




Sådan bruger du
tænke-højt-test til at
skrive endnu bedre

Sådan bruger du tænke-højt-test til at skrive endnu bedre

© KL
1. udgave, 1. oplag 2023

KL
Weidekampsgade 10
2300 København S

+45 3370 3370
kl@kl.dk
kl.dk

✕ @kommunerne
 KL

Produktion: Kommuneforlaget A/S
Design: e-Types
Illustration: Colourbox, Kommuneforlaget A/S

Produktionsnr. 830953

Sådan bruger du tænke-højt-test til at skrive endnu bedre

En tænke-højt-test er en metode til at undersøge, hvordan en tekst – fx et brev – opleves. Den kan bruges af både leverandører og kommuner, som ønsker at skrive endnu bedre breve til borgerne.

Kort fortalt beder du et antal læsere om at læse teksten og undervejs sætte ord på tanker, følelser og oplevelser. Metoden kan give indblik i, om dine tekster forstås og opleves, sådan som du ønsker og håber. Skulle det ikke være tilfældet, kan metoden pege på, hvad du skal forbedre og hvordan. På den måde kan metoden hjælpe med at styrke den skriftlige kommunikation.

Sådan udfører du en tænke-højt-test – gode råd til før, undervejs og efter

På de næste sider kan du læse en række praktiske tips og metodiske overvejelser, som kan gøre det let og udbytterigt at teste dine tekster. Du kan læse om:

Før du tester	Hvad går metoden ud på? Hvor mange tekster kan du teste, og hvor lang tid tager det? Hvilke tekster kan du teste? Hvordan finder du læsere til testen – hvem og hvor mange? Hvor skal testen foregå?
Undervejs i testen	Hvordan sætter du testen i gang? Hvad er din rolle under testen? Hvad gør du, hvis læseren går i stå? Hvordan runder du testen af? Hvordan registrerer du læsernes kommentarer undervejs?
Efter testen	Hvordan bearbejder du resultaterne? Hvordan kan du anvende resultaterne?

Før du tester

Hvad går tænke højt-metoden ud på?

Som navnet antyder, er det centrale ved metoden, at læseren tænker højt. Undervejs gennem teksten fortæller læseren dig, hvad han eller hun spontant tænker/føler/oplever under læsningen. Det er læseren, der styrer, hvad der er fokus på i læsningen. På den måde vil du ofte få viden om elementer ved teksten, som du måske ikke selv havde tænkt på at spørge til.

Under selve testen præsenterer du læseren for teksterne, en for en.

Hvis du vil undersøge, hvordan teksten læses på en skærm, kan du præsentrere læseren for teksten på en pc eller mobil. Navnlig når teksten læses på mobil, er det relevant at overveje, om teksten tilpasser sig skærmen eller ej. Det kan have betydning for læserens oplevelse af teksten. Læs mere i afsnittet: "Hvordan sætter du læseren godt i gang?"

Hvis du ikke har fokus på læsningen på skærmen, kan du have en printet version klar til læseren.

Hvor mange tekster kan du teste – og hvor lang tid tager det?

En test kan vare 1 til 1½ time. Varer testen længere, kan både læseren og du blive trætte og uopmærksomme.

På en time kan I sandsynligvis nå at tale om to breve i både en gammel og en ny version, altså i alt fire breve, forudsat de hver er omkring 1-1½ sider lange. Er de længere, bør du sætte 1½ time af. Hellere have lidt for meget tid end haste igennem.

Sørg for at planlægge testene, så du har i hvert fald ½ times pause mellem hver test, så du både kan notere dine eftertanker og puste ud.

Hvilke tekster kan du teste?

Forskning har vist, at læsere nemmere kan reflektere over teksternes udformning, når de bliver præsenteret for to forskellige versioner. Derfor anbefaler vi, at du tester både den oprindelige version og en ny version af din tekst. Forskellene mellem teksterne hjælper læseren med at italesætte forståelser og oplevelser.

Forskning har også vist, at du får mest udbytte af testen ved at bede læseren starte med at læse den oprindelige version og derpå den nye.

Hvordan finder du læsere til testen – hvem og hvor mange?

Metoden er en såkaldt kvalitativ metode, hvor det er vigtigere at gå i dybden med nogle få læsere end at lave et overordnet interview med mange. 6 til 10 læsere plejer at være tilstrækkeligt til, at du får foldet en vifte af forskellige synspunkter ud.

Når du skal udvælge dine læsere til testen, kan du begynde med at vurdere, om teksten henvender sig til en bred eller en smal målgruppe. En tekst med en bred målgruppe kan være information, som mange borgere i forskellige livssituationer skal have. Og en tekst med en smal henvender sig kun til bestemte mennesker i en bestemt situation.

Er målgruppen bred, bør du først og fremmest overveje spredning, så du får talt med forskellige repræsentanter for målgruppen. Du kan overveje disse parametre:

- Alder
- Uddannelsesbaggrund
- Køn (Dette nuanceres i dag af flere forskellige kønsidentiteter. Hvis du vurderer, at det er relevant for tekstens emne, kan du overveje at nuancere kønsfordelingen).

Er målgruppen smal, bør du starte med at fokusere på at finde læsere, der passer i denne gruppe – og dernæst stræbe efter, at du også får spredning i parametrene alder, uddannelsesbaggrund og køn.

Du bør undlade at teste læsere, som er i din egen indercirkel, fx borgere du samarbejder med; familie; venner og bekendte. Du kan evt. rekruttere læserne i andet geled: Din venindes kollega, din onkels nabo osv. Alternativt kan du lave et opslag på Facebook, bede kolleger spørge blandt de borgere, de samarbejder med osv.

Hvor skal testen foregå?

I princippet er der mange muligheder: I et mødelokale på rådhuset, hjemme hos læseren, på videomøde som fx Teams. Løsningen med videomøde kan dog gøre det svært at skabe samme trykke/fortrolige stemning, som hvis I mødes i samme fysiske rum.

Under testen

Hvordan sætter du læseren godt i gang?

Det er en god idé at forklare lidt nærmere, hvad du mener med, at informanten skal "tænke højt". Du kan:

- forklare det med ord
- illustrere det ved selv at gøre det

Hvis du vil forklare det med ord, kan du få inspiration her

Jeg vil bede dig om at sætte ord på så mange af dine oplevelser som muligt. Det, du tænker, føler, undrer dig over, synes er godt eller skidt. Det kunne fx være udsagn som:

"Jeg forstår ikke helt, hvordan X hænger sammen med Y her".
eller:

"Her synes jeg, der mangler noget." *eller:*

"Det forstår jeg ikke." *eller:*

"Det er skrevet rigtig klart."

Ordet er altså helt frit. Du må også meget gerne sætte ord på eventuelle følelser:

"Jeg bliver helt forskrækket, når jeg læser at..." *eller omvendt:*

"Det giver mig en følelse af tryghed, at..."

Hvis du tester, hvordan borgeren læser teksten på pc eller mobil, vil tekstbilledet jo for læseren se meget forskelligt ud, alt efter om brevet vises som en pdf eller tilpasses til skærmen.

Hvis brevet ses som en pdf, er det sandsynligt, at læseren vil rette meget af sin opmærksomhed mod vanskelighederne ved at læse den lille skrift og overskue det samlede tekstbillede. Her kan du være nødt til at hjælpe læseren til også at rette opmærksomhed mod sproget/indholdet. Du kan fx rammesætte sådan: "Sæt også gerne ord på, hvordan du oplever selve sproget og brevet indhold."

Hvis du omvendt ønsker at rette opmærksomheden mod selve mediet og læsesituationen, kan du spørge direkte til det, fx: "Sæt også gerne ord på, hvis du gør dig nogen tanker om at læse på en skærm, og ikke på papir."

Skal læseren læse højt?

Det kan gøre det lettere for dig at følge med, hvis læseren læser højt. Så som udgangspunkt kan du opfordre til det. Dog kan der være ulemper: Hvis læseren fx er ordblind og/eller er usikker ved at skulle læse højt, kan det være bedre blot at opfordre til at tænke højt uden at læse højt.

Hvad er din rolle undervejs?

For ikke at forstyrre læserens flow er det som hovedregel en fordel, at du ikke afbryder med dine spørgsmål undervejs. Hvis du har specifikke spørgsmål til teksten, bør du gemme dem til sidst.

Hvis læseren undervejs siger noget, du har brug for at få uddybet for at kunne forstå, kan du dog godt spørge ind til det. Du kan fx sige:

"Du siger, brevet opleves mærkeligt. Kan du sige lidt mere om, hvad mærkeligt betyder for dig lige her?"

Det handler altså om at uddybe læserens oplevelse, så du bedre kan forstå dine data efter testen.

Hvad gør du, hvis læseren går i stå?

Hvis læseren stopper op, kan du lige vente lidt og se, hvad der sker. Oplever du, at pausen er blevet for lang, kan du sige:

"Det ser ud som, at du er gået lidt i stå med at læse. Mon der er noget, du er blevet særligt optaget af?"

Efter testen

Vær i øvrigt også opmærksom på læserens kropssprog. Hvis du for-
nemmer, at du ikke afbryder noget, læseren selv er lige ved at formu-
lere, kan du sige højt, hvad du har observeret:

”Jeg lægger mærke til, at du stopper og rynker brynene nu. Mon du
kan sætte ord på, hvad der sker i dig lige nu?”

Hvordan runder du testen af?

Efter hvert brev kan det være, der er særlige formuleringer eller andet,
som du ønsker at få viden om. I så fald kan du efter læsningen stille
specifikke spørgsmål.

Spørgsmål kan undersøge forståelse: ”Hvad står der i brevet, at man
skal gøre, hvis...?”

Eller de kan undersøge oplevelse: ”Hvordan oplever du formuleringen
xxx?”

Du kan også tage noter undervejs om forståelser og oplevelser, der
kom frem i læsningen, og som du spørger dybere ind til nu.

Skal du optage video/lyd eller tage noter?

Der er fordele og ulemper ved de forskellige måder at registrere te-
sten på.

Fordelene ved video er, at du får et materiale, du kan nærstudere for
at få alle detaljer med. Hvis du gerne vil have viden om, hvilke følelser
en tekst fremkalder, kan stemmen og kroppen være gode kilder til
viden om det. Ulempen er, at videooptagelsen kan forstyrre læseren,
og at det er ret tidskrævende for dig at se alle videoerne igennem.

Lydoptagelse forstyrrer læseren mindre end video gør. Lydoptagelser
har dog ulempen, at du ikke kan se kropssproget, og at det ligesom
video tager tid at lytte optagelserne igennem.

Du kan også invitere en kollega til at tage noter undervejs, samtidig med
at du selv noterer. Fordelen er, at det er nemt at bearbejdere materialet
bagefter. Ulempen er, at I kan gå glip af noget, som I ikke får noteret.

En god kombination er, at du og en kollega flittigt tager noter, samti-
dig med at du optager. Så har du optagelserne som back-up, hvis der
er noget, du mangler noter til og får brug for at genhøre.

Hvordan bearbejder du resultaterne?

Når du har gennemført alle samtalerne med dine læsere, kan du skri-
ve en lille rapport med de vigtigste pointer. Rapporten er nyttig, hvis
du fx skal fremlægge resultaterne for din ledelse og dine kolleger, uan-
set om du arbejder hos en leverandør af breve eller i en kommune.
Du kan se et eksempel på sådan en rapport her. [Vi kan vedlægge min
rapport fra testen]

Hvis du ikke skal fremlægge resultaterne så formelt bagefter, kan du
også godt nøjes med bare at notere de vigtigste pointer ned, så du
ikke glemmer dem.

Hvordan kan du anvende resultaterne?

Der kan være mange forskellige holdninger til, hvad der er godt sprog
og god formidling i en organisation.

Det kan gøre det vanskeligt at nå til enighed om, hvordan I bør skrive.

Tænke-højt-testen repræsenterer jo læsernes oplevelse af jeres tek-
ster, og derfor er citater og pointer rigtig gode som argumenter i dis-
kussionen om, hvordan I skal skrive.

Både som leverandør og kommune har I jo en bred vifte af breve. Det
er naturligvis hverken nødvendigt eller muligt at teste alle breve. I
kan nøjes med at teste nogle grundlæggende genrer: Fx et afslag, en
bevilling og en partshøring. Herudover kan I måske også have gavn af
at teste breve, hvor der er noget særligt på spil. Det kan være et brev,
hvor I skal forklare noget særligt indviklet. Eller et brev, hvor der følel-
sesmæssigt er meget på spil for borgeren. Ud fra test af disse breve
kan I så formulere retningslinjer, som kan gælde for den øvrige pro-
duktion af breve.

I mange kommuner pejler man efter værdien ”Borgerne i centrum.”
Det er vigtigt, at både breve fra leverandører og fra kommunen selv
passer til kommuners værdigrundlag, som ofte stemmer helt overens
med borgernes ønsker. Og med resultaterne fra din tænke-højt-test
kan I virkeliggøre det og lade jeres tekster guide af læsernes behov.

Rigtig god fornøjelse med arbejdet med testen.

KL
Weidekampsgade 10
2300 København S

+45 3370 3370
kl@kl.dk
www.kl.dk

X @kommunerne
in KL

Produktionsnr. 830953

KL