051-en>
- Pinheiro, E. J. (1994). *New Tools for multimedia development: ScriptX*. Hentet 26. november, 2018 fra <https://www.educause.edu/ir/library/text/CNC9433.txt>
- Regjeringen. (2018, 09. februar). *FN-konvensjonen om rett til menneske med nedsett funksjonsevne (CRPD)*. Hentet fra regjeringen.no: <https://www.regjeringen.no/no/tema/likestilling-og-inkludering/likestilling-og-inkludering/konvensjoner/fn-konvensjonen-om-rettar-til-menneske-med-nedsett-funksjonsevne-crpd/id2426271/>
- Riksdagen. (u.å.). *Hjemmesiden*. Hentet 2018 fra <http://riksdagen.se/>
- Ryen, A. (2002). *Det kvalitative intervjuet. Fra vitenskapsteori til feltarbeid*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Sadoski, M., McTigue, E. M., & Paivio, A. (2012). A Dual Coding Theoretical Model of Decoding in Reading: Subsuming the Laberge and Samuels Model. *Reading Psychology, 33*(5), ss. 465-496. doi:10.1080/02702711.2011.557330
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2012). *Research Methods for Business Students* (6. utg.). Edinburgh: Pearson Education Limited.

- Schwebs, T., & Otnes, H. (2006). *tekst.no. Strukturer og sjangrer i digitale medier*. Oslo: LNU / Cappelen Akademisk Forlag A.S.
- Sebeok, T. A. (2006 [1991]). Communication. I P. Cobley (Red.), *Communication theories. Critical concepts in media and cultural studies* (ss. 43-60). London og New York: Routledge.
- Skjerdal, N. V. (2005). 1 Universell utforming – Fra ideal til rettsnorm [Vedlegg]. *NOU 2005: 8: Likeverd og tilgjengelighet— Rettslig vern mot diskriminering på grunnlag av nedsatt funksjonsevne. Bedret tilgjengelighet for alle*. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2005-8/id390520/sec18>
- Skovholt, K., & Veum, A. (2014). *Tekstanalyse. Ei innføring*. Oslo: Cappelen Damm AS.
- Språkrådet. (2015, 17. des.). *Datatermar*. Hentet fra Språkrådet - terminologi: <https://www.sprakradet.no/Sprakarbeid/Terminologi/datatermliste/>
- Språkrådet. (u.å.-a). *Om oss*. Hentet 14. oktober, 2018 fra Språkrådet.: <https://www.sprakradet.no/Vi-og-vart/Om-oss/>
- Svennevig, J. (2009). *Språklig samhandling. Innføring i kommunikasjonsteori og diskursanalyse*. (2. utg.). Oslo: Landslaget for norskundervisning/Cappelen Damm Akademisk.
- Thagaard, T. (2013). *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode* (4. utg.). Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.
- Tollefsen, M. (2013). *Web og universell utforming*. Oslo: Universitetsforlaget.
- van Leeuwen, T. (2005). *Introducing social semiotics*. London: Routledge.
- W3C. (2011, 26. Sept.). *Retningslinjer for tilgjengelig webinnhold (WCAG) 2.0*. Hentet fra Web Content Accessibility Guidelines - W3C Recommendation: <https://www.w3.org/Translations/WCAG20-no/>
- W3C Web Accessibility Initiative. (2018, 24. mars). *Introduction to Web Accessibility*. Hentet fra W3C Web Accessibility Initiative: <https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-intro/>
- Weaver, W. (2006 [1949]). The Mathematics of communication. I P. Cobley (Red.), *Communication Theories. Critical concepts in media and cultural studies*. (ss. 73-83). London: Routledge.
- Wilkinson, S. (2013). Analysing Focus Group Data. I D. Silverman (Red.), *Qualitative research* (3. utg., ss. 83-98). London: SAGE Publications.

Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., Larsen, L. O., & Moe, H. (2013). *Metodebok for mediefag*. Bergen: Fagbokforlaget.

Österlund, M. (2011). *Så här skriver du lättläst*. Hentet 26. november, 2018 fra <https://www.ll-center.fi/Site/Data/2794/Files/attskriyalattlast-sidor.pdf>

Vedlegg 1 – Svar fra NSD



Gro Renée Rambø
Serviceboks 422
4604 KRISTIANSAND S

Vår dato: 04.04.2018

Vår ref: 59570 / 3 / EPA

Deres dato:

Deres ref:

Vurdering fra NSD Personvernombudet for forskning § 31

Personvernombudet for forskning viser til meldeskjema mottatt 02.03.2018 for prosjektet:

<i>59570</i>	<i>Å gjøre nettsider tilgjengelig og forståelige for de fleste. - en studie om universell utforming og språk</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>Universitetet i Agder, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Gro Renée Rambø</i>
<i>Student</i>	<i>Silje Helen Storvik Rygh</i>

Vurdering

Etter gjennomgang av opplysningene i meldeskjemaet og øvrig dokumentasjon finner vi at prosjektet er meldepliktig og at personopplysningene som blir samlet inn i dette prosjektet er regulert av personopplysningsloven § 31. På den neste siden er vår vurdering av prosjektopplegget slik det er meldt til oss. Du kan nå gå i gang med å behandle personopplysninger.

Vilkår for vår anbefaling

Vår anbefaling forutsetter at du gjennomfører prosjektet i tråd med:

- opplysningene gitt i meldeskjemaet og øvrig dokumentasjon
- vår prosjektvurdering, se side 2
- eventuell korrespondanse med oss

Vi forutsetter at du ikke innhenter sensitive personopplysninger.

Meld fra hvis du gjør vesentlige endringer i prosjektet

Dersom prosjektet endrer seg, kan det være nødvendig å sende inn endringsmelding. På våre nettsider finner du svar på hvilke [endringer](#) du må melde, samt endringskjema.

Opplysninger om prosjektet blir lagt ut på våre nettsider og i Meldingsarkivet

Vi har lagt ut opplysninger om prosjektet på nettsidene våre. Alle våre institusjoner har også tilgang til egne prosjekter i [Meldingsarkivet](#).

Vi tar kontakt om status for behandling av personopplysninger ved prosjektslutt

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

Ved prosjektslutt 01.06.2018 vil vi ta kontakt for å avklare status for behandlingen av personopplysninger.

Se våre nettsider eller ta kontakt dersom du har spørsmål. Vi ønsker lykke til med prosjektet!

Marianne Høgetveit Myhren

Eva J. B. Payne

Kontaktperson: Eva J. B. Payne tlf: 55 58 27 97 / eva.payne@nsd.no

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Silje Helen Storvik Rygh, shrygh16@student.uia.no

Personvernombudet for forskning



Prosjektvurdering - Kommentar

Prosjektnr: 59570

INFORMASJON OG SAMTYKKE

Du har opplyst i meldeskjema at utvalget vil motta skriftlig og muntlig informasjon om prosjektet, og samtykke skriftlig til å delta. Vår vurdering er at informasjonsskrivet til utvalget er godt utformet.

INFORMASJONSSIKKERHET

Personvernombudet forutsetter at du behandler alle data i tråd med Universitetet i Agder sine retningslinjer for datahåndtering og informasjonssikkerhet. Vi legger til grunn at bruk av privat pc er i samsvar med institusjonens retningslinjer.

PUBLISERING

Du har opplyst i meldeskjema at personopplysninger publiseres. Dette kommer tydelig frem i informasjonsskrivet. Personvernombudet har lagt til grunn at du innhenter samtykke fra den enkelte informanten til publiseringen. Vi anbefaler at hver enkelt informant får anledning til å lese og godkjenne sine opplysninger for publisering.

PROSJEKTLUTT OG ANONYMISERING

Prosjektlutt er oppgitt til 01.06.2018. Det fremgår av meldeskjema og informasjonsskriv at du vil anonymisere datamaterialet ved prosjektlutt.

Anonymisering innebærer vanligvis å:

- slette direkte identifiserbare opplysninger som navn, fødselsnummer, koblingsnøkkel
- slette eller omskrive/gruppere indirekte identifiserbare opplysninger som bosted/arbeidssted, alder, kjønn
- slette lydopptak

For en utdypende beskrivelse av anonymisering av personopplysninger, se Datatilsynets veileder:

<https://www.datatilsynet.no/globalassets/global/regelverk-skjema/veiledere/anonymisering-veileder-041115.pdf>

Vedlegg 2 - Semistrukturert intervjuguide

Personene som skal intervjues arbeider med universell utforming av nettsider, eventuelt spesifikt med språkutforming, eller er eksperter eller ressurspersoner når det kommer til universell utforming av nettsider. De arbeider ved, eller er tilknyttet ulike bedrifter/organisasjoner – intervjuguiden er derfor ment å være veiledende. Denne intervjuguiden er et eksempel på hvilke temaer som kan bli tatt opp i et intervju.

Fase 1: Innledning

Her introduserer jeg temaet for prosjektet, og formålet med studien. Informanten vil bli orientert om og bedt om å signere informasjonsskrivet, godkjenning av lydopptak og informeres om at det er mulig å trekke seg når som helst. Målet er at informanten skal bli kjent med meg og studien, og få lyst til å bidra med kunnskap og informasjon.

Fase 2: Innhenting av bakgrunnsinformasjon

Her vil jeg hente inn navn, ansvarsområde, utdanningsbakgrunn, og annen relevant bakgrunnsinformasjon – i tilfelle andre arbeidssteder som har påvirket informantens nåværende arbeid.

Fase 3: Semistrukturert intervju

Denne fasen er den viktigste. Her vil jeg innlede med spørsmål om tanker og bevissthet rundt generell universell utforming av nettsider. Eksempel på spørsmål kan være:

- Hva betyr universell utforming for deg/dere?
- Hvordan går dere frem for å gjøre nettsidene tilgjengelig for flest mulig?
- Hva tenker du/dere er viktigst i den universelle utformingen av nettsidene deres?
- Hvilken brukergruppe tilrettelegger dere hovedsakelig for? Og eventuelt hvorfor akkurat denne/disse gruppen(e)?

I tillegg vil jeg kunne stille spørsmål om oppbygningen av en nettside, med tanke på multimodalitet, plassering av innhold, og samspill mellom tekst og bilde.

Andre spørsmål vil kunne dukke opp som en naturlig respons eller digresjon til svaret fra respondenten. Tanken for meg er å forstå hvordan respondenten og dens kolleger arbeider med og tenker om universell utforming av nettsider.

Videre vil jeg rette spørsmålene mer spesifikt mot universell språklig utforming. Her er tanken å undersøke om det er en egen bevissthet rundt valg av språk og utforming, og eventuelt hvilke brukergrupper man i så tilfelle har i mente ved utformingen. Hos noen vil kanskje universell utforming og språklig utforming være adskilte oppgaver, i så tilfelle ønsker jeg å undersøke hvordan disse områdene blir samkjørt på nettsiden. Eksempel på spørsmål kan være:

- Hva tenker du ligger i universell språklig utforming? Er det noen forskjell på det og universell utforming?
- Hvilken rolle har språk i den universelle utformingen?

- Hvordan arbeider dere med språklig utforming?
- Hvilken målgruppe er språket tilrettelagt for? Og eventuelt hvorfor?
- Hvordan bør språket være for at flest mulig skal kunne bruke nettsiden?
 - o Har du noen eksempler?

Andre spørsmål vil komme som en naturlig respons eller digresjon til svaret fra respondenten. Tanken er å finne ut om universell utforming og universell språklig utforming går hånd i hånd, og hvordan man kan arbeide for at språket skal være inkluderende og tilgjengelig for de fleste.

For ressurspersoner og eksperter vil jeg også kunne spørre om:

- Hva er viktig når det kommer til universell utforming av nettsider?
- Hvilken rolle spiller språket?
- Med universell utforming i bakhodet, hva er ditt generelle inntrykk av norske nettsiders språklige tilgjengelighet i dag?
- Hvordan kan man tilrettelegge for å gjøre en nettside tilgjengelig for flest mulig?

Fase 4: Oppsummering og avslutning

Denne fasen konkluderer intervjuet. Jeg vil her gi en kort oppsummering av det vi har snakket om, slik at jeg er sikker på at jeg har fått med meg de viktigste hovedpunktene. Informanten får da også mulighet til å rette opp uklarheter, og legge til informasjon vedkommende tenker er viktig å legge til.

Helt til slutt vil jeg informere om den videre prosessen i prosjektet, og at jeg vil sende sitater og annen informasjon som brukes i oppgaven til respondenten for godkjenning. Jeg vil også spørre om det er noen andre respondenten mener jeg burde snakket med, og takke for intervjuet.

Vedlegg 3a - Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet, første runde

**«Klarspråk er ikke alltid nok.
– Å gjøre innholdet på nettsider tilgjengelig for de fleste»**

Bakgrunn og formål

Dette er et masterprosjekt ved institutt for nordisk og mediefag ved Universitetet i Agder. Formålet med prosjektet er å undersøke hvordan enkelte store aktører har arbeidet for å gjøre det kommunikative innholdet på nettsider universelt utformet og lettforståelig for de fleste. Tanken er at prosjektet skal gi innspill til koblingen mellom universell utforming og kommunikativt innhold, og hvordan man kan arbeide systematisk med tilgjengeligheten på nettsider. Prosjektet har fokus på leseutfordringer, med tegnspråk som underfokus, og der det faller seg naturlig vil dette inngå i spørsmålene.

Foreløpig forskningsspørsmål:

Hvordan kan det kommunikative innholdet på nettsider gjøres forståelig for flest mulig uten at det blir særløsninger for ulike brukergrupper?

Du er spurt om å delta i denne studien fordi du arbeider med eller har god kunnskap om universell utforming av nettsider eller språklig utforming av innhold.

Hva innebærer deltakelse i studien?

Din deltakelse i studien innebærer at jeg vil intervju deg som en del av datainnsamlingsprosessen. I intervjuet vil jeg snakke om generell universell utforming av nettsider, målgrupper, språk og kommunikasjon. Jeg ønsker å undersøke hvordan du/dere arbeider med universell utforming av nettsider, med et dypere fokus på utforming av kommunikativt innhold. Data som vil brukes om deg i oppgaven er stillingsbeskrivelse, arbeidsområde og virksomhetens navn. Intervjuet blir tatt opp på lydopptak dersom dette godkjennes av deg, i tillegg vil jeg ta notater.

Hva skjer med informasjonen om deg?

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt. Jeg og veileder (Gro-Renée Rambø) er de eneste som vil ha tilgang til identifiserbare personopplysninger, som vil lagres i en passordbeskyttet mappe på min private laptop.

Du står fritt til å bestemme om navnet ditt skal være synlig i det endelige prosjektet. I publikasjonen ønsker jeg å bruke navn på arbeidsstedet og arbeidsområdene til de jeg intervjuer. Dette kan medføre en indirekte identifikasjon. Dersom du ønsker å være anonym vil jeg ta hensyn til det.

Prosjektet skal etter planen avsluttes 01. juni 2018. Notater makuleres og lydopptak slettes umiddelbart etter prosjektslutt.

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.

Dersom du ønsker å delta eller har spørsmål til studien, ta kontakt med Silje Helen S. Rygh, shrygh16@student.uia.no, tlf. 40 20 12 87.

Veileder for prosjektet er Gro-Renée Rambø, gro-renee.rambo@uia.no, tlf. 38 14 21 32.

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, NSD - Norsk senter for forskningsdata AS.

Samtykke til deltakelse i studien

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

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Samtykke til lydopptak

Jeg godkjenner at intervjuet blir tatt opp på lydopptak

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Vedlegg 3b - Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet, andre runde

«Er klarspråk nok? – Om å gjøre innholdet på nettsider tilgjengelig for de fleste»

Bakgrunn og formål

Dette er et masterprosjekt ved institutt for nordisk og mediefag ved Universitetet i Agder.

Formålet med prosjektet er å undersøke hvordan enkelte store aktører har arbeidet for å gjøre det kommunikative innholdet på nettsider universelt utformet og lettforståelig for de fleste. Tanken er at prosjektet skal gi innspill til koblingen mellom universell utforming og kommunikativt innhold, og hvordan man kan arbeide systematisk med tilgjengeligheten på nettsider. Prosjektet har fokus på leseutfordringer, med tegnspråk som underfokus, og der det faller seg naturlig vil dette inngå i spørsmålene.

Foreløpig forskningsspørsmål:

Hvordan arbeider enkelte virksomheter med å gjøre det kommunikative innholdet tilgjengelig for de fleste på nett?

Du er spurt om å delta i denne studien fordi du arbeider med eller har god kunnskap om universell utforming av nettsider eller språklig utforming av innhold.

Hva innebærer deltakelse i studien?

Din deltakelse i studien innebærer at jeg vil intervju deg som en del av datainnsamlingsprosessen. I intervjuet vil jeg snakke om generell universell utforming av nettsider, målgrupper, språk og kommunikasjon. Jeg ønsker å undersøke hvordan du/dere arbeider med universell utforming av nettsider, med et dypere fokus på utforming av kommunikativt innhold. Data som vil brukes om deg i oppgaven er stillingsbeskrivelse, arbeidsområde og virksomhetens navn. Intervjuet blir tatt opp på lydopptak dersom dette godkjennes av deg, i tillegg vil jeg ta notater.

Hva skjer med informasjonen om deg?

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt. Jeg og veileder (Gro-Renée Rambø) er de eneste som vil ha tilgang til identifiserbare personopplysninger, som vil lagres i en passordbeskyttet mappe på min private laptop.

Du står fritt til å bestemme om navnet ditt skal være synlig i det endelige prosjektet. I publikasjonen ønsker jeg å bruke navn på arbeidsstedet og arbeidsområdene til de jeg intervjuer. Dette kan medføre en indirekte identifikasjon. Dersom du ønsker å være anonym vil jeg ta hensyn til det.

Prosjektet skal etter planen avsluttes 03. desember 2018. Notater makuleres og lydopptak slettes umiddelbart etter prosjektslutt.

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.

Dersom du ønsker å delta eller har spørsmål til studien, ta kontakt med Silje Helen S. Rygh, shrygh16@student.uia.no, tlf. 40 20 12 87.

Veileder for prosjektet er Gro-Renée Rambø, gro-renee.rambo@uia.no, tlf. 38 14 21 32.

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, NSD - Norsk senter for forskningsdata AS.

Samtykke til deltakelse i studien

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

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Samtykke til lydopptak

Jeg godkjenner at intervjuet blir tatt opp på lydopptak

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Vedlegg 4 – Bekreftelse på endring fra NSD

Silje Helen Storvik Rygh

Fra: Lise Aasen Haveraaen <Lise.Haveraaen@nsd.no>
Sendt: torsdag 24. mai 2018 08:16
Til: Gro-Renée Rambø; Silje Helen Storvik Rygh
Emne: Prosjektnr: 59570. Å gjøre nettsider tilgjengelig og forståelige for de fleste. - en studie om universell utforming og språk

BEKREFTELSE PÅ ENDRING

Viser til endringsmelding registrert hos personvernombudet 15.05.2018.

Vi har nå registrert at ny dato for prosjektslutt er 31.12.2018. Utvalget informeres om dette.

Personvernombudet forutsetter at prosjektopplegget for øvrig gjennomføres i tråd med det som tidligere er innmeldt, og personvernombudets tilbakemeldinger. Vi vil ta ny kontakt ved prosjektslutt.

Vennlig hilsen

–

Lise Aasen Haveraaen
Seniorrådgiver | Senior Adviser
Seksjon for personverntjenester | Data Protection Services
T: (+47) 55 58 21 19

NSD – Norsk senter for forskningsdata AS | NSD – Norwegian Centre for Research Data
[Harald Hårfagres gate 29, NO-5007 Bergen](https://www.nsd.no)
T: (+47) 55 58 21 17
postmottak@nsd.no www.nsd.no

Vedlegg 5 Intervjuoversikt

Her følger en oversikt over tidspunkter for intervjuene, samt respondentenes stillingstitler.

Virksomhet	Stillingstittel	Dato	Type intervju	Kode
Statens pensjonskasse	Nettredaktør	25. april 2018	Gruppe	SPK1
Statens pensjonskasse	Kommunikasjonsrådgiver	25. april 2018	Gruppe	SPK2
NAV	Seksjonsleder for kanalseksjonen	03. mai 2108	Individuelt	NAV
Stavanger kommune	Nettredaktør	08. mai 2018	Individuelt	STV1
Stavanger kommune	Spesialrådgiver	09. mai 2018	Individuelt	STV2
Jehovas Vitne	Ansatt, oversettelsesavdelingen	16. mai 2018	Individuelt (Skype)	JV
Språkrådet	Nettredaktør, sprakradet.no	12. oktober 2018	Individuelt	SPRAK1
Språkrådet	Nettredaktør, klarsprak.no	16. oktober 2018	Individuelt	SPRAK2
NTB Arkitekst	Språkkonsulent	17. oktober 2018	Individuelt	NTB

