

Sluttrapport: SmartJa-prosjektet

Skrevet av:	Morten Tollefsen
Epost:	morten@medialt.no
Sist oppdatert:	30.11.2018

MediaLT

Jerikoveien 22

1067 Oslo

Tlf: 21538010

E-post: info@medialt.no

www.medialt.no



Innhold

1	Innledning.....	3
1.1	Mål og målgruppe	3
1.2	Prosjektgruppe	4
2	Prosjektarbeid	4
2.1	Planlegge, implementere og lansere nettsted	4
2.2	Utarbeide innhold	5
2.3	Kommunikasjon mellom eksperter og brukere.....	6
2.4	Brukertesting av nettstedet	6
2.5	Ferdigstille versjon 1 av SmartJa.no	6
2.6	Planlegge varig drift.....	6
2.7	Informasjonsspredning.....	7
3	Økonomi	7

1 Innledning

For de fleste er mobilteknologi viktig i studier og yrkesliv, det er viktig for å utføre private gjøremål og til underholdning. Mens mange mestrer teknologien uten opplæring, har smarttelefonen blitt en ny teknologisk barriere for andre. SmartJa-prosjektet var et initiativ for å hjelpe mennesker som trenger starthjelp for å bli trygge på, og mestre bruk av nye tjenester og moderne mobilteknologi. I prosjektet ønsket vi å vektlegge både mennesker med nedsatt funksjonsevne og personer som ikke tar ny teknologi på strak arm. Det er naturligvis vanskelig å nå de som sliter mest, og derfor har vi også lagt stor vekt på å nå "hjelpere": det vil si personer som kan hjelpe andre i gang.

Nødvendig hjelpefunksjonalitet som stavekontroll, skjermleser, skjermforstørrer, bryterstyring, støtte for høreapparater og så videre, er en del av operativsystemet eller finnes som funksjonalitet på mange mobile enheter. Dette betyr imidlertid ikke at utstyret er enkelt å bruke. En Android- eller Apple-telefon benyttes for eksempel på en annen måte hvis skjermleseren er aktivert.

I SmartJa-prosjektet ønsket vi å informere om både hjelpeteknologi og nyttige apper. Dette skulle vi gjøre ved å lage et nettsted. Nettstedet er nå på lufta, og MediaLT håper at vi skal klare å holde det oppdatert. I prosjektet har vi fått veldig mye respons fra mennesker både med og uten nedsatt funksjonsevne om at et reklamefritt nettsted gjør det mye enklere å bruke, og målet vårt er derfor å kunne jobbe med nettstedet delvis på frivillig basis, og delvis ved å initiere prosjekter knyttet til <https://smartja.no/>. Nettstedet er universelt utformet. Mye innhold er på plass, og mye mer innhold kan utarbeides – det håper vi å få til!

1.1 Mål og målgruppe

Hovedmålet i SmartJa har vært å:

Utvikle et nettsted som hjelper mennesker i gang med smarttelefon – spesielt rettet mot studier og arbeidsliv.

Vi så tidlig i prosjektet at grunnleggende ferdigheter var viktig både til studier, i arbeid og privat. Innholdet på nettstedet er derfor veldig relevant for alle som ikke kan så mye om smarttelefoner og nettbrett.

Målgruppen i prosjektet var mennesker som har problemer med å bruke smarttelefon og annen ny mobilteknologi. Dette inkluderer også mennesker med nedsatt funksjonsevne, noe som stiller spesielle krav til universell utforming av både nettsted og læremateriell. Statistisk sentralbyrås undersøkelser viser at nesten hver femte nordmann har nedsatt funksjonsevne.

Prosjektet hadde følgende milepæler (som beskrives i Prosjektarbeid):

1. Planlegge, implementere og lansere nettsted
2. Utarbeide innhold
3. Etablere effektive løsninger for kommunikasjon mellom eksperter og brukere
4. Brukertesting av nettstedet
5. Ferdigstille versjon 1 av SmartJa.no
6. Planlegge varig drift
7. Informasjonsspredning

1.2 Prosjektgruppe

- Morten Tollefsen (MediaLT) prosjektleder
- Trond Ausland (MediaLT)
- Magne Lunde (MediaLT)
- Cathy Kalvenes (MediaLT)
- Laila Brandsdal Johnson (Dysleksi Norge)
- Atle Lunde (Retinitis pigmentosa foreningen i Norge)

2 Prosjektarbeid

Dette prosjektet har gått etter planen. Vi har bidratt med en god del egeninnsats ut over rammene for prosjektet. Likevel skulle vi veldig gjerne hatt mer tid til å utarbeide innhold. Det tar for eksempel mye tid å lage video med innvevd synstolking og teksting. Arbeidet beskrives nedenfor for hver av prosjektets milepæler.

2.1 Planlegge, implementere og lansere nettsted

I prosjektsøknaden skrev vi at WordPress skulle brukes som publiseringsløsning. Det har vi gjort. Vi antok at det ville bli en god del arbeid for å gjøre løsningen universelt utformet, og vi har måttet legge ned nokså mye innsats for å få SmartJa slik vi ønsket. Fortsatt har vi ideer til forbedringer (f.eks. en litt annen meny-presentasjon for skjermlesere), men vi er ganske sikre på at vi har laget en av verdens mest universelt utformede WordPress-siter. Det må vi si at vi er ganske stolte av. Også innhold på nettstedet må være universelt utformet (jfr.

Utarbeide innhold).

2.2 Utarbeide innhold

Innhold har blitt utarbeidet i hele prosjektperioden. Teknologiutviklingen går veldig raskt, og det har alt vært behov for å oppdatere noe innhold i løpet av året (for eksempel på grunn av nye iOS-versjoner og oppdatering av apper).

Publisert innhold skal, på samme måte som selve rammeverket, være universelt utformet. Dette innebærer for eksempel:

- Bilder skal ha alternativ tekst for skjermlesere
- Pyntebilder eller bilder som brukes for visuell gjenkjenning (f.eks. app-ikoner) skal skjules for skjermlesere
- Artikler skal ha god struktur (h-tag'er i html)
- Videoer skal tekstes og synstolkes (vi har forsøkt å bruke innvevd synstolking for å få videoene mest mulig forståelige for synshemmede)
- ...

Det tar mye tid å lage helproffe videoer. Vi har lagt oss på en linje der vi tenker at informasjon er viktigst, og at det er bedre å lage nye videoer ved behov enn at kvaliteten er helt optimal.

MediaLT har lagt ut alt innhold, men vi har også fått hjelp av andre. Frank Lunde (Nav) har for eksempel laget videoer og informasjon om bruk av både iOS og Android for bevegelseshemmede.

Slik har vi tenkt om organisering av innhold:

- Førstesiden inneholder artikler som er av mer overordnet karakter (gjelder uansett utstyr)
- iOS med generelle tips og undersider for ulike hjelpeteknologi.
- Android er bygget opp på samme måte som iOS.
- Ellers har vi en kursliste, litt info om spesialiserte telefoner, kontaktinformasjon med mer.

I prosjektet fikk vi også en del spørsmål fra litt teknologi-interesserte personer som synes vanlige teknologi-nettsteder blir vanskelige å bruke. Dette skyldes til dels massiv reklame, dynamiske bannere som ødelegger for skjermlesere med mer. Morten Tollefsen har derfor laget en Klippstoff-spalte. Denne er godt gjemt siden den ikke er primærformålet med SmartJa. Likevel viser det seg at Klippstoff kan bli viktigere enn det vi hadde trodd fordi det er en del som kan brukes for å lenke til relevant informasjon fra Klippstoff:

<https://smartja.no/klippstoff/>

2.3 Kommunikasjon mellom eksperter og brukere

Vi valgte å la SmartJa ligge åpent nærmest fra dag en. Dette viste seg å være en suksess med tanke på brukerkontakt (inkl. kontakt med fagpersoner). Vi har fått tilbakemeldinger i hele prosjektperioden. De som var mest interesserte fikk tilbud om å delta i en lukket Facebook-gruppe, og der har vi kunnet be om tilbakemeldinger (ca. 50 deltakere). Vi har også laget en åpen Facebook-side, og også gjennom denne har vi fått noen tilbakemeldinger. Facebook-sider er imidlertid primært for å legge ut informasjon. Adressen til siden er:

<https://facebook.com/SmartJaMLT/>

2.4 Brukertesting av nettstedet

Vi valgte å bruke tid på Facebook-gruppa fordi vi da kunne spørre deltakerne om tilbakemeldinger oftere, og få flere med enn hvis vi hadde gjennomført mer tradisjonelle brukertester. I tillegg har vi gjennomført noen observasjoner med nybegynnere, sendt ut lenker i forbindelse med opplæringsoppdrag for å sjekke om brukere klarer å finne svar på spørsmål de har, med mer.

Hovedkonklusjonen er at de du kan forvente at får noe ut av et nettsted av denne typen er veldig fornøyd. Nettstedet er imidlertid også tiltenkt "hjelpere". Vi har blant annet fått flere tilbakemeldinger om at foreldre med funksjonshemmede barn/ungdommer har hatt veldig stor glede av SmartJa.

2.5 Ferdigstille versjon 1 av SmartJa.no

Som nevnt tidligere valgte vi å legge SmartJa åpent helt fra starten for å få så tett brukerkontakt som mulig. Likevel valgte vi å ha en form for lansering: 27.8.18. Vi sendte ut informasjon på epost, reklamerte litt på Facebook, arrangerte noen konkurranser med mer.

2.6 Planlegge varig drift

Opprinnelig hadde vi tenkt å satse hardt på å få inn reklame på SmartJa. I prosjektet har det imidlertid vært ganske entydig feedback fra aktuelle brukere om at dette ikke er ønskelig. Vi har valgt å høre på dette, men utfordringen blir å make å jobbe videre med prosjektet. Det vi har gjort litt av er å teste produkter (Doro-telefoner, Weber-grill med appstyrt steketermometer, headset med mer). Vi ser av logger at disse artiklene blir lest, men vi har altså ikke gjort noe kommersielt ut av dette. Vi er fortsatt åpne for å finansiere litt ved hjelp av reklame, men da uten å gå på bekostning av enkel visuell layout og tilgjengelighet for mennesker med nedsatt funksjonsevne.

Det vi har gjort er å sende inn prosjektsøknad til Olaf Thon-stiftelsen. Ideen var å starte en hjelp-tjeneste knyttet til SmartJa. Tanken var å ansette funksjonshemmede som kunne svare på telefon, at vi gjennom henvendelsene skulle kunne videreutvikle nettstedet med mer. Denne fikk avslag, men en liknende søknad er nå sendt til Extrastiftelsen. Vi har også tatt et initiativ knyttet til stiftelsen VI, som eventuelt vil bety innholdsproduksjon på SmartJa.

2.7 Informasjonsspredning

Facebook har vært vår primære informasjonskanal, men vi har også skrevet artikler, deltatt på flere seminarer med informasjon, sendt ut informasjon på e-post, Twitter med mer. Vi vil fortsette med å informere over alt der vi får mulighet.

3 Økonomi

Vi har prioritert å få til så mye innhold som mulig på smartja.no. Derfor har vi skjært ned på andre kostnader og i stedet vektlagt å bruke ressursene på arbeidsinnsats. Som en følge av dette har vi også økt vår egeninnsats. Utover dette er prosjektet i all hovedsak gjennomført i henhold til budsjett.