

Brukerinvolvering som verktøy for å forbedre brukeropplevelsen av personvernsinformasjon for digitale tjenester

Eivind Thorsen

Master i Interaksjonsdesign

Innlevert: desember 2017

Hovedveileder: Frode Volden, ID

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Institutt for design

Sammendrag

Sammen med den stadig økte utbredelsen av internett i hverdagen i den vestlige verden, dukker det stadig opp flere digitale tjenester som tar opp mye av tiden vår. Disse tjenestene forsyner seg i større og større grad av personlige opplysninger, som hvor man befinner seg, søkehistorikk, og annen informasjon som man velger å dele. Samtidig blir brukervilkårene og personvernserklæringene for slike tjenester bare lengre og mer utilgjengelige for hver dag som går.

Det er tendenser til at brukernes personvern er under stadig større trussel, likevel, er det svært få som faktisk leser brukervilkår eller personvernserklæringen når de registrerer seg for nye tjenester. Forskning viser nemlig at betydelige antall brukere av digitale tjenester aldri leser slike vilkår^{1,2}.

Denne studien undersøker hvilke problemer som eksisterer i brukervilkår og personvernserklæringer og måten disse er integrert i registreringsprosessen på digitale tjenester. Gjennom fokusgrupper ble brukere invitert til å diskutere problemene, samt hvorfor de oppstår. Videre undersøkte studien hvordan de identifiserte problemene kunne løses gjennom å involvere brukerne i designprosessen, og tillot brukerne å utforme konseptuelle løsninger på problemene. I tillegg ble det gjennomført brukertesting for å sammenligne disse løsningene med en ordinær personvernserklæring for å undersøke om brukerinvolvering hadde en signifikant effekt på brukeropplevelsen av å bli informert om personvern i registreringsprosessen.

Ved å involvere brukerne i fokusgrupper og gjennom å bruke metoder for innovasjon som Gamestorming³, har denne oppgaven sett på utfordringene og potensielle løsninger knyttet til problematikken rundt brukervilkår og personvernsinformasjon slik den forekommer i dag. Resultatene fra brukerinvolveringen viser at spesielt mengden tekst som presenteres om gangen, virker å være problematisk for brukerne. I tillegg var det tydelige tendenser til at brukerne savnet visuell støtte for å navigere i disse dokumentene. Videre viser en parret T-test analyse av resultatene fra brukertesting at brukerinvolvering i designprosessen trolig har hatt en positiv effekt på brukeropplevelsen i sin helhet. Det var også tydelige tendenser til forbedring spesifikt for hvordan det opplevdes å finne informasjon, forstå informasjonen, og hvor brukervennlig løsningen var.

Abstract

Together with the ever-increasing extent that the internet is dominating western lives, more and more digital services are being created and take up a huge part of our everyday lives. These services often collect a lot of personal data, such as your location, your search history, or other information that you may have chosen to share. At the same time, the privacy policies for these services are growing longer, and are becoming more inaccessible for each day passing.

There are tendencies that the threat levels for users' privacy are growing. Still, research shows that a huge number of users never read privacy policies, terms of service, or other similar legal agreements, when they sign up for new services^{1,2}.

This study explores which issues exist in privacy policies, end-user license agreements, and similar documents, and the way these are integrated in the registration process for digital services. By utilizing focus groups, users were invited to identify the most important issues, and discuss why these issues exist. Furthermore, the study explored how the identified issues could be solved, through involving users in the design process, and allowed users to create conceptual solutions for the issues. Additionally, user testing was conducted to compare the user-generated solutions with a traditional privacy policy. This provided information to explore if user-involvement in the design process, can have a significant effect on the user experience of being informed about privacy during the registration process.

By involving users in focus groups, and by using methods for innovation, such as Gamestorming³, this study has explored challenges and potential solutions to the problem domain of privacy policies and privacy information given their current design and structure.

The results from the user-involvement shows that especially the amounts of text that is shown simultaneously, seems to be problematic for the users. It was also apparent that users wanted more visual elements such as icons or symbols to support navigation through all the information. Furthermore, a paired T test analysis of the results from the user testing shows that user involvement in the design process likely had a positive effect on the user experience as a whole. There were also clear tendencies of improvement specifically for how the users experienced finding information, understanding the information, and how user friendly the solution was.

Forord

Jeg vil gjerne takke min veileder Frode Volden for gode råd og hjelp når det trengtes som mest. Spesielt en stor takk for hjelpen med analysearbeidet. Jeg ønsker også å vise min takknemlighet overfor Ole E. Wattne for god hjelp med planlegging av oppgaven, og for å styre meg på rett vei.

Jeg vil også takke alle som deltok i forskningsprosjektet. Uten dere hadde det ikke blitt noen masteroppgave.

Videre vil jeg takke familien min for støtten jeg fikk da jeg trengte det som mest.

Til slutt ønsker jeg å takke mine venner, spesielt mine studentkollegaer ved NTNU Gjøvik, som jeg har hatt gleden av å oppleve mye morsomt med og lært mye av. Det har vært noen flotte år som jeg vil ta med meg videre i livet.

Gjøvik 15.10.2017

Eivind Blomfeldt Thorsen

Innholdsfortegnelse

Sammendrag	I
Abstract	II
Forord	III
1 Introduksjon	1
1.1 <i>Forskningsspørsmål</i>	3
2 Bakgrunn	4
2.1 <i>Personvern</i>	4
2.2 <i>Psykologi</i>	4
2.2.1 <i>Konsentrasjonsevne og arbeidsminne</i>	4
2.2.2 <i>Processing fluency</i>	4
2.3 <i>Brukersentret design</i>	4
3 Metode	6
3.1 <i>Forskningsdesign</i>	6
3.2 <i>Brukerinvolvering</i>	6
3.2.1 <i>Fokusgruppe</i>	6
3.2.2 <i>Gamestorming</i>	7
3.2.3 <i>Deltakere</i>	8
3.3 <i>Konseptutvikling</i>	9
3.3.1 <i>Analyse av resultatene fra brukerinvolvering</i>	9
3.3.2 <i>Utforming av prototype</i>	10
3.4 <i>Brukertesting</i>	10
3.4.1 <i>Pilottesting</i>	10
3.4.2 <i>Brukertest</i>	11
3.4.3 <i>Deltakere</i>	12
3.5 <i>Måling av effekten av brukerinvolvering</i>	12
3.6 <i>Etiske og juridiske hensyn</i>	12
4 Resultater	14
4.1 <i>Brukerinvolvering</i>	14
4.1.1 <i>Identifiserte holdninger og problemområder</i>	14

4.1.2	Idéer	15
4.1.3	Konsepter	17
4.2	<i>Brukertesting</i>	22
4.2.1	Prototype	23
4.2.2	Testscenario 1	24
4.2.3	Testscenario 2	27
4.2.4	Sammenligning av scenario 1 og 2	29
4.2.5	Intervju	33
5	Diskusjon	35
5.4	<i>Metodebruk</i>	35
5.4.1	Brukerinvolvering	35
5.4.2	Brukertesting	36
5.4.3	Validitet	37
6	Konklusjon	37
6.1	<i>Anbefaling for videre forskning</i>	37
7	Bibliografi	38
8	Vedlegg	39
8.1	<i>Vedlegg A: Informert samtykke (Fokusgruppe/Gamestorming)</i>	39
8.2	<i>Vedlegg B: Informert samtykke (brukertesting)</i>	40
8.3	<i>Vedlegg C: Spørreskjema for brukertesting (Scenario 1 og 2)</i>	41
8.4	<i>Vedlegg D: Notatskjema (Brukertest)</i>	44
8.5	<i>Vedlegg E: Guide for gjennomføring av fokusgruppe og gamestorming</i>	46
	Workshop guide	46

Figur 4-1 – Liste over individuelt genererte idéer	17
Figur 4-2 – Utdrag fra presentasjon av konsept 1	19
Figur 4-3 – Utdrag fra presentasjon av konsept 2	20
Figur 4-4 – Utdrag fra presentasjon av konsept 3	21
Figur 4-5 – Utdrag fra presentasjon av konsept 4	22
Figur 4-6 – Prototypen - Konseptet.....	24
Figur 4-7 – Prototypen - personvernserklæringen.	25
Figur 4-8 - Svarfordeling for spørreskjema om personvernserklæringen i prototypen.....	26
Figur 4-9 – Prototypen - Brukervilkårssiden.....	27
Figur 4-10 - Svarfordeling for spørreskjema om brukervilkårssiden i prototypen	28
Figur 4-11 – Graf som viser gjennomsnittssvar og konfidensintervall per spørsmål.....	30
Figur 4-12 – Graf som viser gjennomsnittlig total sum og konfidensintervall per deltaker	31
Figur 4-13 - Resultater fra paret T -test - Sammenligning av resultatene fra testscenario 1 og testscenario 2	32

1 Introduksjon

Med utbredelsen av sosiale medier de siste 10-15 årene, har det fulgt et økt problem rundt personvern, og brukeres evne til å ta vare på egne data på nett. Med nye tjenester, følger nye konsepter for hvordan man kan dele hverdagen sin med andre brukere på nettet. Mange ender opp med å dele mye informasjon om seg selv på nettet i dag. Senest i desember i år (2017) har det vært snakk om at USA ønsker innsyn i data som lagres av amerikanske selskaper, uavhengig av hvor dataene er lagret, og hvem de tilhører⁴. Dette er et eksempel på trusler mot norske privatpersoners personvern som mange nok ikke er klar over eller tenker over.

Problemet for mange er at de ikke vet hva som skjer med all informasjonen som lagres om dem. Det kan være flere årsaker til det, men det er et kjent problem at få brukere leser eller har den juridiske kompetansen til å forstå personvernserklæringer^{1,2}, brukervilkår, eller annen personvernsinformasjon som blir gitt til dem i det de registrer seg på en ny tjeneste.

Det har i de senere årene vært et fokus på å gjøre personvernsinformasjonen mer tilgjengelig for folk. Et fokuspunkt har vært å gjøre språket som brukes i personvernserklæringer og brukervilkår mer tydelig, og med et språk som er forståelig for mannen på gata. Dette kalles for klarspråk. I Norge driver DIFI og Språkrådet et prosjekt for klarere lovspråk som er en del av prosjektet klarere språk i staten. Noe av motivasjonen bak prosjektet er at de i en undersøkelse fra 2009⁵ fant ut at over 34 prosent fra et representativt utvalg var uenige i at «offentlige myndigheter skriver klart og forståelig». Noen av de utfordringene som trekkes frem er dårlig prioritering av klart språk, kultur og tradisjon, tidspress, og bruk av faguttrykk⁵. Men det er klare begrensninger i hvor mye man kan gjøre med slike tekster. En personvernserklæring er et juridisk dokument, og må derfor tilpasses flere begrensende kriterier. I følge V. Stepanova, må slike dokumenter utformes klart og tydelig, samt oppfylle følgende kriterier⁶:

- De inneholder viktig informasjon knyttet til juss
- De utformes underveis i juridiske prosesser;
- De utformes basert på lover og regler, samt basert på bedriftens formål og standpunkter
- De er utformet innenfor reglementet utstedt av myndighetene
- De spesifiserer konsekvenser som kan opprettholdes av myndighetene, gjerne av obligatorisk eller bindende natur

- De må utformes etter utformingskravene som stilles av myndighetene (struktur, detaljer, og språk)
- De skal kunne presenteres i både papir og elektronisk form
- De bidrar til å kunne regulere informasjon og samfunnskontakten (bedre kjent som PR eller «public relations»), gjennom økt stabilitet og å fremstå med en bæredyktig karakter

Med bakgrunn i denne informasjonen, kan det være av interesse å flytte fokuset litt. Det gjøres allerede mye med språket og innholdet i disse dokumentene, uten at det tilsynelatende har særlig effekt. Det har så langt ikke vært gjort særlig brukersentrerte studier av hvordan personvernsinformasjonen forekommer i selve registreringsprosessen, man har vært opptatt av å forbedre språket og innholdet i selve dokumentet. Ser man på tallene^{1,2}, ser man at flertallet av brukere av digitale tjenester aldri engang åpner personvernserklæringen, og ville i teorien ikke ha merket forbedringer uansett.

Dette studiet ønsker å undersøke hvordan brukeres forhold til personvernsinformasjon kan forbedres gjennom brukersentrerte metoder, med spesielt fokus på å involvere brukerne i alle faser av utformingen av hvordan personvernsinformasjonen skal presenteres. Gjennom å la brukerne selv utforme personvernsinformasjonen, ønsker studiet å undersøke om dette kan ha en positiv effekt på brukeropplevelsen for nye brukere ved digitale tjenester.

Studiet bidrar til dette gjennom å identifisere problemområder ved personvernserklæringer og personvernsinformasjon, samt å utvikle et konsept basert på involvering av brukerne i designprosessen, og til slutt å teste konseptet for å undersøke om det er en signifikant positiv forskjell i brukeropplevelsen ved konseptet, sammenlignet mot vanlige personvernserklæringer.

1.1 Forskningsspørsmål

Studiet baserer seg på følgende forskningsspørsmål:

1. Hvilke problemer eksisterer rundt brukeropplevelsen av brukervilkår og personvernserklæringer slik de forekommer for digitale tjenester ved brukerregistrering?
2. Hvordan kan brukerinvolvering bidra til å forbedre måten brukervilkår og personvernserklæringer presenteres på?
3. Kan brukerinvolvering bidra til å oppnå en forbedret brukeropplevelse når brukerne presenteres for informasjon om personvern før de registrer seg på en digital tjeneste?

H₀: Det er ingen signifikant forskjell mellom den målte brukeropplevelsen til en personvernserklæring og den målte brukeropplevelsen til et konsept for presentasjon av personvernsinformasjon som er basert på brukerinvolvering i designprosessen

H₁: Det er en signifikant forskjell mellom den målte brukeropplevelsen til en personvernserklæring og den målte brukeropplevelsen til et konsept for presentasjon av personvernsinformasjon som er basert på brukerinvolvering i designprosessen

Nøkkelord

Brukersentrert design, Empiriske studier innen HCI, Brukerinvolvering, Brukerstudier

2 Bakgrunn

2.1 Personvern

Brukere har de senere årene blitt mer klar over og bekymret for personvernetrusler. De fleste brukere av sosiale medier kritiserer jevnlig de største aktørene for å ha alt for komplekse personvernsinnstillinger. Personvernsinnstillingene er ofte vanskelige å forstå, krever mye tid og manuell konfigurering, og tillater ikke tilstrekkelig personvernshåndtering. For eksempel har Facebook alene 61 forskjellige personvernsinnstillinger. Dette gjør at de fleste brukerne ikke takler å justere innstillingen i sosiale medier, noe som har ført til flere tilfeller av nettmobbing og folk som mister jobben.

2.2 Psykologi

2.2.1 Konsentrasjonsevne og arbeidsminne

Noe av utfordringen mennesker har er en begrenset oppmerksomhetsevne. Oppmerksomheten er selektiv og svært fokusert⁷, og har en begrenset kapasitet. Kapasiteten til oppmerksomheten er det som kalles for arbeidsminne⁷. Når du mister noe fra arbeidsminnet så er det tilsvarende å glemme hva du holdt på med, for eksempel når du åpner kjøleskapet og glemmer hva du skulle ta ut. Et annet og mer relevant eksempel er når man søker på noe på nettet og etter hvert som man blar over søkeresultatene så glemmer man hva man hadde søkt etter⁷.

2.2.2 Processing fluency

Processing fluency eller prosesseringsflyt på norsk defineres som hvor enkelt informasjon flyter gjennom det kognitive systemet^{8,9}. Denne enkelheten er positiv ettersom at informasjon som er lett å forstå oppfattes som positivt⁸.

2.3 Brukersentret design

Brukersentrert design er en metode for å utvikle produkter som fokuserer på sluttbrukerne. Teorien bak brukersentrert design er at produktet skal tilpasses brukeren og ikke omvendt. Dette oppnås gjennom et konstant fokus på brukeren gjennom teknikker, prosesser, og metoder som brukes gjennom produktets livssyklus¹⁰. Noe som ofte vektlegges i brukersentrert design metodikk er å forsøke å svare på de riktige spørsmålene. Hva trenger brukeren? Hvordan tenker brukeren om produktet? Hva slags språk og terminologi bruker brukeren når han diskuterer produktet? Hvilke utfordringer ser brukerne, og hva irriterer dem?

Brukersentrert forskning handler om å forstå hvordan folk tenker, hvorfor de oppfører seg som de gjør, og hvordan de ønsker å føle seg ved møtet med produktet¹⁰.

3 Metode

I dette kapittelet presenteres metodene som er brukt for å besvare forskningsspørsmålene. Metodene er fordelt på delkapitlene 3.1 Forskningsdesign, 3.2 Brukerinvolvering, 3.3 Konseptutvikling, 3.4 Brukertesting, 3.5 Måling av effekten av brukerinvolvering, og 3.6 Etiske og juridiske hensyn.

3.1 Forskningsdesign

For å kunne effektivt besvare forskningsspørsmålet om brukerinvolvering kan bidra til å oppnå en forbedret brukeropplevelse når brukerne presenteres for informasjon om personvern, ble det tatt i bruk et overordnet forskningsdesign basert på metoden utforskende design. Et utforskende forskningsdesign består ofte av to faser, der den første er kvalitativ, hvor man undersøker karakteristikk eller problemer knyttet til temaet for forskningsarbeidet¹¹. Dette fungerer som regel som en base for å utforme en hypotese. Deretter bruker fase to en mer kvantitativ undersøkelse for å teste denne hypotesen¹¹. Fase en tilsvarer brukerinvolvering i studiet, mens fase to tilsvarer brukertesting.

3.2 Brukerinvolvering

3.2.1 Fokusgruppe

Et av formålene med å utføre brukerinvolvering, var å avdekke holdninger blant brukerne som deltok. Dette ble gjort for å kunne svare på forskningsspørsmålet som omhandler problemområder knyttet til brukervilkår og personvern slik de forekommer underveis i registreringsprosessen for digitale tjenester. For å avdekke disse problemområdene ble det utført en kort fokusgruppe i starten av hver brukerinvolveringsøkt. En fokusgruppe ble regnet som et egnet verktøy, ettersom at det kan brukes for å forstå hvordan en gruppe tenker og snakker om et emne^{10, 12}.

Fokusgrupper som metode tillater også en naturlig samtale mellom deltakerne og skaper diskusjon som kan føre til nye idéer^{10, 13}. Ettersom at formålet med å involvere brukerne var å bygge et nytt konsept basert på deltakernes idéer, ble fokusgrupper regnet som et godt startpunkt som kunne få tankeprosessen i gang hos deltakerne og lede videre til en idémyldringsprosess. Det var viktig at brukerne selv hadde en forståelse for problemdomenet, og at de hadde et grunnlag for å komme opp med idéer.

3.2.2 Gamestorming

For å involvere brukerne i prosessen med å forbedre brukervilkår, ble det gjennomført en øvelse kalt Gamestorming. Gamestorming er ett samlingsbegrep skapt av Gray, Brown, og Macanuso. Begrepet innebærer ulike metoder som er skapt for å løse innviklede problemer, gjennom å få folk til å samarbeide i ulike praktiske øvelser³. Kort fortalt er det snakk om øvelser som er utformet som en slags seriøs lek eller spillverden. Gamestorming består hovedsakelig av tre ulike steg: Åpning, utforskning, og lukking³.

Åpning handler om å etablere konteksten for øvelsen, samt å få tankeprosessen i gang hos folk. Her er det viktig å få i gang idémyldringen og få utforsket potensielle muligheter og idéer på en åpen og uforpliktende måte³.

Utforskning handler om å bruke informasjonen som ble samlet inn gjennom åpningsfasen til å utforske mulighetene som eksisterer. Dette gjøres gjennom å eksperimentere, se etter mønstre, sortere og kategorisere informasjonen, og å utvikle og teste konsepter³.

Lukking handler om å dra slutninger og konklusjoner om hvordan det kan være gunstig å handle basert på informasjonen som ble samlet inn under åpnings- og utforskningsfasene. Her vektlegges det å vurdere idéer og informasjon på en kritisk måte, for å undersøke hva som er realistisk, og hvilke idéer som har størst potensiale³.

For å kunne besvare forskningsspørsmålet om hvordan brukerinvolvering kan bidra til å forbedre måten brukervilkår og personvernserklæringer presenteres på, ble det tatt utgangspunkt i en gamestorming metode kalt 3-12-3 Brainstorm. 3-12-3 Brainstorm er en metode for idémyldring som bruker tidspress for å hindre deltakerne fra å være selvkritiske, og for å fremme spontane idéer³. Metoden består av tre deler, hvor deltakerne først skal skrive ned karakteristikker ved emnet som utforskes, deretter skal de samarbeide i par for å utvikle et konsept som skal presenteres til resten av deltakerne. Til slutt presenteres konseptene, før deltakerne reflekterer og gir tilbakemeldinger på hverandres konsepter³.

Grunnlaget for at denne metoden ble brukt, var at selv om at den defineres som en metode for åpning, ble det vurdert at den kunne fungere for åpning, utforskning, og lukking i samme øvelse. Denne vurderingen baserte seg på tidligere erfaringer. Videre, var det av interesse å bruke en øvelse som tillot deltakerne å utforme konsepter selv, for å få konkrete resultater av brukerinvolveringen. Hensikten med dette var å senere kunne teste resultatene for å se om brukerinvolveringen hadde hatt en effekt.

Gjennom å tilføre et ekstra steg, hvor deltakerne kategoriserer idéene, kunne idéene utforskes i større detalj. Dette steget ble gjennomført etter idémyldringen var ferdig, og før konseptutviklingen startet. Kategoriseringen baserte seg i stor grad på en metode kalt «card-sorting» eller kortsortering. Fordelen med kortsortering er at det egner seg for å kartlegge den mentale modellen til brukerne, slik at systemet kan tilpasses denne^{13, 14}. Dette gjorde det mulig å tilpasse den konseptuelle løsningen slik at den i større grad passet brukernes mentale modell.

3.2.3 Deltakere

På bakgrunn av forskningsspørsmålet som ønsker å undersøke problemer rundt brukervilkår og personvernserklæringer for digitale tjenester, var det viktig å rekruttere deltakere til brukerinvolvering som var erfarne brukere av slike tjenester. For å kunne dekke mest mulig av denne brukergruppen, ble det tatt i bruk målrettet utvelgelse for å rekruttere deltakere som tilhørte ulike aldersgrupper i brukergruppen. Fordelen med målrettet utvelgelse, og også grunnlaget for at det ble tatt i bruk, er at det vektlegger å rekruttere deltakere som er «typiske» for en gruppe, og at det bygger et grunnlag for å forstå ulike perspektiver på et problem¹¹.

Det ble rekruttert to grupper med tre ulike aldersgrupper til brukerinvolveringen. I den første gruppen ble det valgt å rekruttere deltakere i aldersgruppen 21-29. I den andre gruppen var det deltakere i aldersgruppen 30-35 og deltakere i aldersgruppen 55-65. Disse aldersgruppene ble valgt ettersom de var lett tilgjengelig gjennom bekjentskap, samt at de ble vurdert til å kunne ha ulike erfaringer.

For å kunne sikre gjennomførbarhet av brukerinvolveringen med de ressursene som var til rådighet, ble det bestemt å rekruttere 4 deltakere per brukerinvolveringsøkt. Optimal størrelse på utvalget varierer for ulike brukerinvolveringsmetoder. For eksempel foreslår Baxter, Courage, & Caine at minimum antall deltakere ved gjennomføring av en fokusgruppe bør være 4 deltakere, og at det optimalt bør være mellom 6-8 deltakere per fokusgruppe¹⁰. På bakgrunn av dette, ble det bestemt at 4 deltakere per brukerinvolveringsøkt ville være tilstrekkelig, til tross for at dette ikke var optimalt. Grunnlaget for at det ikke ble involvert 6 eller 8 deltakere var for å kunne tilstrekkelig observere deltakerne under den delen av brukerinvolveringen som gikk på konseptutvikling. Det ble gjort en vurdering på at det ville være hensiktsmessig å fokusere på 4 deltakere, enn å følge 6-8 deltakere i mindre detalj. Det skal riktignok nevnes at Baxter, Courage, & Caine også påpeker at det bør gjennomføres 3-4

fokusgrupper per brukertype¹⁰. Dette ble ikke gjort, da det ble vurdert til å være for ressurskrevende. Det ble forsøkt å avholde totalt 3 brukerinvolveringsøkter, men kun 2 ble gjennomført (les mer i kapittel 5.4.1)

- Utvalg
 - Purposive sampling – 2 grupper – en med interaksjonsdesignstudenter, en med «vanlige» brukere i annen aldersgruppe
- Kvalitativt forskningsdesign
 - Fordeler
- Fokusgruppe
 - Informasjonsinnsamling
 - Diskusjon rundt tema
- Workshop
 - Gamestorming

3.3 Konseptutvikling

3.3.1 Analyse av resultatene fra brukerinvolvering

For å kunne besvare forskningsspørsmålet om brukerinvolvering kan bidra til å oppnå en forbedret brukeropplevelse når brukerne presenteres for informasjon om personvern før de registrer seg på en digital tjeneste, ble all informasjonen som ble innhentet gjennom brukerinvolveringen analysert. Hensikten med analysen var å forsøke å bygge en forståelse av hvilke problemer som deltakerne mente var viktigst, og hvilke idéer og løsninger de mente var best for å løse disse problemene.

Noe av utfordringen med kvalitative studier med få deltakere er hvordan man kan sikre at informasjonen kan generaliseres til andre brukere og brukergrupper. Det er derfor viktig å sikre flere datakilder, slik at man kan sammenligne disse opp mot hverandre for å sikre validiteten til informasjonen som samles inn, og unngår subjektive tolkninger av informasjonen¹². På grunnlag av dette, ble det gjort lydopptak (som ble transkribert og anonymisert), observasjon, og i tillegg ble de genererte idéene og konseptene tatt vare på. Disse ulike datakildene ble deretter sammenlignet opp mot hverandre for å finne mønster, sammenhenger, og hvilke problemområder deltakerne oppfattet som viktigst.

For å analysere resultatene av fokusgruppen ble det tatt i bruk en metode for kvalitativ dataanalyse kalt «Content analysis», eller innholdsanalyse. En innholdsanalyse bygger på

strukturen i svarene avgitt av deltakerne, og baserer seg på at disse svarene gir innsikt i hva som er viktig for deltakerne og hvorfor¹².

Gamestorming-delen ble analysert ved hjelp av den kategoriseringen som ble gjort underveis. Her ble det fokusert på kvantiteten av like eller liknende idéer som forekom under idémyldringen, samt tydelige likhetstrekk i konseptene. I tillegg, ble presentasjonene og kommentarene fra deltakerne tatt høyde for, og sammenlignet opp mot de kategoriserte idéene.

3.3.2 Utforming av prototype

Etter at analysen av brukerinvolveringen var gjennomført, var det tydelig hva konseptet som skulle testes innebar. Det ble derfor utformet et testscenario (testscenario 2) rett etter at analysen var ferdig, for å sikre at dette inneholdt de mest sentrale funnene fra brukerinvolveringen. I tillegg ble det utformet et testscenario (testscenario 1) som skulle fungere som sammenligningsgrunnlag. Dette tok utgangspunkt i en normalt utformet personvernserklæring. Det ble også utformet et testscenario til (testscenario 3) som skulle teste hvordan brukerne responderte på å bli gitt reelle valgmuligheter ved registrering for digitale tjenester.

Deretter ble det utformet skisser for hånd. Disse baserte seg på konseptet og dekket kun de visningene som var aktuelle for testscenarioene. Dette var fordelaktig for å unngå forvirring og unødvendig ressursbruk.

Utformingen av prototypen baserte seg i stor grad på analysen av resultatene fra brukerinvolveringen og skissene. I tillegg var det viktig at prototypen skulle være utformet som en digital tjeneste, og den ble derfor utformet som et nettsted. Det ble fokusert på at det skulle ligne en digital tjeneste mange bruker, spesielt når det gjaldt plassering av elementer på siden. Det ble derfor valgt å ta utgangspunkt i Facebook sine nettsider ved utformingen av prototypen. Disse grepene ble gjort for å bidra til at testdeltakerne fokuserte mer på brukeropplevelsen, og ikke så mye på brukbarhetsfeil, eller det visuelle rammeverket.

3.4 Brukertesting

3.4.1 Pilottesting

Før brukertesting ble gjennomført, ble det utført en pilottest. En pilottest er en slags prøvekjøring av brukertesting, og er en sentral del av brukersentrert forskning¹⁰. Formålet med å kjøre pilottesten var å sjekke at testoppsettet var i orden, og at alle testscenarioene var

gjennomførbare. I tillegg var det av interesse å se etter brukbarhetsfeil, for å fikse opp i unødvendige feil før brukertesting startet.

3.4.2 Brukertest

For å kunne svare på forskningsspørsmålet om brukerinvolvering kan bidra til å oppnå en forbedret brukeropplevelse når brukerne presenteres for informasjon om personvern, samt for å forsøke å forkaste nullhypotesen, ble det gjennomført brukertesting. For å gjennomføre brukertesting, ble det brukt et såkalt sammenligningstest¹⁵. En sammenligningstest er et fleksibelt testverktøy som kan brukes på alle stadier av en brukersentrert prosess. For eksempel kan det brukes til å sammenligne designelementer, ulike grensesnittstiler, eller ulike helhetlige design. En fordel med sammenligningstesting er at det tillater vitenskapelig sammenligning, dersom alternativene som sammenlignes kun varierer på en dimensjon¹⁵. Dette ble vurdert til å være viktig for å kunne svare på forskningsspørsmålet, og for å kunne danne et sammenligningsgrunnlag mellom testscenario 1 og 2. Testscenario 3 var ikke direkte sammenlignbart med de andre scenarioene, og det ble derfor utelukket fra sammenligningen, men ble ellers gjennomført på samme måte.

For å kunne teste forskjeller i brukeropplevelsen, ble de Peter Morville's 7 fasetter for brukeropplevelse¹⁶ benyttet for å utforme avhengige variabler som skulle testes opp mot testscenario 1 og 2. De 7 fasettene for brukeropplevelse er ulike kvaliteter som kan brukes for å vurdere hvor god en brukeropplevelse er¹⁶. Det ble valgt å fokusere på 5 av fasettene, da de ble regnet som mulige å teste, samt relevante for omfanget til brukertesten. Disse var nyttig, brukervennlig, visuelt tilfredsstillende, finne frem, og troverdig. I tillegg ble det testet hvor enkelt det var å forstå informasjonen, da det kom frem i brukerinvolveringen at det var et sentralt problemområde.

Disse faktorene ble målt ved hjelp av at deltakerne vurderte hver faktor på en likert-skala. En likert-skala er en skala som brukes til å måle hvor enig eller uenig testdeltakerne er i en påstand¹⁵. Skalaen som ble brukt i testen var fra verdien 1 til 5, hvor 1 er «Ikke i det hele tatt», 2 er «Lite», 3 er «Middels», 4 er «Ganske», og 5 er «Veldig».

Etter testingen av scenarioene var gjennomført, ble det gjennomført et kort kvalitativt intervju, hvor testdeltakerne ble spurt om hvordan de opplevde testscenario 2 og 3, samt om de trodde at slike løsninger ville ha påvirket hvordan de forholdt seg til personvern, dersom slike løsninger var standard eller vanlig utbredt.

3.4.3 Deltakere

For å rekruttere deltakere ble metoden bekvemmelighetsutvalg tatt i bruk.

Bekvemmelighetsutvalg er når man rekrutterer deltakere uten at man forsøker å oppnå et representativt utvalg av befolkningen¹¹. Fordelen med denne metoden, er at man kan rekruttere deltakere som er lett tilgjengelige, og dette tillater ofte å bruke mindre tid på å rekruttere deltakere. Dette var hovedgrunnlaget for at metoden ble valgt. Ulempene er at uten et representativt utvalg er det vanskelig å vite sikkert hvor mye man kan stole på at informasjonen som samles inn er representativt for befolkningen. Totalt ble brukertesting gjennomført med 15 deltakere.

3.5 Måling av effekten av brukerinvolvering

For å kunne måle effekten av brukerinvolveringen, for å kunne svare på forskningsspørsmålet om brukerinvolvering kan bidra til å oppnå en forbedret brukeropplevelse når brukerne presenteres for informasjon om personvern, ble det gjennomført en paret T-test av resultatene fra spørreskjemaene for testscenario 1(personvernserklæringen) og testscenario 2(konsept). Formålet med dette var å undersøke om det var grunnlag for å forkaste nullhypotesen H^0 : *Det er ingen signifikant forskjell mellom den målte brukeropplevelsen til en personvernserklæring og den målte brukeropplevelsen til et konsept for presentasjon av personvernsinformasjon som er basert på brukerinvolvering i designprosessen*

En paret T-test er en statistisk analysemetode, som brukes for å sammenligne gjennomsnittsverdiene for to ulike datapunkter fra brukertesting gjennomført av samme utvalg testdeltakere¹². Ettersom datapunktene i dette tilfellet kommer fra samme deltaker, regnes de som relaterte, og en paret T-test bør benyttes¹².

I tillegg ble informasjonen som ble samlet inn fra intervjuene etter brukertesting analysert ved hjelp av en innholdsanalyse¹² tilsvarende den som ble brukt i analysen av fokusgruppene. Dette ga innsikt i hvordan deltakerne opplevde konseptene fra testscenario 2 og 3.

3.6 Etske og juridiske hensyn

Ettersom studiet som ble gjennomført ikke bruker personlig informasjon om deltakerne i resultatene på noe vis, var det ikke mange spesielle hensyn som måtte tas for å bevare anonymiteten til deltakerne. Likevel ble transkriptet fra fokusgruppene fullstendig anonymisert. Ettersom at sensitiv informasjon som kan gjøre deltakerne gjenkjennelige lagres under lydopptak, ble disse håndtert på en forsiktig måte, og ble transkribert samme dag, før

lydfilene ble permanent slettet. På denne måten unngår man at lydfilen kommer på avveie med et uhell.

Deltakerne ble informert om hva studiet innebar i et informert samtykkeskjema som ble utdelt før hver brukerinvolveringsøkt, samt før hver brukertest. Et informert samtykkeskjema er en avtale som kort beskriver etiske obligasjoner til brukeren¹⁰. Dette skjemaet inneholdt informasjon om hva studiet gikk ut på, hva deltakerne skulle være med på, samt at det ble bedt om tillatelse til å ta opp lyd, men at lydopptakene ville destrueres kort tid etter gjennomført deltakelse. I tillegg ble alle deltakerne informert om at de til enhver tid kunne trekke seg fra prosjektet.

4 Resultater

I dette kapittelet presenteres resultatet av forskningen som ble gjort og dataene som ble samlet inn. Resultatene er fordelt på delkapitlene 4.1 Brukerinvolvering og 4.2 Brukertesting.

Delkapittel 4.1 presenterer informasjonen som ble innhentet i brukerinvolveringsøktene og hva slags innsikt dette resulterte i. Delkapittel 4.2 presenterer resultatene fra brukertesting, samt en statistisk analyse av enkelte av resultatene fra brukertesting.

4.1 Brukerinvolvering

Brukerinvolvering ble brukt for å identifisere problemområder ved hvordan brukere opplever brukervilkår og personvernserklæringer. Formålet med dette var å danne et grunnlag for å kunne besvare forskningsspørsmålet som omhandler hvilke problemer som eksisterer rundt brukeropplevelsen av brukervilkår og personvernserklæringer. I tillegg ble deltakerne gitt i oppgave å komme på idéer som kunne løse disse problemene, før de skulle utforme en konseptuell løsning, hvor de skulle ta tak i de tre idéene de opplevde som mest sentrale. Formålet med dette var å danne et grunnlag for å besvare forskningsspørsmålet om hvordan brukerinvolvering kan bidra til å forbedre brukervilkår og personvernserklæringer. Det ble avholdt to økter med brukerinvolvering totalt, med 4 deltakere i hver brukerinvolveringsøkt.

4.1.1 Identifiserte holdninger og problemområder

Brukerinvolveringsøktene startet med å spørre deltakerne om deres holdninger til brukervilkårsavtaler og personvernserklæringer. Dette var gunstig for å starte tankeprosessen hos deltakerne. De ble deretter spurt om hva de opplevde som problematisk med brukervilkår, slik de vanligvis er utformet. Formålet med dette var å danne et grunnlag for å kunne svare på forskningsspørsmålet om hvilke problemer som eksisterer rundt brukeropplevelsen av brukervilkår og personvernserklæringer.

Blant holdningene som kom frem i brukerinvolveringsøktene, var det mest tydelig at svært mange av deltakerne sjelden leser brukervilkårsavtaler eller personvernserklæringer før de registrerer seg på en tjeneste. De fleste oppga for store mengder tekst, dårlig lesbarhet, og et vanskelig språk som hovedgrunner til at de ikke leser. Blant disse deltakerne, var det et par som sa at de noen ganger opplevde å bli informert gjennom media, men at det da gjaldt kun de største tjenestene. I tillegg til dette, var det flere som sa at de hadde opplevd å lese vilkår, for så å ende opp med å godta vilkårene til tross for at de var uenige i det som stod. Deltakerne sa

at de opplevde det som viktigere å få tilgang til tjenesten, enn bekymringene de hadde til sitt eget personvern. De la vekt på at de ikke hadde noe valg dersom de ønsket å bruke tjenesten.

Flere av deltakerne sa at de opplever at ansvaret ligger hos dem selv, når det gjelder å bli informert om brukervilkår og personvern, samt å holde seg oppdatert på informasjonen. De sa at de synes at tjenesteleverandøren burde hatt et større ansvar, og at det oppleves som en ansvarsfraskrivelse fra tjenesteleverandørene at man må lese brukervilkår og personvernserklæringer for å holde seg informert om personvern, brukervilkår, og annen relevant informasjon.

Enkelte deltakere sa at de oftere leste brukervilkår, når det gjaldt økonomiske betingelser, abonnement, eller lignende økonomiske avtaler. De sa at de var spesielt nøye med å lese om oppsigelsesvilkår, da de ønsket å vite om de bandt seg til tjenesten, og hvordan man eventuelt kunne si opp avtalen.

4.1.2 Idéer

Etter å ha diskutert og identifisert problemområder knyttet til brukervilkår, ble deltakerne bedt om å skrive ned idéer hver for seg. Figur 4.1 viser en liste over idéer som ble foreslått, hvordan de ble kategorisert, og hvor mange deltakere som foreslo dem.

For mange av deltakerne var det viktig å eksponere brukerne for mindre informasjon om gangen. Deltakerne opplevde at mengden tekst var et av de større problemene, og at det derfor kunne være gunstig å eksponere brukerne for mindre tekst om gangen eller mindre tekst totalt. Videre mente de fleste deltakerne at det kunne være fordelaktig å bruke visuelle virkemidler til å forklare innholdet i brukervilkårene. Deltakerne hadde flere idéer om hvordan dette kunne gjøres. Bruk av symboler, ikoner, bilder, videoklipp, og animasjoner var ulike idéer som kom frem.

Flere deltakere nevner også at det ville vært en forbedring om brukervilkårene var delt opp i ulike kategorier. Mange mente at dette ville gjøre det lettere for brukeren å lese det som er aktuelt for ham, slik at han slipper å forholde seg til informasjon som ikke oppleves som relevant. Mange foreslo også å bruke kollapsbare undermenyer for å oppnå dette. Videre var det mange deltakere som foreslo å bruke en indeks, slik at det skulle bli enklere å navigere til den informasjonen man trenger i brukervilkårsdokumentet.

Mange deltakere opplevde også at et enklere mer forståelig språk ville være gunstig. Mange mente at dette kunne løses for eksempel ved å inkludere forklaringer på begreper, enten

gjennom knapper hengende ved vanskelige begreper, eller ved andre markeringer. For eksempel foreslo en deltaker at vanskelige begreper kunne være utformet som lenker, som peker til en pop-up melding. Denne meldingen kunne kommet opp ved siden av teksten i form av en slags snakkeboble, med informasjon som forklarer hva begrepet betyr.

På grunn av at mange brukervilkår dokumenter er ganske likt utformet, foreslo to deltakere at en standardisering av brukervilkår. De mente at man på denne måten kun trenger å lese én type avtale fullstendig en gang, for så å kun trenge å lese den informasjonen som er unik for hver tjeneste. Dette var det mange av de andre deltakerne som anerkjente at var en god idé, og flere deltakere nevnte at de ikke hadde tenkt på det selv.

Kategori	Idé	Ant. ganger foreslått
Tekst og språk	Kortere og mer konkret tekst	5
	Mulighet til å vise litt informasjon om gangen	3
	Enklere språk	3
	Kortfattede forklaringer på begreper	2
	Tydligere tekst og overskrifter	2
	Kort oppsummering av innholdet i avtalen	2
Informasjon og struktur	Dele vilkårene opp i ulike kategorier	4
	Informasjon om hvordan tjenesten bruker personlige data	3
	Kopi av brukervilkår sendt på e-post	1
Navigasjon	Bruk av indeks	4
	Kollapsbare undermenyer	3
	Gi brukeren mulighet for å velge hva de godtar	3
	«Forklar meg dette» knapp	2
	Bruk av timer for å tvinge folk til å lese	1
Visuelle virkemidler	Visuelle forklaringer – Symboler, ikoner, bilder	6
	Tydlig markering av de viktigste punktene	1
	Mer luft rundt tekst og andre elementer	1
	Kort video som forklarer hva som skjer med dine personlige data	1
Annet	Standardiserte avtaler og klassifisering	2
	Mulighet for å høre avtalen som lydfil	2
	Tidsbestemt avtale, man må signere på nytt etter en viss dato	1

Figur 4-1 – Liste over individuelt genererte idéer

4.1.3 Konsepter

Etter å ha generert idéer, ble deltakerne satt sammen i grupper på to og bedt om å utforme et konsept for å forbedre brukervilkår, med grunnlag i tre av de genererte idéene. Totalt 4 konsepter ble utarbeidet. Konsept 1 og konsept 2 er fra den første brukerinvolveringsøkten, mens konsept 3 og 4 er fra den andre brukerinvolveringsøkten.

Konsept 1

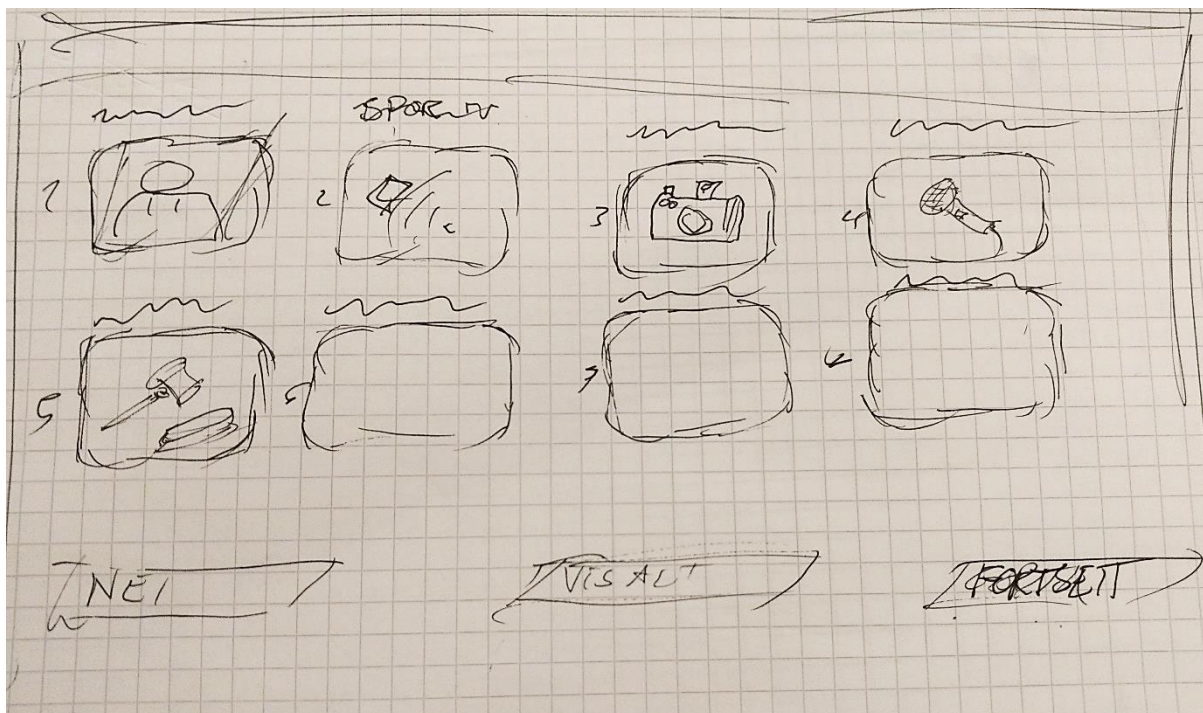
Den første gruppen baserte konseptet sitt på tre ulike brukergrupper de hadde identifisert:

- Kompetente og gjerne tekniske brukere som forstår alt, samt ønsker å lese alt
- De som ønsker å lese litt og har kompetanse nok til å forstå det meste av informasjonen
- Brukere som er uinteresserte i å lese noe i det hele tatt.

Målet med konseptet var å tilfredsstille alle disse brukergruppene, og å utforme en løsning som passet alle.

Konseptet var strukturert slik at det ble tilføyd et ekstra obligatorisk steg i registreringsprosessen, hvor man skulle få en kjapp oversikt over hvilke data tjenesten samler inn og hvorfor den samler inn disse dataene. Konseptet støttet seg på ikoner og symboler, kombinert med kategorisering av informasjonen fra brukervilkårene for å gi denne oversikten. Man ble gitt muligheten til å klikke på en kategori for å lese mer om den, og man ble gitt muligheten til å vise brukervilkårene i sin helhet. Man fikk også valget om å trykke «fortsett» og gå direkte videre, uten å samhandle med informasjonen som ble vist, eller å trykke «nei» og velge å avslå brukervilkårene.

Konseptet inkluderte også en «hva betyr uttrykket?» knapp, som skulle tillate brukere å klikke på vanskelige begreper for å få en forklarende tekst til hva uttrykket betydde.



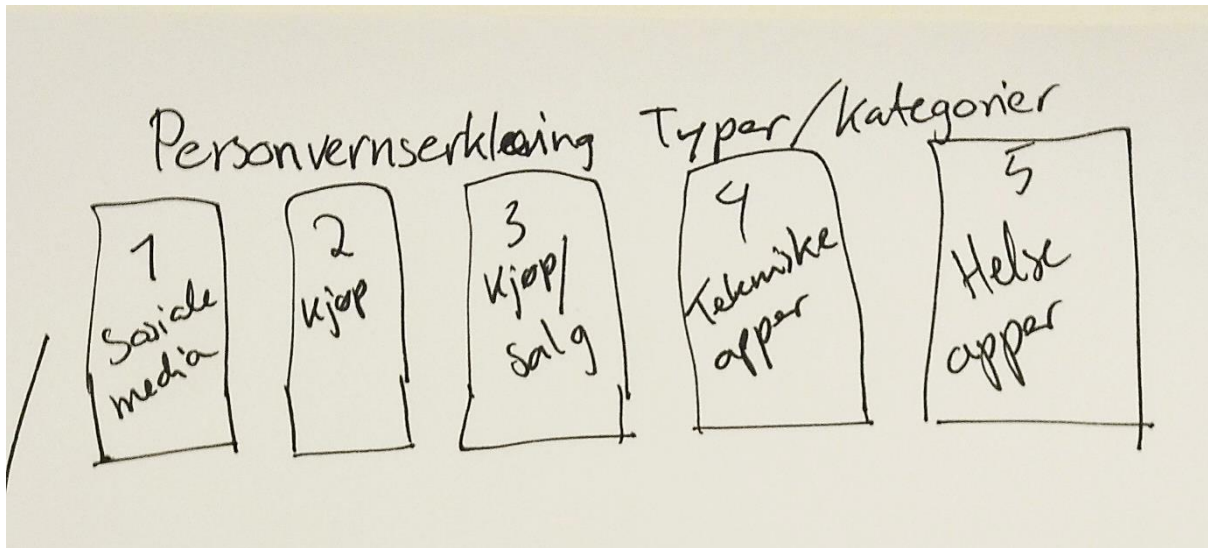
Figur 4-2 – Utdrag fra presentasjon av konsept 1

Konsept 2

Den andre gruppen baserte konseptet sitt på å innføre standardiserte og klassifiserte brukervilkårsavtaler. Med standardiserte avtaler mente de at alle avtaler skulle ha samme informasjon, struktur og utseende. Tanken var at man skulle skille den informasjonen som var drastisk forskjellig fra avtale til avtale, men standardisere den informasjonen som var tydelig felles. På denne måten tenkte gruppen at man ville slippe å lese den standardiserte delen hver gang, ettersom man «allerede har godtatt den», og vet hva som står i den. De mente at dette igjen ville føre til mindre belastning på brukeren, ettersom at han nå kun måtte lese den informasjonen som var unik for den spesifikke tjenesten. Det som ble vektlagt at måtte skilles fra avtale til avtale, var at brukeren skulle få presentert informasjon om hvordan informasjonen som lagres om dem ble brukt.

I tillegg ønsket gruppen å klassifisere avtalene under kategorier. Noen eksempler ble gitt, som sosiale medier, kjøp og salg, helse, tekniske applikasjoner og lignende. Tanken var at disse kategoriene skulle ha et tall ved seg, altså at man ville få avtaler som gikk under «klasse 1», «klasse 2», også videre. Gruppen tenkte at tallet også kunne representere alvorlighetsgraden til personvernsinformasjonen som ble samlet inn. For eksempel så kunne «klasse 1» samle inn mye sensitive opplysninger, mens «klasse 5» kanskje samlet inn lite eller ingen slike

opplysninger. I tillegg så skulle forskjellige tjenester kunne be om flere godkjenninger, for eksempel både «klasse 1» og «klasse 2».



Figur 4-3 – Utdrag fra presentasjon av konsept 2

Konsept 3

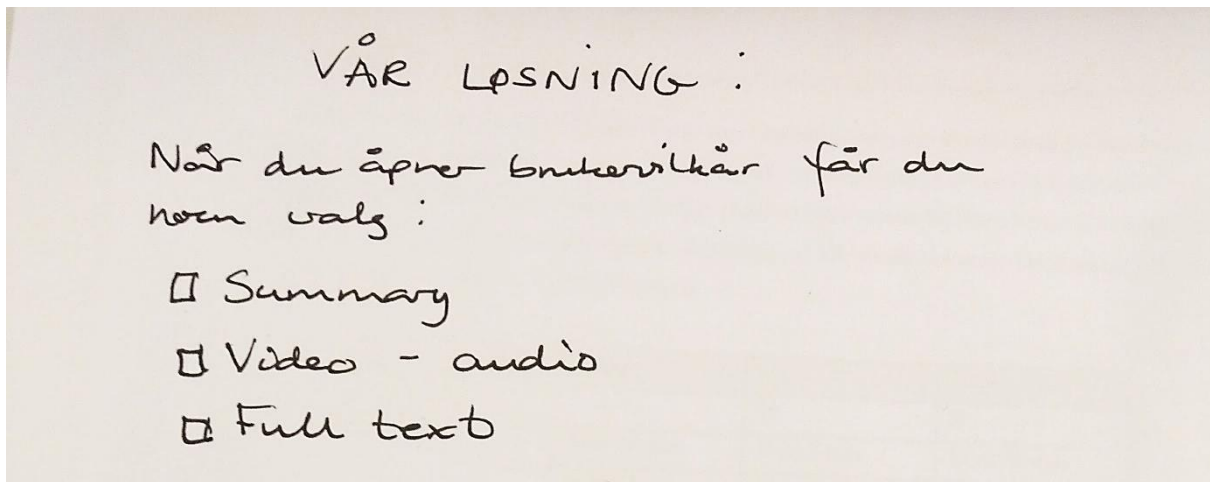
Den tredje gruppen presenterte et konsept hvor man hovedsakelig presenteres for tre valg når man klikker seg inn på en brukervilkårsavtale. Disse valgene var «Oppsummering», «Video-lyd», og «Hel tekst»

Oppsummering var tenkt til å være en punktliste, der brukeren skal kunne klikke på hvert enkelt punkt for å lese litt mer. Gruppen tenkte at på denne måten ville brukeren kunne lese mer om det som var interessant og relevant for dem.

Video-lyd var tenkt til å fungere slik at man får et nytt valg, hvor man kan velge om man ønsker å se en video som forklarer brukervilkårene kort, eller få opplest oppsummeringen. Gruppen tenkte at på denne måten, ville man ha muligheten til å velge en annen måte å få presentert informasjonen, og samtidig ta høyde for brukere med nedsatte funksjonsevner, som blinde brukere, eller andre brukere med nedsatt syn, eller som av andre grunner har vanskelig for å lese informasjonen selv.

Hel tekst var tenkt til å fungere litt slik som standard brukervilkårsavtaler, men gruppen introduserte flere grep for å øke brukervennligheten. De ønsket å skille mellom vilkår som gjelder for brukerne spesifikt, og vilkårene som gjelder tjenesteleverandøren. Det var viktig at det skulle komme tydelig frem hva som var økonomiske betingelser og juridiske forpliktelser.

I tillegg var det tenkt at hel tekst skulle ha; et tydeligere språk, kortere setninger, mulighet for å velge språk man ønsker å lese avtalen i, og mulighet for å få tilsendt avtalen på e-post etter godkjenning.

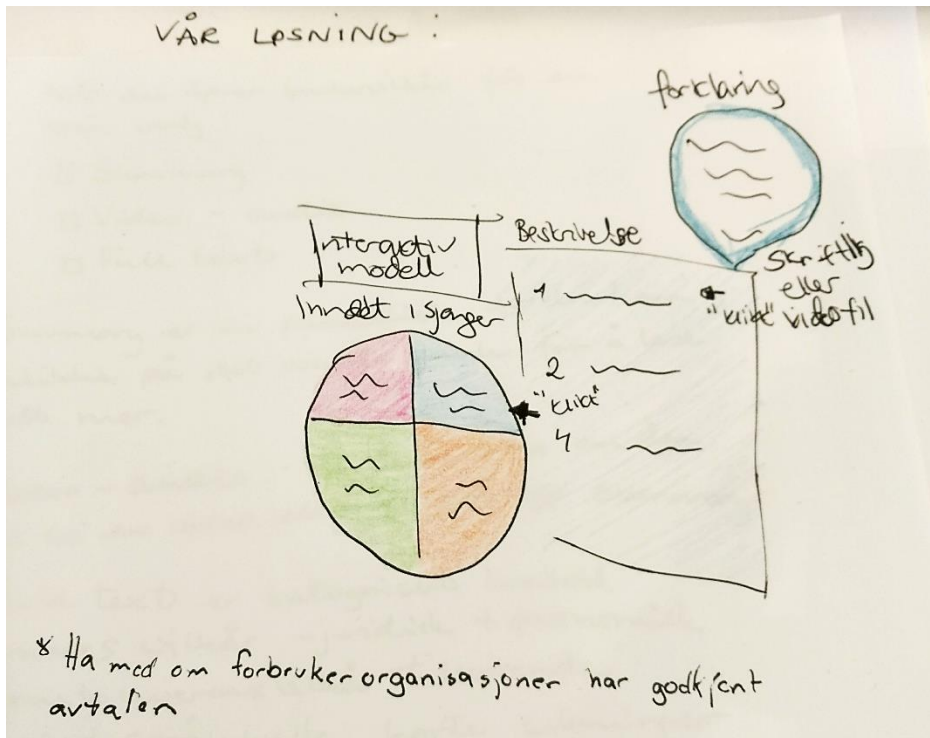


Figur 4-4 – Utdrag fra presentasjon av konsept 3

Konsept 4

Den fjerde gruppen baserte konseptet sitt på en visuell kategorisering av brukervilkårene. Gruppen sa at de hadde hatt et større fokus på brukeropplevelsen enn på selve innholdet. De hadde ikke bestemt noen spesifikke kategorier, men nevnte økonomiske betingelser som et eksempel. Disse kategoriene skulle være klikkbare, slik at man skulle kunne klikke seg inn for å lese mer. Når man klikket på kategoriene skulle man også få muligheten til å se en kort video som forklarer brukervilkårene som gjelder for den kategorien. I tillegg, skulle man kunne klikke på punkter for å få en kort forklaring på hva punktene betyr.

I tillegg til konseptet, hadde de lagt vekt på at det ville vært fordelaktig om det eksisterte en uavhengig organisasjon som leste slike avtaler, og merket disse avtalene som godkjent eller ikke godkjent. Konseptet var tenkt å inkludere en slik merking.



Figur 4-5 – Utdrag fra presentasjon av konsept 4

4.2 Brukertestning

Som resultat av brukerinvolveringsøktene ble det utarbeidet et konsept som skulle testes opp mot en personvernserklæring. Hensikten med brukertestningen var å besvare forskningsspørsmålet som omhandler om brukerinvolvering kan bidra til å oppnå en forbedret brukeropplevelse når brukerne presenteres for informasjon om personvern før de registrer seg på en digital tjeneste.

For at brukertestning skulle kunne svare på forskningsspørsmålet, måtte prototypen som skulle testes oppfylle noen kriterier. For det første, måtte prototypen være basert på data som ble samlet inn under brukerinvolveringsøktene. For det andre, måtte prototypen tillate sammenligning mellom en personvernserklæring og den konseptuelle løsningen som er basert på dataene som ble samlet inn under brukerinvolveringsøktene.

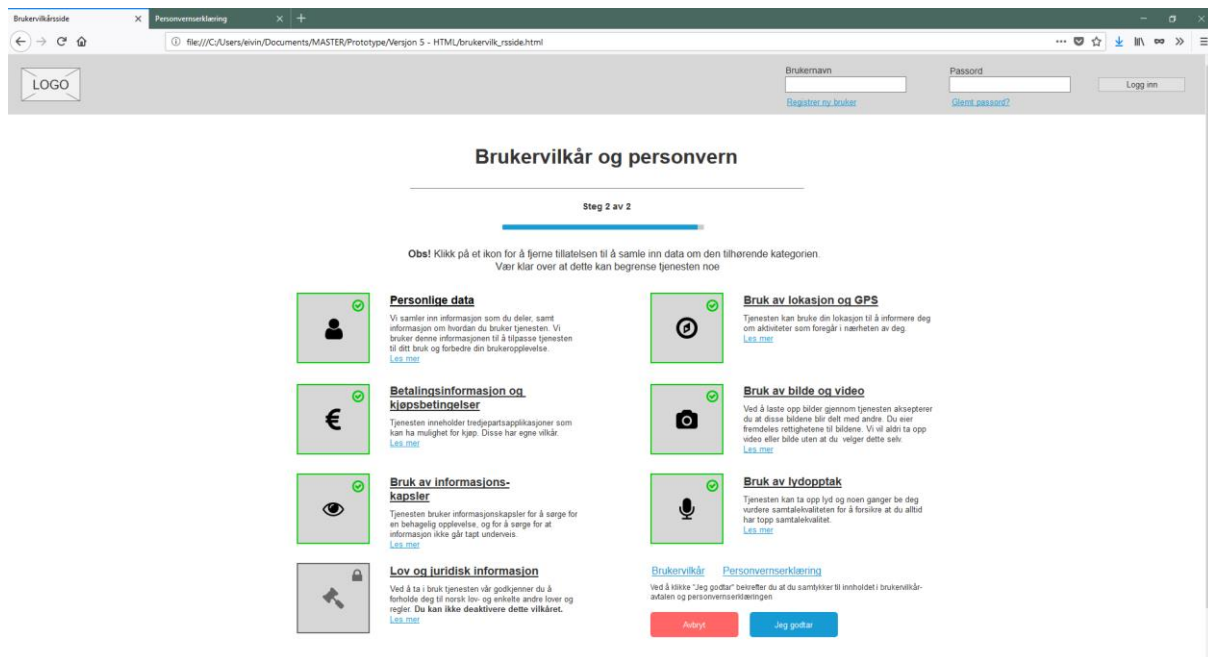
4.2.1 Prototype

For å kunne gi testdeltakerne tilstrekkelig innsikt, inntrykk, og vurderingsgrunnlag, ble en prototype utformet basert på resultatene fra brukerinvolveringsøktene og analysen av disse resultatene. Det ble vektlagt å implementere de konseptene og idéene som forekom hyppigst under brukerinvolveringsøktene, og som deltakerne ga inntrykk av at kunne ha størst effekt. Samtidig var det naturlig å implementere de idéene som var realistiske. Spesielt med tanke på å kunne måle effektene av konseptet som var nødvendig for å besvare forskningsspørsmålet som omhandler om brukerinvolvering kan forbedre brukeropplevelsen av møtet med personvernsinformasjon. Det ble derfor fokusert på de konseptene og idéene som kunne sammenlignes direkte med en personvernserklæring.

Prototypen hadde et overordnet fokus på å presentere et utvalg idéer og konsepter fra brukerinvolveringsøktene i et sammenhengende konsept. Det ble også vektlagt at den skulle være intuitiv og brukervennlig på et grunnleggende nivå, for å unngå i så stor grad som mulig at testdeltakerne skulle fokusere på brukbarhetsfeil i stedet for de faktorene som var av interesse.

Det sammenhengende konseptet baserte seg i stor grad på konsept 1 (se figur 4-2) fra brukerinvolveringsøktene. Idéene som ble vektlagt var:

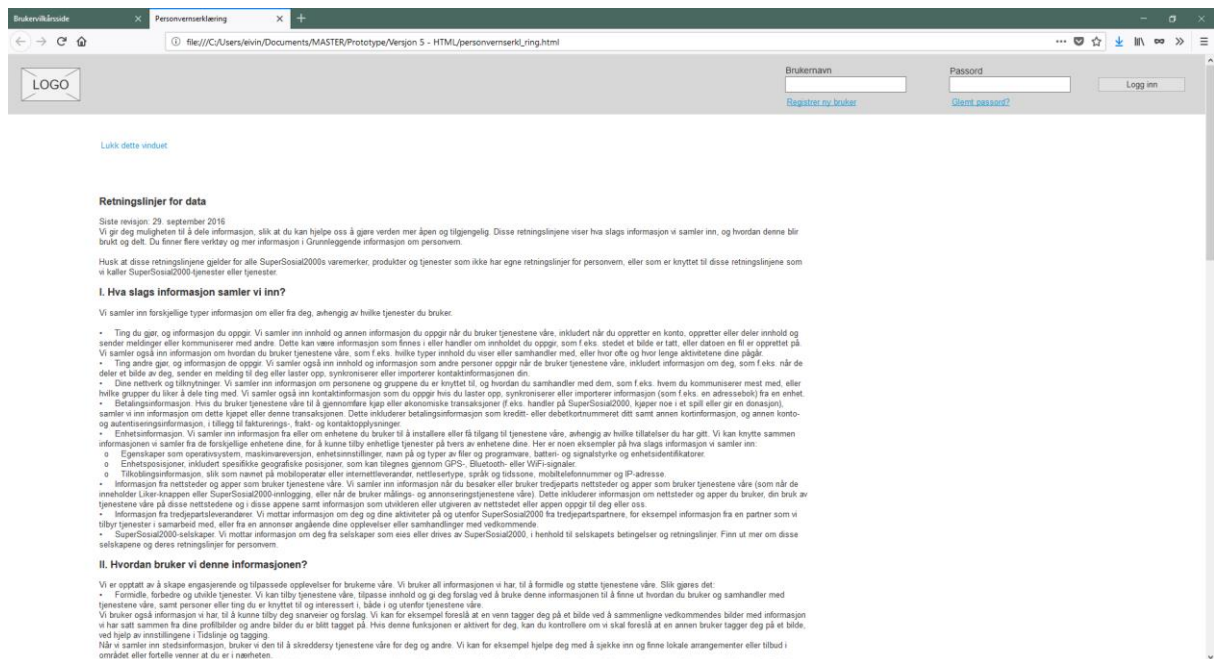
- Kortere og mer konkret tekst
- Mulighet til å vise litt informasjon om gangen
- Dele vilkårene opp i ulike kategorier
- Visuelle forklaringer (symboler/ikoner)
- Mulighet for brukeren til å velge hva han godtar



Figur 4-6 – Prototypen - Konseptet.

4.2.2 Testscenario 1

For å kunne besvare forskningsspørsmålet som omhandler om brukerinvolvering kan forbedre brukeropplevelsen av møtet med personvernsinformasjon, var det nødvendig å utarbeide et scenario som viser personvernsinformasjon slik den ofte forekommer i dag (se figur 4-7). Formålet med dette var å ha et grunnlag som skulle være sammenlignbart med konseptet som hadde basis i brukerinvolvering. Det ble derfor utformet et testscenario, hvor deltakerne ble bedt om å finne informasjon i en personvernserklæring ved hjelp av prototypen.



Figur 4-7 – Prototypen - personvernserklæringen.

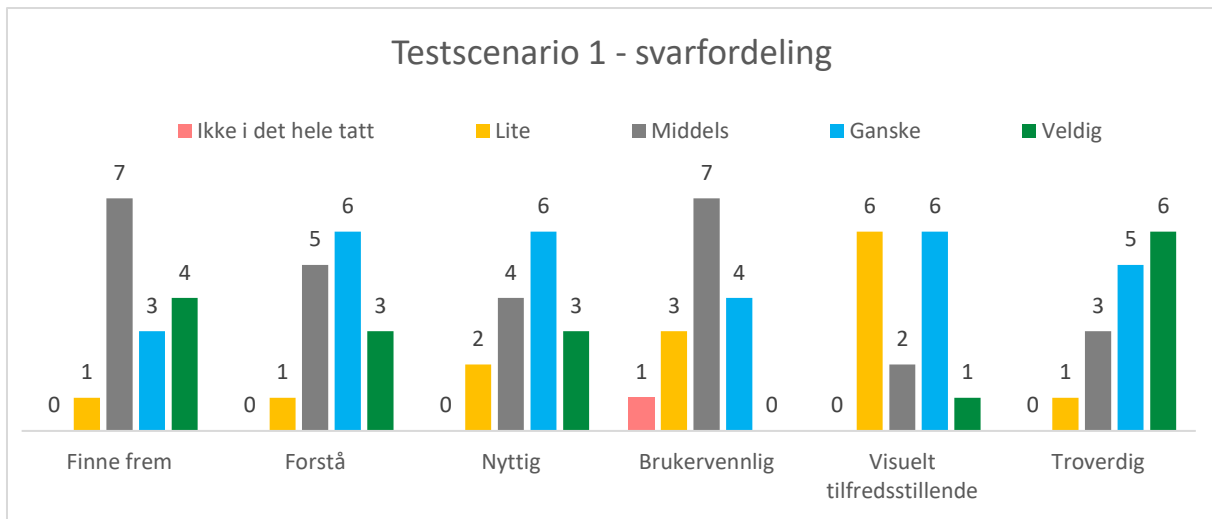
Etter deltakerne hadde gjennomført scenarioet ble de bedt om å fylle ut et spørreskjema.

Svarene som ble gitt ved dette skjemaet regnes som hovedresultatet av testscenarioet.

Formålet med skjemaet var å vurdere brukeropplevelsen knyttet til personvernserklæringen, og ikke scenarioet i sin helhet. Dette ble gjort klart for testdeltakerne gjennom muntlig informasjon, men også gjennom formulering av spørsmålene. Spørsmålene som ble stilt var:

- **Finne frem** - I hvor stor grad synes du det var enkelt å finne det du lette etter i personvernserklæringen?
- **Forstå** – I hvor stor grad synes du det var enkelt å forstå informasjonen i personvernserklæringen?
- **Nyttig** – I hvor stor grad synes du personvernserklæringen er nyttig for å finne informasjon om personvern?
- **Brukervennlig** – I hvor stor grad synes du personvernserklæringen er brukervennlig?
- **Visuelt tilfredsstillende** - I hvor stor grad synes du personvernserklæringen er visuelt tilfredsstillende?
- **Troverdig** - I hvor stor grad synes du personvernserklæringen er troverdig?

Figur 4-8 viser fordelingen av svar på spørreskjemaet.



Figur 4-8 - Svarfordeling for spørreskjema om personvernserklæringen i prototypen

Som man kan se av grafen over, er svarene ulikt fordelt for hvert spørsmål. På spørsmål om det var enkelt å finne frem, om brukervennlighet, og om visuell tilfredshet, var det en tendens til at de fleste svarene var middels eller lavere. Ser man derimot på spørsmålene om det var enkelt å forstå informasjonen, nytthet, og troverdighet, ser man at de fleste svarene var middels eller høyere. Totalt lå de fleste svarene på eller rundt middels, med få svar som brukte de mest ekstreme svaralternativene, «veldig» og «ikke i det hele tatt». Det var kun et tilfelle hvor det mest negative svaralternativet blir brukt, det var ved spørsmålet om personvernserklæringen var brukervennlig.

Underveis i utførelsen av scenarioet, ble det observert og notert problemer med gjennomføringen av scenarioet, brukbarhetsproblemer, samt kommentarer fra testdeltakerne.

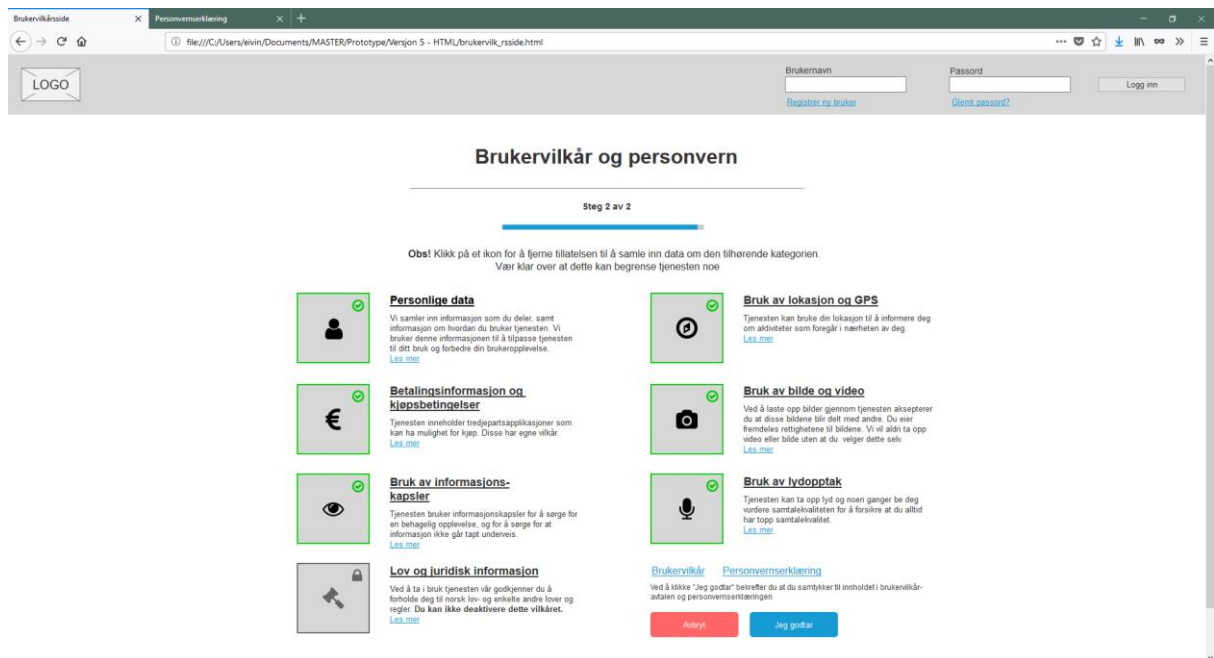
Gjennomgående for de fleste testdeltakerne var at de brukte mye tid på å finne personvernserklæringen i prototypen. I tillegg var det noen få deltakere som klikket rundt på elementer som ikke var en del av testen eller scenarioet for å forsøke å finne personvernserklæringen. Deltakerne som ikke klarte å finne erklæringen på egenhånd fikk til slutt hjelp med å finne den, og fullførte deretter scenarioet på egenhånd.

Mange kommenterte da de klikket inn på erklæringen at det var mye informasjon. Mange responderte med å bla nedover umiddelbart, kun noen få begynte å lese fra toppen. For å identifisere informasjonen som scenarioet ba om, brukte mange deltakere overskriftene for å finne den mest sannsynlige lokasjonen til informasjonen. De som ikke gjorde dette brukte ofte lengre tid, og hadde noen ganger problemer med å identifisere den riktige informasjonen.

Enkelte brukte også en tastatursnarvei for å søke på siden, og på denne måten navigere seg frem til informasjonen.

4.2.3 Testscenario 2

For å kunne besvare forskningsspørsmålet som omhandler om brukerinvolvering kan forbedre brukeropplevelsen av møtet med personvernsinformasjon, ble det utarbeidet et scenario som eksponerte testdeltakerne for de idéene som var implementert fra brukerinvolveringsfasen. Formålet med testscenarioet var å teste konseptet for å ha et grunnlag for å sammenligne med en typisk personvernserklæring, slik den forekommer i testscenario 1. I likhet med testscenario 1 ble testdeltakerne bedt om å finne en spesifikk bit med informasjon ved hjelp av prototypen.

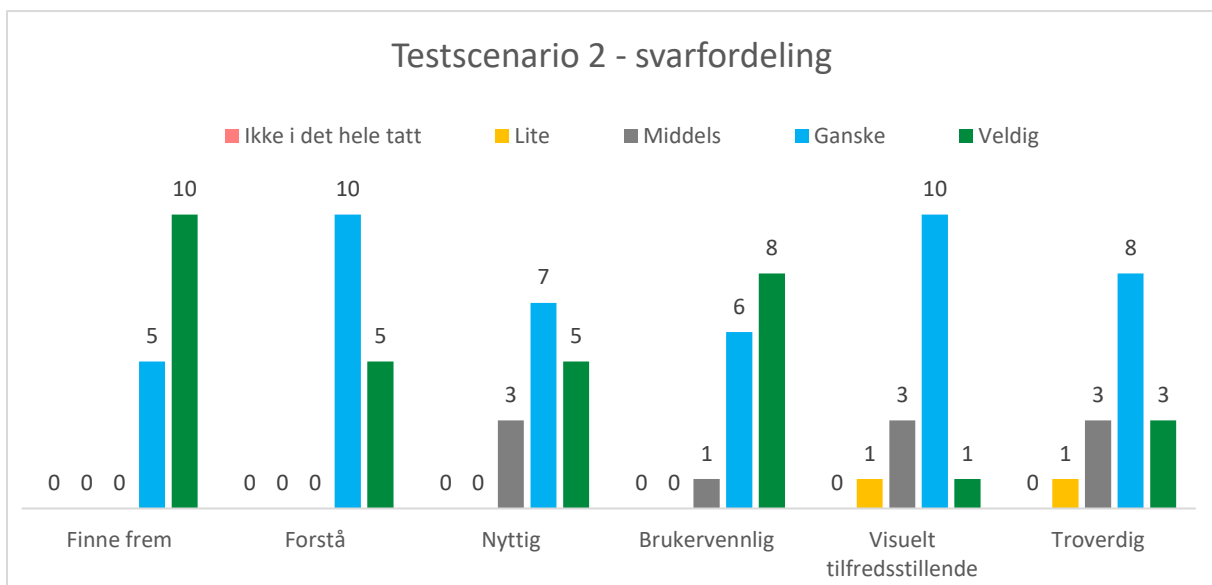


Figur 4-9 – Prototypen - Brukervilkårssiden

I likhet med gjennomføringen av testscenario 1, ble deltakerne bedt om å fylle ut et spørreskjema med tilsvarende spørsmål og de samme svaralternativene som for testscenario 1, bare denne gangen for brukervilkårssiden (se figur 4-9). Igjen ble det muntlig lagt vekt på at spørsmålene gjaldt brukervilkårssiden spesifikt og ikke scenarioet i sin helhet. Spørsmålene som ble stilt var:

- **Finne frem** - I hvor stor grad synes du det var enkelt å finne det du lette etter på brukervilkårssiden?
- **Forstå** – I hvor stor grad synes du det var enkelt å forstå informasjonen på brukervilkårssiden
- **Nyttig** – I hvor stor grad synes du brukervilkårssiden er nyttig for å finne informasjon om personvern?
- **Brukervennlig** – I hvor stor grad synes du brukervilkårssiden er brukervennlig?
- **Visuelt tilfredsstillende** - I hvor stor grad synes du brukervilkårssiden er visuelt tilfredsstillende?
- **Troverdig** - I hvor stor grad synes du brukervilkårssiden er troverdig?

Figur 4-10 viser fordelingen av svar fra spørreskjemaet



Figur 4-10 - Svarfordeling for spørreskjema om brukervilkårssiden i prototypen

Grafen over viser at svarene for dette scenarioet er fordelt mer mot den øvre delen av skalaen. På samtlige spørsmål har de fleste testdeltakerne svart «ganske» eller «veldig». Det er kun to svar på den nedre delen av skalaen, og få har også svart «middels». På spørsmålet om det var

enkelt å finne frem, og om brukervilkårssiden var brukervennlig, har flertallet av deltakerne svart «veldig».

Videre ble det også ved dette scenarioet observert og notert ned problemer med brukbarhet, gjennomføringen av scenarioet, og kommentarer fra brukerne.

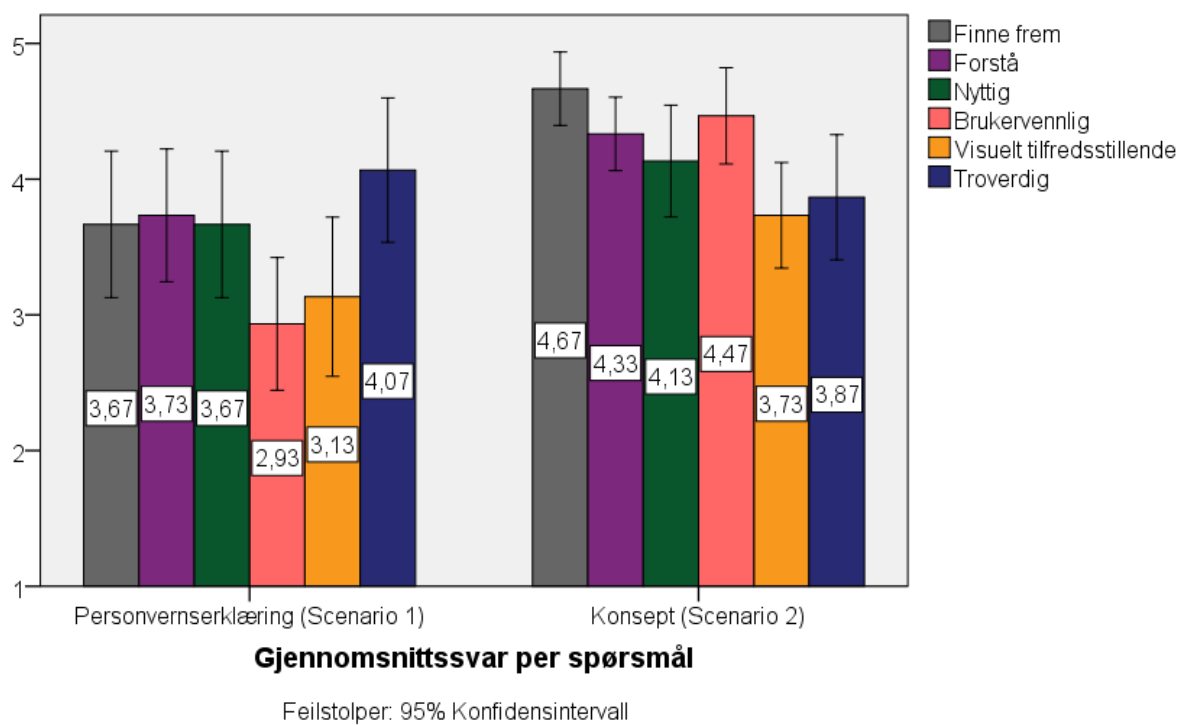
Gjennomgående for et stort flertall av testdeltakerne, var at de fant kategorien som inngikk i scenarioet uten problemer. En deltaker brukte litt lengre tid, ettersom han leste og inspiserte alle elementene på siden før han gikk videre i scenarioet.

Videre i scenarioet var det en del testdeltakere som ikke valgte riktig kategori umiddelbart. De fleste av disse deltakerne identifiserte likevel at de hadde klikket feil, og valgte umiddelbart riktig kategori. Kun et fåtall av testdeltakerne var usikre på om de hadde funnet den riktige informasjonen. Mange antydte at de opplevde at dette skjedde fordi de hadde misforstått informasjonen i oppgavebeskrivelsen, eller fokusert på feil ord.

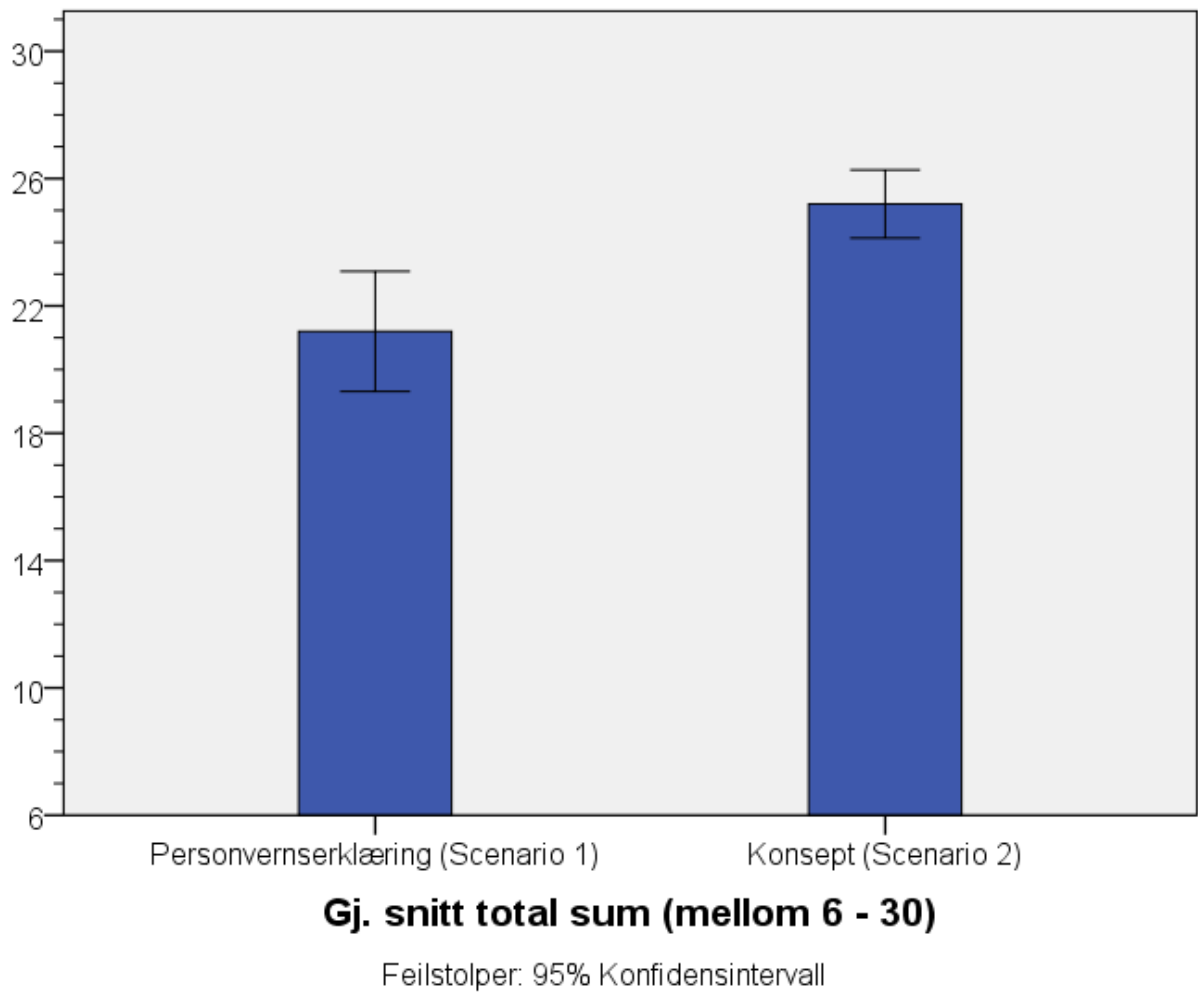
Mange testdeltakere kommenterte at de synes at det var «enkelt» å gjennomføre scenarioet og en del sa at brukervilkårssiden var «intuitiv» i bruk.

4.2.4 Sammenligning av scenario 1 og 2

For å kunne besvare forskningsspørsmålet som omhandler om brukerinvolvering kan forbedre brukeropplevelsen av møtet med personvernsinformasjon, ble det utført en parett T test for å sammenligne resultatene fra testscenario 1 og 2. Figur 4-11 viser resultatet av denne testen. Formålet var å undersøke om forskjellen mellom svarene som ble gitt til henholdsvis testscenario 1 og testscenario 2 var signifikante, og om det var en betydelig økning i den gjennomsnittlige totale poengsummen per testdeltaker.



Figur 4-11 – Graf som viser gjennomsnittssvar og konfidensintervall per spørsmål



Figur 4-12 – Graf som viser gjennomsnittlig total sum og konfidensintervall per deltaker

Spørsmål	N	S 1 Gj. snitt (1-5)	S 2 Gj. snitt (1-5)	Gj. snitt forskjell	T-fordeling	Std. avvik	Sig. (tosidig)
Enkelt å finne frem	15	3,67	4,67	+1,00	3,416	1,134	0,004
Enkelt å forstå informasjonen	15	3,73	4,33	+0,60	3,154	0,737	0,007
Nyttighet	15	3,67	4,13	+0,46	1,825	0,990	0,089
Brukervennlighet	15	2,93	4,46	+1,53	5,602	1,060	0,000
Visuelt tilfredsstillende	15	3,13	3,73	+0,60	1,871	1,242	0,082
Troverdighet	15	4,07	3,87	-0,20	-1,382	0,561	0,189
Total	15	21,20	25,20	+4,00	4,864	3,185	0,000

Figur 4-13 - Resultater fra paret T-test - Sammenligning av resultatene fra testscenario 1 og testscenario 2

Resultatene viser at det var en signifikant økning i den gjennomsnittlige totalverdien for hver testdeltaker på 4 poeng ($p = .000$). Videre har verdiene for spørsmålene som omhandlet om det var enkelt å finne frem, enkelt å forstå informasjonen og brukervennlighet, hatt en signifikant økning fra testscenario 1 til testscenario 2, på henholdsvis 1 poeng for finne frem ($p = .004$), 0,60 poeng for å forstå ($p = .007$), og 1,53 for brukervennlighet ($p = .000$).

Ettersom resultatene viser at det var en signifikant økning i den gjennomsnittlige totalverdien for hver testdeltaker, kan vi forkaste null-hypotesen (H_0) og akseptere den alternative hypotesen (H_1): *Det er en signifikant forskjell mellom den målte brukeropplevelsen til en personvernserklæring og den målte brukeropplevelsen til et konsept for presentasjon av personvernsinformasjon som er basert på brukerinvolvering i designprosessen.*

Det er også økninger i verdiene for nytthet (økning på 0,46 poeng) ($p = .089$) og visuelt tilfredsstillende (økning på 0,60 poeng) ($p = .082$), men disse økningene er ikke signifikante, og er derfor ikke pålitelige.

Videre er det en nedgang i verdien for troverdighet ($p = .189$) fra testscenario 1 til testscenario 2. Denne nedgangen er heller ikke signifikant, og er derfor ikke pålitelig.

4.2.5 Intervju

For å samle inn ekstra detaljer fra brukertesting, ble det besluttet å holde en kort kvalitativ intervjustudie som involverte testdeltakerne rett etter hver brukertest. Hensikten var å grunnleggende kartlegge brukernes syn på brukeropplevelsen av scenarioene som hadde grunnlag i brukerinvolvering.

Eksposering for mindre tekst om gangen og kategorisering av personvernsinformasjonen (testscenario 2)

For å undersøke hvordan testdeltakerne opplevde testscenario 2, og for å kunne forstå bakgrunnen til resultatene i kapittel 4.2.4, ble testdeltakerne spurt et spørsmål om hvordan de opplevde konseptet, og hva de syntes om at informasjonen ble kategorisert i ulike kategorier.

Alle deltakerne var i ulik grad positive til konseptet. Flere sa at de synes det var en god idé. Et stort flertall av testdeltakerne fortalte at de synes at konseptet var «mer oversiktlig» eller «oversiktlig» i forhold til brukervilkårsdokumenter og personvernserklæringer. Flere deltakere sa også at det var nyttig å kunne se hva man godtar før man registrerer seg, og sa at de vanligvis ikke visste hva de var med på, og siktet trolig til slik tjenester vanligvis presenterer denne informasjonen. Flere deltakere nevnte også at det var fordelaktig for dem å bli møtt med mindre informasjon om gangen. Noen deltakere sa også at de synes det var enklere å finne informasjonen som var interessant for dem, og sa at det var en fordel å slippe å lete igjennom annen irrelevant informasjon. Mange deltakere sa også at det var nyttig at informasjonen var visualisert, og flere av disse deltakerne mente at det ga dem en bedre forståelse av hvilke personlige data tjenesten faktisk samlet inn om dem. Noen få deltakere nevnte også hvordan de vanligvis ville oversett informasjonen helt før de godtok og begynte å bruke tjenesten. De sa at selv om de ikke brydde seg om hva de godtok, ville konseptet likevel gitt dem et raskt overblikk, og sa at dette var fordelaktig for dem.

Mulighet til å avslå deler av brukervilkårene (testscenario 3)

Som følge av informasjon som forekom i brukerinvolveringsøktene, ble det besluttet å inkludere et ekstra testscenario, for å undersøke hvordan testdeltakerne opplevde å få reelle valgmuligheter i møtet med brukervilkår. For å undersøke effekten av scenarioet, ble deltakerne spurt om hvordan de opplevde muligheten til å kunne velge bort enkelte brukervilkår, som en del av en kvalitativ undersøkelse på slutten av brukertesting. Spørreskjemaet som ble brukt i testscenario 1 og 2 ble droppet ettersom scenarioet ikke var direkte sammenlignbart med de andre scenarioene.

Et stort flertall av testdeltakerne mente at muligheten til å kunne avslå enkelte brukervilkår var nyttig. Noen nevnte at det spesielt var aktuelt for brukerne som bryr seg om eget personvern. Flere mente at det var fordelaktig at man kunne velge hvilke data som tjenesteleverandøren lagrer om seg. Noen av disse deltakerne siktet til hvordan mange tjenester i dag tillater å skru av lagring av slike data etter registrering og etter at tjenesten er tatt i bruk. De sa at det var positivt å kunne gjøre disse endringene allerede før tjenesten ble tatt i bruk.

Konseptets påvirkning på brukernes holdninger til personvern

Til slutt ble testdeltakerne spurt om de trodde at slike løsninger som de var blitt eksponert for i testscenario 2 og 3, ville påvirket hvordan de forholdt seg til brukervilkår og personvernsinformasjon dersom disse løsningene var «standard» eller «utbredt».

Totalt 14 av testdeltakerne svarte «Ja» på at det ville forandret hvordan de forholdt seg til informasjonen. En testdeltaker mente at det ikke ville forandre noe, da han «Godtar vilkårene uansett». Blant de deltakerne som svarte ja, nevnte de fleste at det var såpass enkelt å få et overblikk over informasjonen de godtok, at de ville ha forholdt seg til denne informasjonen i større grad enn det de gjorde med personvernserklæringer og brukervilkårsk dokumenter. Mange deltakere sa også at det var viktig for dem at konseptet gjorde det enklere å forstå hva de faktisk «ble med på» og sikter da trolig til brukervilkårene de godtar ved registrering. Enkelte deltakere nevnte også at de trolig ville ha brukt tid på å «krysse ut» vilkår som de var uenige i.

5 Diskusjon

Formålet med denne studien var å undersøke om brukerinvolvering kunne bidra til å løse de ulike problemene som eksisterer med personvern og personvernserklæringer for digitale medier i dag. Gjennom å bruke et utforskende design, har man oppdaget at brukerinvolvering kan ha en signifikant effekt på brukeropplevelsen knyttet til personvern.

5.4 Metodebruk

5.4.1 Brukerinvolvering

Fokusgrupper

For å avdekke problemområder knyttet til brukervilkår og personvernsinformasjon slik de forekommer ved registrering på digitale tjenester, ble det utført en fokusgruppe ved starten av hver brukerinvolveringsøkt. Fordelen med å bruke fokusgrupper som datainnsamlingsmetode er at det tillot en samtale mellom deltakerne som gikk mer i dybden enn for eksempel en spørreundersøkelse ville gjort. Ulempen er at utvalget blir lite (få deltakere), og at det i praksis er kun to instanser (to brukerinvolveringsøkter, og derfor to grupper). På bakgrunn av dette, er det gode grunner til å tro at ekstra datainnsamling ville vært nyttig. For det første kunne det vært interessant å se klare tendenser i en større befolkning. For det andre kunne det vært nyttig å vite om hvilke problemområder som eksisterte allerede før fokusgruppene ble gjennomført, for at fokusgruppene kunne hatt et større fokus på å forstå problemområdene, og hvorfor de eksisterer.

Egnede verktøy for denne datainnsamlingen ville for eksempel vært en spørreundersøkelse, for å tillate en kartlegging av et større utvalg brukere, og deres holdninger til brukervilkår og personvernsinformasjon. Dette ville trolig dannet et mer solid grunnlag for å kunne svare på forskningsspørsmålet om hvilke problemer som eksisterer for brukeropplevelsen knyttet til brukervilkår og personvernsinformasjon, samt kunne ha bidratt til et bedre grunnlag for å gjennomføre brukerinvolveringen i sin helhet.

Et annet alternativ ville vært å gjøre kvalitative intervju med brukere, men da kunne man risikert å sitte igjen med liknende svar som forekom i fokusgruppene. I tillegg kunne det vært utfordrende å rekruttere et representativt utvalg, på samme måte som det var utfordrende med fokusgruppene, ettersom det er snakk om en stor befolkning med mange ulike grupperinger å ta hensyn til.

Gamestorming

For å bygge et grunnlag til å kunne svare på hvordan brukerinvolvering kan bidra til å forbedre måten brukervilkår og personvernserklæringer presenteres på, samt om dette kunne føre til en forbedret brukeropplevelse, ble det tatt i bruk Gamestorming. Dette ble gjort direkte etter fokusgruppen, slik at deltakerne kunne bruke de identifiserte problemområdene for å generere idéer. Fordelen med dette var at deltakerne hadde en god forståelse av emnet allerede før idémyldringen startet, og at de hadde fått et innblikk i hvordan de andre deltakerne tenkte om problemdomenet.

Deltakere

For å rekruttere deltakere til brukerinvolveringsøktene ble det valgt å bruke målrettet utvelgelse. Dette ga muligheten til å rekruttere kjapt, gjennom personlige nettverk, og ga muligheten til å utforske ulike aldersgrupper, men gjorde også at integriteten til resultatene fra studiet rammes noe. For eksempel kan personlige tilknytninger ha ført til at deltakerne delte svar som de trodde det var ønskelig at de avga, heller enn sine personlige meninger og holdninger. Det er også mulig at disse tilknytningene kan ha ført til en mer unøytral tolkning av informasjonen som ble delt av deltakerne, selv om dette ikke nødvendigvis er særlig synlig i resultatene. Det må påpekes at det ble gjort grundige forsøk på å beholde nøytraliteten i analysen av resultatene, gjennom et fokus på å analysere hvilke idéer deltakerne skrev ned, og ordrett hvordan de presenterte konseptene sine. Likevel kunne det med fordel vært gjort et grundigere forsøk på å rekruttere ukjente deltakere.

Det ble også forsøkt å rekruttere en gruppe med kompetanse innenfor fagfeltet interaksjonsdesign, men dette lyktes ikke. For denne gruppen ble interaksjonsdesignstudenter ved NTNU med praktisk erfaring og kunnskap om brukerinvolvering kontaktet. Formålet med dette var å se om det var forskjeller mellom vanlige brukere og brukere som hadde erfaring med brukerinvolveringsmetoder fra før av. Det var også av interesse å sikre et større og bredere utvalg for å få bedre innsikt i problemene, og for å gi et bedre grunnlag for å svare på de ulike forskningsspørsmålene.

5.4.2 Brukertestning

For å teste deltakernes opplevelse av konseptet ble det tatt i bruk et spørreskjema som baserte seg på de 7 fasettene av brukeropplevelse. Sett i ettertid, kunne det vært fordelaktig å bruke teori som var mer etablert, og som hadde rot i vitenskapen.

5.4.3 Validitet

Når man bruker kvalitative metoder kan det være vanskelig å oppnå resultater, som man kan si med sikkerhet at er signifikante og er basert på den årsaken man har undersøkt.

I dette tilfellet så er det vanskelig å si 100% sikkert at resultatene fra brukertesting på grunn av de forbedringene som ble gjort i brukerinvolveringen. Grunnene til det er mange, men hovedsakelig så er et ganske tynt og lite nøytralt utvalg en utfordring, samtidig så var utvalget til brukertesting innhentet basert på hvor tilgjengelige de var, og dette kan ha ført til at utvalget som ble testet ikke representerer befolkning fullstendig. Likevel er det snakk om ganske store forskjeller som forekommer med sterke signifikansverdier, noe som kan tyde på at det er tendenser til en effekt.

6 Konklusjon

Ved studiets slutt, er det mulig å påstå at brukerinvolvering egner seg som metode for å forandre prosesser som personvernsinformasjon. Ettersom at studiet har hatt et ganske smalt utvalg både under brukerinvolveringen og under brukertesting, er det vanskelig å konkludere med sikkerhet. Alle resultatene peker likevel mot det positive når det gjelder brukerinvolvering, og studiet har resultert i et solid grunnlag for å undersøke nærmere, og gjerne gå mer i dybden på enkelte aspekter.

6.1 Anbefaling for videre forskning

Ettersom at studiet viser en signifikant positiv forbedring av konseptet som følge av brukerinvolvering, anbefales det at det gjøres mer forskning på dette, spesielt med tanke på at prosessen i dette studiet ikke var iterativ, og derfor mangler et essensielt steg fra den brukersentrerte filosofien. Det er også grunnlag for å tro at det kan være flere gode idéer der ute, og mye tyder på at brukerinvolvering er en god måte å løse problemer som ligner på de problemene som eksisterer rundt personvernsinformasjon.

Det kunne vært interessant og sett mer forskning knyttet til klarspråk spesifikt for personvernserklæringer, og kanskje også en kombinasjon mellom metoder for klarspråk og brukersentrerte designmetoder.

7 Bibliografi

1. Braghin C and Del Vecchio M. Is Pokémon GO watching you? A survey on the Privacy-awareness of Location-based Apps' users. In: *Computer Software and Applications Conference (COMPSAC), 2017 IEEE 41st Annual 2017*, pp.164-169. IEEE.
2. Lawler JP and Molluzzo JC. A survey of first-year college student perceptions of privacy in social networking. *J Comput Sci Coll* 2011; 26: 36-41.
3. Gray D, Brown S and Macanufo J. *Gamestorming: A Playbook for Innovators, Rulebreakers, and Changemakers*. Sebastopol: O'Reilly Media Inc, 2010.
4. Korme C. USA vil snoke i dine data. <https://www.nrk.no/ytring/usa-vil-snoke-i-dine-data-1.13802893> (accessed 12.12.17).
5. Omdal H. Kan lovspråk temmes: En undersøkelse om klart språk i lover og forskrifter [Can Legal Terminology tamed: A Survey of Clear Language in Laws and Regulations]. *DIFI, Kristiansand* 2013.
6. Stepanova V. Legal Drafting and Editing in Academic Studies. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 2015; 214: 1116-1124. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.715>.
7. Johnson J. *Designing with the Mind in Mind*. Elsevier Inc., 2014.
8. Shimamura AP and Palmer SE. *Aesthetic science: Connecting minds, brains, and experience*. OUP USA, 2012.
9. Reber R, Schwarz N and Winkielman P. Processing Fluency and Aesthetic Pleasure: Is Beauty in the Perceiver's Processing Experience? *Pers Soc Psychol Rev* 2004; 8: 364-382. DOI: 10.1207/s15327957pspr0804_3.
10. Baxter K, Courage C and Caine K. *Understanding your users: A practical guide to user research methods*. Morgan Kaufmann, 2015.
11. Leedy PD and Ormrod JE. *Practical Research Planning and Design*. Pearson Education Limited, 2014.
12. Lazar J, Feng JH and Hochheiser H. *Research methods in human-computer interaction*. John Wiley & Sons, 2010.
13. Benyon D. *Designing Interactive Systems: A comprehensive guide to HCI, UX and interaction design*, 3/E. 2014.
14. Nielsen J. Mental models, <https://www.nngroup.com/articles/mental-models/> (2010, accessed 06.10.2017).
15. Rubin J and Chisnell D. *Handbook of usability testing: how to plan, design and conduct effective tests*. John Wiley & Sons, 2008.
16. Morville P. User Experience Design, http://semanticstudios.com/user_experience_design/ (2004, accessed 02.10.17).

8 Vedlegg

8.1 Vedlegg A: Informert samtykke (Fokusgruppe/Gamestorming)

Request for participation in research project

“Master’s study: Exploring alternatives to End-user License Agreements for informing users before they register for online digital services - a user centered approach”

Background and purpose

The purpose of the research study is to investigate alternative solutions to the process of End-user License Agreements and how this process can be improved. The study is a part of the course MIXD490 Master’s thesis which is a part of the Interaction design master’s programme at NTNU in Gjøvik.

What does participation in the project imply?

Participation in the project means taking part in a workshop, where you will discuss with other participants issues surrounding the topic of interest. The workshop will consist of two parts; a part based on discussing topics supplied by the project manager, and a more practical part, that involves brainstorming and creating concepts. The workshop will last for approximately 1 hour. The topics of discussion will be issues regarding End-user License Agreements.

What will happen to the information about you?

All the personal data will be treated confidentially. Only the project manager and supervisor will have access to personal data. No names or other personal identifiers will be stored to ensure confidentiality. Participants will not be recognizable in the publication. The workshop and discussion can be recorded for ease of transcription. The audio files will not be stored for longer than 5 days and will be stored on a local device.

The project is scheduled for completion by 15th December 2017.

Voluntary participation

It is voluntary to participate in the project, and you can at any time choose to withdraw your consent without stating any reason. If you decide to withdraw, any data gathered about you will not be used in the project.

If you have any questions concerning the workshop or the project, please contact Project Manager Eivind Blomfeldt Thorsen by email at eivinbt@stud.ntnu.no or by phone: +47 980 71 463.

You can also contact supervisor Frode Volden, by e-mail at frodev@ntnu.no if you have any questions or uncertainties about the study.

Consent for participation in the study

I have received information about the project and are willing to participate

(Signed by participant, place and date)

8.2 Vedlegg B: Informert samtykke (brukertesting)

Request for participation in research project

"Master's study: Exploring alternatives to End-user License Agreements for informing users before they register for online digital services - a user centered approach"

Background and purpose

The purpose of the research study is to investigate alternative solutions to the process of End-user License Agreements and how this process can be improved. The study is a part of the course MIXD490 Master's thesis which is a part of the Interaction design master's programme at NTNU in Gjøvik.

What does participation in the project imply?

Participation in the project means taking part in a practical experiment, where you will be exposed to a prototype simulating a web page for a made-up online service. You will be given some scenarios that you will complete by using the prototype. After completing the scenarios, you will be asked some follow-up questions related to the prototype and the project in general. The experiment is scheduled to last for approximately 30-40 minutes.

What will happen to the information about you?

All the personal data will be treated confidentially. Only the project manager and supervisor will have access to personal data. No names or other personal identifiers will be stored to ensure confidentiality. Participants will not be recognizable in the publication. The workshop and discussion can be recorded for ease of transcription. The audio files will not be stored for longer than 5 days and will be stored on a local device.

The project is scheduled for completion by 15th December 2017.

Voluntary participation

It is voluntary to participate in the project, and you can at any time choose to withdraw your consent without stating any reason. If you decide to withdraw, any data gathered about you will not be used in the project.

If you have any questions concerning the workshop or the project, please contact Project Manager Eivind Blomfeldt Thorsen by email at eivinbt@stud.ntnu.no or by phone: +47 980 71 463.

You can also contact supervisor Frode Volden, by e-mail at frodv@ntnu.no if you have any questions or uncertainties about the study.

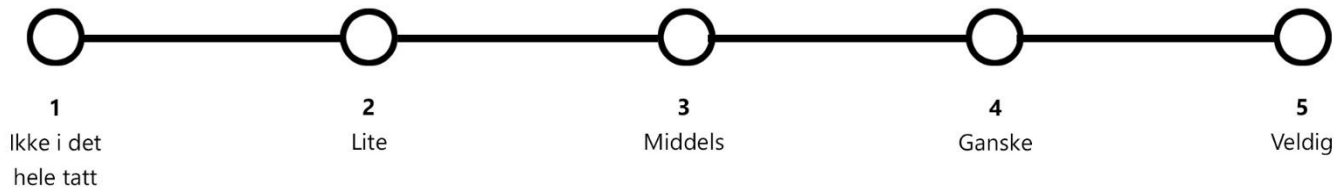
Consent for participation in the study

I have received information about the project and are willing to participate

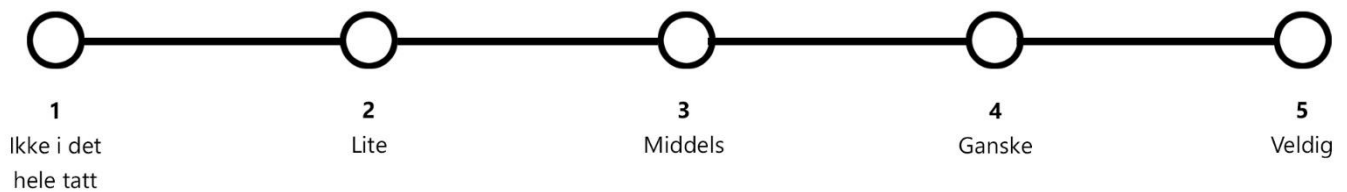
(Signed by participant, place and date)

8.3 Vedlegg C: Spørreskjema for brukertesting (Scenario 1 og 2)

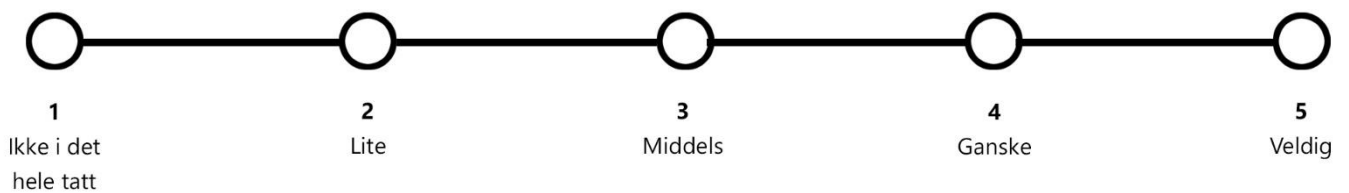
1. **Finne frem** - I hvor stor grad synes du det var enkelt å finne det du lette etter i personvernserklæringen?



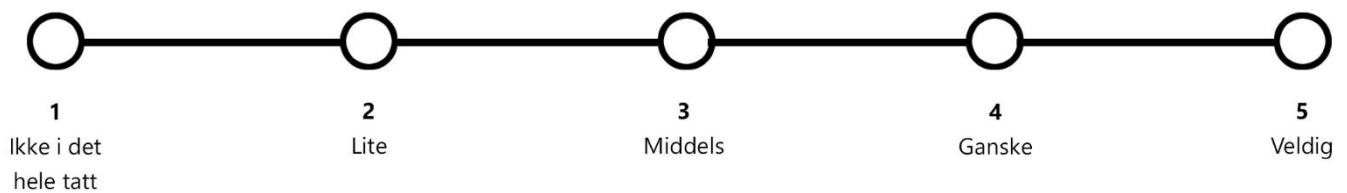
2. **Forstå** - I hvor stor grad synes du det var enkelt å forstå informasjonen i personvernserklæringen?



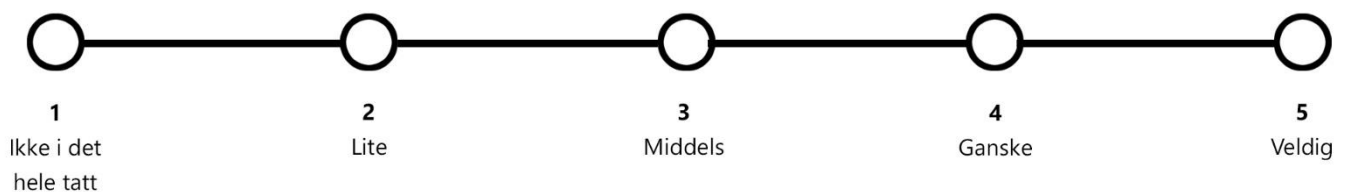
3. **Nyttig** - I hvor stor grad synes du personvernserklæringen er nyttig for å finne informasjon om personvern?



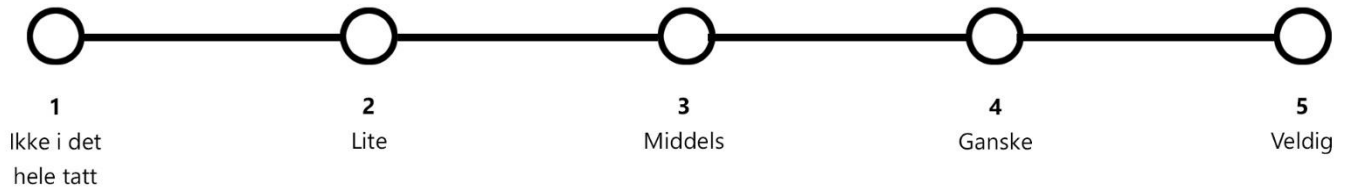
4. **Brukervennlig** - I hvor stor grad synes du personvernserklæringen er brukervennlig?



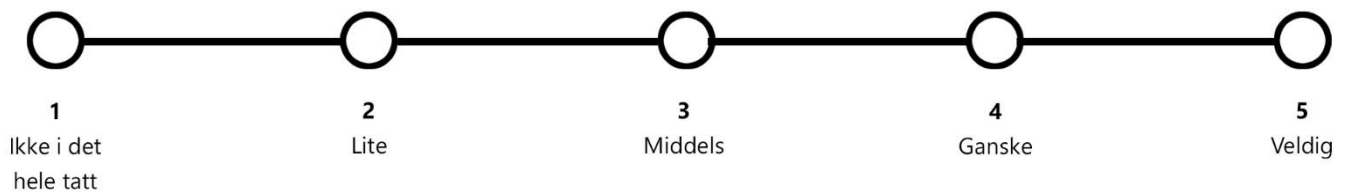
5. **Visuelt tilfredsstillende** - I hvor stor grad synes du personvernserklæringen er visuelt tilfredsstillende?



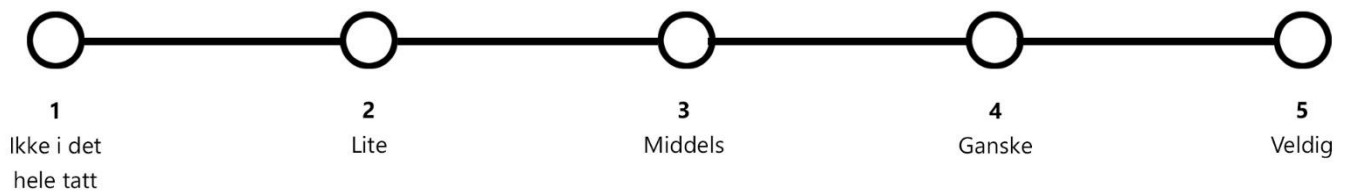
6. Troverdig - I hvor stor grad synes du personvernserklæringen er troverdig?



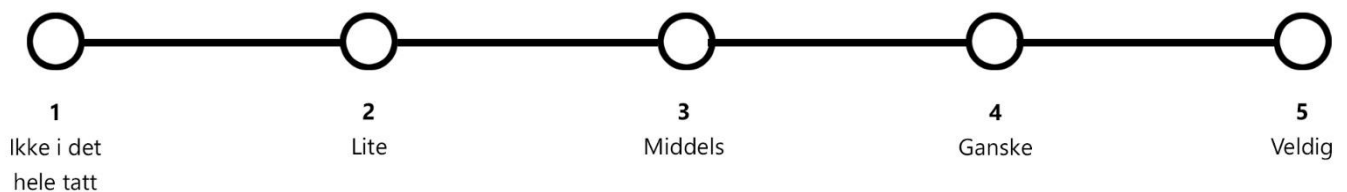
1. Finne frem - I hvor stor grad synes du det var enkelt å finne det du lette etter på brukervilkårssiden?



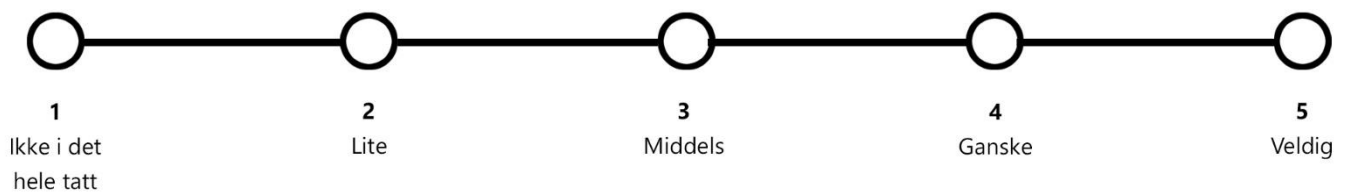
2. Forstå - I hvor stor grad synes du det var enkelt å forstå informasjonen på brukervilkårssiden?



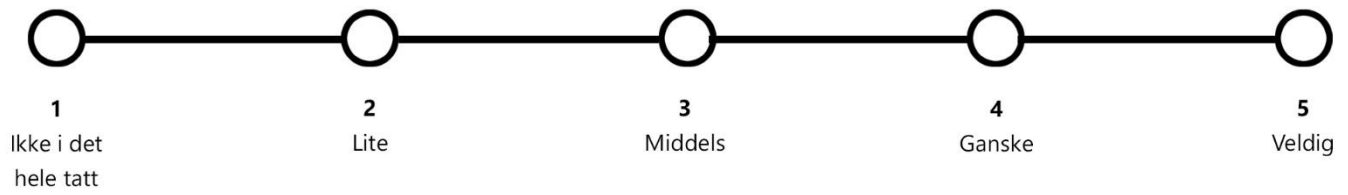
3. Brukervennlig - I hvor stor grad synes du brukervilkårssiden er brukervennlig?



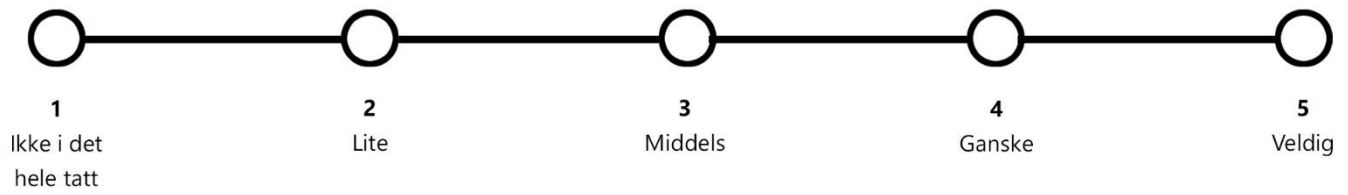
4. Visuelt tilfredsstillende - I hvor stor grad synes du brukervilkårssiden er visuelt tilfredsstillende?



5. **Nyttig** - I hvor stor grad synes du brukervilkårssiden er nyttig for å finne informasjon om personvern?



6. **Troverdig** - I hvor stor grad synes du brukervilkårssiden er troverdig?



8.4 Vedlegg D: Notatskjema (Brukertest)

Deltaker #:		Dato:	Tidspunkt:
Oppgave	Problemer	Observasjoner og kommentarer	
Scenario 1			
Scenario 2			

Scenario 3		
------------	--	--

Workshop guide

1. Deltakerne ønskes velkommen.
2. Informed Consent utdeles. Informasjon om at det vil bli tatt opp lyd for å forenkle dokumenteringen av workshopen.
3. Diskusjon; Først skal dere diskutere brukervilkår; hvor viktig er det for dere lese brukervilkår før dere tar i bruk en ny tjeneste, app eller lignende? Hvilke utfordringer har dere med å lese vilkårene, og hva opplever dere som problematisk med brukervilkårene slik de er i dag?
4. Idémyldring; Nå skal dere bruke post-it lapper til å skrive ned alle idéene dere kan komme på om hvordan problemene vi har identifisert med brukervilkår kan løses. Dette er en tidsregulert øvelse. Det er fordi jeg ønsker at dere skal skrive ned alt dere kommer på helt ukritisk og helt uten filter. Uansett hvor dumt det du tenker på er, skriv det ned! Vi skal uansett filtrere idéene sammen etterpå, så forsøk å være så ukritisk som mulig. Dere får 3 minutter på dere.
5. Sortering av idéer; Nå vil jeg at dere skal samarbeide om å sortere idéene inn i forskjellige kategorier. Hvis dere kommer på nye idéer underveis så ikke nøl med å skrive dem ned.
6. Deltakerne deles inn i grupper på to og to.
7. Konseptutvikling; Nå skal dere sammen se på idéene som ligger på bordet, og velge fra de forskjellige kategoriene. Her bør dere diskutere underveis, og forsøke å lage det konseptet som dere tror kan være løsningen for hvordan folk skal informeres om brukervilkår i fremtiden. Dere skal nå lage et konsept basert på de idéene dere har valgt. Dere kan velge selv hvordan dere vil utvikle konseptet, for eksempel kan dere lage noen enkle skisser som demonstrerer hvordan konseptet vil fungere, eller dere kan lage en enkel prototype som demonstrerer hvordan konseptet vil være i bruk. Formålet med denne delen er at dere skal utvikle et konsept som dere etterpå skal presentere til resten av gruppene. Dere får 12 minutter på dere til å utvikle konseptet.
8. Lag presentasjoner; Forklar kort hva dere har tenkt og hvordan dere har løst oppgaven til resten av gruppene. Hver gruppe får 3 minutter på å presentere konseptet sitt.