



GÖTEBORGS UNIVERSITET

# Viktiga användbarhetsfaktorer för upplevt förtroende på medicinska webbplatser

Är det andra användbarhetsfaktorer som är viktiga för användares upplevda förtroende på medicinska webbplatser i jämförelse med på webbplatser generellt?

## Important usability factors for perceived trust on medical websites

Are the important usability factors for users' perceived trust in medical web sites different than the ones for web sites in general?

KLAS I. JOHANSSON  
NICKLAS P. JOHANSSON  
DANIJEL D. KATIC

Examensarbete/Kandidatuppsats i systemvetenskap

Rapport nr. 2010:082  
ISSN: 1651-4769

## Sammanfattning

Studien undersöker huruvida användbarhetsfaktorer på webbsidor påverkar förtroendet på ett annat sätt än på webbplatser generellt. Studien använder sig av en kvalitativ forskningsmetod. Två intervjuomgångar genomfördes där totalt nio respondenter i åldrarna 20-29 år fick uttala sig om sina uppfattningar kring hur användbarhetsfaktorer på webben påverkar deras förtroende, och om de upplever att förtroendet påverkas annorlunda på medicinska webbplatser. Den första urvalsgruppen bestod av fem försökspersoner på AstraZeneca:s avdelning för försöksverksamhet i Göteborg. Den andra urvalsgruppen bestod av fyra personer i vår bekantskapskrets. Resultatet av studien pekar på att användbarhetsfaktorerna *"felaktiga länkar"*, *"stavfel"* samt *"att användaren i ett givet ögonblick kan se var den är och vad den kan göra"* är de faktorer där användarna upplever den största skillnaden i inverkan på förtroende. Orsakerna till denna upplevda skillnad återfinns i respondenternas motiveringar och de pekar framförallt på att det är trovärdighetsdimensionen *"proffsighet"* samt risktypen *"kroppslig risk"* som orsakar den här skillnaden.

**Nyckelord:** Användbarhet, webb, förtroende, förtroendedimensioner, trovärdighet, risk, risktyper, proffsighet, kroppslig risk

---

## Abstract

The study examines if usability factors affects user trust in medical web sites in a different way than in web sites in general. The study uses a qualitative research method. Two rounds of interviews were conducted with a total of nine respondents aged between 20-29 years of age. In a series of interviews they express their views on their perceptions of how the web usability factors affect their trust, and whether they feel that trust is affected differently at medical sites. The first sample group consisted of five volunteers at AstraZeneca's department for clinical trials in Göteborg. The second sample group consisted of four people in our circle of friends. The results of the study indicate that the usability factors "*broken links*", "*typos*" and "*that the user in a given moment can see where it is and what it can do*" are the factors which users are experiencing the greatest difference in impact on their trust. The reasons for this perceived difference can be found in the respondents' motivations and they indicate that it is the trustworthiness dimension "*expertise*" and the risk type "*physical risk*" that is the cause for this difference.

**Keywords:** Usability, web, trust, credibility, trustworthiness, dimensions of trustworthiness, risk, expertise, professionalism, physical risk

## **Tack!**

Vi vill tacka våra handledare Marie Eneman och Urban Nuldén. Vi vill också tacka våra respondenter för den tid och de tankar de delat med sig av, vilka ligger till grund för vårt arbete. Sist men inte minst vill vi rikta ett stort tack till våra familjer för det stöd de givit oss under arbetets gång.

# Innehållsförteckning

1	Bakgrund.....	6
2	Syfte och frågeställning .....	9
3	Teoretiska utgångspunkter .....	10
3.1	Användbarhet.....	10
3.2	Användbarhet i ett webbperspektiv .....	12
3.3	Förtroende .....	14
3.3.1	Risk .....	14
3.3.2	Trovärdighet .....	15
3.3.3	Externa faktorer .....	15
3.4	Förtroende ur ett webbperspektiv .....	16
3.4.1	Relaterade studier .....	17
3.5	Risk i ett webbperspektiv.....	20
3.6	Användbarhet och förtroende i ett webbperspektiv.....	20
3.7	Förtroende på webben ur ett medicinskt perspektiv .....	21
4	Metod.....	22
4.1	Litteraturstudie .....	22
4.2	Val av datainsamlingsmetod.....	23
4.3	Datainsamling .....	24
4.4	Frågorna .....	25
4.5	Dataanalys.....	26
5	Resultat.....	27
5.1	Användbarhetsfaktorer .....	27
5.1.1	Felaktiga länkar .....	27
5.1.2	Stavfel .....	28
5.1.3	Att användaren i ett givet ögonblick kan se var den är och vad den kan göra.....	29
5.1.4	Hur snabbt användaren finner det den letar efter.....	30
5.1.5	Nytta.....	30
5.1.6	Hur lättanvänd webbplatsen är i inledningsfasen av användningen .....	31
5.1.7	Språk.....	32
5.1.8	Effektivitet – att hitta det man söker med minsta möjliga arbete .....	33
5.1.9	Hur lätt användaren förstår uppbyggnad och funktion.....	34
5.1.10	Felaktigheter generellt.....	35
5.1.11	Utseende .....	36
5.2	Sammanfattning .....	37
6	Diskussion.....	38
6.1	Reflektioner kring vår undersökning.....	38
6.1.1	Intervjuer .....	38
6.1.2	Datainsamlingsmetod .....	39
6.2	Diskussion av resultat .....	40
6.2.1	Motiveringar för annan förtroendeinverkan .....	41
6.2.2	Förslag på vidare forskning .....	43
7	Slutsatser .....	44
8	Referenser .....	45
Bilaga A	Intervjufrågor 2.....	A-1
Bilaga B	Intervjufrågor 3.....	B-1

# 1 Bakgrund

I samband med utbredningen av Internet och dess användning, så har allt större uppmärksamhet ägnats åt vilka faktorer som bidrar till att skapa framgångsrika webbplatser (Corritore et al. 2003). Två viktiga faktorer är förtroende och användbarhet (Flavian et al, 2006) och det är först på senare tid som forskare inom ämnet människa och datorinteraktion (MDI) börjat titta på sambandet mellan dessa (Corritore et al. 2003). Flavian et al. (2006) påpekar dock att relativt få studier kring detta har genomförts. Corritore (2003) pekar på att förtroende är en viktig förutsättning för samarbeten mellan människor och organisationer. Detta eftersom förtroende till personer, grupper eller organisationer är avgörande om man ska uppnå tillit till dem (Flavián et al, 2006).

När man skapar interaktiva produkter, exempelvis en applikation i en mobiltelefon, så är det viktigt att uppnå en hög användbarhet. Är det låg användbarhet så kommer användarna att bli frustrerade och i värsta fall sluta använda produkten. Generellt sett så innebär användbarhet att interaktiva produkter är effektiva, behagliga att använda, lätta att förstå sig på och erbjuder en nytta för användaren (Preece et al, 2002).

En interaktiv produkt är effektiv om den med så små medel som möjligt når ett givet mål. På en webbplats innebär det t.ex. att användaren med så få klick som möjligt skall kunna finna den information den söker. Att produkten skall vara behaglig att använda kan ske genom att produkten är estetiskt tilltalande och att den inte innehåller fel eller annat som kan upplevas distraherande. Lätt att förstå sig på, innebär att användaren snabbt lär sig hur den fungerar och därigenom kan uppnå målet med användandet lätt och smidigt. Med nytta menas att produkten kan erbjuda något som användaren har nytta utav. Är det t.ex. en nöjeswebbplats så kan nyttan för användaren vara att bli underhållen. Är det en informationswebbplats så kan nyttan för användaren vara att webbplatsen kan tillhandahålla den sorts information som denne söker, exempelvis en tidtabell för kollektivtrafik.

Detta leder in oss på webbplatser som riktar sig till en väldigt bred användargrupp, som har olika syften med deras besök på Internet. Även mål som den genomsnittlige användaren har på en specifik typ av webbplats kan skilja sig stort från användarens mål på en annan sorts webbplats.

Hälso- och läkemedelsinformation är en typ av information som en stor del Internetanvändare söker. I en amerikansk studie visade Rainie och Fox (2000) att 55 % av de amerikaner som hade Internet hade sökt hälso- och läkemedelsinformation på Internet. En enkätundersökning, som landstingsförbundet utförde i Sverige 2003, besvarades av 39 256 personer och visade att 17 % av de tillfrågade under året hade sökt hälso- och sjukvårdsinformation på Internet (Shagram, Thulin 2004). Enligt Umefjord (2007 i Himmel et al. 2008) är trenden fortfarande att Internet i allt större utsträckning används för att hitta information av den här typen. Det som även har visat spela en allt större påverkan på just varför så

många användare idag söker hälso- och läkemedelsinformation är tillgängligheten (Fox & Rainie, 2000). Att man närsomhelst, och nästan från varsomhelst, kan ta del av hälso- och läkemedelsinformation har på det sättet ökat intresset för webbplatser som tillhandanhåller denna typ av tjänster. Det är dock inte förknippat med en riskfri användning.

*"Användare tar även en risk när de litar på hälsoinformation på Internet, eftersom det kan vara svårt att utvärdera kvaliteten på hälsoinformation – konsekvenserna av ett felaktigt hälsoråd kan bli dyrbart, i värsta fall livshotande (Luo & Najdawi, 2004). Med detta kan sägas att förtroende är ett grundläggande krav vid utformning av e-hälsositer".*

(Shagram, Thulin, 2004)

Det finns även andra typer av risker som användare kan ställas inför. Ett besök av en webbplats kan t.ex. innefatta att man måste lämna ifrån sig personuppgifter, kontouppgifter och bostadsadress mm. Det finns alltid en risk att sådan information kan användas på ett för användaren tvivelaktigt och riskabelt sätt. Detta betyder att användare som besöker sådana typer av webbplatser måste känna ett förtroende för dem för att kunna lämna ifrån sig dem uppgifterna.

*"Fear, risk and uncertainty limit people's activity and freedom. Businesses see trust as valuable, since it helps people to defeat barriers and makes trade and interaction easier." (Gustavsson, Johansson, 2006) .*

Fogg (Fogg [1] 2003) pekar på i en studie, kring hur användare bedömer trovärdighet på webben, att användare har en benägenhet att upptäcka olika saker beroende på vilken sorts webbplats de besöker. Beroende på webbplats så är det vissa specifika typer av faktorer som är viktiga för framgång. Corritore et al., 2003) hävdar att sättet som förtroende fungerar i sociala sammanhang även återfinns i människors interaktion med teknologier t.ex. webbplatser.

Forskning inom användbarhet har påvisat att användbarhet påverkar graden av förtroende som en användare upplever (Flavian, 2006). Om något har en hög grad av användbarhet, så är det lättare att förstå sig på, samt bruka, innehållet. Detta medför att risken för fel minskar och förtroendet i sin tur ökar (Flavian, 2006).

Enligt experter handlar användbarhet om att en användare ska kunna bruka webbplatsen så som det är tänkt (Stephens, 2004). För att lyckas med detta gäller det bl.a. att designa sidan på ett användarvänligt sätt. Detta innefattar bl.a. val av grafik, textlänkar, bildlänkar och navigation (Stephens, 2004).

Genom bilder och grafik kan man fånga en läsares intresse, uppmärksamma viktig information samt göra besöket till en trevligare vistelse. Det gäller att göra en avvägning då för mycket bilder och grafik kan göra sidan långsam och göra det svårt att läsa texten. Det gäller också att välja ett typsnitt och en textstorlek samt färger som gör det behagligt att läsa texten. Navigationen kan vara svår att förstå vilket gör att användaren inte vet hur den ska orientera sig på hemsidan vilket leder till att den inte hittar det den söker.

*”Det har visat sig att användbarhet är en nyckelfaktor när en organisation använder sig av Internet för sina tjänster. Kim och Eom har i sin studie kommit fram till att användbarhet är av kritisk vikt för att få användaren att känna sig tillfreds med webbplatsen”.*  
(Flavián, 2006)

Att man gör en bedömning av vilket förtroende man känner för webbplatsen utifrån designen är inte så konstigt då det är det första man möts av när man besöker en webbplats. Är den snyggt eller rent utformad leder detta till att man vill utforska webbplatsen vidare för att se vad den har att erbjuda. Redan här har man lyckats att fånga besökarens intresse och den har då skapat sig ett visst förtroende för webbplatsen. Detta då en god design visar att organisationen lagt ner tid för att skapa en webbplats som tilltalar användaren vilket visar att man vill besökaren väl.



## 2 Syfte och frågeställning

Här redovisar vi vilket syfte vår studie har, vilken vår frågeställning är, samt hur vi väljer att avgränsa vår studie.

### Syfte

Syftet med denna studie är att beskriva vilka användbarhetsfaktorer på en medicinsk webbplats som är kritiska för användares upplevda förtroende för webbplatsen. Detta skall leda till slutsatser som bidrar till utformandet av mer förtroendeingivande medicinska webbplatser i hänseende av användbarhet.

### Frågeställning

Vilka är de kritiska användbarhetsfaktorerna för upplevt förtroende på en medicinsk webbplats?

### Avgränsning

Vi väljer att själva definiera "*medicinsk webbplats*" på följande sätt:

*En webbplats som representerar en organisation eller en del av en organisation vars kärnverksamhet är inriktad på produktion, utveckling, försäljning eller marknadsföring av medicinska preparat.*

När det gäller medicinska preparat väljer vi att avgränsa oss till läkemedel som är ämnade att användas av människor.

## 3 Teoretiska utgångspunkter

I det här avsnittet kommer vi att redogöra för begreppen användbarhet och förtroende, bryta ned dem i mindre delar samt titta på dem i ett webbsammanhang. Vi kommer även att beskriva sambandet mellan dem.

### 3.1 Användbarhet

Preece (2002) har valt att bryta ner användbarhet till ett antal mål. Dessa beskrivs som mål som bör vara uppfyllda för att en interaktiv produkt ska anses kunna bidra till att användarna kan genomföra sina uppgifter.

- *Effective to use (Effectiveness)*
- *Efficient to use (Efficiency)*
- *Safe to use (Safety)*
- *Have a good utility (Utility)*
- *Easy to learn (Learnability)*
- *Easy to remember how to use (Memorability)*

(Preece et al, 2002)

Dessa mål handlar generellt om hur användarna uppfattar systemet, men också hur väl systemet kan bidra att användarna når sina mål med användningen.

"*Effectiveness*" motsvaras av det svenska ordet "ändamålsenlighet". Detta beskriver i vilken utsträckning systemet lyckas uppfylla användarens mål. Att ett system är effektivt (*Efficiency*) att använda betyder enligt Preece et al.(2002) att det uppfyller användarens mål, och gör detta på ett effektivt sätt. Det vill säga att systemet med så få resurser som möjligt uppfyller användarens mål. Preece et al.(2002) förklarar detta med att ta en telefonsvarare som ett exempel. Om den innehåller många krångliga funktioner som användaren måste ta sig igenom, för att nå exempelvis ett lagrat telefonmeddelande, så är detta användbarhetsmål inte uppfyllt.

Med *Safety* menas att systemet ska vara säkert att använda. Preece et al. menar att detta användbarhetsmål kan delas upp i två aspekter. Den ena säkerhetsaspekten är den fysiska säkerheten. Exempelvis för användare som använder systemet i riskfyllda miljöer, kanske systemet bör stödja fjärrstyrning. Men det behöver inte handla om att man ska underlätta vid farliga miljöer, utan även att minska felaktigheter i designen, och det är här den andra aspekten kommer in. Preece et al.(2002) menar på att man ska undvika att skapa system som kan medföra att användarna gör några ofrivilliga knapptryckningar, ett exempel är att man inte applicerar delete-tangenten bredvid spara-knappen.

(*Utility*) innebär i korthet att systemet ska kunna bidra med tillräcklig funktionalitet för att användare ska kunna utföra sina mål. Att ett system ska vara lätt att förstå räcker inte ibland. Systemet ska även vara lätt att lära sig och när du väl ha lärt dig (*Learnability*), så ska systemet vara utformat på så vis att man snabbt kan komma ihåg det nästa gång man använder det (*Memorability*)(Preece et al.2002).

## 3.2 **Användbarhet i ett webbperspektiv**

Flavián et al. (2006), diskuterar användbarhet på webben och menar på att det handlar om följande punkter.

- *Hur lätt det är att förstå strukturen av ett system, funktionerna, gränssnittet samt innehållet som användaren ser.*
- *Enkelheten i att använda sidan i de inledande faserna.*
- *Hur snabbt en användare finner det den söker efter.*
- *Upplevelsen om hur enkelt det är att navigera på sidan i termer av hur lång tid det tar och vilka handlingar som krävs för att åstadkomma det man vill.*
- *Möjligheten för användaren att kontrollera vad den gör och vart den är när den vill.*

(Flavián et al., 2006, egen översättning)

Sundström (2005) förklarar användbarhet på webben på ett grundligare sätt med hjälp av en modell som han kallar för "De fyra dörrarna". För att en användare skall nå sina mål med besöket på en webbplats, t.ex. köpa en vara, eller hitta en specifik information, menar Sundström att denne behöver passera följande "fyra dörrar":

### **Utseendet**

Det första man möts av när man går in på en webbplats är utseendet och vid ett första besök bildar man sig en första uppfattning om den. Första intrycket är viktigt och kan vara avgörande för om man vill lära känna webbplatsen närmare. Det handlar inte bara om att webbplatsen ska vara snygg, utan även om att den har rätt stil och att det är den sortens webbplats som användaren söker för att kunna uppnå sitt mål. Fortsätter användaren att använda sig av webbplatsen så fördjupas och utvecklas detta första intryck (Sundström, 2005).

### **Språket**

Även detta är något som man direkt möts av och bidrar till det första intrycket. Hur detta fungerar kan vara bidragande till hur användaren upplever webbplatsen och kan vara avgörande för att den ska förstå vad som finns var och hur det ska användas. (Sundström, 2005).

### **Strukturen**

Om inte användaren har nått sitt mål med besöket på förstasidan, så måste denna använda sig av webbplatsens navigation. Här är informationsdesignen i centrum och till skillnad från den grafiska designen handlar detta om ordning och organisation, benämningar och hur sidorna buntas ihop till avdelningar(Sundström, 2005).

## Interaktionen

Om användaren var ute efter något i text så har den nu nått sitt mål. Men om den istället är ute efter att handla, tidsredovisa eller skicka e-post så måste även denna dörr passeras. Man måste då begripa hur sidan fungerar för att kunna nå sitt mål. Denna dörr behandlar interaktionsdesign och handlar om formulär och hur applikationer styrs via webben och hur man öppnar ett fönster.

För att kunna passera dörrarna måste de öppnas och på webben är det enligt Sundström (2005) lätt att man stöter på hinder, som gör det svårare för användare att komma igenom och nå sina mål. Det kan vara så att texten på sidan är för liten vilket gör det svårt att tyda vad som står. Informationen man söker kan vara svår att hitta då navigationen bygger på ord som är okända för användaren eller för att menyerna byggts av bilder som är svårupptäckta för användaren. Även interaktionen kan vara ett hinder då den kräver en annan webbläsare än den som användaren har.

Sundström poängterar att denna modell är en förenkling av hur det kan se ut i verkligheten. Att användaren inte upplever faktorerna en efter en utan att de kan upplevas samtidigt och ibland smälta in i varandra. En användare försöker inte bara lista ut om det den söker finns på webbplatsen utan även bedöma kvalitén på det som finns. Användaren försöker från första intrycket avgöra om webbplatsen är att lita på. Enligt Sundström är det därför viktigt för användaren att veta vem som står bakom webbplatsen.

## 3.3 Förtroende

Enligt Corritore et al. (2003) är förtroende är en känsla som utgår från en betraktare som riktas gentemot ett objekt. Vidare beskriver de att detta objekt kan vara t.ex. en människa, grupp, organisation eller en teknologi. Denna känsla är ett resultat av våra erfarenheter, i kombination med de uppfattningar vi har kring de egenskaper vi uppfattar hos objektet (Flavian et al. 2006). Flera faktorer inverkar på förtroende på olika sätt, några av dessa är risk, trovärdighet och externa faktorer.

### 3.3.1 Risk

Risk är en faktor som avgör vilket behov vi har av förtroende. Mayer et al. (1995 i Corritore et al 2003) menar att förtroende hjälper människor att leva i en osäker och riskabel värld. Risk är enligt Bullen (2000 i Corritore et al. 2003) sannolikheten för ett oönskat resultat och har i regel en motsatsrelation till kontroll. Ju högre grad av kontroll användaren upplever att den har, desto mindre upplevs risken att vara, och tvärtom. Ju mindre kontroll användaren har, desto större upplever den att risken är.

Lewis och Weigert (1985 i Corritore et al. 2003) beskriver fenomenet på ett liknande sätt, men istället för att använda uttrycket "risk" talar de om antalet faktorer att överväga vid val; När vi ställs inför olika val i olika situationer finns det ofta många olika faktorer att överväga. Skulle vi vid varje sådant tillfälle behöva överväga alla faktorer tillgängliga för oss, skulle processen att besluta sig för ett val bli mycket komplext. Bl.a. menar att förtroende är ett sätt för oss att begränsa den här komplexiteten genom att den begränsar antalet faktorer vi behöver ta hänsyn till.

Dessa resonemang pekar på att risk och antal faktorer att överväga avgör vårt behov av förtroende i en given situation. Ju mindre risken är, eller ju mindre antal faktorer vi har att överväga vid ett val, desto mindre grad av förtroende krävs för att vi skall vara villiga att gå vidare i processen. Det motsatta gäller också; ju högre grad av risk, eller ju fler faktorer vi har att överväga vid ett visst val, desto högre förtroende krävs för att vi skall vara villiga att gå vidare i processen.

### 3.3.2 Trovärdighet

En av de främsta delar som formar vårt förtroende för ett objekt, är "trovärdighet". Trovärdighet är något som vi uppfattar att ett objekt utstrålar. Skillnaden mellan "förtroende" och "trovärdighet" illustreras i följande citat:

*Trust emanates from a person. In contrast, trustworthiness is a characteristic of someone or something that is the object of trust.*

(Corritore et al. 2003)

Engelskan har två olika ord för trovärdighet; "credibility" och "trustworthiness". Begreppen i sig är väldigt lika och deras betydelse överlappar ofta varandra. P.g.a. dess likhet och de många olika definitioner som finns på dem väljer vi att gemensamt presentera dem under svenskans begrepp "trovärdighet".

#### Dimensioner av trovärdighet

Trovärdighet byggs upp av flera delar och olika forskare har olika uppfattningar om vilka dessa delar är. Delarna kallas i litteraturen för "dimensioner" (Corritore et al., 2003) och är faktorer som "signalerar" trovärdighet till observatören.

De främsta av dessa dimensioner är:

- **Ärlighet;** Enl. G. Gundlach (1993 i Flavian, 2006) tron att någon/något håller sitt ord och är uppriktig.
- **Välvilja;** att en part är genuint intresserad av den andres välbefinnande och är motiverad att söka en ömsesidig vinning i förhållandet (R. Larzelere, 1980 i Flavian 2006).
- **Proffsighet** (samt Expertis/Kompetens); Fångar enl. Fogg et al. (2001) upp uppfattad kunskap och skicklighet av källan.
- **Pålitlighet;** godhet eller moral (Fogg et al., 2001)

### 3.3.3 Externa faktorer

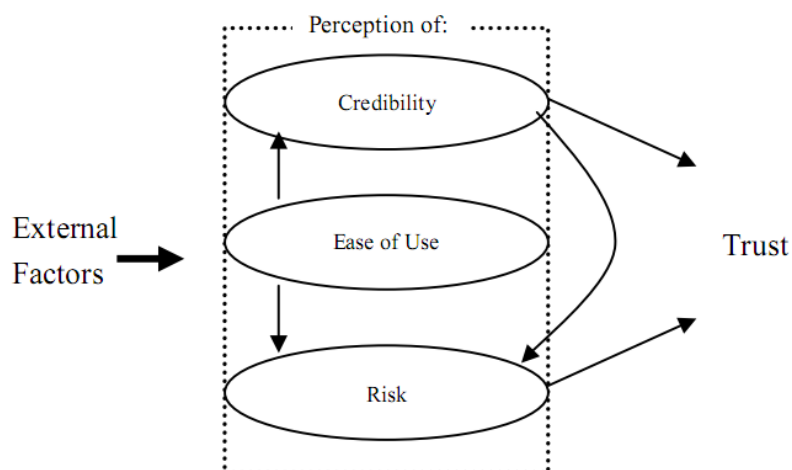
Corritore et al. (2003) redovisar något de kallar för "externa faktorer". Dessa faktorer som inverkar på förtroende är knutna till egenskaper som användaren besitter.

Dessa inkluderar bl.a. benägenhet till att känna förtroende. Olika personer har nämligen olika benägenhet att känna förtroende beroende på personlighet och vilka erfarenheter de har. Vissa har lätt för att känna förtroende, medan andra kan ha en mer skeptisk inställning i allmänhet och därför i mindre utsträckning känner förtroende.

En annan extern faktor är vilken utsträckning användaren har erfarenhet av liknande situationer (Fogg et al., 2001 i Corritore et al., 2003). Dessa faktorer påverkar i vilken utsträckning användaren känner förtroende i en viss situation.

### 3.4 Förtroende ur ett webbperspektiv

Corritore et al. (2003) har definierat en teoretisk modell (se Figur 1) för hur användares förtroende påverkas på en webbplats. De har valt att begränsa denna definition till informations- och transaktionswebbplatser.



Figur 1 – Webbfortroende enl Corritore et al. (2003)

Corritore et al. (2003) redovisar vidare aktuell forskning kring vad som signalerar trovärdighet på webben, och räknar upp följande faktorer som de främsta:

- Lätthet att navigera
- Bra användning av visuella designelement
- Professionella bilder på produkter
- Bristen på små grammatikfel och stavfel
- Ett övergripande professionellt utseende
- Lätthet att söka
- Lättheten att utföra transaktioner

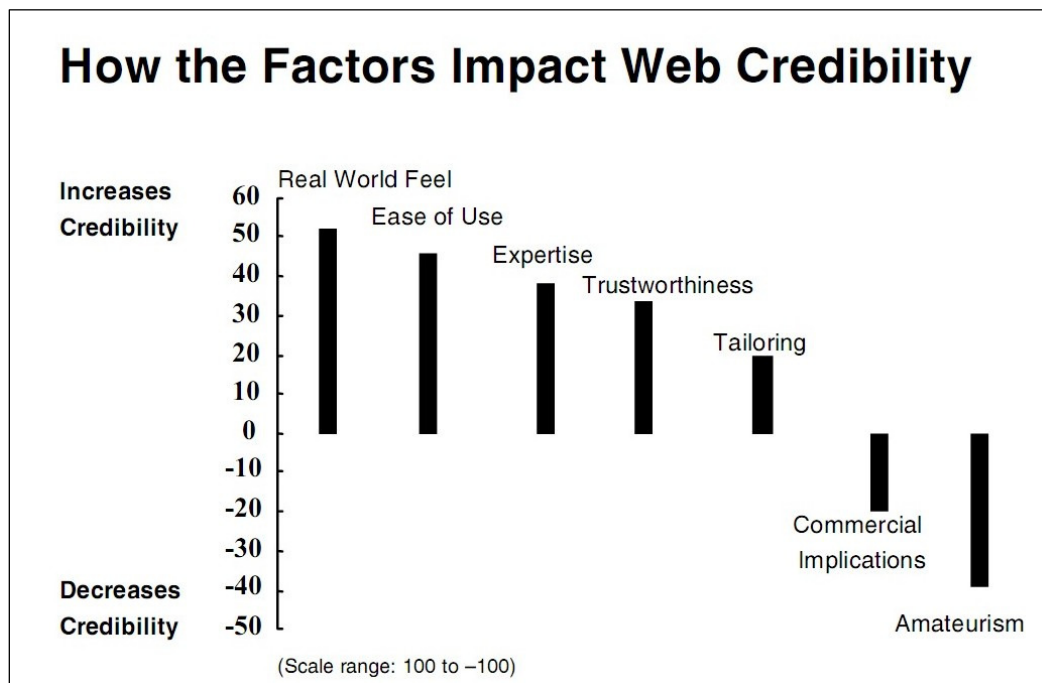


### 3.4.1 Relaterade studier

Det finns genomförda studier som har stark anknytning till vår frågeställning, och det är främst Fogg et al. som är framstående i detta sammanhang. Här redovisar vi för två av de studier de har genomfört och pekar på vilka resultat de påvisat.

#### What makes web sites credible?

En av de få kvalitativa studier som genomförts kring trovärdighet på webben i ämnet är "What makes web sites credible" (Fogg et al., 2001). Studien genomfördes på 1410 deltagare vars medelålder var 33 år och bestod av 44% kvinnor och 56% män. Respondenterna utvärderade 51 olika "webbelement" av mycket skilda karaktärer, som ansågs påverka trovärdigheten webbplatser. Exempel på sådana element var "stavfel", "webbplatsen kräver inloggning" och "webbplatsen var svår att navigera på". Respondenterna fick bedöma varje webbelement utifrån en skala från -3 till +3, där -3 betydde att det påverkade trovärdigheten mycket negativt och där +3 påverkade trovärdigheten mycket positivt. Under analysen kategoriserade forskarna dessa webbelement och på så sätt erhöll sju kategorier vilka de kallade för "sju-skalan".



Figur 2. Illustrerar hur sju-skalan påverkar upplevd trovärdighet på webben (Fogg et al., 2001, sid 65)

Som ses i Figur 2 så påverkade fem av dem trovärdigheten positivt och två negativt. För att klargöra betydelsen på varje kategori så redovisar vi här exempel på några få webbelement som varje av dessa sju skalor innehåller:

**Real world feel** har med hur webbsidan relaterar till den fysiska verkligheten, t.ex. att webbsidan listar fysisk adress, telefonnummer, eller visar foton på medlemmar i organisationen som står bakom webbsidan.

**Ease of use** rör faktorer som har med hur lättanvänd webbplatsen är (vilket är en av delarna i användbarhetsbegreppet) och innehåller webbelement såsom "webbplatsen ser ut att var professionellt designad" samt "webbplatsen är arrangerad på ett sätt som du förstår".

**Expertis**-skalan innehåller webbelement såsom "webbplatsen har artiklar som som listar referenser" och "webbplatsen ägs av en nyhetsorganisation som är mycket respekterad utanför Internet".

**Trustworthiness** innehåller t.ex. "Webbplatsen är länkad till från en webbplats som du anser är trovärdig" och "webbplatsen listar kunder som är välkända företag".

**Tailoring** inkluderar "webbplatsen väljer ut nyheter baserade på dina inställningar" och "webbplatsen skickar dig e-brev som bekräftelser på dina transaktioner".

**Commercial Implications** innehåller bl.a. "webbplatsen finns i reklam på radio och anslagstavlor" och "det är svårt att skilja på innehåll och reklam".

**Amatörism** inkluderar t.ex. "stavfel", "webbplatsen uppdateras sällan" och "webbplatsen har en länk som inte fungerar".

### How Do Users Evaluate the Credibility of Websites?

En annan studie under samma tema, även denna utförd av Fogg et al. (2003), påvisar att designen spelar en väsentlig roll när användare kopplar ihop webbplatser till förtroende. I studien deltog 2648 respondenter. Medelåldern på deltagarna i studien var ca 40 år och de bestod av ca 58 % kvinnor och resten män. Respondenter spenderade i genomsnitt 20 timmar i veckan på Internet. Studien gick till på följande sätt; av 100 webbplatser så tilldelades respondenterna två olika webbplatser med liknande innehåll. Sedan fick respondenterna utvärdera upplevt förtroende på dessa webbplatser. Forskarna samlade sedan in kommentarerna rörande förtroende och analyserade kommentarerna. De arton faktorer som användarna oftast tog upp ses i Figur 3.

Av dessa kategorier är de som kan ses ha närmast anknytning till användbarhetsbegreppet följande;

- Design Look
- Information Design/Structure
- Usefulness of Information
- Functionality of the Site
- Performance on a Test.
- Readability

Vi anser att det är värt att notera att tre av de fem mest nämnda faktorerna är användbarhetsfaktorer, vilket visar på vilken vikt användare lägger vid detta när de utvärderar trovärdighet på webbplatser. Design look visade sig vara den punkt diskuterades av användarna (46,1%). "Design look" handlar bl.a. om färgscheman, vita mellanrum, layout och bilder (Fogg et al, 2003).

Topic of Credibility Comment	Incidence
Design Look	46.1%
Information Design/Structure	28.5%
Information Focus	25.1%
Company Motive	15.5%
Usefulness of Information	14.8%
Accuracy of Information	14.3%
Name Recognition & Reputation	14.1%
Advertising	13.8%
Bias of Information	11.6%
Tone of the Writing	9.0%
Identity of Site Sponsor	8.8%
Functionality of Site	8.6%
Customer Service	6.4%
Past Experience with Site	4.6%
Information Clarity	3.7%
Performance on a Test	3.6%
Readability	3.6%
Affiliations	3.4%

**Figur 3 – i vilken utsträckning olika aspekter nämndes när användare utvärderade förtroende på webbplatser. (Fogg et al., 2003)**

### 3.5 Risk i ett webbperspektiv

Cheskin et al. (2000) tittar på risk ur ett webbperspektiv och har då specifikt undersökt tittat på online-handel. De har då identifierat olika typer av risk som användaren uppfattar:

Finansiell – risken att förlora pengar eller betala för mycket

Funktionell – risken att erhålla fel produkt eller trasig produkt

Social – risken att använda en produkt som påverkar personens anseende

Fysisk – risken att ta skada av produkten

(Cheskin et al. 2000)

### 3.6 Användbarhet och förtroende i ett webbperspektiv

Spelar då användbarhet någon roll för förtroende? Flavian et al. (2006) menar att det gör det, och argumenterar för det på följande sätt:

- *Högre användbarhet medför en bättre förståelse av innehållet och operationerna som krävs för att nå ett mål. Detta reducerar risken för fel och ökar därför användarens förtroende.*
- *Användbarhet är knutet till konsumentens förmåga att veta var den är och vad som kan göras vid ett givet ögonblick. Självförtroende kan definieras som att en konsument känner sig säker och kunnig kring sina val och beteenden.; därför kan vi etablera ett klart samband mellan användbarhet och självförtroende. Högre användbarhet erbjuder högre säkerhet för webbanvändaren. Självförtroende kan dessutom öka konsumentens förtroende till webbplatsen. Det har faktiskt föreslagits att igenkännbarhet och självförtroende inverkar positivt på förtroende till teknologi.*
- *Passande design medverkar till en känsla av tillfredsställelse när konsumenten använder webbplatsen. Detta innebär att högre användbarhet erbjuder en bekväm atmosfär som medverkar till en mer positiv upplevelse för konsumenten.*

(Flavian et al., 2006, egen översättning.)

### **3.7 Förtroende på webben ur ett medicinskt perspektiv**

Shagram & Thulin genomförde år 2004 en studie med målet att bidra till utformning av förtroendeingivande e-hälsosajter. De utformade först en vägledningsmodell utifrån befintlig litteratur kring ämnet förtroendeingivande faktorer på webben. Sex läkare intervjuades därefter om sina åsikter kring följande punkter; e-hälsa, patienter som söker hälsoinformation, hur e-hälsa kan påverka relationen mellan läkare och patienter, utformning av förtroendeingivande e-hälsosajter. Läkarnas svar utvärderades därefter utifrån den vägledningsmodell som utformats.

Vägledningsmodellen bestod av fem delar:

- Användarpsykologi
- Användargränssnitt – design och kontroll
- Teknik – säkerhet och prestanda
- Branding
- Tredje part

Slutsatserna dragna i studien pekar framför allt ut "Användargränssnitt" samt "Branding" som de två viktigaste faktorerna för förtroende på e-hälsosajter.

I resonemanget kring användargränssnitt menar Shagram & Thulin att en stor fokus bör läggas på att göra informationsinnehållet "skraddarsytt". De menar med detta att webbplatsens innehåll skall ha rätt fokus, dvs. specifik information om en specifik typ av cancer

. Informationen bör alltså ha rätt fokus och inte vara av allt för generell art.

I sin slutsats kring "Branding" talar Shagram & Thulin om att det på webbplatsen är viktig med en högkvalitativ logotype samt att identifiera sponsorer och avslöja ägarskapsinformation. De menar att olika typer av organisationer skall stå bakom webbplatsen. T.ex. kliniken, patientföreningar, Cancerfonden eller offentliga läkemedelsverk.

Faktorerna som Shagram & Thulin pekar på kan alla identifieras i studien av Fogg et al. (2003) (se Figur 3) som "Information focus", "Name recognition & reputation" och "Identity of the sponsor".

## 4 Metod

*I detta avsnitt redovisar vi vilken metod vi valt för vår studie, varför vi har valt den, samt hur vi använt den.*

### 4.1 Litteraturstudie

Vår studie inleddes som brukligt av en litteraturstudie. För att underlätta denna del av vår undersökning, så tog vi oss hjälp av webbplatserna "Google Docs" (<http://docs.google.com>) och [www.projectplace.com](http://www.projectplace.com). Dessa webbplatser gör det möjligt för användare att dela dokument med varandra. De artiklar som vi fann intressanta sparades där. Under arbetets gång gick vi uteslutande över till [projectplace.com](http://www.projectplace.com) då vi fann denna webbplats mest passande för vårt behov.

För att finna vetenskapliga artiklar använde vi oss här av sökmotorn Google och då främst Google Scholar, vilken är en sökmotor som är inriktad på vetenskapliga artiklar. Den fungerade som ett utmärkt verktyg i vår jakt efter väsentlig data. Vi använde oss också av Göteborgs universitets databas (UB) för att finna litteratur.

De artiklar som vi fann, som var intressanta för denna uppsats, handlade främst om användbarhet och förtroende på webbplatser. Vi hittade även artiklar som berörde förtroende i medicinska sammanhang, men inga av dessa berörde detta i ett webbsammanhang.

Av de artiklar som vi fann intressanta, så undersöktes även de artiklar som författarna refererade till. Litteraturstudien var i sig en ganska tidskrävande process och tog längre tid än vad vi hade räknat med. Detta arbete tog oss cirka 3 veckor att utföra.

## 4.2 Val av datainsamlingsmetod

Det finns åtskilliga datainsamlingstekniker man kan använda för att samla in data. Tänkbara tekniker för denna studie var enkät, observation och intervju. Intervju och enkät har gemensamt att de båda bygger på frågor (Patel & Davidson, 2003). Man kan antingen skicka ut ett antal enkäter till den målgrupp man vill nå, men man kan även ha ett personligt möte med den man önskar att intervjua. På detta sätt så kan man förtydliga frågor om respondenten inte förstår frågan, och om ledning behövs så finns man till hands.

Observationer används främst vid explorativa undersökningar (Patel & Davidson, 2003). Det är då vanligt att man använder andra tekniker för att samla in sina data och har observation som en grund till sin studie. Vi ansåg att det hade varit intressant att observera våra respondenter när de integrerade med webbplatser i fråga, men bedömde att detta skulle ta för lång tid.

Enkäter är vanligt förekommande i kvantitativa undersökningar, då man inriktar sig till en större målgrupp. Vi ville undvika riskerna med bortfall som ofta medföljer denna typ av undersökning (Patel & Davidsson(2003).

Vi ansåg att en intervju kan bidra till att respondenten blir mer stimulerad till att svara, eftersom respondenten endast behöver svara på frågor och slipper fylla i, eller skriva ner sina svar. Vi tror också att den direkta respons och feedback som vi som intervjuare kan ge respondenten vid en "ansikte mot ansikte" intervju motiverar ytterligare till mer uttömmande svar. Under en intervju kan även respondenten enkelt omformulera sig under samtals gång. Något annat som talar mot att välja enkäter, som besvaras för hand, är att det vara svårt att tyda respondenternas handstil och formuleringar. Med detta i åtanke, valde vi slutligen att använda intervju som teknik av datainsamling.

Man kan registrera sina intervjuer på olika sätt (Kvale, 1997). Exempelvis, så kan man använda sig av en videokamera, ljudinspelare, eller enbart förlita sig på sin anteckningsförmåga. Vi fann det lämpligast att spela in vår intervju med hjälp av MP3 ljudinspelningsfunktioner. Fördelen med detta är att man kan lyssna igenom intervjuerna flera gånger för att vara säker på att man inte har missat något. När man vill undersöka personers uppfattningar och förståelse för ett specifikt fenomen, så är ett kvalitativt förhållningssätt att föredra. I vårt fall valde vi att genomföra kvalitativa intervjuer för att undersöka försökspersoners uppfattningar och förståelse av vårt problemområde. Därför var ett kvalitativt angreppssätt att föredra. Till sist, så är förtroende ett komplicerat och abstrakt begrepp. Därför bedömde vi att det skulle vara svårt att nå respondenternas uppfattning kring detta. Valet att djupintervjua respondenterna, tror vi, ger oss störst möjlighet att komma åt dessa tankar.

### 4.3 *Datainsamling*

Vår studie är baserad på semistrukturerade intervjuer utförda under två tillfällen. Första intervjutillfället (se bilaga A) utfördes på ett totalt om fem respondenter (urvalsgrupp 1) som alla var försökspersoner på AstraZenecas avdelning för kliniska studier i Göteborg. Vi ansåg att försökspersonerna var intressanta att intervjua just för att de deltog i kliniska försök och därför troligtvis haft funderingar kring den typ av frågor vi ställde till dem. Vi trodde därför att det skulle vara lättare för denna grupp att dra paralleller från vanliga webbplatser till medicinska.

Intervjuerna med urvalsgrupp 1 ägde rum i AstraZenecas egna lokaler på avdelning "CPU 102" i Göteborg, efter överenskommelse med personal. Urvalet skedde på plats genom att personalen introducerade oss kort för respondenterna och frågade dessa vilka som var villiga att ställa upp i vår studie och bli intervjuade av oss. Innan vi påbörjade våra intervjuer, informerade vi respondenterna kort om vår undersökning. Vi gjorde detta med ett förberett dokument som vi överlämnade till respondenterna, vilket de fick läsa innan vi påbörjade. Dokumentet förklarade syftet med vår studie, samt vilket upplägg intervjun hade. Vi berättade även för respondenterna att de när som helst kunde avbryta intervjun och att de kunde välja att inte svara om någon fråga väckte obehag eller dylikt. Detta innebar att vi följde standarden för informerat samtycke under våra intervjuer (Kvale, 1997).

Till den första intervjun fick vi tillgång till ett av de rum där försöken annars brukar bedrivas. Vi valde att inte dela upp oss till den första intervjun. Detta dels för att vi inte visste hur lång tid den skulle ta, men också för att en av oss hade intervjuat tidigare och kände sig säker på hur han skulle genomföra intervjun. Detta gav oss andra tips på hur vi skulle intervjua. När den första intervjun var avslutad, så delade vi gruppmedlemmar upp oss i två grupper och delade därefter på de resterande intervjudeltagarna. Den första intervjun tog ca 45 minuter och de övriga 4 intervjuerna tog ca 30 minuter styck. Åldern på de respondenter som vi intervjuade var i ålder 23-27 år gamla. Den snäva åldersfördelningen kan förklaras genom att AstraZeneca helst tar in män i åldern 20-29 på sina kliniska studier.

Det andra intervjutillfället utfördes på fyra respondenter (urvalsgrupp 2) utan försökspersonsbakgrund, men med datorvana precis som första urvalsgruppen. Intervjuerna med urvalsgrupp 2 (se bilaga B) genomfördes telefonledes med respondenter som befann sig i ungefär samma åldersspann som urvalsgrupp 1. Dessa fyra respondenter var i åldern 22-29 år gamla och det var viktigt för oss att inte dessa respondenter skiljde sig allt för mycket i ålder gentemot försökspersonerna, då vi trodde att det kunde medföra en större uppfattningsskillnad om medicinska webbplatser. Äldre människor, trodde vi, kanske inte har använt sig av webben till samma grad som respondenter inom ett ungt åldersspann. Hursomhelst, detta var inte risk vi ville ta. Intervjuerna tog dock lite längre tid att genomföra telefonledes, då det visade sig att det var svårare att inte kunna förklara



ansikte mot ansikte. Dessa respondenter fick samma information som urvalsgrupp 1 och vi följde standarden för informerat samtycke. Den första intervjun tog ca en timma och de övriga tre ca 45 minuter.

## **4.4 Frågorna**

Frågorna kan vara utformade på sådant vis att de håller hög grad av strukturering (Patel & Davidson, 2003). Detta är något som man brukar tillämpa på enkäter och innebär att man utformar sina frågor så att de har fasta svarsalternativ. Enligt Patel och Davidson, så är detta brukligt när man vill göra en kvantitativ analys av de svar man får av intervjun.

Ett annat sätt är att utforma frågorna med låg grad av strukturering, vilket innebär att man utformar sin intervju med öppna frågor. Detta är brukligt om man vill ge respondenten ett större svarsutrymme. Fördelen med detta är att man kan få mer utpräglade svar. Detta lämpar sig till kvalitativa intervjuer. Vi valde att genomföra våra intervjuer semistrukturerat, vilket betyder att våra frågor hamnade, strukturmässigt, mellan dessa två nämnda strukturer.

Våra frågor hade sin fokus på vanligt förekommande designaspekter på webbplatser och vilken eventuell påverkan varje enskild designaspekt har på respondenternas förtroende. Vi valde de designaspekter, som utifrån Corritore et al. (2003) och Fogg et al. (2003) verkade vara de viktigaste för förtroende.

Efter frågorna kring en specifik designaspekt, så frågade vi respondenterna om den förtroendepåverkan en specifik designaspekt hade på dem var annorlunda om webbplatsen var medicinsk i jämförelse med webbplatser generellt.

Efter att alla intervjuer var genomförda, så fortsatte vi arbetet med transkribering, vilket innebar att vi delade upp intervjuerna och lyssnade igenom de uppdelade intervjuerna och skrev ner exakt vad som sades. Uppskattningsvis så tog enbart transkriberingen ca 40-50 timmar.

## 4.5 Dataanalys

Vi valde att använda meningskoncentrering som analysmetod. Detta innebär att efter vi hade transkriberat varje intervju, så omformulerade vi deras uttalanden till kortare uttalanden (Kvale, 1997). Exempel på hur vi gjorde detta;

### **Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen upplever du att navigeringsfunktioner har för dig?**

*"...visar dom på en att dom har en förståelse för hur en webbplats ska byggas upp för på ett väldigt korrekt sätt så ger det ett förtroende. Ju proffsigare den är uppbyggd alltså ju proffsigare menysystemet är uppbyggt desto mer förtroende."*

*koncentrering:* Respondent 2 menar också att om han upplever att de påvisar en förståelse för hur en webbsida byggs upp så inger det förtroende och kopplar det till professionalism.

På detta sätt tar man fram det mest väsentliga i varje uttalande och skriver ner det. Efter detta så tittade vi på likheterna och skillnaderna på respondenternas olika svar.

Redan under transkriberingen så fick vi en bild av vad respondenterna hade för uppfattningar. När vi sedan slog ihop de sammanställda intervjuerna, så hade därför en viss analys redan skett. Hela denna process tar ganska lång tid. Själva analysen tog ca 30-40 timmar, men det ska tilläggas att analysdelen kan ses som en iterativ process, då vi anser att man ofta får gå tillbaka till den flera gånger under resterande arbete. Därför är det svårt att uppskatta hur många timmar det egentligen tog.

## 5 Resultat

Här tittar vi på varje enskild användbarhetsfaktor som respondenterna i sina intervjuer relaterar till förtroende på medicinska webbplatser, och redovisar på vilket sätt de gör detta. Vi tittar främst på skillnader och likheter mellan respondenternas utsagor men pekar också på yttranden som vi inte förväntade oss eller tycker är anmärkningsvärda. Vi gör en analys av respondenternas utsagor för varje användbarhetsfaktor genom knyta an till tidigare forskning samt delge egna tankar. Vi presenterar slutligen en slutsats.

### 5.1 Användbarhetsfaktorer

Vi presenterar varje urvalsgrupp (1 och 2) var för sig under varje användbarhetsfaktor.

Vi väljer att presentera urvalsgrupp 2 före urvalsgrupp 1 under varje användbarhetsfaktor. Detta av två olika skäl:

Urvalsgrupp 1 påvisar ofta en hög grad av internt bortfall. Därför menar vi att det utifrån deras svar är svårt att dra slutsatser kring i vilken utsträckning användare upplever att en användbarhetsfaktor påverkar förtroendet annorlunda på medicinska webbplatser i jämförelse med webbplatser generellt. Urvalsgrupp 2 hade i motsats en låg grad av internt bortfall. Respondenterna i urvalsgrupp 1 ger dock, i högre utsträckning än urvalsgrupp 2, utförligare motiveringar för annorlunda upplevt förtroende. Deras utsagor ger därför i en bättre inblick i de tankegångar som kan ligga bakom annorlunda upplevt förtroende på medicinska webbplatser.

#### 5.1.1 Felaktiga länkar

##### Urvalsgrupp 2

Tre av fyra (75%) respondenter i denna urvalsgrupp anser att de upplever skillnad i förtroende för denna faktor (internt bortfall: 0 %). Här är deras resonemang:

*Kanske att det känns som att det ska uppdateras och ses över kontinuerligt inom ett så pass viktigt område.*

Respondent 7

##### Urvalsgrupp 1

Två av fem (40%) respondenter i intervjuomgång 1 uppger om de upplever en skillnad i förtroendeinverkan från denna användbarhetsfaktor. Det innebär 60% internt bortfall. Bara den ena av dessa upplever en skillnad men ger inte någon motivering till detta.

##### Analys

Här tycks respondenterna i allmänhet förvänta sig en lägre förekomst av felaktiga länkar på medicinska webbplatser. Respondent 7 menar att det är ett "viktigt område", men motiverar inte närmare detta.

## 5.1.2 Stavfel

### Urvalsgrupp 2

Här svarade alla respondenter och tre av fyra (75%) av dem ansåg sig uppleva annorlunda förtroendeinverkan på medicinska webbplatser. Två av dessa gav några närmare motiveringar:

*"det ser inte ser proffsigt ut".*

Respondent 6

*Ja. Det bör ju vara allvarigare att felstava en medicinsk produkt, kontra en nöjesprodukt, såsom en tv.*

Respondent 9

### Urvalsgrupp 1

Tre av fem respondenter i denna urvalsgrupp berör denna faktor (Internt bortfall: 40%). Två av dessa tre (67%) menar att det föreligger en skillnad i upplevt förtroende för just medicinska webbplatser, men ger inga direkta motiveringar till detta.

### Analys

Respondent 6 relaterar till "*proffsighet*" som är en av dimensionerna av trovärdighet (Fogg et al., 2001). Respondent 9 verkar relatera till de olika risktyperna (kroppslig, ekonomisk, social och funktionell).

### 5.1.3 Att användaren i ett givet ögonblick kan se var den är och vad den kan göra

#### Urvalsgrupp 2

Fyra av fyra respondenter svarar på denna fråga (internt bortfall: 0%) och tre av dessa fyra (75%) anser sig uppleva en skillnad i förtroende på denna faktor.

*"Detta ska ju såklart fungera på alla webbplatser men det känns ändå extra viktigt på medicinska webbplatser."*

Respondent 9

#### Urvalsgrupp 1

Alla respondenter i intervjuomgång 1 berör denna faktor i sina intervjusvar (Internt bortfall 0%). Tre av dessa (60%) menar att de upplever förtroende annorlunda på medicinska webbplatser utifrån denna faktor. En av respondenterna menar att denne inte upplever någon skillnad i upplevt förtroende för den här användbarhetsfaktorn. Den fjärde uttrycker osäkerhet kring om denne han ser någon skillnad i upplevt.

Av de som anser att en skillnad upplevs så anges två olika motiveringar till detta. Den ena respondenten verkar relatera det till en kroppslig risk i jämförelse den med en ekonomisk risk;

*"Gäller inte bara pengar utan gäller ens liv."*

Respondent 2

En annan respondent ger följande motivering:

*"... medicinska webbplatser har ofta enorma summor pengar och om de skulle ha en klumpigt gjord sida så skulle det nog tappa ganska mycket i förtroende."*

Respondent 3

#### Analys

Två respondenter drar här paralleller till pengar men gör detta på lite olika vis:

Respondent 2 verkar härleda sin skillnad i upplevt förtroende till de två risktyperna "kroppslig" samt "ekonomisk risk", vilket Cheskin et al. (2000) diskuterar.

Respondent 3 sätter här verksamhetens finansiella tillgångar i relation till vilka krav denne har på att denna användbarhetsfaktor skall förekomma på webbsidan. Vi ser här möjligheten att denne relaterar till trovärdighetsdimensionerna "välvilja" och/eller "proffsighet". Om det gäller välvilja så kanske respondenten förväntar sig att om verksamheten har stora resurser, så borde de kunna lägga en del av dessa resurser på att utforma webbplatsen på ett sätt som får användaren att känna sig bekväm på webbplatsen. Detta skulle visa att de värnar om användaren. Om det är proffsighet som formar dennes åsikt så kan det vara så att respondenten anser att webbplatsen bör uppvisa en grad av "proffsighet" som står i proportion till verksamhetens mängd av finansiella medel.

## 5.1.4 Hur snabbt användaren finner det den letar efter

### Urvalsgrupp 2

Tre av fyra (75 %) respondenter anser sig uppleva en annorlunda förtroendepåverkan från denna användbarhetsfaktor på medicinska webbplatser (internt bortfall: 0%). De ger inga utförligare motiveringar till detta.

### Urvalsgrupp 1

En av respondenterna besvarar denna fråga men anser inte att denne upplever någon skillnad i upplevt förtroende. Internt bortfall: 4 (80%)

## 5.1.5 Nytt

### Urvalsgrupp 2

Två av tre (67%) respondenter uppgav sig uppleva annorlunda förtroende från denna faktor på medicinska webbplatser (internt bortfall: 25%). Inga närmare motiveringar ges till varför det förhåller sig så.

### Urvalsgrupp 1

Endast en fem respondenter i intervjuomgång 1 berörde denna faktor (internt bortfall: 80%). Denne menade att den upplever en annorlunda inverkan på förtroende på en medicinsk webbplats men ger inte direkt någon motivering till detta.

### Analys

Inga utförligare motiveringar ges, varför ingen utförligare analys kan göras för denna faktor.

## 5.1.6 Hur lättanvänd webbplatsen är i inledningsfasen av användningen

### Urvalsgrupp 2

Två av tre (67%) respondenter (Internt bortfall: 25%) uppger att de upplever förtroendeinverkan från denna faktor annorlunda på medicinska webbplatser i jämförelse med på webbplatser generellt. De ger följande motiveringar:

*Krångliga webbplatser, med t.ex. med mer flashighet än vad som krävs, ger mer ett oseriöst och dumt intryck än vad enkel och lättnavigerad sida ger.*

Respondent 7

### Urvalsgrupp 1

Ingen respondent svarade på detta. Internt bortfall: 5 (100%)

### Analys

Respondent 7 pekar här på "oseriositet". Vi sätter detta i samband med förtroendedimensionen "proffsighet" då vi menar att dessa två uttryck är i motsatsförhållande. Vi menar därför att respondenten pekar på "brist på proffsighet".

## 5.1.7 Språk

### Urvalsgrupp 2

Alla respondenter svarade på denna fråga och hälften (50%) anser sig uppleva annat förtroende för denna faktor.

*...brister språket i helhet känns inte sidan särskilt seriös...skippas den*

Respondent 7

*Kan ha mer förståelse för en webbplats som inte sysslar med livsviktiga produkter och produktinformation.*

Respondent 9

### Urvalsgrupp 1

I intervjuomgång 1 är det bara en av fem respondenter som uppger om denne upplever skillnad i förtroendepåverkan eller ej. Internt bortfall: 4 (80%). Denne ger följande resonemang:

*"...det ska vara vettiga namn på dom. De ska vara genomtänkta då så att du kan hitta rätt lätt."*

*"Det ska inte vara uttryckt på, vad ska man säga, läkarspråk eller vad man nu ska kalla det..."*

Respondent 4

### Analys

Respondent 9 verkar motivera den upplevda skillnaden förtroendepåverkan till den kroppsliga typen av risk. Respondent 7 relaterar till begreppet "seriositet" vilket vi menar har med förtroendedimensionen "proffsighet" att göra.



## 5.1.8 Effektivitet – att hitta det man söker med minsta möjliga arbete

### Urvalsgrupp 2

Alla respondenter besvarar denna fråga hälften (50%) anser att de upplever annorlunda förtroendepåverkan från denna faktor på medicinska webbplatser. De motiveringar som de redovisar är följande:

*Brukar kanske vara mer akut att hitta medicin än att hitta kläder.*

Respondent 6

*Jag tror det är för att medicin känns mer akut. Ungen är sjuk och man vill snabbt få information.*

Respondent 9

### Urvalsgrupp 1

Ingen av respondenterna berör denna faktor. Internt bortfall: 100%

### Analys

Här relaterar respondenterna till hur angeläget det är att hitta informationen om medicin snabbt. Detta kan ha anknytning till risktypen "kroppslig risk" men vi frågar oss i vilken utsträckning gemene man verkligen använder Internet i första hand för att snabbt få reda på läkemedelsinformation. Är det riktigt akut så menar vi att användaren i första hand ringer sjukvårdsupplysningen eller ringer nödnummer.

## 5.1.9 Hur lätt användaren förstår uppbyggnad och funktion

### Urvalsgrupp 2

Vår tolkning är att två av de fyra (50%) respondenterna anser att de upplever skillnad i upplevt förtroende för denna faktor på medicinska webbplatser. (Internt bortfall: 0%). En av respondenten svarar såhär:

*Ja...Det är ju tråkigt om man inte hittar den medicin som man behöver för att det är för krånglig hemsida.*

Respondent 6

### Urvalsgrupp 1

Endast en av fem respondenter ger svar på om de upplever annorlunda förtroendeinverkan från denna faktor på medicinska webbplatser jämfört med på webbplatser generellt. Denne svarar på följande sätt:

*Ja, det tror jag faktiskt. ...det ska vara rätt lätt att hitta...  
"...det ska vara vettiga namn på dom. De ska vara genomtänkta då så att du kan hitta rätt lätt."*

Respondent 4

### Analys

Inga utförligare motiveringar ges till den upplevda skillnaden i förtroendeinverkan på medicinska webbplatser, varför ingen närmare analys här kan göras.

## 5.1.10 Felaktigheter generellt

### Urvalsgrupp 2

Tre av fyra respondenter svarar på denna fråga vilket ger ett internt bortfall på 25 %. Bara en av dessa tre (33 %) menar att den upplever annorlunda förtroendeinverkan på medicinska webbplatser.

En av dem, Respondent 8, motiverar sitt svar och anger att det beror på *” trovärdighet och pålitlighet ”*.

### Urvalsgrupp 1

Fyra av fem respondenter i intervjuomgång 1 berör denna användbarhetsfaktor och vi har därför internt bortfall av en (20 %) på denna faktor.

Tre av dessa fyra (75 %) menar de upplever en skillnad i upplevt förtroende från denna användbarhetsfaktor:

*”Personalen är väldigt måna om att hålla sig korrekta när de informerar om studien och kringliggande information, så känns som webbplatsen borde följa samma mönster.”*

Respondent 2

*Ja, ...det måste jag säga...Det ska ju se proffsigt ut.*

Respondent 4

*”Det är ju ändå sjukvården, det är ju inte som att beställa en DVD. Så att givetvis finns det ju risker med försök, så det är ju just därför. Det handlar ju om ju om kroppen helt enkelt.”*

Respondent 5

### Analys

Här redovisas tre olika motiveringar till denna upplevda skillnaden; Två av respondenterna relaterar till olika  *trovärdighetsdimensioner*. Respondent 8 relaterar till  *trovärdighet och ” pålitlighet ”*, medan respondent 4 relaterar till  *” proffsighet ”*.

Respondent 5 verkar relatera till risktypen  *” kroppslig risk ”* i sin motivering. Vi tolkar respondent 2 som att denne menar att det bör finnas en samstämmighet mellan hur organisationen och dess personal betar sig i  *” verkligheten ”* med hur webbplatsen är utformad.

## 5.1.11 Utseende

### Urvalsgrupp 2

En av tre (33%) respondenter ansåg sig uppleva en förtroendeskillnad gällande denna faktor (internt bortfall: 25%). Inga motiveringar anges.

### Urvalsgrupp 1

Fyra av fem respondenter svarar på om de anser sig uppleva en skillnad förtroendepåverkan från denna användbarhetsfaktor på medicinska webbplatser eller inte (internt bortfall: 20 %). Tre av dessa fyra (75 %) uttrycker att de anser att en skillnad i upplevt förtroende råder för den här faktorn. När respondent 5 motiverar detta, refererar denne då till ett tidigare resonemang han hade (se användbarhetsfaktor "Felaktigheter generellt"):

*"Som sagt, det känns som att det är en ganska viktig sak det gäller... Man tittar säkert lite mer på informationen än på en vanlig hemsida, kan jag tänka mig."*

Respondent 5

*Sterilt ger mig större förtroende för då känns det mer proffsigt.  
Det ska kunna kopplas till deras aktivitet. förtroendegivande.*

Respondent 2

*Utseendet över lag är ganska viktigt. Speciellt när det handlar om sådana här lite mer seriösa tjänster så kanske man inte ska ha figurer som hoppar in o reklam pop-ups o sånt då tappar man förtroendet. Snygg layout är viktigt.*

Respondent 4

Vad vi finner anmärkningsvärt är att tre av respondenterna i urvalsgrupp 1 menar att webbsidans utseende bör vara samstämmigt med bilden de har av sjukvård och medicin. Det verkar som att respondenterna menar att det är viktigare för medicinska webbplatser, än för andra sorters webbplatser, att utseendemässigt passa in i ett utseende vanligt för sin specifika bransch.

Vad vi kan relatera till tidigare forskning är att användarna använder orden "proffsigt" och "seriöst" vilka vi menar är starkt relaterade till *trovärdighetsdimensionen "proffsighet"*.

## 5.2 Sammanfattning

Här sammanfattar vi våra resultat

Vi sammanfattar i följande tabell (Tabell 1) i vilken utsträckning respondenterna upplever annorlunda förtroendeinverkan från de olika användbarhetsfaktorerna på medicinska webbplatser, i jämförelse på webbplatser generellt:

Skillnad i upplevt förtroende				
Användbarhetsfaktor	Upplever annorlunda förtroendeinverkan			Internt bortfall
	Ja	Nej	Andel ja i %	
Felaktiga länkar	3	1	75%	0%
Stavfel	3	1	75%	0%
Att användaren i ett givet ögonblick kan se var den är och vad den kan göra	3	1	75%	0%
Hur snabbt användaren finner det den letar efter	3	1	75%	0%
Nytta	2	1	67%	25%
Hur lättanvänd webbplatsen är i inledningsfasen av användningen	2	1	67%	25%
Språk	2	2	50%	0%
Effektivitet – att hitta det man söker med minsta möjliga arbete	2	2	50%	0%
Hur lätt användaren förstår uppbyggnad och funktion	2	2	50%	0%
Felaktigheter generellt	1	2	33%	25%
Utseende	1	2	33%	25%

**Tabell 1 - I vilken utsträckning respondenter i urvalsgrupp 2 upplever annorlunda förtroendeinverkan från användbarhetsfaktorer på medicinska webbplatser**

## 6 Diskussion

Här redovisar vi funderingar kring varför våra resultat blev som de blev. Vi relaterar vidare vårt resultat till tidigare forskning samt ger förslag till vidare forskning.

### 6.1 Reflektioner kring vår undersökning

#### 6.1.1 Intervjuer

##### Testintervju

Det är många faktorer som ska beaktas på när man genomför en intervju. Frågorna ska vara anpassade till det syfte i studien som man ämnar undersöka. Det är också rekommenderat att man börjar med en testintervju för att försäkra sig om att frågorna man utformat ger svar på syftet. När vi påbörjade arbetet med intervjuerna så startade vi intervjuerna utan att ha gjort en testintervju. Resultatet av intervjuer av två respondenter blev ändå att detta blev testintervjuer. Vi märkte efter dessa intervjuer att frågorna inte besvarade vårt syfte. Detta kunde dock lösas med att lägga till två följdfrågor efter varje fråga som vi hade om designaspekter, nämnt tidigare i metodkapitlet.

##### Följdfrågor:

- "Tror du att denna förtroendepåverkan är annorlunda för dig om det gäller en medicinsk webbplats?"
- Om ja, på vilket sätt tror du att det är annorlunda?"

##### Felaktigt fokus – urvalsgrupp 1

När vi genomfört intervjuer med urvalsgrupp 1 så upptäckte vi att frågorna felaktigt hade fokuserats på olika typer av funktionalitet på webbsidor. Intervjuerna borde ha fokuserat på användbarhetsfaktorer eftersom det är vad vår frågeställning handlar om. Detta felaktiga fokus korrigerade vi till de intervjuer vi genomförde med urvalsgrupp 2.

Vi fann dock flera anledningar till att ändå använda de data vi fått in från våra intervjuer med urvalsgrupp 1. Detta av flera anledningar; det visade sig att deltagarna i sina svar resonerar kring användbarhetsfaktorer trots att vi inte direkt frågade om detta. Vi hade begränsad tid för uppsatsen och det skulle ta mycket ytterligare tid att utforma nya enkätfrågor och genomföra ännu en omgång intervjuer så vi valde att använda oss av det empiriska material vi dittills fått in. Vi tror att vi hade kunnat undvika detta felaktiga fokus i intervjufrågorna om vi hade haft en mer frekvent korrespondens med vår handledare.

## 6.1.2 Datainsamlingsmetod

Vi har tidigare diskuterat fördelarna med kvalitativa intervjuer och att spela in dem. Nackdelarna blev vi dock själv medvetna om först under transkriberingen av respondenternas svar. För det första var att det var en väldigt krävande process. Det var ofta svårt att höra vad respondenterna menade och detta trots att vi använde oss av två olika ljudinspelningsapparater under själva intervjuerna. Det blir således också en lång process att försöka tyda respondenternas svar, då svaren tenderade ofta till att bli osammanhängande. Det blir mycket " *hmmm* ", " *öhhh* ", vilket blev svårt att tyda för oss under transkriberingen. Det man missar när man använder sig av bandspelare är synintryck. Vi tolkar inte enbart vad en person säger, utan man läser även av vad den ickeverbala kommunikationen förmedlar. Detta kan leda till att man missar vad respondenten egentligen menar. Kroppen säger en sak, men munnen en annan. Detta hade kunnat lösas med ett komplement till bandinspelningsapparaterna, så som en videokamera. Vi kom dock överens om att det hade komplicerat analysen ytterligare, samt att det skulle bli mer likt observation.

## **6.2 Diskussion av resultat**

*Varför ser det då ut som att "felaktiga länkar", "stavfel" samt "att användaren i ett givet ögonblick kan se var den är och vad den kan göra", som är de viktigaste användbarhetsfaktorena för förtroende på medicinska webbplatser? Vi tror att svaret kan finnas i deras främsta motiveringar för annorlunda upplevd förtroendepåverkan.*



## 6.2.1 Motiveringar för annan förtroendeinverkan

Följande tabell visar hur respondenterna motiverat annorlunda upplevd påverkan på förtroendet:

Motiveringar för annorlunda förtroendepåverkan på medicinska webbplatser					
Användbarhetsfaktor	Trovärdighetsdimensioner			Risktypen kroppslig risk	Samstämmighet med verksamhetens egenskaper
	proffsighet	välvilja	pålitlighet		
Felaktiga länkar					
Stavfel	x			x	
Att användaren i ett givet ögonblick kan se var den är och vad den kan göra	x	x		x	
Hur snabbt användaren finner det den letar efter					
Nytta					
Hur lättanvänd webbplatsen är i inledningsfasen av användningen	x				
Språk	x			x	
Effektivitet – att hitta det man söker med minsta möjliga arbete				x	
Hur lätt användaren förstår uppbyggnad och funktion					
Felaktigheter generellt	x		x	x	x
Utseende	x				x

**Tabell 2 – Motiveringar för annorlunda förtroendepåverkan på medicinska webbplatser**

Merparten av motiveringarna som respondenterna ger till annorlunda upplevt förtroende:

- Risktypen "kroppslig risk" - kroppslig risk i jämförelse med de övriga risktyperna (finansiell, funktionell och social), medför en större förtroendepåverkan.
- Trovärdighetsdimensioner
  - Proffsighet - En medicinsk webbplats skall i större utsträckning än andra webbplatser uppvisa "*proffsighet*" och därför upplevs användbarhetsfaktorer ha en större inverkan på förtroendet på dessa webbplatser
  - Välvilja - Medicinska organisationer har ofta stora finansiella medel varför förtroendepåverkan från användbarhetsfaktorer på deras webbplatser är större
  - Pålitlighet
- Respondenterna motiverar skillnaden i upplevt förtroende framför allt utifrån användbarhetsfaktorer mellan webbplatser generellt och medicinska webbplatser specifikt på följande sätt:
- Samstämmighet med verksamheten - Webbsidans egenskaper skall stämma överens med egenskaperna hos den verksamhet som webbsidan representerar

Det är framförallt risktypen "*kroppslig risk*" och *trovärdighetsdimensionen "proffsighet"* som respondenterna motiverar skillnaden i upplevt förtroende.

Vi kan kategorisera alla dessa argument utifrån element i tidigare forskning som vi redovisat i detta arbetes teoridel, förutom argumentet "*Samstämmighet med verksamheten*".

## 6.2.2 Förslag på vidare forskning

Här försöker vi identifiera "hål" i forskningens kunskapsmängd och där det därför kan finnas tillfälle för vidare forskning.

### **Proffsighet och amatörism – samma dimension?**

I vår diskussion kring svaren rörande användbarhetsfaktorn "Hur lättanvänd webbplatsen är i inledningsfasen av användningen" pekar vi på hur respondent 7 formulerar uttalar sig så här:

*Krångliga webbplatser, med t.ex. med mer flashighet än vad som krävs, ger mer ett oseriöst och dumt intryck än vad enkel och lättnavigerad sida ger.*

Respondent 7

Respondent 7 pekar här på "oseriositet" och vi anser att detta kan sättas i samband med förtroendedimensionen "proffsighet" då vi menar att dessa två uttryck är i motsatsförhållande. Vi tycker även att "oseriositet" kan sättas i samband med "amatörism", vilket Fogg et al. (2001) talar om. Det skulle kunna vara så att "proffsighet" och "amatörism" med fördel kunde kategoriseras under samma begrepp då de är var sin ände på samma spektrum. Fogg et al. (2001) menar, som vi nämner i vårt teoriavsnitt, att "proffsighet" "Fångar upp uppfattad kunskap och skicklighet av källan." och nämner även ordet "kompetens". Vi föreslår därför att "kompetensnivå" kan samla "proffsighet" och "amatörism" under samma tak.

### **Samstämmighet med verksamheten**

Detta är en av respondenternas motiveringar som vi inte i större utsträckning funnit i rådande forskning. Detta menar vi pekar på att här kan finnas möjligheter för ny forskning.

## 7 Slutsatser

### Vilka är de kritiska användbarhetsfaktorerna för upplevt förtroende på en medicinsk webbplats?

Enl. Tabell 1 så verkar det vara så att det är de tre användbarhetsfaktorerna *"felaktiga länkar"*, *stavfel* samt *"att användaren i ett givet ögonblick kan se var den är och vad den kan göra"*, som är de användbarhetsfaktorerna (av de vi undersökt) där respondenterna upplever störst skillnad i användbarhetsfaktorernas påverkan på förtroendet mellan medicinska webbplatser och webbplatser generellt. Det verkar därför som att dessa kan vara de viktigaste användbarhetsfaktorerna för förtroende på medicinska webbplatser.

Även *"nytta"* och *"Hur lättanvänd webbplatsen är i inledningsfasen av användningen"* är användbarhetsfaktorer där en övervägande del av respondenter pekar på en skillnad i upplevt förtroende.

## 8 Referenser

- Cheskin, 2000, Trust in the wired Americas. *Cheskin Research (July, 2000)*; 255 Shoreline Drive, Suite 100, Redwood Shores, California 94065, [www.cheskin.com/assets/report-CheskinTrustllrpt2000.pdf](http://www.cheskin.com/assets/report-CheskinTrustllrpt2000.pdf) (2010-05-26)
- C.L. Corritore et al., The role played by perceived usability, *Int. J. Human-Computer Studies* 58 (2003) sid. 745
- E. Kim, S. Eom, Designing effective cyber store user interface, *Industrial Management and Data Systems* 102(5), 2002, pp. 241–251. (från Flavian 2006)
- Flavián, Carlos, Miguel Guinalú, Raquel Gurrea, (2006), *The role played by perceived usability, satisfaction and consumer trust on website loyalty*, *Information & Management* 43 (2006) 1–14
- Fogg, 2001, Fogg, B.J., Marshall, J., Laraki, O., Osipovich, A., Varma, C., Fang, N., Paul, J., Rangnekar, A., Shon, J., Swani, P., & Treinen, M. (2001). What Makes A Web Site Credible? A Report on a Large Quantitative Study. *Proceedings of ACM CHI 2001 Conference on Human Factors in Computing Systems*. New York: ACM Press.  
Seattle, WA (USA), 31 March- 5 April, 2001:61-68, ACM Press
- Fogg, [1] 2003, B. J. Fogg, Cathy Soohoo, David R. Danielson, Leslie Marable, Julianne Stanford, Ellen R. Tauber, How Do Users Evaluate the Credibility of Web Sites?, *Proceedings of the 2003 conference on Designing for user experiences*, ACM, New York, NY, USA, ISBN:1-58113-728-1.
- Fogg [2], 2003, Prominence-Interpretation Theory: Explaining How People Assess Credibility Online, *Short Talks: Specialized Section*, CHI 2003: NEW HORIZONS, sid 722-723
- Jared M. Spool, Will Schroeder, Tara Scanlon, Carolyn Snyder, 1998, Web Sites that Work: Designing with Your Eyes Open, *CHI 98 conference summary on Human factors in computing systems*.
- Kvale, Steinar,(2001), *Den kvalitativa forskningsintervjun*, Lund: Studentlitteratur
- Gustavsson, Malin & Johansson, Ann-Marie, (2006), Consumers trust in e-commerce, Högskolan Kristianstad, The department of Business Studies, FEC 685
- Nielsen Jakob, 2003 , Usability 101: Introduction to usability <http://www.useit.com/alertbox/20030825.html> (2010-05-26)

Shagram Sandy, Thulin Ingela, 2004 ,Vägledningsmodell för utformning av förtroendeingivande hälsositer, *Handelshögskolan Göteborgs Universitet, Institutionen för Informatik*

Patel, R. & Davidsson, B. (2003) , Forskningsmetodikens grunder - Att planera, genomföra och rapportera en undersökning. *Lund: Studentlitteratur.*

Stephens, R. Todd, (2004), A framework for the identification of electronic commerce design elements that enable trust within the small hotel industry, *ACM Southeast Regional Conference, Proceedings of the 42nd annual Southeast regional conference*, sid. 309-314.

Sundström, T. (2005) Användbarhetsboken- bästa sättet att göra en fungerande webb, *Studentlitteratur AB.*

Swani, Marissa Treinen, What Makes Web Sites Credible?, CHI 2001, 31 MARCH – 5 APRIL, *A Report on a Large Quantitative Study, Persuasive Technology Lab, Stanford University, Cordura Hall, Stanford, CA 94309 USA*

Wolfgang Himmel, Ulrich Reincke, Hans Wilhelm Michelmann, Paper 210-2008, Using Text Mining to Classify Lay Requests to a Medical Expert, *Pharma, Life Sciences and Healthcare, SAS Global Forum 2008*

# Bilaga A Intervjufrågor 2

## Förtroende på webben och medicinska webbplatser

### Introduktion

#### Beskrivning av healthyvolunteers.com

Webbplatsen healthyvolunteers.com upprättades 2003 av AstraZeneca för att representera deras försöksverksamhet på Internet.

AstraZeneca bedriver försöksverksamhet på flera platser i världen och varje specifik plats där AstraZeneca driver försöksverksamhet har en enskild webbplats som ligger underordnad healthyvolunteers.com.

Syftet med webbplatsen är att kunna rekrytera försökspersoner genom ytterligare en kanal.

Då healthyvolunteers.com upprättades hade försöksverksamheten i Göteborg väldigt god tillströmning av försökspersoner och behövde just då inte fler varför de valde att inte lägga så stor vikt vid utformandet av webbplatsen. Istället valde man att tona ner webbsidan.

Nu, fem år senare, är förhållandet det motsatta. Nu har verksamheten svårare att få tag i försökspersoner varför de nu vill stärka sin närvaro på webben för att rekrytera fler försökspersoner genom detta medium.

Med denna bakgrund har AstraZeneca erbjudit studenter på IT-universitetet att som examensarbete undersöka hur man kan nå fler möjliga försökspersoner på andra webbplatser på Internet men också genom att förbättra den egna webbplatsen.

Vår arbetsgrupp har specifikt tagit oss an att ge förslag på förbättringar av den befintliga webbsidan och då specifikt med fokus på användbarhet.

Under våra studier av användbarhet i samband med denna uppgift har vi valt en forskningsfråga som berör ämnet förtroende på webben.

#### Introducera respondenten till syftet av studien

Olika aspekter av design av en webbplats har olika inverkan på vilket förtroende en besökare känner för den.

Denna studie syftar till att undersöka några designaspekters betydelse för förtroende specifikt för en webbplats som representerar en medicinsk verksamhet/organisation.

#### Informera om intervjuens upplägg

Med hänseende till syftet har vi därför valt att utforma intervjun på följande sätt: Vi kommer att beröra varje enskild designaspekt i taget. Först frågar vi vilken inverkan designaspekten har på ditt förtroende beroende på dess kvalitet eller beroende på om den finns, och detta med hänseende till webbplatser generellt.

Därefter ber vi dig fundera över om du tror att förtroendepåverkan från designaspekten är annorlunda för dig om du tänker dig att det gäller en medicinsk webbplats likt [healthyvolunteers.com](http://healthyvolunteers.com), och isåfall på vilket sätt det är annorlunda sig.

**Definition av medicinsk organisation**

En organisation vars kärnverksamhet rör mediciner som kan ha eller kan komma att ha inverkan på en människas hälsa.



## Frågor

### Följdfrågor:

"Tror du att denna förtroendepåverkan är annorlunda för dig om det gäller en medicinsk webbplats?"

Om ja, på vilket sätt tror du att det är annorlunda?"

## Demografi

Hur gammal är du?

Hur många timmar i veckan uppskattar du att du använder Internet då du inte ligger inne på ett försök?

Hur många gånger har du handlat över Internet?

Vilka frågor och funderingar var viktigast för dig att få besvarade för att du skulle ställa upp som försöksperson?

## Förtroende

Vilken är din definition av förtroende?

Exemplifiera förtroendedefinition

"övertygelse om att man kan lita på ngn el. Ngt (Nationalencyklopedin)

Vad upplever du som viktigt för dig när du besöker en webbplats för att känna förtroende för denna?

(Om respondenten har svårt att svara på detta i början på intervjun kan vi föreslå att återkomma till denna i slutet av intervjun.)

## Designaspekter

### Sökfunktioner

Brukar du använda sökfunktioner på webbsidor du besöker?

Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen upplever du att sökfunktion har för dig?

Har du några åsikter om vad som är bra och dålig kvalitet på en sökfunktion?

Om ja:

- Om den har bra kvalitet?
- Om den har dålig kvalitet
- Om den inte finns på sidan?

### Navigeringsfunktionalitet

Exempel på navigeringsfunktionalitet är menysystem och det sätt sidan gör användaren medveten om var den befinner sig.

Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen upplever du att navigeringsfunktioner har för dig?

Har du några åsikter om vad som är bra och dålig kvalitet på navigeringsfunktionalitet?

Om ja:

- Om den har bra kvalitet?
- Om den har dålig kvalitet

Om den inte finns på sidan?

### Sitemap

En översikt över alla sidor som finns på en webbplats ordnade i en hierarki och länkade så att man direkt kan nå dem (se bild).

---

Göteborgs universitet

Institutionen för tillämpad informationsteknologi

Göteborg, Sverige, Maj 2010

Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen upplever du att "sitemap" har för dig...

- Om den finns på webbplatsen?
- Om den inte finns på webbplatsen?

### **Kontakta oss**

En vanlig funktion på en webbsida är att man på framsidan har länken "kontakta oss".

Vilken betydelse för ditt förtroende för webbplatsen upplever du att en sådan funktion har för dig?

På sidan "kontakta oss", vad skulle du vilja se för information samt sätt att kontakta verksamheten på?

Exempel:

- Telefonnummer
- E-postadresser
- Formulär att ställa frågor med
- Besöksadress
- Karta för att se var byggnaden ligger
- Möjligheter att lämna sitt telefonnummer så att man kan bli uppringd
- Bild på byggnaden
- Live-chatt

Vad skulle bilder på personal på t.ex. "kontakta oss"-sidan eller t.ex. en bild på de sidor där informationen kommer från en specifik person betyda för ditt förtroende?

Vid dessa bilder, tycker du att det där borde finnas kontaktuppgifter såsom telefonnummer, e-post eller chattmöjlighet?

### **Felaktigheter**

Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen upplever du att felaktigheter på webbplatsen har för dig?

Hur skulle ditt förtroende påverkas om något stavfel finns på webbsidan?

Hur skulle ditt förtroende påverkas om du upptäckte någon felaktig länk?

Har du några egna förslag på vad för felaktigheter som skulle kunna påverka ditt förtroende för webbplatsen?

### **Datummärkning**

Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen tror du att datummärkning på varje sida (för att indikera när sidan uppdaterats) har för dig?

- om varje sida har datummärkning?
- om bara första sidan har datummärkning?
- om ingen sida på webbplatsen har en datummärkning?

## Utseendetyper

Exempel på utseendetyper är:

- Rent utseende (få färger och få bilder)
- Stort fokus på grafisk design - mycket snygg grafik
- Har du något förslag på ytterligare utseendetyper?

Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen tror du att val av utseendetyper har för dig?

Vilka typer av utseende ger dig

- större förtroende?
- mindre förtroende?

## Färg/färgskalor

Skulle några specifika färger eller färgskalor vara speciellt förtroendeingivande för dig?

Hur skulle ditt förtroende påverkas om webbsidan hade vita och gröna färger som påminner om sjukhusmiljö?

## Specifikt för försöksverksamhet

I hur stor utsträckning tycker du att information kring ersättning för försöken bör tas upp på webbsidan?  
(Visas beloppen på andra sidor?)

Vad skulle du vilja se på webbplatsen för att känna att företaget bryr sig om din hälsa då du deltar i ett försök?

Skulle information på webbplatsen om hur en möjlig allvarlig situation i försöken kan avhjälpas skrämja dig mer än känna dig säker?

Vilka tror du är fördelarna resp nackdelarna med att värvas online i jämförelse med att värvas av en bekant?

Vad för annat material på en webbplats såsom healthyvolunteers skulle du tro kunde inge större förtroende?

## Avslutande frågor

Finns det något kring frågorna vi diskuterat eller något annat berör förtroende som du skulle villja tillägga?

Hur många försök har du deltagit i?

## Bilaga B Intervjufrågor 3

### Förtroende på webben och medicinska webbplatser

#### Introducera respondenten till syftet av studien

Vi har valt att undersöka sambandet mellan användbarhetsfaktorer och användares upplevda förtroende på webbplatser. Vi försöker se om användbarhetsfaktorer påverkar användares förtroende annorlunda på medicinska webbplatser i jämförelse med webbplatser generellt.

#### Informera om intervjuens upplägg

Informera respondenten om att intervjun är frivillig och att denne kan välja att inte svara på en eller flera frågor. Informera om att information som respondenten ger oss kommer att lagras och redovisas anonymt och att den enbart kommer att användas i forskningssyfte och enbart för denna studie.

#### Informera om intervjuens upplägg

Med hänseende till syftet har vi därför valt att utforma intervjun på följande sätt:

Vi kommer att beröra en användbarhetsfaktor i taget. Först kommer vi att fråga i vilken utsträckning du anser att den faktorn påverkar ditt förtroende när det gäller webbplatser generellt.

Därefter frågar vi dig om du tror att förtroendepåverkan från en viss användbarhetsfaktor är annorlunda för dig för medicinska webbplatser.

Om du anser att förtroendepåverkan är annorlunda på en medicinsk webbplats än på webbplatser generellt så ber vi dig att förklara varför.

#### Definition av en medicinsk webbplats

En webbplats som representerar en organisation vars kärnverksamhet rör läkemedel för människor.

Exempel på medicinska webbplatser är

Apoteket.se - information om olika läkemedel samt råd kring symptom

Nettdoktor.se – medicinska råd

AstraZeneca.se - läkemedelsbolag

Fass.se – Läkemedelsdatabas

#### Beskrivning av användbarhet och dess delar

En definition av användbarhet är att *användbarhet innebär hur enkelt det är att lära sig att hantera ett system, komma ihåg basfunktionerna som krävs, graden av att undvika fel samt att garantera allmän tillfredsställelse för användaren*

Vi vill även nämna dessa ytterligare punkter som förklarar olika delar av användbarhet på en webbplats:

- *Hur lätt det är att förstå strukturen av ett system, funktionerna, gränssnittet samt innehållet som användaren ser.*
- *Enkelheten i att använda sidan i de inledande faserna.*
- *Hur snabbt en användare kan hitta det den söker efter.*
- *Upplevelsen om hur enkelt det är att navigera på sidan i termer av hur lång tid det tar och vilka handlingar som krävs för att åstadkomma det man vill.*
- *Möjligheten för användaren att kontrollera vad den gör och vart den är när den vill.*

# Frågor

## ***Demografi***

Hur gammal är du?

Hur många timmar i veckan uppskattar du att du använder Internet?

Hur många gånger har du handlat över Internet?

## ***Förtroende***

Hur definierar du förtroende?

Exemplifiera förtroendedefinition

*Om vi känner förtroende till någon eller något, avgör om vi litar eller inte litar på den/det (Flavián et al, 2006).*

## **Användbarhetsfaktorer**

### ***Utseendet***

Det första man möts av när man går in på en webbplats är utseendet och vid ett första besök bildar man sig en första uppfattning om den. Det handlar inte bara om att webbplatsen ska vara snygg, utan även om att den har rätt stil och att det är den sortens webbplats som användaren söker för att kunna uppnå sitt mål.

Exempel på utseendetyper är:

- Rent utseende (få färger och få bilder)
- Stort fokus på grafisk design - mycket snygg grafik
- Har du något förslag på ytterligare utseendetyper?

Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen tror du att val av utseendetyper har för dig?

- A.** "Upplever du att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats i jämförelse med på en webbplats generellt? Ja eller nej.
- B.** Om ja, vilka tror du är anledningarna till att du upplever att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats?

## ***Felaktigheter***

Exempel på felaktigheter på en webbsida kan vara:

Funktionella fel, såsom ej fungerande länkar, att funktioner på sidan inte utför den uppgift de är ämnade att göra, att en bildhållare visas men inte själva bilden.

Faktafel eller osaning.

Stavfel

Har du några egna förslag på felaktigheter?

Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen upplever du att felaktigheter på webbplatsen har för dig?

**A.** "Upplever du att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats i jämförelse med på en webbplats generellt? Ja eller nej.

**B.** Om ja, vilka tror du är anledningarna till att du upplever att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats?

## ***Stavfel***

Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen upplever du att stavfel har för dig?

**A.** "Upplever du att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats i jämförelse med på en webbplats generellt? Ja eller nej.

**B.** Om ja, vilka tror du är anledningarna till att du upplever att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats?

## ***Felaktiga länkar***

Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen upplever du att felaktiga länkar har för dig?

**A.** "Upplever du att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats i jämförelse med på en webbplats generellt? Ja eller nej.

**B.** Om ja, vilka tror du är anledningarna till att du upplever att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats?

**Om respondenten hade egna förslag på felaktigheter, ställ dessa tre frågor för varje felaktighet respondenten nämnde:**

## Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen upplever du att <felaktigheten> har för dig?

- A. "Upplever du att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats i jämförelse med på en webbplats generellt? Ja eller nej.
- B. Om ja, vilka tror du är anledningarna till att du upplever att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats?

### **Språket**

Även detta är något som man direkt möts av och bidrar till det första intrycket. Hur detta fungerar kan vara bidragande till hur användaren upplever webbplatsen och kan vara avgörande för att den ska förstå vad som finns var och hur det ska användas.

## Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen upplever du att språket har för dig?

- A. "Upplever du att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats i jämförelse med på en webbplats generellt? Ja eller nej.
- B. Om ja, vilka tror du är anledningarna till att du upplever att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats?

### **Hur lättanvänd webbplatsen är i inledningsfasen av användningen**

## Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen upplever du att denna användbarhetsfaktor har för dig?

- A. "Upplever du att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats i jämförelse med på en webbplats generellt? Ja eller nej.
- B. Om ja, vilka tror du är anledningarna till att du upplever att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats?

### **Hur snabbt användaren kan hitta det den letar efter**

## Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen upplever du att denna användbarhetsfaktor har för dig?

- A. "Upplever du att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats i jämförelse med på en webbplats generellt? Ja eller nej.
- B. Om ja, vilka tror du är anledningarna till att du upplever att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats?



## **Effektivitet**

Att hitta det man söker efter, eller utföra det man vill utföra, med minsta möjliga arbete, eller med så få antal handlingar som möjligt.

Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen upplever du att webbplatsens effektivitet har för dig?

**A.** "Upplever du att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats i jämförelse med på en webbplats generellt? Ja eller nej.

**B.** Om ja, vilka tror du är anledningarna till att du upplever att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats?

## **Att användaren i ett givet ögonblick kan se var den är och vad den kan göra**

T.ex. om du tittar på varor på en webbshop så finns det en rad högt upp som visar under vilken kategori och på följande underkategorier som varan du tittar på befinner sig under. Eller om du är på väg att köpa någonting på en webbshop så visas en tidslinje som visar vilka steg som ingår i köprocessen och på vilket steg du befinner dig just nu.

Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen upplever du att denna användbarhetsfaktor har för dig?

**A.** "Upplever du att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats i jämförelse med på en webbplats generellt? Ja eller nej.

**B.** Om ja, vilka tror du är anledningarna till att du upplever att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats?

## **Hur lätt användaren förstår uppbyggnad och funktion.**

Hur lätt det är att förstå strukturen av ett system, funktionerna, gränssnittet samt innehållet som användaren ser.

Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen upplever du att denna användbarhetsfaktor har för dig?

**A.** "Upplever du att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats i jämförelse med på en webbplats generellt? Ja eller nej.

**B.** Om ja, vilka tror du är anledningarna till att du upplever att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats?

## **Nytta**

I vilken utsträckning systemet kan erbjuda användaren det användaren vill göra eller ge

användaren det den behöver. T.ex. utföra en viss sorts uppgift eller hitta en viss information.

## Hur stor betydelse för ditt förtroende för webbplatsen upplever du att nytta har för dig?

**A.** "Upplever du att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats i jämförelse med på en webbplats generellt? Ja eller nej.

**B.** Om ja, vilka tror du är anledningarna till att du upplever att <den här användbarhetsfaktorn> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats?

## ***Avslutande frågor***

### **Finns det något kring frågorna vi diskuterat eller något annat berör förtroende som du skulle villja tillägga?**

**A.** "Upplever du att <de här sakerna som du just redovisat för> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats i jämförelse med på en webbplats generellt? Ja eller nej.

**B.** Om ja, vilka tror du är anledningarna till att du upplever att <de här sakerna som du just redovisat för> påverkar ditt förtroende annorlunda på en medicinsk webbplats?