



Oppdragsrapport nr. 6 - 2016

Anita Borch, Ingrid Kjørstad og Dag Slette-meås

Forbruksbarrierer blant personer med nedsatt funksjonsevne

SIFO


Forbruksforskningsinstituttet

HØGSKOLEN I OSLO
OG AKERSHUS

© Forbruksforskningsinstituttet SIFO – Høgskolen i Oslo og Akershus
Oppdragsrapport nr. 6 – 2016

Forbruksforskningsinstituttet SIFO – Høgskolen i Oslo og Akershus
Sandakerveien 24 C, Bygg B
Postboks 4 St. Olavs plass
0130 Oslo
www.sifo.no

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporter lagt ut på Internett, er lagt ut kun for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

Tittel Forbrukerbarrierer blant personer med nedsatt funksjonsevne	Antall sider 49	Dato 31.03.2016
Title Consumer barriers among disabled	ISBN	ISSN
Forfatter(e) Anita Borch, Ingrid Kjørstad og Dag Slette-meås	Prosjektnummer 11201515	Faglig ansvarlig sign. 
Oppdragsgiver Deltasenteret		
Sammendrag <p>Basert på intervjuer og deltagende observasjon undersøker vi i denne studien hvilke barrierer fire personer med ulike former for funksjonsnedsettelse møter i hverdagen som forbruker på tre arenaer: i hjemmet ved bruk av informasjons- og kommunikasjonsteknologi, på kjøpesenter og på et kulturarrangement: musikalen «Den Glade Enke». De fire personene har henholdsvis nedsatt syn, hørsel, bevegelse og kognitiv utvikling. Vi gir også eksempler på et sett av indikatorer på universelt utformede forbrukermarkeder, det vil si markeder hvor alle kan delta, også personer med funksjonsnedsettelse.</p> <p>Studien viser at personer med funksjonsnedsettelser møter mange barrierer i hverdagen som forbruker. Blant annet indikerer studien at alle personene som deltok i studien har hatt merkostnader knyttet til sin funksjonshemming fordi de har vanskeligheter med å finne, plukke og sammenligne varer og priser eller kommunisere med betjeningen. Deres forbrukerhverdag synes også å kompliseres og fordyres av at personer i deres omgivelser mangler kunnskap om hvordan man forholder seg til ulike former for funksjonsnedsettelse. Kunnskap om funksjonshemmedes ønsker og behov, rettigheter og plikter bør inn i undervisningen i skolen fra tidlig alder. Det bør også være en del av kundeopplæringen av butikkansatte.</p> <p>Notatet rapporterer del 3 og 4 av prosjektet «Brukeropplevelser av universelt utformede markedsplasser—fra lovverk til praksis. En studie av hvordan personer med nedsatt funksjonsevne opplever tilgang/tilgjengelig til varer og tjenester i forbrukermarkedet» (2015-2016), finansiert av Deltasenteret.</p>		
Summary <p>In this study we have examined types of barriers that four informants with different kinds of disabilities meet as consumers in three different areas: at home using information and communication technologies, in shopping centers, and at a theater watching the operetta “Den glade enke” (“Die lustige Witwe”). The four informants have impaired sight, hearing, movement and cognitive functions, respectively.</p> <p>The study indicates that disabled encounter a variety of barriers as consumers in everyday life. Among other things, all four informants indicate having additional costs related to their handicap e.g. due to difficulties in finding, picking and comparing products and prices, as well as when asking for assistance in shops. Their everyday life as consumers also seems to be more complicated and expensive by the fact that people around them do not know how to relate to different kinds of disabilities. Knowledge about disabled persons’ situation, needs, rights and duties as citizens and consumers have to be taught in school from early childhood. How to treat disabled customers should also be part of the training of new staff in shops.</p> <p>The study represents part 3 and 4 of the project «Brukeropplevelser av universelt ut-formede markedsplasser—fra lovverk til praksis. En studie av hvordan personer med nedsatt funksjonsevne opplever tilgang/tilgjengelig til varer og tjenester i forbrukermarkedet» (User experiences of universally designed market places—from law to practice. A study of consumer barriers experienced by disabled people in everyday life». The study is funded by Deltasenteret and runs from autumn 2015 to spring 2016.</p>		
Stikkord Forbrukerbarrierer, universell utforming, funksjonsnedsettelse, case-studie, IKT		
Keywords Consumer barriers, universal design, disability, case-study, ICT		

Forbrukerbarrierer blant personer med funksjonsnedsettelse

av

Anita Borch, Ingrid Kjørstad og Dag Slettemeås

2016

Forbruksforskningsinstituttet SIFO,
Høgskolen i Oslo og Akershus
Postboks 4 St. Olavs plass, 0130 Oslo

Forord

Dette notatet er gjennomført som del av studien «Brukeropplevelser av universelt utformede markedsplasser—fra lovverk til praksis. En studie av hvordan personer med nedsatt funksjons- evne opplever tilgang/tilgjengelig til varer og tjenester i forbrukermarkedet». Studien er finan- siert av Deltasenteret og ble gjennomført i perioden fra høsten 2015 til våren 2016.

Innhold

Forord.....	5
Innhold	7
Sammendrag.....	9
Summary	11
1 Introduksjon.....	13
2 Metode	15
2.1 Utvalg.....	15
2.2 Undersøkelsesopplegg.....	15
2.3 Analyse.....	17
3 Nedsatt hørsel	19
3.1 Informant A.....	19
3.2 Bestille reise	20
3.3 På kjøpesenter	20
3.4 På café.....	21
3.5 På teater.....	21
3.6 Barrierer	22
4 Nedsatt syn.....	23
4.1 Informant B	23
4.2 Bestille reise	24
4.3 På kjøpesenter	25
4.4 På café	27
4.5 På teater.....	27
4.6 Barrierer	28
5 Nedsatt bevegelse	29
5.1 Informant C	29
5.2 Bolig, strøm og andre utgifter	30
5.3 Reise kollektivt.....	31
5.3.1 Tur til kjøpesenter	31
5.3.2 Nasjonalteateret T-banestasjon	32
5.3.3 Lengre turer	33
5.4 På kjøpesenter	34
5.5 På teater.....	36
5.6 Barrierer	37
6 Nedsatt kognitiv utvikling	39
6.1 Informant D.....	39
6.2 På kjøpesenter	39
6.3 På teater.....	41
6.4 Barrierer	41
7 Konklusjon.....	43
7.1 Supplering og nyansering av funn i delstudie 2	44
8 Indikatorer på et universelt utformet marked.....	47
8.1 Fysisk (ikke-teknologisk) tilrettelegging	47
8.2 Teknologisk tilrettelegging	47
8.3 Kommunikativ tilrettelegging	48

8.4	Økonomisk tilrettelegging.....	48
8.5	Kunnskapsmessig (etisk) tilrettelegging	48
8.6	Sosial-psykologisk tilrettelegging	48
8.7	Juridisk tilrettelegging.....	49

Sammendrag

Basert på intervjuer og deltagende observasjon undersøker vi i denne studien hvilke barrierer fire personer med ulike former for funksjonsnedsettelse møter i hverdagen som forbruker på tre arenaer: i hjemmet ved bruk av IKT, på kjøpesenter og på et kulturarrangement: musikalen «en Glade Enke». De fire personene har henholdsvis nedsatt syn, hørsel, bevegelse og kognitiv utvikling. Vi gir også eksempler på et sett av indikatorer på universelt utformede forbrukermarkeder, det vil si markeder hvor alle kan delta, også personer med funksjonsnedsettelse.

Studien viser at personer med funksjonsnedsettelse møter mange barrierer i hverdagen som forbruker. Blant annet indikerer studien at alle personene som deltok har hatt merkostnader knyttet til sitt funksjonshemming, blant annet fordi de har vanskeligheter med å finne, plukke og sammenligne varer og priser og/eller å kommunisere med betjeningen. Deres forbrukerhverdag synes også å kompliseres og fordyres av at personer i deres omgivelser mangler kunnskap om hvordan man forholder seg til personer med ulike typer funksjonsnedsettelse. Kunnskap om funksjonshemmedes ønsker og behov, rettighet og plikter bør inn i undervisningen i skolen fra tidlig alder. Det bør også være en del av kundeopplæringen av butikkansatte.

Notatet rapporterer del 3 og 4 av prosjektet «Brukeropplevelser av universelt utformede markeds plasser—fra lovverk til praksis. En studie av hvordan personer med nedsatt funksjonsevne opplever tilgang/tilgjengelig til varer og tjenester i forbrukermarkedet» (2015-2016), finansiert av Deltasenteret.

Summary

In this study we have examined various barriers that four people with different kinds of disabilities meet as consumers in three different areas: at home using information and communication technologies, in shopping centers, and at a theater watching the operetta “Den glade enke (Die lustige Witwe)”. The four people have impaired sight, hearing, movement and cognitive functions, respectively.

The study indicates that disabled encounter a variety of barriers as consumers in everyday life. Amongst others, all four indicate having additional costs related to their handicap e.g. due to difficulties in finding, picking and comparing products and prices, as well as when asking for assistance in shops. Their everyday life as consumers also seems to be more complicated and expensive because people around them do not know how to relate to different kinds of disabilities. Knowledge about disabled people’s situations, needs, rights and duties as citizens and consumers should be taught in school from early childhood. How to treat disabled customers should also be part of the training of new staff in shops.

The study represents part 3 and 4 of the project «Brukeropplevelser av universelt utformede markedsplasser—fra lovverk til praksis. En studie av hvordan personer med nedsatt funksjonsevne opplever tilgang/tilgjengelig til varer og tjenester i forbrukermarkedet» (User experiences of universally design market places—from law to practice. A study of consumer barriers experienced by disabled people in everyday life». The study is funded by Deltasenteret and runs from autumn 2015 to spring 2016.

1 Introduksjon

Ifølge Diskriminering- og tilgjengelighetsloven skal alle ha like muligheter og rettigheter til samfunnsdeltakelse. Likevel tyder mye på at mulighetene for samfunnsdeltakelse er mindre for personer med funksjonsnedsettelse.

Basert på intervjuer og deltagende observasjon undersøker vi i denne studien hvilke barrierer fire personer med ulike former for funksjonsnedsettelse møter i hverdagen som forbruker på tre arenaer: i hjemmet ved bruk av IKT, på kjøpesenter og på et kulturarrangement: musikalen «Den Glade Enke». De fire personene har henholdsvis nedsatt syn, hørsel, bevegelse og kognitiv utvikling. Vi gir også eksempler på et sett av indikatorer på universelt utformede forbrukermarkeder, det vil si markeder hvor alle kan delta, også personer med funksjonsnedsettelse.

Studien bygger på to forutgående delstudier. I første delstudie gjennomgikk vi eksisterende forskning og data på gjeldende og tilliggende felt. Den viktigste konklusjonen fra denne studien var at det i dag foreligger svært lite forskning på feltet.

I andre delstudie gjennomførte vi intervjuer med stakeholdere (organisasjoner som representerer grupper med nedsatt funksjonsevne) for å skaffe et overblikk over hvilke problemstillinger som vurderes å være særlig viktige for disse gruppene. De fire organisasjonene var (1) Norges blindforbund (NBF), (2) Norges handikapforbund (NHF), (3) Norsk forbund for utviklingshemmede (NFU) og (4) Hørselshemmedes landsforening (HLF). Konklusjonene fra nevnte undersøkelse er:

«Studien viser at ulike grupper av funksjonshemmede opplever mange barrierer som forbrukere. De fleste barrierer oppstår i situasjoner hvor de funksjonshemmede skal sette seg inn i ny informasjon, varer og tjenester. Særlig problematisk oppleves barrierer knyttet til transport og kulturtilbud. Transport er problematisk når man skal reise til nye steder eller ved avvik fra faste reisemønstre. Kulturtilbud er problematisk fordi de representerer ferskvarer som ofte bare benyttes én gang. Går man glipp av deler av kulturinnslagene, kan man ha mistet meningen med hele. Når innslag i politiske debatter ikke er tilgjengelig for funksjonshemmede, representerer dette et demokratisk problem.

Mens noen barrierer oppleves av flere grupper funksjonshemmede, oppleves andre særlig av én gruppe. For eksempel har blinde og svaksynte særlig problemer med visuell informasjon, bevegelsehemmede med fysisk utføring av rom og informasjon om dette, kognitive funksjonshemmede med komplisert og uklar informasjon, og hørselshemmede med muntlig informasjon uten visuelle alternativer. Alle disse barrierene må overkommes i universelt utformede markeder.»¹

¹Se SIFO-notatet «Barrierer i funksjonshemmedes forbrukerhverdag—slik funksjonshemmedes organisasjoner selv ser det» skrevet av Anita Borch, Dag Slette-meås og Ingrid Kjørstad (2016).

Etter en kort gjennomgang av metode (kapittel 2), analyserer vi i foreliggende notat hvilke barrierer personer med funksjonsnedsettelse møter som forbrukere på ulike arenaer. Analysen er delt inn i fire «historier» eller «case» som hver og én omhandler de fire personene som deltar i studien (kapittel 3-6). Deretter oppsummerer vi funnene fra delstudie 3 og sammenligner dem med funnen fra delstudie 2 (kapittel 7). Basert på observasjoner gjort i prosjekts del 2 og 3 gir vi i siste del eksempler på indikatorer på universelt utformede forbrukermarkeder (kapittel 8).

2 Metode

2.1 Utvalg

Utvalget består av fire personer («informanter») med henholdsvis nedsatt syn, hørsel, bevegelse og kognitiv utvikling. Informantene ble rekruttert via organisasjonene de er medlem av: (1) Norges blindeforbund (NBF), (2) Hørselshemmedes landsforening (HLF), (3) Norges handikapforbund (NHF), (4) Norsk forbund for utviklingshemmede (NFU). Utvalgskriteriene var som følger:

- Personene må kunne utføre handlingene beskrevet i undersøkelsesopplegget uten assistanse fra andre
- Personene skal ikke være ansatt ved organisasjonen
- Personene skal ikke bo på institusjon
- Personene skal være mellom 20 og 70 år

Det ble sendt søknad til Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD) i forkant av undersøkelsen. Prosjektet ble vurdert som meldepliktig, og det fikk godkjenning da krav til informert samtykke, anonymisering av informanter og behandling/oppbevaring/sletting av personidentifiserbare data ble ansett som oppfylt.

2.2 Undersøkelsesopplegg

Undersøkelsesopplegget var som følger:

- Vi (to kvinnelige forskere) kontaktet informantene på epost for å avtale en dag hvor vi kan treffes, så snart vi fikk beskjed fra organisasjonene om at personene ønsket å være med i undersøkelsen.
- På avtalt tid kom vi hjem til den enkelte informanten for å snakke med han eller henne om hvordan de opplever det å være forbruker, det vil si å kjøpe og bruke varer og tjenester fra ulike markeder på ulike arenaer.
- Etter denne samtalen forberedte vi oss til å dra på en handletur på et kjøpesenter.
- Informantens første oppgave var å bestille og betale billetter til tre personer med offentlig transport (buss, tog, T-bane, trikk eller taxi). Den ene reisen skulle være TIL kjøpesenteret. Den andre skulle gå TILBAKE fra kjøpesenteret og hjem. Begge reisene skulle bestilles og betales på internett eller gjennom en app.
 - o Når informantene bestilte reisen til kjøpesenteret, skulle de velge en reise de hadde bestilt og betalt før. (Hvis de ikke hadde bestilt og betalt denne reisen på internett før, hoppet vi over denne oppgaven og gikk til neste.)

- Når informantene bestilte reisen fra kjøpesenteret, skulle de velge en reise som de ikke hadde bestilt og betalt før.
- Deretter dro vi til kjøpesenteret informantene hadde bestilt billett til. Kjøpesenteret var ikke informert på forhånd om at vi kom.
- På kjøpesenteret skulle informantene finne ulike produkter, for eksempel
 - En t-skjorte i en klesbutikk (måtte helst prøves i prøverom for å teste prøverommets tilgjengelighet og utforming).
 - En intimsåpe (såpe uten parfyme) på apotek (skulle helst spørre personalet om hjelp for å teste kommunikasjonen ved kjøp av produkter som man vanligvis ikke snakker høyt om).
 - Et brød på øverste hylle i en dagligvarebutikk eller et brød med $\frac{3}{4}$ grovt korn (for å teste tilgjengelighet for rullestolbrukere og kognitiv utviklingshemning).
- Besøket på kjøpesenteret ble filmet av én av forskerne. Forskeren stod ca. 5 meter unna slik at de butikkansatte ikke skulle tro at forskeren var en person som var der for å hjelpe informanten.
- Informanten og forskerne bestilte seg noe å spise og drikke på en café på kjøpesenteret. Mens vi spiste, snakket vi om erfaringene fra handleturen.
- Informanten viste oss hvordan vi skal komme oss hjem igjen med de billettene vi hadde bestilt.

Avvik ble foretatt fra det opprinnelige opplegget av praktiske årsaker eller av hensyn til informanten. For eksempel ble enkelte av oppgavene justert og tilpasset personenes funksjonsnedsettelse. Regelen var at oppgavene skulle være utfordrende men overkommelige for informanten å utføre.

Turen til teateret foregikk på følgende måte:

- Basert på telefonsamtaler med foresatte til informanten med kognitiv funksjonsnedsettelse, ble to alternative teaterstykker forelagt informantene: «Den Glade Enke» på Oslo Nye Teater, 3. eller 5 mars, eller «Tenk Om» på Det Norske Teateret 3. eller 5 mars. Da alle informantene kunne dra på «Den Glade Enke» 3. mars, ble dette stykket valgt.
- Forskerne bestilte billetter. Billettene ble booket av teaterets ansatte, ikke av Billettcentralen. Teaterets ansatte fikk beskjed om at vi var en gruppe med ulike typer funksjonsnedsettelse. Da vi var sent ute med å bestille, fikk vi plass på rad 17. Distansen fram til scenen var om lag 30 meter, noe som er forholdsvis langt for personer med synsnedsettelse. Teaterets plass for rullestolbrukere var bortbestilt. Vi fikk imidlertid plasser på siden som var lett tilgjengelig for rullestolbrukere. Vi fikk beskjed om at rullestolen måtte trilles ut under forestillingen. Teleslynge skulle ifølge teaterets ansatte finnes.
- Forskerne ordnet med egnet transport til og fra teateret.
- To av fire informanter fikk i oppgave å sende forskerne en epost hvor de beskrev sine opplevelser knyttet til teaterbesøket. Informanten med nedsatt kognitiv funksjon ble imidlertid oppringt dagen etter av en av forskerne og spurt om det samme.

I tillegg ble en T-banetur fra Nasjonalteateret til Majorstuen stasjon foretatt av personen med bevegelseshemming. Dette for å belyse hvilke utfordringer bevegelseshemmede kan ha i forbindelse med reise med offentlig transport.

Alle utgifter informantene måtte ha i forbindelse med undersøkelsen ble dekket av prosjektet.

2.3 Analyse

Da de fire personene har svært ulike funksjonsnedsettelse, ble hver enkelt av dem analysert som et «case». Case-studier kjennetegnes av at de belyser et undersøkelsesobjekt ved bruk av flere kilder. Resultatene kan ikke generaliseres til personer med samme funksjonsnedsettelse eller andre deler av befolkningen på samme måte som ved bruk av surveys, men vil likevel være en del av kunnskapsutviklingen på området som på sikt vil kunne generaliseres.

I dette tilfellet er analysen basert på intervjuer og observasjoner som i store trekk er dokumentert av lyd- og videoopptak. Den synshemmede informant hadde et kamera på hodet da han besøkte kjøpesenteret. Dette for å se hvorvidt han beveget kroppen på spesielle måter for å få større synsfelt. Noen eposter som ble utvekslet mellom informant og forsker er også anvendt som datamateriale. Informantene er i denne rapporten anonymisert og vil også ved annen publisering anonymiseres. Informantenes samtykke ble innhentet på forhånd.

Informantene fikk lese et utkast av rapporten før den ble publisert. Hensikten var å rette opp eventuelle misforståelser og å la informantene selv sjekke hvorvidt de er tilstrekkelig anonymisert.

I analysen stilte vi følgende spørsmål:

- Hva er informantens demografiske, medisinske og teknologiske kjennetegn (kjønn, alder, funksjonsnedsettelse og tekniske hjelpemidler i hjemmet)?
- Hvordan bestiller informantene vanligvis reiser med offentlig transport og hvilke transportmidler bruker de?
- Hvordan løser informanten oppgaven med å bestille billetter på internett eller mobil?
- Hvilke erfaringer gjør vi oss til og fra kjøpesenteret?
- Hvilke erfaringer gjør vi oss i kjøpesenteret?
- Hvilke erfaringer gjør vi oss tilknyttet teaterbesøket?
- Hvilke forbrukerbarrierer kan vi identifisere i delstudie 3? Hvordan skiller disse funnen seg ut fra dem som ble identifisert i delstudie 2?
- Hva kan de observasjoner vi har gjort oss i delstudie 2 og 3 si noe om universelt utformede markeder?

På forhånd hadde forskerne begrenset kunnskap om personer med funksjonsnedsettelse både som privatpersoner og forskere. Vi kan ikke se bort fra at vår begrensede kjennskap til feltet kan ha hindret oss fra å identifisere flere typer forbrukerbarrierer. På den andre siden opplevde vi at vår manglende kunnskap ble en viktig kilde til informasjon om hvilke barrierer personer med funksjonsnedsettelse møter som forbruker i hverdagen.

3 Nedsatt hørsel

3.1 Informant A

Informant A er en mann på om lag 70 år. A fikk hørselsproblemer som 17-åring. Den gang var hørselstap en skam, særlig hvis man havnet på spesialscole. Mye ble gjort for å holde funksjonsnedsettelsen skjult, både fra familiens side og A selv. Siden har hørselen blitt langsomt svakere. For 4 år siden ble han akutt døv.

«Siden jeg er operert for døvhet etter at dette oppsto akutt for 4 år siden, er jeg i gang med å tilpasse meg til hjelpemidler som skal fungere ved telefoning. Foreløpig må det trenes opp, siden lyden er forskjellig fra det som vanligvis oppfattes som "normalt". Samtidig kommer telefonstemmene inn med ett sekunds mellomrom i CI-apparatet (døveapparatet) og til høreapparatet på det andre øret. Dette krever trening, som jeg så vidt har begynt med. Bruker stort sett sms ved telefoning.»

Før vi treffer A forteller han i en epost at han stort sett fungerer utmerket i hverdagen. Blant annet har han ingen problemer med å handle, ta T-banen, gå på restaurant e.l. Når vi møter ham fremstår han som en aktiv og sosialt oppgående mann. Dette til tross, forteller han at han har lite kontakt med andre ut over personer som er med i de hørselshemmedes forening. Det største problemet med hørselshemming er ifølge A isolasjonen som følger av kommunikasjonsproblemer.

«Det store problemer med hørselshemming er isolasjon. Vi har ikke lyst til å være til bryderi. Dermed sitter vi tause. Hvis noen sitter alene, så er de mest sannsynlig hørselshemmet. Vi er der bare på grunn av det sosiale ... Vi er veldig flinke til det sosiale spillet. Vi vet akkurat når vi skal le, når vi skal være alvorlig. Men du protesterer ikke på noe. Vi kommer ikke med innspill eller en annen ide, for vi er redd for at vi skal ta opp ting som allerede er snakket om.»

På grunn av isolasjonen mener A at hørselstap er «90% et psykisk problem og 10% et fysisk problem». Når jeg blir sittende alene, er jeg livredd for at folk skal se det, for da går de utenom. Men vi sitter stort sett alene. Vi har ikke lyst til å trenge oss på.»

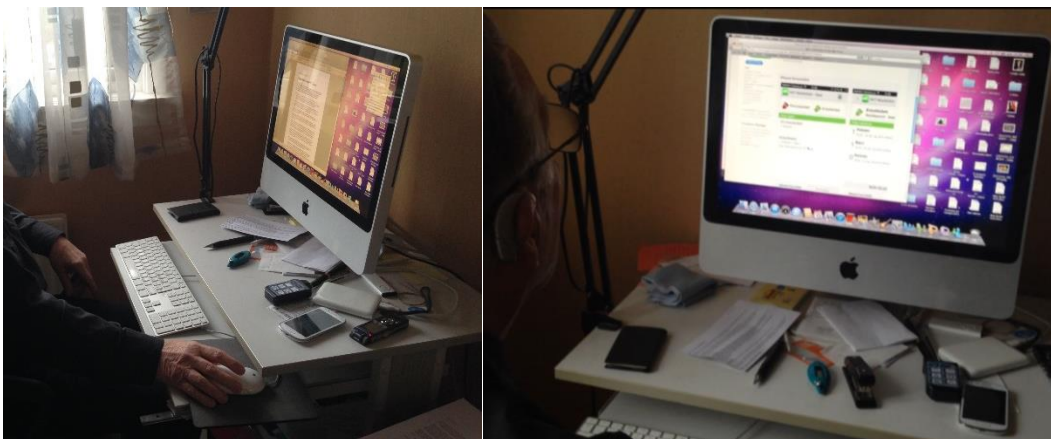
Ifølge A er han en av 1000 i Norge som har fått operert inn et CI-apparat. Ut over dette han han tilgang en rekke tekniske hjelpemidler, blant annet en maskin som blinker og vibrerer når det ringer på døren, om det brann, om telefonen ringer og om en barn skriker, og en liten lydforsterker-penn som forsterker lyden til personer i fysisk nærhet.

«Hadde jeg ikke hatt disse hjelpemidlene, hadde jeg ikke fungert i det hele tatt. Da hadde jeg bare gått og stirret i veggen ... Mange tror at demente på sykehjem ikke svarer fordi de er demente. Men hadde de undersøkt, hadde de sikkert funnet ut at mange av dem ikke hører. Det er jeg veldig sikker på.»



3.2 Bestille reise

A har ikke bestilt billetter på internett eller mobil før. Hans eneste erfaring med å handle på nettet er at han forholdsvis nylig anskaffet seg nettbank. Vanligvis kjøper han klippekort eller dagskort på Narvesen. «Jeg synes det er greiere face-to-face».



Da det er gåavstand til kjøpesenteret fra As hjem, trenger vi ikke bestille billett med offentlig transport. For å få et innblikk i eventuelle forbrukerbarrierer, ber vi ham likevel om å prøve å bestille bussbillett. Han søker med utgangspunkt i Google og kommer til et transportfirma i Vestfold. Her er informasjon om ruter, priser, ulike betalingsløsninger og apper tilknyttet dette selskapet. Vi ber A forsøke å bestille en billett. «Nei, jeg har ikke lyst til å legge inn noe av dette her jeg (diverse personinformasjon, vår anm.). Jeg er litt gammeldags sånn. Det er veldig sjelden jeg bruker bankkort når jeg er ute, jeg betaler kontant». Han føler seg usikker på om det er reiseselskapet eller Google som skal ha personinformasjonen, og sier han som regel bare avslår alt. «Jeg vil ha kontroll». Etter 5 minutter oppgir vi forsøket. Problemene med å bestille reise har etter alt å dømme mer et utslag av at han tilhører en generasjon som i liten grad anvender mobile betalingsløsninger og apper - heller enn hans hørselsnedsettelse. Delundersøkelse 2 tyder på at personer med hørselsnedsettelse generelt mestrer denne type medier godt fordi de er basert på skrift og bilde i tillegg til lyd.

3.3 På kjøpesenter

På forhånd forteller A at han ikke har noen problemer med å handle på kjøpesenteret. Det viser seg å stemme godt. Vi ber A om å spørre betjeningen i ulike butikker om hjelp, for eksempel til å kjøpe et par øreringer til oldebarnet. Kommunikasjonen med betjeningen viser seg å være stort sett uproblematisk, med unntak av at A må spørre om igjen noen ganger fordi betjeningen forteller om produktene med ansiktet vendt fra ham.



3.4 På café

Etter å ha «handlet», velger A en café han av og til besøker. Caféen har mange gjester og bakgrunnsstøyen er svært høy. A forteller at støyen er så høy at han har problemer med å høre hva betjeningen sier. «Fjern og nær lyd er like sterk. Man skjønner ikke hva folk sier. Det er bare et enormt støy hele tiden». Han forteller videre at betjeningen etter hvert har begynt å kjenne ham igjen. Siden han bestiller det samme hver gang, vet de hva han skal ha. På cafeer med mindre bakgrunnsstøy kan han imidlertid ha en «meningsutveksling» med personalet. Når vi setter oss for å prate, legger A den lille lydforsterker-pennen på bordet. Denne hjelper ham å sortere bort støy fra samtalen, og han understreker at den fungerer godt i mange sammenhenger.

3.5 På teater

Mens de andre informantene velger å benytte seg av tilbudet om å bli kjørt til og fra teateret, sier A at han tar T-banen istedenfor. Han ville ta T-banen til byen fordi han da kunne dra litt tidligere til byen og spise på restaurant. Og han ville også ta T-banen tilbake fra byen fordi det var enklere slik.

Om teateropplevelsen skriver A i en epost til forskerne:

«Jeg kjenner ikke til hvorledes det nå er i teateret generelt, men tidligere var det akustikken og skuespillerens diksjon som skulle sørge for at lyden ble oppfattet likt over hele salen. I dag nyttes høyttalere i Oslo Nye Teater, med ensidig vekt på volumøkning. På kinoer er volumet uansett altfor høyt, og lyden på Oslo Nye var så sterk at musikken overdøvet stemmene. Så vidt jeg kjenner til, har ingen teater teleslynge, da det etter sigende forstyrrer elektronikken i teateret. Noen har forsøkt med IR-anlegg, som krever at mottakeren henger på seg en halsslynge med mottaker for infrarøde signaler.»

I pausen på teateret bruker A igjen den lille lydforsterker-pennen når vi snakker sammen. Han skruer den på og lar den ligge usynlig i brystlommen. Et par dager etterpå forløper følgende kommunikasjonen mellom A og forskeren (F) som hadde bestilt teaterbillettene:

A: Jeg er innom Facebook, og der nevnte en høreapparatbruker som var på "Enka" aftenen etter: "Jeg kunne låne teleslynge til å henge rundt halsen fikk jeg beskjed om. Men jeg satt på 6. rad og sangere/skuespillere var mikket opp. Jeg valgte å prøve uten og opplevde det bra. Var på Det Norske Teateret forleden, det var en annen opplevelse."

Dette forteller deg vel noe om at hørselshemmede bør ha en bedre plassering, helst i orkester. Jeg vet ikke om du informerte om tilhørere som trengte spesiell tilgjengelighet. Da ville i alle fall tilbudet om teleslynge kommet. Allikevel er jeg i tvil om at tilbudet gjaldt "teleslynge". Personalet aner sannsynligvis ikke forskjellen på teleslynge og IR-anlegg, som er basert på usynlige, infrarøde stråler. Dette fungerer i kombinasjon med halsslynge, som har en mottaker som konverterer strålene over til magnetstråler, som er basis for teleslyngen.

Vedkommende på 6. rad med vanlig høreapparat hadde nok en mindre hørselssvekelse enn min.

F: Da jeg ringte og bestilte billetter sa kvinnen i telefonen at de hadde teleslynge. Man kunne få det ved å henvende seg i informasjonen. Da jeg sa at jeg trodde teleslynge var noe som gikk over høyttaleranlegget, sa hun noe å la «ja, det er det kanskje.» Hun var altså (i motsetning til meg) informert om at teleslynge kunne henges rundt halsen, men ikke sikker nok til å kunne motsi meg. Det burde hun ha vært.

Ja, ja. Jeg mener fortsatt at folk (herunder meg selv) har lite kunnskap om funksjonsnedsettelse. Her er det mye å lære.»

3.6 Barrierer

En viktig observasjon er at hørselshemmedes viktigste forbrukerbarrierer er knyttet til muntlig kommunikasjon, for eksempel det å ikke kunne høre (eller lese på munnen) hva butikkpersonalet sier. Risikoen for ikke å høre hva andre sier i en kjøpsituasjon kan bidra til at personer med hørselshemming unngår slike situasjoner med det resultat at deres valgmuligheter som forbruker reduseres.

Noen problemer knyttet til kommunikasjon kan bunn i at hørselsnedsettelse vanskelig kan sees av andre, noe som gjør det vanskelig for andre å justere sin adferd etter den hørselshemmedes ønsker og behov i kjøpsituasjoner. I tidligere tider var høreapparatene så store at de var tydelig synlig for andre. I dag er de betydelig mindre. Ifølge A er det imidlertid ikke en løsning å gjøre funksjonsnedsettelsen mer synlig ettersom personer med funksjonsnedsettelse helst vil være som andre og ikke vise sitt handikap.

En tredje observasjon er at andres manglende kunnskap om funksjonsnedsettelse kan begrense funksjonshemmede i rollen som forbruker. Dette kom blant annet til uttrykk i denne studien da verken forskeren som bestilte teaterbilletter eller den ansatte som tok imot billettbestillingen visste at teleslyngen kunne hentes i informasjonen på teateret før forestillingen. Konsekvensen var at A ikke fikk samme utbytte av forestillingen som han ellers kunne ha hatt.

En fjerde observasjon er at teknologi kan hjelpe personer med hørselsnedsettelse til å kommunisere med butikkansatte og andre personer i markedet. Ettersom mange studier peker på at flere kvinner enn menn er teknologiskeptiske, kan kvinner ha mindre tilgang til og kunnskap om teknologiske hjelpemidler. På den andre siden viser studier at flere kvinner enn menn er sosialt anlagt, noe som kan hjelpe dem i rollen som forbruker ved at de i større grad kommuniserer med betjening og spør om hjelp eller råd.

4 Nedsatt syn

4.1 Informant B

Informant B er en mann på ca. 25 år. Han er student på Blindern og bor for tiden hjemme hos sine foreldre.

B var født blind (etter en komplisert fødsel), men fikk mer syn etter hvert. I dag er B svaksynt. Han har fullt synsfelt, ser farger og mørkesynet er som vanlig. Han har ikke problemer med lysskyhet eller kontraster. Innenfor armlengdes avstand ser han bra. Visus (et mål på skarpsyn) er 10/60 eller 15/60. Dette betyr at det andre kan se på 60 meter må han 15 meter unna for å se. Typisk kan han se skilt, men ikke lese det som står på skiltene. Da må han gå nærmere («krysse gaten») for å se.

Det sies at han ikke har skarpsyn. Selv vet han ikke hvor riktig det er. Detaljer forsvinner eller ses bare delvis. Han har derfor faste plasser for ting for å gjøre dem enklere å finne. Ujevnt terreng og dårlig merkede trapper kan være vanskelig å se. Ballspill har han problemer med, særlig baller som kommer i bue mot han. Han ser mye dårligere på høyre enn venstre øye. Selv om han av grunn mangler dybdesyn, kan han vurdere avstand basert på erfaring. Han bruker ikke briller ettersom briller ikke hjelper mot den type synshemming han har. «Jeg ser det jeg trenger».

De teknologiske hjelpemidlene har blitt fysisk mindre med årene, noe han opplever som positivt. Dessuten har tilgangen på hjelpemidler økt. Han har:

- En stor leseskjerm som forstørrer og belyser skriften i papirbøker
- Lommekikkert
- Forstørrelsesglass
- Avspiller for lydbøker (også faglitteratur som leses inn på bestilling).
- Smarttelefon og app'er, brukes som; lupe, lommelykt, avspiller for lydbøker, for billettbestilling, samt gps for navigering



B har også en tilrettelagt lesesal på Blindern, med flere hjelpemidler der, blant annet et mindre lese/avstandskamera.

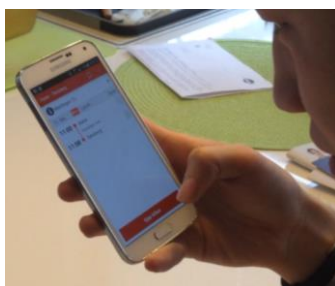
Han bruker en del lydbøker, men det tar litt tid å få dem innlest og tilsendt. Han blir fort sliten når han leser og burde sikkert ha benyttet lydbøker og annet leseutstyr oftere, men det er oftest enklest uten. Det finnes pc-programmer som leser opp epost. Hvis man her helt blind får man en lese-list (en taktil presentasjonsenhet).

Hjelpemidler får han gjennom NAV. Informasjon om hjelpemidler må han aktivt skaffe seg selv. Man får med andre ord ikke beskjed fra NAV om hva man har krav på. Det er ikke alltid like enkelt å skaffe seg hjelpemidler på denne måten. Sist gang han søkte NAV's nettsider gikk 3-4 sider i «loop» (i ring) og han måtte til sist få hjelp av en synspedagog han kjente. Eventuelt kan han ringe NAV ved problemer.

B er medlem av Blindeforbundet. Det hender at han deltar på Blindeforbundets messer hvor tilbydere av hjelpemidler demonstrerer sine produkter. Ellers er det særlig gjennom media og via bekjente B hører om nye produkter og tjenester.

4.2 Bestille reise

B har månedskort på Ruters app. Forskerne foreslår derfor at han bestiller en reise til Tønsberg isteden. B bestemmer seg for å bestille tog via NSBs app. B forteller at han ser greit det som står på app'en uten briller. Han kan lese «alt som er» uten å forstørre teksten så lenge han holder app'en på riktig avstand.



Han bestiller ikke billetten, men B er så vant til å bruke app'en at han mest sannsynlig ikke ville ha hatt problemer med dette.

B forteller at det an være litt krevende og ta tid hvis han må registrere et nytt bankkort i en app når han er ute og reiser. Han forteller også at mange synshemmede som ser dårligere enn ham har problemer med automatene på togstasjonen. Problemet er at det er touch-system. Hvis man ikke greier å lese skriften, går man enda nærmere skjermen. Til slutt er man så nær skjermen at nesa toucher borti og man har foretatt et «valg». Fysiske knapper er bedre enn touch-skjerm for blinde og svaksynte fordi man kan kjenne hvilke valg man gjør. Også maskinene på legekontorene har touch-skjerm. Disse har gjerne tale, hvilket er bra, men blinde og svaksynte har problemer med å finne «knappene» på skjermen.

Å finne busstopp kan også være et problem. Hvis det kommer mange busser på samme sted, kan det også være problematisk å stoppe riktig buss. På enkelte busstasjoner kommer bussene med så kort mellomrom at B ser seg nødt til å stoppe alle. «Men jeg kommer meg på riktig buss». B forteller også at dem som ser dårligere enn ham har problemer med å se numrene på bussene. Skriften på skjermene som viser stoppested er også vanskelig å lese. Skjermene har blitt dårligere i det siste fordi skriften er blitt mindre for å få plass til å skrive overgangene. At

de informerer om stoppestedene over mikrofonene kan være en hjelp. Avvik i faste reise-mønstre er et problem. En gang var det buss istedenfor T-bane. Da fant han ikke bussen og måtte ta taxi. Dermed er forutsigbarhet et viktig mestringsaspekt.

B liker å kjøre snowboard, og kommer seg en del i bakken. Han er også instruktør gjennom forbundet innimellom for andre synshemmede.

4.3 På kjøpesenter

Inne på kjøpesenteret tar B på seg et Go-Pro kamera, det vi si et kamera som er plassert på hodet hans (som en hodelykt). Første oppgave er å finne «English breakfast tea» i en dagligvarebutikk.



Han bruker ca. 2 minutter på å finne teen. Han sier at det er vanskelig å se prisene på de nederste hyllene. Da han bare kan se to priser av gangen, er det også vanskelig å sammenligne priser. Større skrift og kanskje en plakat som gir oversikt over prisene hadde hjulpet mener B. Vi kan også anta at en elektronisk etikett som kan avleses med f.eks smarttelefon, som videre kan lese opp relevant informasjon, vil kunne være nyttig (brukere vil også kunne lese av informasjon på inntil en armlengdes avstand for eksempel i frysedisk) En mer systematisk stabling av matvarer kunne også ha lettet leteprosessen, for eksempel at matvarene var sortert etter pris eller type. Krydderhyller er så godt som alltid et problem sier B, boksene ligner hverandre og skriften er liten. Vi har i ettertid observert i en matvarebutikk (REMA1000) av krydderglassene har fått nye etiketter, hvor første bokstav i krydderets navn er sterkt fremhevet og gitt farge i henhold til krydderet selv. Hele hyllen er dernest sortert alfabetisk, hvilket antageligvis totalt sett gjør det langt enklere for både synshemmede og andre forbrukere å finne frem.

Neste oppgave er å finne et brød med $\frac{3}{4}$ på grovhetsskalaen. B bruker ca. 30 sekunder på dette. Hvis informasjonen er plassert for langt opp eller bort, vil han ha vansker med å se den. Han understreker også at det er lett og se om det er tilbud på noe. I denne butikken er brødene sortert etter grovhetsskalaen og god merket i henhold til dette, og prisene er lette å lese. Han understreker at dersom prisene står høyt og tilbaketrukket slik at han ikke kommer inntil blir det

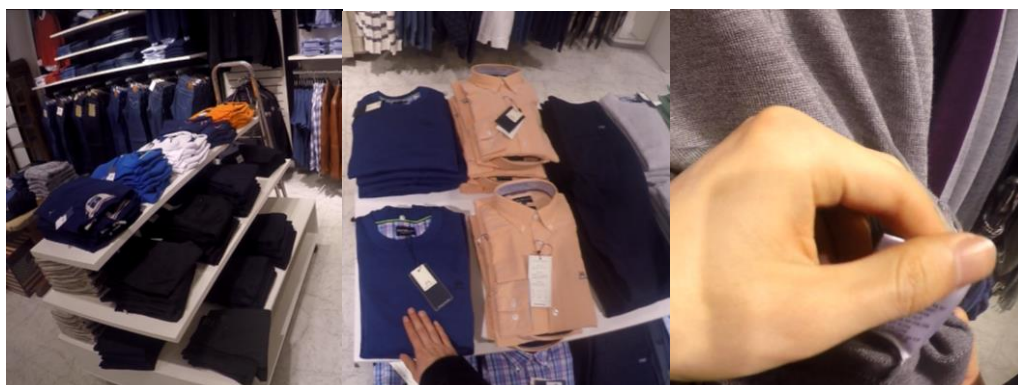
vanskelig. Han får også i oppgave å finne prisen på et par matvarer i frysedisken og klarer det greit, selv om han må lene seg langt over mot midten av frysediskene for å finne prisene.



Neste oppgave er å kjøpe en intimsåpe på apotek. Han bruker 2 minutter på dette, og ender opp med å spørre betjeningen som tilbyr ham hjelp. Da vi går forbi en hylle med vitaminer, får han beskjed om å finne jerntabletter. Han bruker 1,5 minutt på dette. Når man ikke kjenner produktet, er det vanskelig, fordi man ikke vet hva man leter etter. Å finne ukjente varer er ekstra vanskelig for svaksynte. Dette vanskeliggjøres ytterligere av nærmest like etiketter.



Siste oppgave er å finne et plagg i 50% ull i en klesbutikk. Etter 2 minutter kommer en ansatt bort og spør om hun kan hjelpe ham. Han benytter sjansen og mottar hjelp. Når vi spør om det var vanskelig, svarer han «Ja, det går jo ikke an.» Han har aldri etterspurt noe i ull før, og vet ikke hva han skal se etter. Hva plaggene er laget av fremgår av vaskeseddelen. Her er skriften ofte svært liten og kan være vanskelig å se for svaksynte. Vi ser også at B bruker hendene for å kjenne på stoffkvaliteten.



B forteller at det generelt er mest problematisk å finne nye ting i fremmede butikker. Å handle i kjente dagligvarebutikker til hverdags er stort sett uproblematisk fordi han kjenner produktene han skal ha og hvor de er plassert. Det som gjerne byr på problemer er særlig å sammenlikne pris og kvalitet og velge mellom ellers generisk like produkter. Oversiktlige lister i nærheten av produktene hadde kunnet avhjelpe dette.

Av videopptakene ser vi at B beveger hodet omtrent som forskerne selv ville ha gjort. Han bøyer seg for eksempel ikke ofte ned for å kikke på de nederste hyllene. Tatt i betraktning at han har dårligere syn, kan dette bety at han i praksis har mindre synsfelt enn normalt seende personer. At B ikke bøyer seg ned til tross for at dette kan øke synsfeltet kan tyde på at han unngår adferd som skiller ham ut fra andre, men samtidig mister muligheten til å fange opp informasjon om produkter som er lavt plassert.

4.4 På café

På café spør vi om å få påsmurte bagetter der kunden selv velger fra en disk med ulike typer pålegg. En pall med ulike typer brød er plassert ca. 2 meter bak disken. Den ene forskeren kjøper først. Deretter er det Bs tur.

«Hvor store er bagettene?» spør B.

Ekspeditøren viser han ved å trekke ut to typer bagetter fra pallen.

«Jeg ser ikke», sier B.

Ekspeditøren løfter bagettene litt høyere, før hun raskt skjønner problemet og tar bagettene med til disken så han kan se dem bedre.

B velger den minste. Når vi setter oss ved bordet, sier B at «det var litt mer mat enn han hadde tenkt». Begge bagettene var altså for store. En tolkning kan være at han likevel kjøpte dem fordi han var kommet for langt i kjøpsprosessen til å ombestemme seg. Om han hadde sett bedre, kunne han ha endt opp med et mindre og kanskje billigere produkt. Det kunne trolig også vært greit for B med en beskrivelse av de ulike typene, i forhold til innhold og grovhet.

4.5 På teater

I teateret hadde ikke B tatt med seg kikkerten. Vi spurte derfor i informasjonen om de hadde en kikkert å låne ut. Det hadde de ikke, og de hadde heller ikke tidligere fått slike forespørsler.

Om besøket på teateret skriver B på epost:

«Selve lokalet. Jeg tror ikke det var noe spesielt jeg stusset på da jeg var på teateret i forhold til barrierer, men nå har jeg vært her tidligere, og det hjelper. Herretoallet var jo ikke mulig å finne da, men det gjelder nok alle. Oslo Konserthus f.eks. har «merket» (det ser ut som merking, men kanskje ikke bevisst) på en måte slik at det ser ut som 5 trinn der det er 3, et over og et under.

Salen. I salen så vet jeg ikke hvor nummerering av radene sto, men siden vi var flere var ikke det noe problem og det var ikke noe jeg så etter. Jeg fant setenummereringen greit.

Forestillingen. Under selve forestillingen så tror jeg at jeg fikk med det meste. Jeg klarte jo ikke se noe av ansiktene, men det var mulig å kjenne igjen personene ved hjelp av kostymene og se hvem som gestikulerer mens de snakket. Jeg tror jeg brukte gjenkjenning av stemmer en del for å skille de også. Ellers kunne jeg ikke se så mye detaljer av kostymene, så hvis det var noe spesielt der kan jeg ha gått glipp av det.

Jeg visste f.eks. hvem hoved-skuespilleren var ved hjelp av stemmen, det var jo ikke mulig å se. Jeg syntes for øvrig personen som var «sjefen / baron?» var kledd julenisseaktig i andre akt. Noe jeg antar skulle være en klovn, fra dialogen senere. Samtidig var

det et punkt med noe visuelt som var morsomt, som jeg ikke fikk med meg, det var noe latter i salen som jeg ikke skjønnte helt. Den ene gangen en av skuespillerne sto utenfor scenen, brukte jeg også litt tid på å finne vedkommende.

Det jeg kanskje får minst utbytte av er dansingen, jeg får med meg de «store linjene», men så ikke så mye utover det.

Alt i alt, skal jeg ha fått med meg det meste. Det er en del mer dialog i skuespill, som gjør det ofte lettere å følge med på enn f.eks. på film, hvor en del av poengene kan bli gitt rent visuelt. Samtidig overdriver de ofte litt mer i teater, så det kan være litt enklere å følge med på.

Men jeg tror at om jeg hadde sittet på rad, 4-5 f.eks. så hadde jeg kunnet få med meg alt.

Hvis dere vil ha synsing, så tror jeg at en blind eller sterkt svaksynt hadde hatt glede av synstolking her. Men jeg tror det skulle vært greit å følge med på det aller meste uansett, når det gjelder denne forestillingen da.»

4.6 Barrierer

Den største forbrukerbarrieren for svaksynte, som informant B, er knyttet til skriftlig og visuell kommunikasjon. Ut over dette kan følgende utfordringer nevnes

- Å få informasjon om hjelpemidler fra NAV
- Å finne bussholdeplasser og stoppe riktig buss
- Avvik fra faste transportmønstre og for lite informasjon om alternative ruter
- Å finne ukjente varer i ukjente butikker
- Å finne varer med liten skrift eller som ikke er plassert i synshøyde. Dette kan bidra til at synshemmede kjøper dyrere produkter enn de trenger.
- Å sitte for langt bak i teateret. Teaterbesøk må bestilles i god tid for å få plasser nærme scenen. Teateret kunne gitt kundene mulighet til å låne kikkert.

5 Nedsatt bevegelse

5.1 Informant C

Informant C er en dame ca. 25 år. Hun er student og bor i en leilighet på 40 kvm. C har en uspesifisert sykdom og har redusert førlighet i armer, fingre og bein. Hun kan gå korte avstander, men sitter ellers i rullestol. Hun har også utmattelsessmerter, cøliaki, kroniske mage- og tarmproblemer og spasmer.

C har tilgang på assistent flere dager i uken. Hun har brukerstyrt BPA-ordning (brukerstyrt personlig assistanse) der hun styrer med ansettelse og drift av assistentene selv. Funksjonsnedsettelsen, samt behovet for å ha med assistent, gjør at det meste av det hun gjør krever planlegging lang tid i forveien. Selv om «formen» kan svinge fra dag til dag, er hun jevnt over en svært aktiv og ressurssterk dame som har god kunnskap om og vet å benytte seg av sine rettigheter som bevegelseshemmet.

Av hjelpemidler har C blant annet tilgang til:

- Elektrisk rullestol
- En manuell rullestol med elektriske jul
- Manuell rullestol
- Stokk
- Personbil med automatgir, men da får hun ikke med seg sin elektriske rullestol
- Tilrettelagt sportsutstyr (3 stykker)
- Elektrisk sengebunn (for heving og senking)
- Noe tilpasset kjøkkenutstyr, ift redusert kraft i armer og fingre.

I tillegg forteller C at hun er svært «avhengig» av mobilen. Hvis hun faller, må hun kunne tilkalle noen.



5.2 Bolig, strøm og andre utgifter

C flyttet til Oslo for ett år siden. Hun har en husleie på 9200 kr. Boligen ligger forholdvis nær offentlig transport. Dette kan være spesielt viktig for personer med bevegelseshemming. Det hun sparer på å ta offentlig transport forsværer hennes forholdvis høye husleie, mener hun. En tilrettelagt studentbolig koster vanligvis mellom 7 og 8000 kr i måneden. Det er veldig få leiligheter i boligselskap som er tilrettelagt for rullestol.

C er uføretrygdet. Hun har utbetalt ca. 21.0000 kr i måneden (inkl. bostøtte, ca. 2000) kr. Ca bilutgifter er på rundt 4000 kr i måneden. Resten bruker hun på strøm, internett osv. Hun går akkurat i balanse. En uventet utgift kan hun ikke få. C forteller at hun har høyere utgifter til strøm enn jevnaldrende som bor i kollektiv. Hun må ha det varmere i boligen, 25 varmegrader i alle rom, fordi hun sitter så mye stille. Hun er også mer avhengig av strøm enn sine jevnaldrende ettersom mange av hjelpemidlene går på batterier som må lades opp. Om strømmen går, vil hun få store problemer

C har rundt 4500 kr i måneden for å dekke utgifter til assistenter. På grunn av assistentene betaler hun dobbelt opp når hun skal på konserter eller reise på ferie. Videre betaler hun mer for toalettpapir og andre ting som assistentene trenger mens de er på jobb. I motsetning til sine funksjonsfriske jevnaldrende, trenger hun bil, med de merkostnader dette innebærer. På grunn av mage- og tarmsykdommen har hun høyere utgifter enn andre til hygieneartikler. På grunn av cøliakien har hun høyere matutgifter. Matutgiftene er også høyere fordi hun enkelte dager har diare og kan kaste opp inntil 12 ganger daglig. På grunn av rullestolbruk og slitasje av tøy har hun høye klesutgifter. Spasmen gjør at hun av og til kaster ting—kjøkkenutstyr og mobiltelefoner—i veggen. Utgiftene til dette er derfor høyere. I fjor kjøpte hun 6 mobiler. Hun har telefonregning på ca. 1500 kr i måneden, blant annet fordi hun ofte må ringe 5-sifrede numre. Denne regningen betaler imidlertid foreldrene. «Ellers hadde det ikke gått.»

C får ca. 3000 kr i grunnstønad. Det skal dekke bilbruk, cøliaki og andre funksjonsnedsettelse. C får slik sett ikke utgiftene til alle sine funksjonsnedsettelse dekket. «Jeg blir på en måte straffet fordi jeg har så stor og kompleks funksjonshemming.» Andre ekstrautgifter som ikke dekkes av det offentlige er 200 kr til hjemmesykepleie og 100 kr til trygghetsalarm på mobilen, til sammen 300 kr per måned.

C har ikke studielån. C forteller at summen studielånet gir i form av lån og –stipend er for lav til å dekke bevegelseshemmedes merutgifter. «Allerede her tenker man funksjonshemmede inn på NAV-sporet», sier hun.

5.3 Reise kollektivt

5.3.1 Tur til kjøpesenter

C forteller at hun oftest tar T-bane. Ikke alle T-baner er tilrettelagt. Fra gang til gang har hun vanskeligheter med å huske hvilke hun skal ta. Som rullestolbruker trenger hun ikke å betale billett på offentlig transport i Oslo. Hun bestiller billetter på Ruters app. En av fordelene med dette er at hun får kvitteringer direkte på epost, noe som letter prosessen med å få reisene til eventuelle assistenter refundert. Hun bruker som oftest elektrisk rullestol når hun skal reise i Oslo.

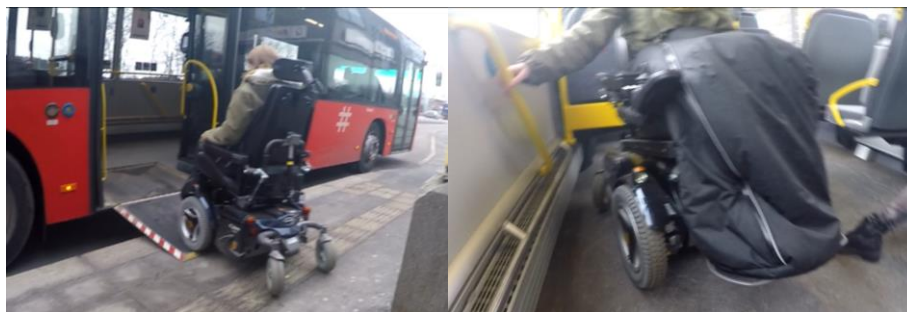
Første oppgave er å bestille en reise til et kjøpesenter. Vi velger å dra til et kjøpesenter som hun vanligvis ikke er på ettersom dette vil belyse barrierer knyttet til det å navigere i nye omgivelser. C benytter internett for å se hvilke alternativer hun har. Hun forteller at hun helst ikke vil kjøre buss fordi det er «tungvint» og det avhenger av om bussen stopper og tar ut rampe manuelt. I sommer opplevde hun at fem busser kjørte forbi. Busselskapene må betale bot hvis de kommer for sent til endeholdeplassen. Hvis de er sent ute tar derfor ikke sjåførene seg tid til å stoppe og ta ut rampen. Det er de egentlig lovpålagt å gjøre, forteller C. Hun har sendt mange sinte eposter til Ruter men det skjer likevel.

Da det er litt langt til busstoppet, bruker hun den elektriske stolen. Hun forteller at når det er mye snø, kommer hun seg ikke til sitt lokale trikkestopp. Tidligere i vinter, på vei hjem fra trikken, skled hun ned en lang bakke i den elektriske rullestolen, og havnet i en snøfonn 100 meter lenger ned.

På tur til busstoppet kjører hun enkelte steder på veien fordi hun ikke kommer seg opp og ned fortauskantene. Dette problemet er verst på nye steder hvor hun ikke vet om kantene er for høye eller ikke.



Busstoppet er ifølge C godt tilrettelagt fordi det er bygget opp slik at hun lettere kommer seg inn på bussen. Når bussen kommer tar det en god stund før bussjåføren legger ut den manuelle rampen. Når han endelig gjør det, gir han klart uttrykk gjennom ansiktsmimikk og kroppsbevegelser at dette er en del av jobben han setter særdeles lite pris på. C forteller at enkelte sjåførere ikke legger rampen ut slik de er pålagt å gjøre. De kjører forbi eller overlater til assistentene å ordne med rampen. Slike ting bidrar til å isolere bevegelseshemmede, mener hun. På bussen er det ingen feste for elektriske rullestoler. Selv om hun låser hjulene på rullestolen, seiler den når bussen svinger slik at hun må holde seg fast i interiøret.



På turen hjem velger hun å ta trikk slik at vi også får oppleve dette alternativet. C tar fram mobilen, søker opp trikkestoppet på «Google Maps», og viser oss vei. Det er to trikker som går mot hjemstasjonen med 10 minutters mellomrom. Den ene er tilrettelagt, den andre ikke. Vi er heldige idet det er den tilrettelagte trikken som kommer. Hadde det vært den andre som kom, ville vi vært nødt til å vente 10 minutter på neste.

Turen hjem fra trikken går greit, hun posisjonerer seg på stoppestedet før trikken kommer og tar fart for å komme om bord. C forteller imidlertid at når det er mye snø, må hun ta en lengre omvei hjem fra trikken fordi denne er bedre tilrettelagt enn den korteste.

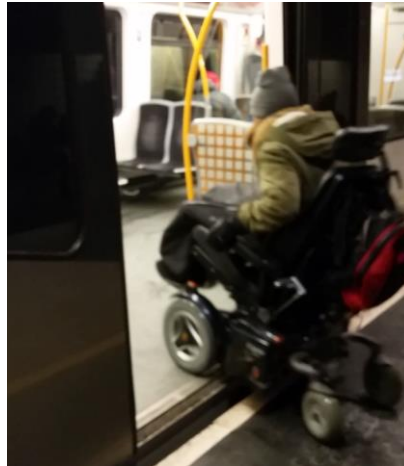


5.3.2 Nasjonalteateret T-banestasjon

På turen til kjøpesenteret forteller C at T-banestasjonen på Nasjonalteateret er veldig lite tilrettelagt. Vi avtaler derfor at en av forskerne skal være med henne på en T-banetur fra Nasjonalteateret til Majorstuen og tilbake noen dager senere.

Noen dager etter møter derfor én av forskerne C på Nasjonalteateret. Planen er at for å ta T-banen må hun gå inn på T-banen på et bestemt sted på perrongen hvor avstanden mellom perrong og T-banevogn er på sitt minste. Selv om avstanden her er kort, er den likevel så stor at C må kjøre på en bestemt måte inn. For det første må hun ha fart over gapet mellom perrong og T-bane. For det andre må hun kjøre på skrå inn for at ikke hjulene skal sette seg fast i mellomrommet. I en situasjon hvor mange travle reisende skal inn og ut av toget så raskt som mulig,

kan dette innebære risiko for at hjulene på rullestolen setter seg fast mellom T-banevogn og perrong mens toget begynner å kjøre.



På Majorstuen snur vi og tar vi T-banen tilbake til Nasjonalteatret stasjon. Nå vi ankommer perrongen, kommer akkurat en T-bane inn. Da vi trenger litt tid på å forberede oss på å komme på T-banen, bestemmer vi oss imidlertid for å ta den neste T-banen istedenfor. Også her er det et bestemt sted på perrongen vi må stå for at avstanden til T-banen skal bli minst mulig.

Når vi ankommer Nasjonalteatret T-banestasjon kommer vi oss ikke av T-banen fordi avstanden mellom perrong og T-bane viser seg å være for stor i den vognen vi befinner oss i. Vi tar derfor T-banen til neste stasjon og går av der. Reisen demonstrerer ikke bare at bevegelseshemmede utsetter seg for risiko dersom de tar T-banen til og fra Nasjonalteatret stasjon. Den viser også at bevegelseshemmede må planlegge reisen lengre tid i forveien enn funksjonsfriske.

C forteller at flere trikkestopper i sentrum er dårlig tilrettelagt. På grunn av ombygging kan hun i dag ikke ta trikken fra Jernbanetorget til Nasjonalteatret. Konsekvensen er at hun må trille gjennom hele byen. Midlertidige stoppesteder under oppbygging er ikke tilrettelagt. Slike ting informeres heller ikke om på internett eller mobil. Hun savner en nettside hvor hun har mulighet til å kunne hake av at hun er rullestolbruker, og for så å få beskjed om hvilke stasjoner som er tilrettelagt. «Jeg har gått programmering. Det burde være en smal sak for Ruter å tilby en slik mulighet.» Muligheten for å hake av burde ha vært der for alle typer funksjonsnedsettelse. Hun er imidlertid fornøyd med Oslo kommunes kart hvor man kan se alle steder som er tilrettelagt for handikappede. Da kan man enkelt se hvor man kan dra, forteller hun.

5.3.3 Lengre turer

Når hun skal besøke foreldre som bor på en annen kant av landet bruker hun oftest den manuelle rullestolen med elektriske hjul. Den tar mindre plass. For å komme seg til foreldrene kjører hun selv eller tar tog (Signatur). Ulempen med å kjøre bil er at hun blir veldig sliten av det. Ulempen med å ta tog er at hun må sitte i vognen for barnevogner. Dette takler hun dårlig på grunn av støy. Løsningen er at hun velger vanlig plass, plasserer rullestolen i godsvognen og går med stakk inne i toget. Men helst vil hun ha sittet i den elektriske stolen. «Den er som en Stressless på hjul». Den avlaster mye og hun unngår trykksår. Handicaptaolettet på toget fungerer greit.

Noen av busselskapene (for lengre reiser) har også tilrettelagt busser med elektrisk heis slik at man får med seg rullestolen. Hvis man gir beskjed et par dager i forveien kan man få en slik buss. Det har hendt at hun har tatt slike busser når hun skal besøke foreldrene. Men da hun ikke kan bruke toalettet på dem, tar hun oftest vanlig buss og plasserer den elektriske stolen i bagasjerommet.

C forteller at TT-kortet bare er gyldig i bostedsfylket. Derfor er hun lite mobil når hun er ute og reiser. Når hun ikke har gyldig TT-kort, må hun betale full pris på taxi. TT-kort burde ha vært nasjonalt, ikke fylkesbasert, mener hun.

C forteller videre at dersom hun disponerer pengene godt, kan hun reise på ferie med assistenter. Hun har flere ganger vært på sommerferie i Barcelona. Der har bussene elektriske ramper som styres fra sjåføretet. Dette er en god løsning for alle parter. I mars var hun på Tenerife med assistenten og for litt siden var hun i Egypt med en assistent. Dette dekkes av assistentkontoen. I oktober skal hun 1 måned til USA. Med assistent vil denne turen koste 30.000 kr.

5.4 På kjøpesenter

På kjøpesenteret går vi først på café. Det går greit å finne et bord hvor C kan sitte med rullestolen. På bar kan det imidlertid være mer strevsomt, forteller hun. Siden hun flyttet til Oslo har hun vært en del på å Blindernkjelleren som ikke er tilrettelagt for rullestolbrukere. Generelt er det vanskelig å bevege seg rundt med rullestol på utesteder, forteller hun. Blant annet er det vanskelig å komme seg fram til baren. Spasmene gjør at det er vanskelig for henne å komme seg bort fra baren til bordet uten å søle. Generelt er hun lite «ute på byen» fordi hun er for sliten på kveldene.

Den første oppgaven på kjøpesenteret er å hente et brød på øverste hylle i matbutikken. Matbutikken er romslig slik at hun har plass til å manøvrere med rullestolen. Det går greit å hente brødet på øverste hylle fordi hun rekker opp til brødene når hun hever den elektriske rullestolen.



Mange hyller i matbutikken er skrånet slik at de er grunnere på de øverste hyllene enn de nederste. I slike tilfeller når hun ikke opp til varene på øverste hylle selv om hun hever rullestolen. Det samme problemet har hun ved urteplantehyllene. Her er den nederste hyllen langt dypere enn de øvrige. Slike hindre er «unødvendige», mener C.



I kjøledisken er det enkelte varer hun ikke rekker. Nøttebeholderne kan hun ikke bruke fordi de er for høyt plassert. C sier:

«Hvis jeg er alene i butikken en dag og ikke har med meg assistenter, så hender det at jeg velger dyrere produkter fordi de er mer tilgjengelige.»

C påpeker videre at det er trangt rundt kassen og at hun ikke ville ha kommet til for å pakke varene sine selv. Vi ser også at det er svært trangt å komme mellom kassene med rullestolen, og i tillegg komplisert å klare å taste koden på betalingsterminalen. C påpeker også at hun ikke har mulighet til hverken å kontrollere summen som slås inn eller å skjule koden sin. I sin gamle butikk på hjemstedet leverte hun handlelappen til personalet så fant de fram varene og pakket dem for henne.



Andre oppgave er å kjøpe en genser på en ungdomsbutikk der prøverommene erfaringsmessig er trange. Hun ser en genser som hun har lyst til å prøve. Da den henger forholdsvis høyt oppe på veggen, påkaller hun personalet som henter den til henne. Deretter triller hun inn på prøverommet. Prøverommet er for lite, men siden den har forheng får hun plass. Beina blir imidlertid stikkende utenfor. Knaggene inne i prøverommet er for høyt plassert slik at hun ikke får hengt fra seg klærne.



Også i denne butikken er det trangt rundt kassen. C forteller at når hun skal handle klær foretrekker hun å gjøre det alene (les; uten venner) sammen med assistenter for da kan hun bruke den tiden hun vil. Hun velger ofte butikker med store prøverom slik at hun har mulighet til å prøve klærne. Av og til tar hun også med tøy slik at hun kan prøve dem hjemme. Når hun har prøvd dem, sender hun eventuelt assistentene for å levere dem tilbake. Ved netthandel bestiller hun flere størrelser og sender dem som ikke passer tilbake. Det er fri retur så det koster ingenting, bortsett fra reisen til og fra posthuset. Hun kjøper ofte billige klær fordi de slites så fort uansett. Noen klær koster imidlertid litt mer «for hun vil jo se ut som alle andre».

Siste oppgave er å kjøpe intimsåpe på apotek. Det går veldig greit.

5.5 På teater

På forhånd forteller C at kulturtilbud byr på mange utfordringer, men at dette ikke er så viktig for henne fordi det er noe hun kan velge å la være å bruke, i motsetning til for eksempel mat og klær. Hun har imidlertid bestilt billetter på X-games som snart vil finne sted. I den anledning har hun mailt mye fram og tilbake til arrangørene for å være sikker på at alt er klart til hun kommer. På X-games vil hun møte en av arrangørene som vil følge henne rundt. Da hun ikke kan bruke elektrisk rullestol på grunn av snø og ulendt terreng, må bruke den manuelle rullestolen. Av den grunn må hun ha med seg to assistenter. Da må hun betale tre billetter. Hver billett koster 350 kr. Det samme skjer hvis hun skal til Tryvann for å stå på ski. Da må hun betale skiutstyr og skikort til assistentene. Som bevegelseshemmet får hun tilrettelagt skiutstyr (sitski), som hun har mye glede av. Det er riktignok lang leveringstid og vanskelig med raske individuelle tilpasninger av utstyret, men det gir henne mestringfølelse å komme seg i bakken.

For å komme seg til forestillingen «Den Glade Enke» leier én av forskerne en 9-seters bil. Hun passer på at det er plass til rullestolen i bilen, men tenker ikke på at bilen må ha en rampe som gjør det mulig å trille den elektriske rullestolen inn og ut av bilen. Den elektriske rullestolen veier 150 kilo og kan den ikke løftes manuelt. Resultatet er at C må ta den manuelle rullestolen istedenfor. Inne på teateret er det enkel tilgang til handicap WC. Ellers er både bardisken og garderobeknaggene for høye. For å komme inn i salen benytter C en relativt gammel, enkel og etter-montert heis i lobbyen. Denne må åpnes av en ansatt, men han følger ikke med på turen. Ettersom døra og betjeningsknappene er ganske tunge, får hun hjelp til å komme ut igjen i rett etasje. Når vi kommer opp viser det seg å være en bratt rampe opp og inn i salen (trolig en innebygget trapp). Her må C ha hjelp for å komme opp, og en ansatt kommer raskt til. I pauser ser vi igjen hvordan C hverken kan se totalbeløpet eller skjule sin pin-kode på betalingsterminalen i baren.



Da forskeren er sent ute med å bestille billetter til forestillingen, får hun ikke bestilt en plass som er tilrettelagt for rullestol. Hun får imidlertid bestilt en plass på siden slik at det er lettere å komme til og fra med rullestolen. Den ansatte forteller at rullestolen må trilles ut av salen under forestillingen. Antakeligvis er dette rutine for å sikre fri rømningsvei, for andre, mens hun vil være mer utsatt for eksempel ved brann.

Også her ser en at personer med funksjonsnedsettelse må planlegge sine kulturopplevelser lengre tid i forveien en funksjonsfriske, og at manglende kunnskap blant personer rundt funksjonshemmede (i dette tilfellet forskerne) kan bidra til å svekke den funksjonshemmedes kulturopplevelse.

5.6 Barrierer

Den største barrieren for bevegelseshemmede i rullestol er manglende tilrettelegging av materielle omgivelser, for eksempel høye fortauskanten, glatte veier eller veier som ikke er brøytet for snø, store avstander mellom plattform og tog/trikk/T-bane, manglende ramper, utilgjengelig hylleplassering, trange kassaområder og prøverom, for å nevne noe.

En annen observasjon er at bevegelseshemmede har store merkostnader knyttet til assistanse, bil, strøm, mat, klær, hygieneartikler, blant annet. Også boligkostandene kan være høyere dersom bevegelseshemmede ser seg nødt til å bo nær offentlig transport da sentralt liggende boliger jevnt over har en høyere pris. Noen av disse ekstrakostnadene dekkes av det offentlige, men ikke alt. Utilgjengelig vareplassering kan også bidra til at bevegelseshemmede velger dyrere produkter. Da personer med nedsatt bevegelse ofte har lavere inntekt enn funksjonsfriske, er den økonomiske belastningen større, og mye av denne merkostnaden knyttes til det å være forbruker.

En tredje observasjon er at det å forvalte en bevegelseshemming krever mye administrasjon. Informant C har BPA-ordning og styrer eget liv nærmest som en bedrift. Flytting, reiser, og kulturarrangement krever mye planlegging, oftest lang tid i forveien. Informant C er en meget ressurssterk kvinne. Det er rimelig å anta at en mindre ressurssterk person ville hatt store problemer med administrere eget liv på samme måte.

En fjerde observasjon er at også andres manglende kunnskap om bevegelseshemmedes ønsker og behov kan være en forbrukerbarriere i den grad at den kan hindre eller forringe den bevegelseshemmedes tilgang til, og bruk eller opplevelse av varer og tjenester. For å øke den generelle kompetansen i samfunnet, bør kunnskap om funksjonshemming (samt utfordringer og løsninger) være del av samfunnsfagene på skolen. Særlig personer som er ansatt for å betjene kunder bør ha kunnskap om hvordan deres varer og tjenester kan tilrettelegges for personer

med nedsatt bevegelighet, og på en slik måte at det blir mer tilgjengelig for alle (prinsippet om universell utforming).

Trolig er andres manglende kompetanse om den enkelte funksjonshemmedes situasjon en viktig grunn til at C valgte BPA-ordning. C forteller at for henne er det mindre ressurskrevende å styre alt selv enn å overlate dette til hjelpeapparatet.

6 Nedsatt kognitiv utvikling

6.1 Informant D

Informant D er 25-30 år og har Downs syndrom og noe redusert syn. Han har deltidsjobb og har nettopp flyttet inn i egen leilighet. Leiligheten ligger i et borettslag for personer med kognitiv funksjonsnedsettelse. Assistansepersonell finnes i borettslaget. Disse kan påkalles ved behov. I tillegg har han en støttekontakt som han av og til handler sammen med. Tidligere bodde han sammen med foreldrene. Han synes det går greit i den nye leiligheten. Noen utfordringer er det midlertid. Blant annet har det hendt at han har spist gammel mat fra kjøleskapet fordi han ikke greier å skille den fra ny mat. En huskelapp på kjøkkenet hjelper han å sortere hva som kan kjøres i oppvaskmaskinen.



D handler inn maten selv. Da går han på de lokale forretningene. Han foretrekker Rema 1000 fordi «den er billigst».

B har et eget kontor hvor han har en pc som han bruker til å lese epost eller være på internett, se på filmer eller YouTube, høre på musikk eller annet. Han har også handlet kinobilletter på internett, det siste med litt hjelp fra personalet. Han har bankkort og la inn all informasjon selv. Han har aldri kjøpt billett til offentlig transport alene, men får hjelp av sine foreldre. Til vanlig kjøper D reiser på et Flexikort (klippekort).

6.2 På kjøpesenter

Da det ikke er aktuelt for ham å kjøpe billetter på internett, bestemmer vi oss for å kjøre til kjøpesenteret med én av forskernes bil. Vi velger et lokalt senter som D kjenner til, men som han ikke pleier å reise til.

Første oppgave på kjøpesenteret er å handle en intimsåpe på apotek. Da han synes det er litt vanskelig med «intimsåpe», bestemmer vi oss for at han skal handle en dusjsåpe isteden.

D går bort til en kølapp-automat. Da det ser ut som om han lurer på om han skal bruke den, sier vi (forskerne) at han ikke trenger å bruke den for å kjøpe dusjsåpe. Vi foreslår at han går bort til en hylle lenger inn i butikken. D går bort til hyllen som vi foreslår. Han kikker på merkelappene, men forteller at han ikke forstår hva det står fordi skriften er på engelsk og dessuten for liten. Vi foreslår at han går til hyllen ved siden av. Der står det en rekke produkter med større skrift på norsk. D griper ett av produktene og leser «håndsåpe» på produktet. Han setter det tilbake i hyllen. Ved siden står det et produkt med påskriften «dusjkrem». D plukker ikke denne opp. Isteden går han tilbake til den første hyllen med alle de engelske produktene. Vi foreslår at han spør en ansatt som står bak en kasse om hjelp. Dette er en type kasse hvor man kan kjøpe produkter uten resept. Da D tror at han trenger kølapp for å snakke med henne, sier vi at det trenger han ikke. D går han bort til den ansatte og spør etter dusjsåpe. Den ansatte går bort til en hylle i butikken og plukker opp en dusjsåpe som hun viser ham. Fra D gikk inn i butikken til han med hjelp fant dusjsåpen gikk det 5 minutter.



Neste oppgave er å handle en t-skjorte i en Hennes & Mauritz-butikk. Vi kommer rett inn i herreavdelingen. På et stativ like innenfor døren står et stativ med t-skjorter. D plukker én av dem. Vi ber ham om å prøve plagget og han prøver å finne prøverommet. Etter et par minutter ber vi ham om å spørre en ansatt. Han spør en ansatt. Prøverommet er like ved. Vi sier at han ikke trenger å prøve produktet. «Hva ville du ha gjort dersom du skulle finne en ullgenser», spør vi. «Spurt betjeningen» svarer han. Vi ber D om å henge t-skjorten tilbake på plass. D har problemer med å finne tilbake til herreavdelingen. Etter to minutter rettleder vi ham. Fra vi kom inn i butikken til vi gikk, gikk det om lag 5 minutter.



Siste oppgave er å handle et grovbrød i en matvarebutikk. D kjenner også til grovhetsskalaen og finner brødet ganske kjapt. Vi ber ham om å finne «muskatnøtt», men D sier at skriften på krydder er så liten at han vanskelig kan se den. Nettopp på grunn av liten skrift synes han at det vanskeligste han gjør i en matbutikk er å sammenligne priser og vekt. Vi ber ham om å finne det billigste knekkebrødet. «Prøv å finne de store pakkene» oppfordrer vi. Han leter litt i hyllene rundt brødhyllene, men finner ikke knekkebrødene. Vi konstaterer at det ikke er noen ansatte å spørre om hjelp. D går tilbake til brødhyllene. Der finner han et par pakker knekkebrød

av det «hjemmelagde», dyre slaget. Han velger det billigste av dem. Vi spør D om han kan finne en brunost. Han finner sin favorittbrunost ganske kjapt. Vi ber ham om å finne den billigste. Det strever han litt med, men når vi ber ham om å sammenligne prisen på to brunoster, en stor ost med billig kilopris og en liten ost med dyr kilopris, velger han riktig (etter kilopris). Hele seansen tar ca. 13 minutter.



6.3 På teater

En forsker ringer D i etterkant av turen på teater for høre litt hvordan hans erfaringer var. I all hovedsak var han svært fornøyd med både turen og med teaterstykket. Han hadde nok også hatt glede av plasser lenger fremme i teatersalen på grunn av dårlig syn, men var ellers stort sett opptatt av at det hadde vært en fin tur.

6.4 Barrierer

Denne case-studien har vist at én av Ds utfordringer som forbruker er knyttet til å handle varer og tjenester på internett. Etter hva han forteller har han kjøpt kinobilletter på internett «nesten» uten hjelp fra voksne. Dette betyr at det å handle på internett kan være innenfor rekkevidde for personer med nedsatt kognitiv funksjon på Ds nivå. Om nettsidene tilrettelegges, kan altså forbrukere som D lære seg å anvende disse tjenestene.

Et annen utfordring for D er å finne varer i butikken. Han foretrekker å bruke en fast butikk for å lett finne frem. I tillegg sier D at skriften på varedeklarasjoner er så liten at han ikke greier å lese dem. Hvorvidt dette problemet heller er knyttet til hans reduserte syn enn hans kognitive utvikling, er usikkert. Uansett vil en større skrift kunne hjelpe forbrukere som D. En kan også diskutere hvorvidt man kunne systematisere vareplasseringen litt tydeligere. For eksempel, innen hver brødkategori (fin, mellomgrovt og grovt), kunne man for eksempel ha satt de billigste brødene til venstre og de dyreste til høyre. Man kunne også plassert alle typer knekkebrød samlet, og ved siden av brødhyllene.

Nettopp fordi det å finne matvarer er en utfordring for mange, er det en fordel om butikker har ansatte man kunne spørre om hjelp. Mangel på hjelp er særlig påtakelig i matvarebutikker.

7 Konklusjon

I tabell 1 sammenfatter vi de viktigste forbrukerbarrierene som er identifisert i delstudie 3.

Tabell 1: Ulike typer barrierer og arenaer, fordelt på type funksjonsnedsettelse.

	Nedsatt hørsel	Nedsatt syn	Nedsatt bevegelse	Nedsatt kognitiv funksjon
Generelle barrierer	<ul style="list-style-type: none"> - holdninger i samfunnet - skamfølelse - vil ikke være til bry - støy og bakgrunnsmusikk 	<ul style="list-style-type: none"> - betaler mer fordi man ikke ser varer og prislapper 	<ul style="list-style-type: none"> - deltakelse krever at andre har kompetanse om funksjonshemmede og deres ønsker og behov - deltakelse krever tid og planlegging - merkostnader til assistanse, strøm bil, reise, bolig, m.m. 	<ul style="list-style-type: none"> - behov for faste rutiner og mønstre, både i valg av butikk, og i butikk.
Bestille reise online/ transport		<ul style="list-style-type: none"> - ikke-taktile touch-skjermer på billettautomatene kan være vanskelig å bruke - å finne riktig busstopp - å se hva som står på bussene 	<ul style="list-style-type: none"> - glatte veier - høye fortauskanter - busser kjører forbi uten å stoppe - manuelle ramper på busser - manglede handikaptoalett på busser - stor avstand mellom tog og peron - liten sikkerhet for rullestolbrukere på buss 	<ul style="list-style-type: none"> - for vanskelig å bestille på nett
Kjøpesenter	<ul style="list-style-type: none"> - bakgrunnsstøy på café - kommunikasjon med ansatte (lese på lepper) 	<ul style="list-style-type: none"> - vanskelig å sammenligne priser - vanskelig å finne produkter man ikke vet hvordan ser ut - liten skrift på merkelapper og varedeklarasjoner - vanskelig å finne varer utenfor synsfelt 	<ul style="list-style-type: none"> - skrånede butikkhyller som er bredest nederst - varer som er plassert for høyt - varer i kjøledisker - trange prøverom - trange kassaområder 	<ul style="list-style-type: none"> - vanskelig å orientere seg i butikker
Teater	<ul style="list-style-type: none"> - manglende kunnskap blant personer rundt A - gjør at A ikke får teleslynge utdelt ved teateret 	<ul style="list-style-type: none"> - å se det som foregikk på scenen 	<ul style="list-style-type: none"> - behov for egnet rullestolplass - for høy bardisk - for høye knagger i garderoben 	

Tabell 1 indikerer at noen barrierer oppleves på tvers av funksjonshemming («felles barrierer», jf delstudie 2). For eksempel indikerer alle informantene at de kan ha merkostnader knyttet til sin funksjonshemming i den grad at de har vanskeligheter med å finne og plukke varer, sammenligne priser i butikken, eller spørre betjeningen og hjelp.

Men først og fremst indikerer Tabell 1 at personer med funksjonsnedsettelse møter ulike barrierer i markedet («gruppebaserte barrierer»). Som konkludert i delstudie 2, har hørselshemmede problemer med lydbasert informasjon, synshemmede med visuell informasjon, bevegelsehemmede med fysisk infrastruktur og kognitivt utviklingshemmede med komplisert informasjon. Alle disse barrierene må overkommes i universelt uformede markeder.

Interessant nok indikerer Tabell 1 også at funksjonshemmede forholder seg ulikt til de utfordringer de møter i markedet («individuelle barrierer»). For eksempel peker A på at skam og ønsket om å ikke å være til bry kan være en barriere for mange funksjonshemmede. C har imidlertid en ganske annen holdning, og krever i mange situasjoner sin rett som bevegelseshemmet og forbruker. Denne rettighetsdrevne adferden kan utvilsomt hjelpe henne i rollen som forbruker. På den andre siden er det ikke tvil om at denne tilnærmingen koster krefter. At hun ser seg nødt til å føre denne «kampen» indikerer at dagens markedet ikke er tilstrekkelig tilrettelagt for personer med funksjonsnedsettelse.

7.1 Supplering og nyansering av funn i delstudie 2

Flere observasjoner gjort i delstudie 3 supplerer og nyanserer funn gjort i delstudie 2.

En viktig bekreftelse av funn gjort i delstudie 3 er at funksjonsnedsettelse kan være forbundet med høye merkostnader. Særlig bevegelseshemmede kan ha høyere kostnader enn funksjonsfriske det ville være naturlig å sammenligne seg med blant annet knyttet til bolig, strøm og assistanse. Dersom man har flere typer funksjonsnedsettelser eller tilleggssykdommer kan utgiftene øke ytterligere uten at dette tilstrekkelig tas tilstrekkelig høyde for i form av økonomisk støtte. Alle typer funksjonshemminger kan ha ekstraavgifter i den grad de har vanskeligheter med å finne, plukke og sammenligne varer og tjenester eller kommuniser med butikkansatte.

En annen viktig observasjon som er fremkommet i delstudie 2 er at det å være forbruker med nedsatt funksjonsevne er *svært ressurskrevende i form av tid, planlegging og kompetanse*. Dette ble særlig tydelig da forskere og informanter dro på teater sammen. Dels fordi forskerne manglet nødvendig kompetanse om tekniske hjelpemidler, og dels fordi forskerne var sent ute med å bestille teaterbilletter, ble teaterbesøket langt dårligere tilrettelagt enn det kunne ha vært. Store krav til ressursbruk i form av kompetanse, tid og planlegging kan også fremme unnvikelsesstrategier, isolasjon og ensomhet blant funksjonshemmede.

En tredje observasjon er at *markeder som ikke er tilrettelagt kan representere en direkte risiko* for personer med bevegelseshemming. Et tydelig eksempel på dette kan hentes fra case 3 der vår informant forteller og demonstrerer at hun daglig utsettes for risiko knyttet til glatte veier, utilgjengelige fortau og store avstander mellom tog og perrong. Det er alarmerende at én av de mest trafikkerte T-banestasjonene i Oslo, Nasjonalteateret, ikke er tilrettelagt for rullestolbrukere.

Til slutt er det verd på merke seg at ingen i delstudie 3 klaget på tilgangen til teknologiske hjelpemidler. Stort sett synes utvalget også å ha hatt stor nytte av de hjelpemidlene de har til rådighet. Informant B påpeker likevel at informasjon om tilgjengelige og nye hjelpemidler ikke er lett å finne. Han må selv holde seg oppdatert på utvikling av for eksempel teknologiske hjelpemidler.

Det er likevel viktig å påpeke at ikke alle teknologiske nyvinninger representerer et «framskritt» for personer med nedsatt funksjonsevne. Blant annet indikerer denne studien at ikke-taktile touch-skjermen volder problemer for synshemmede. Tilgjengelig teknologi er heller ikke fullt ut utnyttet. For eksempel hevder C at Ruter-app'en med enkle grep kunne ha gitt mulighet til å hake av for hvilken funksjonsnedsettelse man har og tilpasset informasjonen deretter (for eksempel hvilke stoppesteder som er UU-tilrettelagt, når neste tilrettelagte buss passerer, hvilke UU-stoppesteder som er ute av drift av ulike årsaker). Det er viktig at nye teknologiske innovasjoner tar hensyn til funksjonshemmedes ønsker og behov – for dermed å

utvikles etter prinsippet om universell utforming. For å sikre at funksjonshemmedes rettigheter som forbruker ivaretas, bør det opprettes et forbrukerpanel bestående av personer med ulike funksjonsnedsettelse som har i oppgave å teste handelssteder, butikker, produkter under utvikling, og netthandelsløsninger.

8 Indikatorer på et universelt utformet marked

Basert på erfaringer gjort i del 2 og 3 av prosjektet, vil vi i dette avsluttende kapitlet gi eksempler på til dels overlappende faktorer som kan gi indikasjon på et universelt utformet marked. Indikatorene er delt inn i sju kategorier. Listen med eksempler er på langt nær uttømmende. Vi oppfordrer derfor alle som leser den til å legge til indikatorer de kjenner til. Slik sett kan listen representere en start på det mer møysommelige arbeidet det er å utvikle en komplett og kontinuerlig oppdatert liste av indikatorer på et universelt utformet marked.

8.1 Fysisk (ikke-teknologisk) tilrettelegging

- Tilrettelagte veier og fortauskanter til og fra markedsplasser
- Tilrettelagt offentlig kommunikasjon, for eksempel kort avstand mellom tog og perong, og måter å identifisere riktig buss (gjennom f.eks teknologiske løsninger).
- Taxier med rom for rullestoler (á la London-taxier)
- Tilrettelagte handelssteder, for eksempel heis, romslige prøverom, god plass rundt ved kassaapparatene, seter som kan tas av og erstattes av rullestol i kino- og tatersaler og lave bardisker og stoler på bar.
- Tilrettelagt vareplassering i butikker, for eksempel ikke for høy hylleplassering, ikke skrånede butikkhyller og mer systematisk vareplassering slik at det blir lettere å finne varer og å sammenligne kvaliteter og pris på varer.
- Tilrettelagte produkter, for eksempel makrellbokser som kan åpnes av personer med nedsatt styrke i fingrene, klær som ikke slites så fort på steder utsatt for rullestolbruk, og klær som kan identifiseres (f.eks gjennom teknologiske løsninger).

8.2 Teknologisk tilrettelegging

- Elektriske ramper i busser som styres fra dashbordet foran
- Teleslynge på kulturhus, samt kompetent personale ift. bruk og utlån
- Utlån av kikkert på kulturhus
- Tilrettelagte nettbutikker
- Tilrettelagt support på nettbutikker
- Tilrettelagte betalingssystemer, for eksempel unngå touch-skjerm da disse er vanskeligere å bruke for blinde og svaksynte
- Tilrettelagte betalingsterminaler, for eksempel hvor rullestolbrukere har mulighet til både å se totalbeløpet og å taste inn koden selv uten at andre ser hva man taster

8.3 Kommunikativ tilrettelegging

- Tilrettelagte nettbutikker og «support», for eksempel enkle grensesnitt, chat-funksjoner, og standardiserte løsninger som gjør at det blir lettere å navigere på ulike nettbutikker
- Tilrettelagt informasjon i form av alternative kommunikasjonsformer basert på tekst, lyd og bilde; unngå fremmedord og unngå bakgrunnsstøy (inkludert musac)
- Tilrettelagt informasjon om UU-tilpasset kollektiv transport, tilgjengelige hjelpemidler etc.
- Tydelig merking i varehus (for eksempel av prøverom og toaletter)
- Tydelig merking av varer (for eksempel stor skrift og unngå fremmedord)
- Enkle bruksanvisninger i form av skrift, lyd og bilde
- Nye tilbakemeldingsmekanismer som bidrar til at funksjonshemmede kan kommunisere sine utfordringer og behov «in-place» (der utfordringen oppstår), slik at dette kan benyttes i forbedrings-/tilretteleggingstiltak.
- Bedre tilrettelagte nettsider fra NAV, blant annet fra hjelpemiddelsentralen

8.4 Økonomisk tilrettelegging

- Tilrettelagte betingelser hos Statens lånekassen for utdanning (unngå «NAV-sporet»)
- Individuelt tilpassede stønadsordninger
- Rask behandling hos NAV
- TT-kort som gjelder nasjonalt, ikke lokalt

8.5 Kunnskapsmessig (etisk) tilrettelegging

- Økt kunnskap og forskning på funksjonshemmedes situasjon i markedet, og på viktigheten av markedet som sosial arena, og som arena for å utøve demokratiske rettigheter.
- Generell opplæring fra tidlig alder av om hva det vil si å være funksjonshemmet i dagens samfunn, og utfordringer knyttet til relative forskjeller i befolkningen.
- Opplæring av butikkansatte om hvordan man forholder seg til og tilrettelegger for funksjonshemmede, for eksempel at man spør blinde om de trenger hjelp, at man ikke snur seg vekk når man snakker med hørselshemmede, og at man ikke markedsfører komplekse mobiler til personer med kognitiv funksjonsnedsettelse.
- Tilrettelagt undervisning om forbrukerrettigheter og –plikter for personer med funksjonsnedsettelse—alt fra hva det vil si å være en «rasjonell» (nytte-, pris- og kvalitetsorientert), miljøvennlig og etisk forbruker, til å kjenne til forskjellen på «best før» og «minst holdbar til» på matvarer.
- Kunnskap om bruk av teknologiske hjelpemidler rettet mot personer med funksjonsnedsettelse.

8.6 Sosial-psykologisk tilrettelegging

- Redusere skamfølelse og behov for å ta i bruk unnvikelsesstrategier ved å øke den generelle kunnskapen i befolkningen
- Økt mulighet til å handle «alene» uten påvirkning fra tjenesteyter eller andre personer med funksjonsnedsettelse – blant annet gjennom universell utforming for å øke tilgangen til markeder.

- Tilgjengelige ansatte man kan spørre om hjelp. Mangel på hjelp er særlig påtakelig i matbutikker.

8.7 Juridisk tilrettelegging

- Tilrettelegging for praktisering av Diskriminerings- og tilgjengelighetsloven. Ifølge diskriminerings- og tilgjengelighetsloven er universell utforming påbudt med mindre det ikke er til «uforholdsmessig byrde» for næringsdrivende. Fordi næringsdrivende har mulighet til å omgå kravet om universell utforming med begrunnelse i at dette vil utgjøre det loven omtaler som «uforholdsmessig byrde», kan loven i praksis bidra til diskriminerende handlinger.

Forbruksforskningsinstituttet SIFO ved Høgskolen i Oslo og Akershus (HiOA) har et spesielt ansvar for å bidra til kunnskapsgrunnlaget for forbrukerpolitikken i Norge og skal utvikle ny kunnskap om forbruk, forbrukerpolitikk og forbrukernes stilling og rolle i samfunnet.

Sentrale forskningstema er:

- forbrukerne i markeder og forbrukervalg
- husholdningenes ressursdisponeringer
- forbrukerøkonomi - gjeldsutvikling og fattigdom
- teknologisk utvikling og forbrukernes hverdag
- digitalt hverdagsliv og mestring
- miljøeffekter av ulike typer forbruk
- mat- og spisevaner
- tekstiler - verdikjeder - konsekvenser for hverdagsliv og miljø
- forbrukets betydning for inkludering i sosialt hverdagsliv
- forbrukerpolitikk

SIFO

Forbruksforskningsinstituttet

**HØGSKOLEN I OSLO
OG AKERSHUS**

Boks 4 - St. Olavs plass - N-0030 Oslo.

Besøksadresse: Sandakerveien 24C.

Telefon: +47 22 04 35 00 **Fax:** +47 22 04 35 04

E-mail: post@sifo.hioa.no **Internett:** www.sifo.no

