

Faglig formidling i digitale tekster

- en befolkningsundersøgelse om,
hvilke digitale fagtekster danskerne oplever som klare og forståelige



bjerg
k

INDHOLD

RESULTATER - KORT	3
Skærm eller papir?	3
Læsbarhed	4
Formidling af svære ord	5
Digitale breve til mobiltelefoner	5
FAGLIG FORMIDLING I EN DIGITAL TID	6
Formål	6
Målgrupper	6
Udgangspunktet: tre samfundstendenser	6
Digital læsning og koncentration	7
Kognitiv belastning som målestok for "klar tekst"	9
Kognitiv sprogteori	10
Farvel til traditionelle skriveråd	12
RESULTATER	13
Skærm eller papir?	13
1. Danskerne foretrækker papir	13
2. Danskerne læser e-breve på en skærm	15
Læsbarhed: sætninger	16
3. Aktøren skal stå som subjekt, aktørens handling som verbal	17
4. Sammensatte verbaler skal stå tæt	19
5. Verbalet skal beskrive aktørens centrale handling	20
6. I ledsætninger skal verbalet også beskrive aktørens centrale handling	21
Formidling af svære ord	22
Det svære ord	23
7. Det uforståelige og svære ord skal stå sidst i sætninger	24
Jo kortere uddannelse, desto større effekt har skriverådet	25
Digitale breve	27
8. Når breve læses på mobiltelefoner, giver lange breve bedre overblik end korte	27
8a. Den mobile læsers overblik	32
8b. Misforståelser	33
Sådan gjorde vi	34
Metode	34
De ansvarlige	35
Tak	35

RESULTATER - KORT

Digitale medier skaber et behov for tekster, som læseren kan forstå nemt og hurtigt. Det skyldes, at læseren har sværere ved at koncentrere sig om digitale tekster end analoge tekster (f.eks. papir). Det er derfor, at man ofte hører, at man skal skrive kort og enkelt, når man skriver til digitale medier. Det er velmente råd, men det er desværre også utilstrækkelige råd, når det kommer til faglig formidling. Faglig formidling definerer vi bredt, som alle tekster, der skrives af fagfolk, f.eks. kommunale sagsbehandlere, embedsmænd, faggrupper i private virksomheder og forskere mv.

De fleste fagfolk har brug for at formidle komplekse informationer uden at gå på kompromis med faglig præcision og nuancer. Fagfolkene fælles udfordring er, at de oftest skriver til den digitale læser, men at de ikke kan skrive kort og unuanceret, fordi teksten dermed også bliver faglig upræcis. Et digitalt samfund, der er afhængigt af meget specialiseret viden, har brug for fagtekster, som er nemme at forstå, samtidig med at de er fagligt præcise.

Ny viden om digitale læsere og faglig formidling

Denne undersøgelses formål er at bidrage med viden om, hvordan man øger læsbarheden og fastholder fagligheden, når man skriver tekster, som udgives og læses digitalt. Vi har stillet fire overordnede spørgsmål til et repræsentativt udsnit af befolkningen over 18 år:

- Foretrækker danskerne analoge eller digitale tekster, når de skal læse faglige tekster?
- Hvilke sproglige former har betydning for, om en tekst opleves som klar, når den læses digitalt?
- Hvilke sproglige former har betydning for, om man forstår ukendte eller svære ord, når man læser digitalt?
- Hvad gør et digitalt brev let at overskue og forstå, når man læser det på en mobiltelefon?

Danskernes svar kan bruges til at øge læsbarheden i faglige digitale tekster - uden at gå på kompromis med faglig præcision og nuancer.

Skærm eller papir?

Undersøgelsen peger på, at det er nemmere at koncentrere sig om analoge tekster end digitale. I hvert fald foretrækker et meget stort flertal af danskerne at læse faglige tekster på papir.

- **Danskerne foretrækker papir.** Undersøgelsen viser, at danskerne foretrækker papir, når de skal læse længere faglige tekster. 73% af danskerne mener, at analoge tekster er meget eller lidt bedre end digitale, hvis de skal læse en fagtekst på tre sider. 77% foretrækker papir fremfor skærme, når de skal læse længere tekster, f.eks. en fagbog.
- **De unge foretrækker i højere grad papir end de ældre.** Det er måske overraskende, at det er de yngste danskere mellem 18-29 år, der i størst grad foretrækker papir, når de skal læse længere tekster - hele 83%. Danskere mellem 60-69 år er den gruppe, hvor færrest foretrækker papir: 73%.

- **Kvinder foretrækker papir i højere grad end mænd.** Signifikant flere kvinder (85%) end mænd (71%) foretrækker papir til længere fagtekster.
- **Personer med lang uddannelse foretrækker papir i højere grad end personer med kort uddannelse.** 77% blandt de universitetsuddannede foretrækker analoge tekster frem for digitale, når de skal læse længere fagtekster. Blandt danskere med folkeskolen som sidst afsluttede uddannelse er tallet 58%.
- **Danskerne læser de breve, som de får i e-Boks på en skærm.** Selvom danskerne foretrækker at læse analoge tekster, så læser et stort flertal i praksis de tekster, som de modtager i e-Boks på en skærm. 86% læser "oftest" eller "altid" breve, som de får i e-Boks på en skærm. 6% printer "oftest" eller "altid" breve, som de får i e-Boks.

Selvom de fleste danskere foretrækker at læse på papir, så må vi nok se i øjnene, at langt de fleste tekster i fremtiden vil blive udgivet og læst digitalt. De fleste danskere læser da også de breve, som de får i e-Boks på en skærm, selvom de tilsyneladende ofte ville foretrække et print. Derfor rejser spørgsmålet sig: Hvordan kan vi gøre fagtekster og breve, så nemme at læse som muligt - uden at gå på kompromis med fagligheden? Det svarer resten af undersøgelsen på.

Læsbarhed

Undersøgelsen viser, at vi kan øge en sætnings læsbarhed uden at ændre i dens informationer. Undersøgelsen bekræfter derudover, at aktører og handlinger spiller en meget stor rolle for, hvad vi oplever som klar tekst.

- **Aktøren skal stå som subjekt, aktørens handling som verbal.** Danskerne opfatter en sætning som let at læse, når en aktør står som subjekt, og aktørens handling som verbal. Derfor mener 59%, at det er nemmere at læse "Gymnasierne vurderer..." end "Der er på gymnasierne den vurdering...". Uddannelse spiller ingen betydelig rolle for, hvilke sætningskonstruktioner danskerne opfatter som lette og svære.
- **Sammensatte verbaler skal stå tæt.** Hvis man adskiller et sammensat verbal (f.eks. "er forpligtet") synes danskerne, at en helmening bliver sværere at læse. I undersøgelsens spørgsmål 3 foretrækker 52%, at det sammensatte verbal står samlet. Uddannelse spiller ingen rolle for besvarelsene.
- **Verbalet skal beskrive aktørens centrale handling.** 67% af danskerne mener, at en tekst er nemmere at læse, når verbalet udtrykker en central handling. 95% mener ikke, at det ændrer på tekstens indhold.
- **I ledsætninger skal verbalet også beskrive aktørens centrale handling.** Danskerne oplever også ledsætninger som lettere at læse, når verbalet udtrykker en central aktørs handling.

Formidling af svære ord

Undersøgelsen viser, at et ords placering i en helmening har betydning for, om ordet opleves som forståeligt eller ej. Vi valgte at teste ordet IP-adresse, som 5,9% af danskerne forstår helt korrekt.

- **Det uforståelige og svære ord skal stå sidst i sætninger.** Når man forklarer ordet IP-adresse, så oplever 7% af danskerne, at forklaringen bliver nemmere, når det svære ord rykkes fra sætningens begyndelse til sætningens slutning. Hvis man ser på personer, der har folkeskolen som højeste uddannelse, så oplever 16%, at forklaringen bliver nemmere, når det svære ord rykkes fra sætningens begyndelse til dens slutning.

Digitale breve til mobiltelefoner

Ifølge denne undersøgelse læser 86% af danskerne de breve, som de får i e-boks, på en skærm. Og andelen af breve, der åbnes på små skærme som telefoner, er stigende [Danmarks Radio, Medieudviklingen 2015, DR Medieforskning]. Der er oplagt forskel på en telefonskærm og et A4-ark, men alligevel har de fleste breve, som bliver sendt til e-Boks, samme layout og opsætning, som de breve, der blev sendt med traditionel post i en konvolut. Derfor har vi undersøgt, om et brev bliver nemmere at få overblik over og giver færre misforståelser, hvis dets traditionelle opsætning og sprog ændres.

- **Det lange digitale brev giver bedre overblik end det korte.** Vi testede et oprindeligt brev fra en kommune (1 side), og en versionering, som vi havde lavet (3 sider). 25% er "Fuldstændig enig" i, at det er nemt at få overblik over informationerne i det oprindelige brev. 41% er "Fuldstændig enig" i, at det er nemt at få overblik over informationerne i det versionerede brev. Det svarer til en stigning på 64%. Samtidig er der en halvering fra 7%, der er "Uenig" eller "Fuldstændig uenig" i, at det oprindelige brev er nemt at få overblik over, til 3%, der mener, at det versionerede brev er nemt at få overblik over.
- **Det lange brev giver færre misforståelser.** I den lange versionering af brevet kan 3% flere personer afkode brevet hovedbudskab korrekt ("at man skal møde til samtale på et bestemt tidspunkt"). 2% færre misforstår desuden det versionerede brev: 3% troede, at det oprindelige brev blot var til orientering, det falder til 1% i det versionerede brev.

FAGLIG FORMIDLING I EN DIGITAL TID

Formål

Vi vil gerne give dig to ting med denne rapport:

- **Ny viden.** Vi har kortlagt, hvilke fagtekster danskerne oplever som klare og uklare, når de læser digitalt. Vi har testet forskellige grammatiske konstruktioner for at komme helt tæt på, hvilken grammatik og syntaks der giver læseren en oplevelse af "klar tekst" - eller det modsatte.
- **Nye skriveråd.** Den nye viden har vi brugt til at erstatte traditionelle skriveråd som "skriv kort, sæt mange punktummer og undgå svære ord". Det er vores erfaring efter 15 års tekstrådgivning, at de traditionelle skriveråd ikke løser kommunikationssituationen for fagfolk, som skal formidle komplekse informationer. Det kan være forskere, virksomheder med specialiseret viden eller offentligt ansatte, der skal formidle viden og jura til befolkningen. De har brug for at kunne øge læsbarheden uden at ændre betydningen. Derfor har vi undersøgt to forhold omkring faglige digitale tekster: læsbarhed og betydning. Respondenterne har typisk fået flere tekster, som de skulle sammenligne: hvilke oplever de som klare, og er indholdet forskelligt i de tekster, som opleves som klare i forhold til dem, som opleves som uklare? Vi har formuleret undersøgelsens resultater som skriveråd. På den måde håber vi, at det er nemt at omsætte ny viden til ny praksis.

Målgrupper

Vi forventer, at resultaterne af denne undersøgelse kan være relevante for tre målgrupper:

- **Kommunikationsfolk og tekstforfattere** kan bruge skriverådene i egne tekster (f.eks. i digitale breve og på hjemmesider), eller når de redigerer andres tekster eller formulerer skriveråd og sprogpolitikker i private og offentlige virksomheder.
- **Fagfolk** kan bruge skriverådene, når de formidler til bredere målgrupper. Fagfolk får ofte at vide, at de skal forenkle og forkorte deres tekster, og ofte skaber det en konflikt mellem faglighed og formidling: Skal teksten være let at forstå eller faglig korrekt? Skriverådene i denne undersøgelse kan hjælpe med at løse den konflikt, fordi vi har undersøgt, hvilke grammatiske former der øger læsbarheden uden at ændre i indholdet. Og undersøgelsen viser, at høj faglighed sagtens kan bibeholdes sammen med klar formidling.
- **Forskere og studerende** kan bruge undersøgelsen i deres arbejde med sprogforståelse. Vores undersøgelse er - så vidt vides - den første, der undersøger forståelsen af grammatiske former i hele den danske befolkning.

Udgangspunktet: tre samfundstendenser

Denne undersøgelse tager afsæt i tre samtidige samfundstendenser, der har betydning for, hvordan og hvad vi læser:

1. **Mere digitalisering.** Vi læser stadig flere tekster på digitale medier. Ifølge Medieudviklingen 2015, som udgives af DR Medieforskning, brugte danskerne i 2015 gennemsnitligt 2 timer og 25 minutter på nettet om dagen. Unge mellem 25-29 år brugte i gennemsnit 7 timer og 14 minutter med en skærm i 2015. Ved folketingsvalget i 2015 "så, hørte og læste" 39% af os om valget i printmedier

(f.eks. aviser) og 60% af os på nettet (inklusive sociale medier). Hele 80% fulgte dog valget via tv (så det er stadig en vinder). I 2011 brugte 20% af danskerne internettet via mobiltelefonen dagligt, i 2015 var det 60%. Det er på de små skærme, at vi bruger mest tid – og stadig mere tid (dvs. på mobiltelefoner og iPads mv.). Som altid har nye teknologier betydning for, både hvad og hvordan vi læser. Hvis man har en smartphone, bruger man f.eks. mere end tre gange så lang tid på sociale medier, som hvis man ikke har en smartphone. Vi bruger altså i stigende grad medier, der fremmer korte tekster.

- 2. Mere faglig specialisering.** Vores samfund og liv er afhængigt af, at vi forstår stadig mere komplekse informationer. Inden for alle fag ser vi stadig mere specialiseret viden, og de fleste af os har ikke mulighed for selv at undersøge emner, men er afhængige af, at fagfolk kan formidle deres fag på en forståelig måde. Det stiller store krav til fagfolk om at være forståelige og faglige samtidig.
- 3. Mindre koncentration.** Vi har sværere ved at koncentrere os om at læse, når vi bruger digitale medier, end når vi bruger analoge medier (f.eks. papir). Det får selvfølgelig i høj grad betydning, når man vil formidle kompleks faglig viden i digitale medier. Vi ved godt, at denne sidste tendens ikke er så alment accepteret som de to første. Derfor giver vi herunder en kort introduktion til, hvorfor koncentrationen svækkes, når vi læser digitalt.

Digital læsning og koncentration

Denne undersøgelse viser, at danskerne foretrækker at læse analoge tekster, når de skal læse længere og faglige tekster. Det er nærliggende at se dette resultat i lyset af den internationale forskning, der viser, at hjernen har nemmere ved at koncentrere sig om papir end om en skærm. Det er de fleste forskere enige om. De peger på, at digitale medier forstyrrer de kognitive processer, som vi bruger til at bearbejde tekst. Det er bl.a. en pointe for Nicholas Carr, der i 2011 blev indstillet til The Pulitzer Prize for en bog, der overbevisende gennemgår de kognitive konsekvenser af at læse på internettet: *The Shallows* (2010).

Carr viser, at når vi læser en bog, bruger vi langtidshukommelsen. Langtidshukommelsen er dine minder og erfaringer. Disse informationer kan senere hentes frem og bruges i en ny sammenhæng, enten direkte eller bearbejdede. Du bruger langtidshukommelsen, når du skal forstå komplekse forhold, hvor du skal bringe dine viden og erfaring i spil – som når du læser en længere tekst på papir, f.eks. en bog eller kronik. Det kalder man også at "læse dybt". Under "dyb læsning" afspejler hjerneaktiviteten, hvad der sker i teksten, dvs. hvis du læser om kærlighed, aktiveres det samme område i hjernen, som hvis du føler kærlighed osv. "Dyb læsning" er altså på ingen måde passiv – læseren bearbejder teksten med sine egne oplevelser, hvilket betyder, at man bringer fortid, erfaringer og følelser i spil. Når vi læser "dybt", forstår vi med andre ord os selv.

I dag har bogen som medie i det store hele udspillet sin rolle, som det centrale medie vi bruger til læring. Børn af i dag vokser op med en ny teknologi. De læser online. Når vi læser på nettet, læser vi ikke "dybt". Det kan vi ikke, fordi vi hele tiden bliver afbrudt og forstyrret eller afbryder os selv. Vi oplever to slags afbrydelser, når vi læser i digitale medier:

- 1. Maskinen afbryder hjernen.** De maskiner, som vi bruger til at læse digitale tekster, afbryder os med muligheder for at gøre noget andet end at fortsætte

med at læse, f.eks. klikke på et link. Når vi ser et link i en tekst, så skal vi i et kort øjeblik afgøre, om vi skal benytte linket eller lade være. Derfor bliver hjernen afbrudt i sin dybe læsning. Det kan også være større afbrydelser, som at vi kan høre, at en e-mail bliver modtaget mv.

2. **Hjernen afbryder sig selv.** Hjernen afbryder sig selv med trangen til at tjekke eller søge anden information. Når vi bruger digitale medier, så udvikler hjernen dopamin. Dopamin er et belønningsstof, som hjernen udskiller, når vi har haft succes med et eller andet. En søgning og et hurtigt resultat eller respons på et socialt medie er nok til at udskille dopamin. Det er en af grundene til, at man taler om digital afhængighed.

Når vi bliver afbrudt under læsningen, så aktiveres vores korttidshukommelse. Korttidshukommelsen lagrer information i meget kort tid, fra et millisekund og op til et par minutter. Det er altså ikke en type hukommelse, som er egnet til at huske og forstå. Du bruger din korttidshukommelse, når du kører bil, husker et telefonnummer i kort tid – og når du læser på nettet. Formålet er at kunne handle og træffe beslutninger. Når du har brugt den information, der er i din korttidshukommelse, glemmer du den igen. Det skal ikke forstås sådan, at vi kun kan læse dybt, når vi læser analogt. Det skal bare forstås sådan, at det digitale medie fremmer en mere overfladisk læsning end analoge tekster.

Det er selvfølgelig forenklet. Vores kort- og langtidshukommelse arbejder tæt sammen, og den ene kunne ikke fungere uden den anden. Nicholas Carr er ikke i tvivl om, at konsekvensen af internettet er, at vores langtidshukommelse svækkes. De dele af hjernen, som vi ikke bruger, bliver nemlig inaktive – præcis som en muskel, vi ikke bruger. Svækkelsen af langtidshukommelsen er en af digitaliseringens store konsekvenser.

Nicholas Carrs teser bliver bekræftet af flere internationale undersøgelser. Du finder en gennemgang af den internationale forskning i Scientific Americans artikel "The Reading Brain in the Digital Age: The Science of Paper versus Screens" (april 2013).



Kognitiv belastning som målestok for "klar tekst"

Selvom de fleste danskere foretrækker at læse på papir, så må vi nok se i øjnene, at langt de fleste tekster i fremtiden vil blive udgivet og læst digitalt. Der er også mange fordele ved digitale tekster, f.eks. at de er nemme at udgive, dele og søge i. Vi må så se, om vi kan løse det problem, at den digitale læser har lidt sværere ved at koncentrere sig om vores tekst. Det kan vi bl.a. gøre ved skrive, så tekstens grammatik kræver så lidt kognitivt arbejde at afkode som muligt. Når læseren ikke bliver udfordret af den sproglige form, har de nemmere ved at koncentrere sig om tekstens informationer. Denne undersøgelse undersøger, hvilke sproglige former og grammatik læserne oplever som nemme at læse.

Langt de fleste ord, som vi beskriver tekst med, er metaforer: klar, tung, let, knudret osv. Ord, som strengt taget ikke beskriver en tekst, men blot den måde, vi oplever den på. Den oplevelse kommer fra hjernen, og når vi siger, at en tekst er "tung", så er det ikke dens vægt, vi taler om, men den fornemmelse, som vi får i hovedet, når vi læser. Vi har brug for at definere mere præcist, hvad vi mener med "klar" tekst, hvis vi skal kunne undersøge forskellen på det klare og det uklare.

Den bedste definition på "klar tekst" er i vores overbevisning: En tekst som sprogligt indeholder kategorier, historier, sammenligninger, forbindelser og lever op til læserens grammatiske forventninger. Definitionen tager udgangspunkt i kognitiv sprogteori.

Kognitiv sprogteori

Hjerneforskning og kognitiv sprogteori tilbyder os nogle metoder til at måle en teksts klarhed på, som fokuserer på sprogets betydningsdannende dele: historier, sammenligninger, kategorisering og forbindelser mellem informationer. Fordelen ved at fokusere på disse dele af sproget er, at vi kommer meget tættere på, hvorfor vi oplever noget sprog som klart og andet som uklart.

Helt kort kan man sige, at alt sprog er en metode, som vi mennesker bruger til at gøre det abstrakte konkret med. I denne undersøgelse har vi testet fem pointer fra kognitiv sprogteori. De fem pointer handler om, hvordan hjernen bruger sprog til at begribe verden med. De fem pointer kan derfor også beskrives som fem kognitive greb, som hjernen bruger til at bearbejde information med. Vi genbruger grebene i mange sammenhænge - og genbrug er i sig selv en måde at nedsætte det kognitive arbejde på, fordi hjernen ikke skal finde nye måder at bearbejde information på, men kan gøre, som den plejer. De fem kognitive greb er tæt forbundet og integreret i hinanden, men vi kan for overblikkets skyld godt kategorisere dem:

De fem kognitive greb er:

1. **Historier.** Vi gør det abstrakte konkret ved hjælp af historier. Det ses på to sammenhængende måder: Vi overfører den lille og simple historie "nogen gør noget" til store og komplekse historier som "undersøgelsen viser..." og "tiden går...". Strengt taget "viser undersøgelser" ikke, og "tiden går" ikke. Det er bare noget vi siger, fordi det er en nem måde at tale om det abstrakte på. Som de to eksempler illustrerer, gør vi ikke bare mennesker, men også begreber til aktører, der handler. Historier består altid af en aktør og en handling. Forskning viser, at den kognitive belastning er mindst, når et subjekt er en central aktør, og subjektets verbal udtrykker aktørens handling (se f.eks. Stallings mfl. "Phrasal Ordering Constraints in Sentence Production: Phrase Length and Verb Disposition in Heavy-NP Shift" i *Journal of Memory and Language* 39/1991).
2. **Sammenligninger.** Vi kan ikke forstå noget absolut nyt. Vi sammenligner altid det, vi ikke forstår, med det, som vi ved i forvejen. Sammenligninger har ofte form af en metafor. Vi bruger metaforer til at overføre en erfaring fra ét felt til et andet, eller vi sammenligner det, vi ikke forstår, med noget, vi forstår (derfor begynder så mange forklaringer med "det er ligesom..."). Forskning har vist, at vi bearbejder den information, som vi kender til, før vi bearbejder informationer, som er nye for os (se f.eks. Chafe "Language and Consciousness" i *Language* 50/1 1974).
3. **Kategorier.** Når vi læser, leder hjernen efter kategorier, som den kender, og som tekstens informationer kan placeres i. Hvis teksten indholder kategorier, som vi kender og ved noget om, så er det nemmere for os at forstå den nye viden og de specifikke detaljer i teksten. Hvis vi ikke forstår de overordnede kategorier i teksten, så har vi meget svært ved at tilegne os det nye og nuancerne (det kræver et stort kognitivt arbejde). Når vi har forstået en overordnet kategori, så er det derimod nemmere for os at forstå de specifikke delkategorier. Hjerne har med andre ord brug for at kunne systematisere informationer, og det gør den ved hjælp af kategorier. Hvis hjernen kan bruge kategorier, som den kender, så er det også nemmere at forstå nye informationer og nuancer, som hører til kategorien. Hvis vi derimod læser om specifikke detaljer uden at kende den overordnede kategori, så oplever vi teksten som abstrakt og svær.

4. **Forbindelser.** Vi tænker i forbindelser som noget af det første, når vi lærer sprog. Nogle forbindelser skaber vi ved hjælp af ord som "derfor" og "af den årsag". Forskning viser, at vi læser hurtigere og med mindre besvær, når teksten tydeligt viser forbindelser som f.eks. årsagssammenhænge (se f.eks. King og Just "Individual Differences of Syntactic Processing: The Role of working Memory" i *Journal of Memory and Language* 30/5).
5. **Forventning.** Vi læser ofte det, som vi tror, der står i en tekst - og ikke det, der rent faktisk står. Det skyldes, at når vi læser en tekst, så bringer vi alt det, vi ved i forvejen, i spil. Vi forventer visse grammatiske former som syntaks og ordstilling og bøjninger. Disse forventninger er tillærte og forskellige fra sprog til sprog. Vi bruger forventninger aktivt, fordi det nedsætter den kognitive belastning, når vi ikke skal læse hvert ord, men kan forudsætte, at informationerne nok kommer, som de plejer. Hvis teksten ikke lever op til vores forventning, så stiger det kognitive arbejde med at afkode den. Vi skal med andre ord forstå, hvorfor tingene ikke er, som de plejer at være. Pointen kan illustreres med denne sætning, hvor de fleste læser hen over fejlen: "what I if told you that you read the first line wrong".

Vi skrev ovenfor, at definitionen på klar tekst, er en tekst, som sprogligt indholder historier, sammenligninger, kategorier, forbindelser og lever op til læserens grammatiske forventninger. Det skyldes, at disse fem kognitive greb nedsætter det kognitive arbejde med at afkode en tekst, fordi hjernen kan bruge neurale forbindelser, som allerede eksisterer. Det er f.eks. en neural forbindelse, der gør det nemt for os at forstå en sætning som "Tiden går". Det gør den jo ikke, men vi taler om abstrakte forhold, som om de er aktører (tid), der kan handle (gå). Når hjernen kan bruge eksisterende neurale forbindelser, så oplever vi teksten som "let" eller "klar".

Vi ville gerne holde denne rapport så kort som mulig, og derfor redegør vi ikke yderligere for kognitiv sprogteori i denne rapport. I maj 2017 udkommer Kresten Bjergs nye bog "Den digitale læsers hjerne" på Hans Reitzels Forlag. Bogen inddrager bl.a. denne undersøgelse og sætter den ind i en større teoretisk ramme.

Kresten Bjergs bog "Skriveguiden til offentlige virksomheder" (Hans Reitzels Forlag 2014) indeholder en introduktion til kognitiv sprogteori og formulerer egentlige skriveråd på den baggrund. I denne rapport citerer vi enkelte pointer fra bogen, når det er nødvendigt at forstå baggrunden for vores spørgsmål og resultater. Derudover henviser vi for nuværende den interesserede til "Skriveguiden til offentlige virksomheder".

Farvel til traditionelle skriveråd

Hvis du har taget kurser eller læst bøger om at skrive klart, så har du formentlig mødt en hel anden måde at tale om klar tekst på, end vi har beskrevet ovenfor. Traditionelt har vi i Danmark beskrevet "svær" eller "tung" tekst ved at tælle bogstaver og ord (f.eks. lixtal) og ordenes bøjningsformer (f.eks. passiver eller verbalsubstantiver). På den baggrund er der også udviklet nogle skriveråd, som i det store hele handler om at sætte mange punktummer (så man får et lavt lixtal) og undgå bøjninger, der ender på -s, -else og -(n)ing.

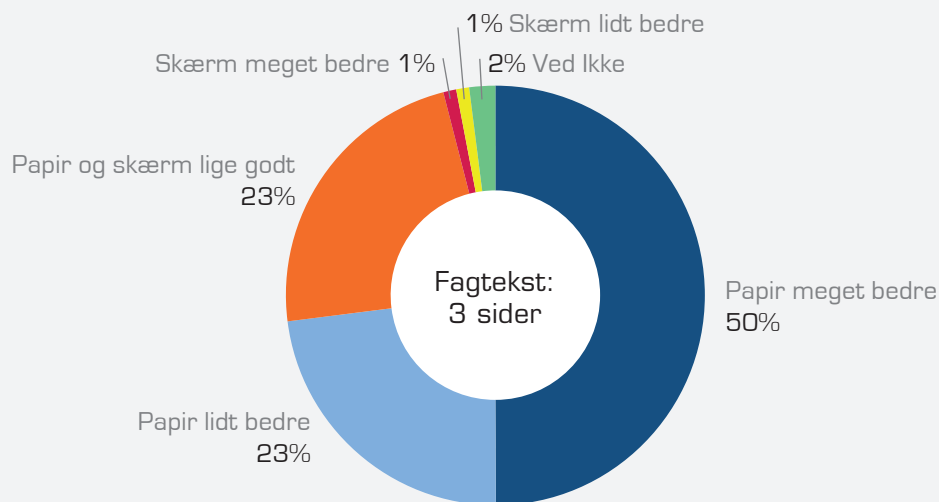
Denne undersøgelse er et bud på, hvordan man kan tale mere nuanceret om sprog inden for sprogrådgivning. De traditionelle skriveråd er en temmelig simpel måde at tale om sprog på, og der har da også været et stort opgør med den måde, som man beskriver sproget på og de skriveråd, som kommer ud af traditionen (se f.eks. Balling: Does Good Writing Mean Good Reading? An Eye-tracking Investigation of the Effect of Writing Advice on Reading" i Internationale Zeitschrift für Fachsprachenforschung – Didaktik und Terminologie, nr. 35 (2013), Bjerg: "Skriveguiden til offentlige virksomheder (2014)", Ingemansson og Jensen: "Passiven bør undgås – eller bør den? En receptionsundersøgelse af passivers indflydelse på forståelse af og holdninger til breve fra en offentlig myndighed" i NyS – Nydanske Sprogstudier, nr. 49 (2015)).

RESULTATER

Skærm eller papir?

1. Danskerne foretrækker papir

Spørgsmål 1a: Forestil dig, at du skal læse en faglig tekst (mere end tre sider), og at du bagefter skal kunne gengive tekstens væsentligste pointer. Ville du foretrække at læse teksten på en skærm eller på papir?



Danskerne svarer meget entydigt, at de foretrækker at læse længere faglige tekster på papir. Hvis vi skal læse en faglig tekst på mere end tre sider, så er det hele 73%, der foretrækker at læse teksten på papir. 50% af os mener, at papir er "meget bedre", og 23% mener, at papir er "lidt bedre".

23% mener, at skærm og papir er lige gode at læse på, når vi skal læse en længere faglig tekst. Kun 3% mener, at en skærm er "meget" eller "lidt bedre" end papir.

Alder

Disse resultater går på tværs af alder. Der er således lige så mange unge som ældre, der foretrækker at læse faglige på tekster på ca. tre sider på papir. I næste spørgsmål (1b) kan vi se, at når der er tale om længere tekster, så skiller de unge sig ud, og foretrækker papir i højere grad end ældre.

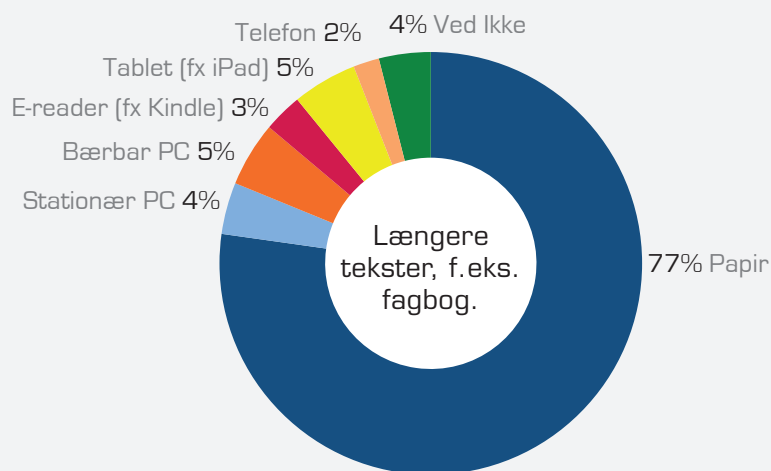
Køn

Flere kvinder (78%) end mænd (67%) foretrækker papir, mens flere mænd (5%) end kvinder (1%) foretrækker at læse den længere faglige tekst på en skærm.

Uddannelse

Undersøgelsen viser, at der er en tendens til, at jo længere uddannelse vi har, desto større andel foretrækker at læse den faglige tekst på papir – 77% blandt de universitetsuddannede mod 58% blandt dem med folkeskolen som højest afsluttede uddannelse.

Spørgsmål 1b: *Hvordan foretrækker du at læse længere tekster (f.eks. en roman, en længere artikel eller en fagbog)?*



Spørgsmål 1b minder om 1a, men 1b handler ikke blot om faglige tekster, men spørger til længere tekster, end de tre sider, vi spurgte til i 1a. Vi spurgte, fordi vi ville se, om andelen, der foretrak papir eller digital, ville ændre sig, når man fik mere konkrete digitale alternativer. Men også for at se, om nogle digitale medier er mere foretrukne til lange tekster, end andre. Som det fremgår af tabellen, så er der endnu flere i spørgsmål 1b, der foretrækker papir (77%), end i 1a (73%).

Alder

Det vil måske overraske mange, at de yngste respondenter (mellem 18-29 år) er den gruppe, hvor flest foretrækker papir (83%). Respondenter mellem 60-69 år er den gruppe, hvor færrest svarer, at de foretrækker papir (73%).

Køn

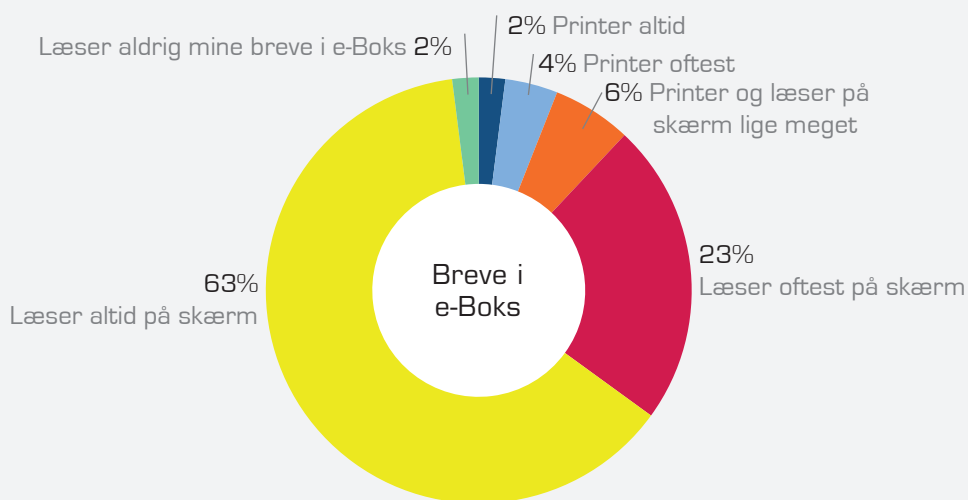
Signifikant flere kvinder (85%) end mænd (71%) foretrækker papir til længere tekster. 6% af mændene foretrækker hhv. computer, bærbar eller tablet. 3% af mændene foretrækker e-reader.

Uddannelse

Som i spørgsmål 1a er der en tendens til, at jo højere uddannelse, desto mere foretrækker vi papir til lange tekster. Således foretrækker 75% af dem med folkeskolen som højeste uddannelse papir, og blandt respondenter med en universitetsuddannelse som højeste uddannelse foretrækker 88% papir.

2. Danskerne læser e-breve på en skærm

Danskerne læser de breve, som de får i e-Boks på en skærm. Selvom danskerne foretrækker at læse analoge tekster, så læser et stort flertal i praksis de tekster, som de modtager i e-Boks på en skærm. 86% læser "oftest" eller "altid" breve, som de får i e-Boks på en skærm. 6% printer "oftest" eller "altid" breve, som de får i e-Boks.



Læsbarhed: sætninger

"Skiveguiden til offentlige virksomheder" af Kresten Bjerg (Hans Reitzels Forlag 2014) formulerer skriveråd på baggrund af kognitiv sprogteori. En af hovedpointerne er formuleret således:

"Det teoretiske udgangspunkt for klare sætninger er, at vi forstår ved hjælp af historier. Derfor skal vores sætninger indeholde historiens grundkomponenter: "nogen gør noget", dvs. en aktør og en handling. Læseren oplever tekster som klare og forståelige, når vi forener historiens grundkomponenter med to grammatiske led, som er afgørende for, om læseren oplever vores tekst som klar, nemlig subjekt og verbal. Hvis aktøren er subjekt og aktørens handling verbal, så har det en enorm effekt for læsbarheden. Det er altså ikke nok at nævne, hvem der er aktører i en tekst. Aktøren skal også stå som subjekt, før det har betydning for læsbarheden. En aktør er ikke altid en person. Du kan også bruge begreber som aktører. Som du kan se, er aktør og handling vigtige begreber. (...) Det afgørende er ikke blot at nævne, hvem der gør hvad i din sætning. Læsbarheden bliver bedre, hvis din aktør står som subjekt."

I spørgsmål 2-5 tester vi, hvor stor betydning sætningsled har for danskernes opfattelse af teksten, og især hvilken betydning det har, om aktøren står som subjekt og aktørens handling som verbal. Undersøgelsen bekræfter entydigt, at netop leddene og aktør/handling spiller en rolle for, hvad læserne opfatter som nemt.

3. Aktøren skal stå som subjekt, aktørens handling som verbal

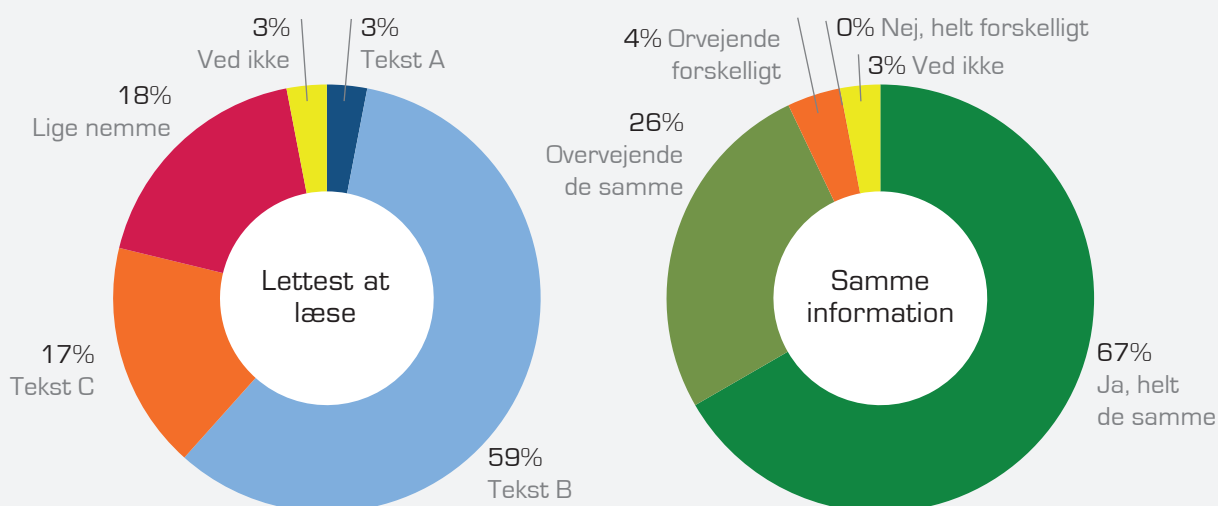
Spørgsmål 3: 1) Hvilken tekst synes du, er nemmest at læse? 2)

Mener du, at de tre tekster indeholder de samme informationer?

Tekst A: Der er på gymnaslerne den vurdering, at eleverne mobber hinanden mere end for 10 år siden.

Tekst B: Gymnaslerne vurderer, at eleverne mobber hinanden mere end for 10 år siden.

Tekst C: Gymnaslernes vurdering er, at eleverne mobber hinanden mere end for 10 år siden.



58% af danskerne mener, at tekst B er nemmest at læse. I tekst B er subjektet "Gymnasierne" og verbalet "vurderer", dvs. den centrale aktør og aktørens centrale handling står som subjekt og verbal.

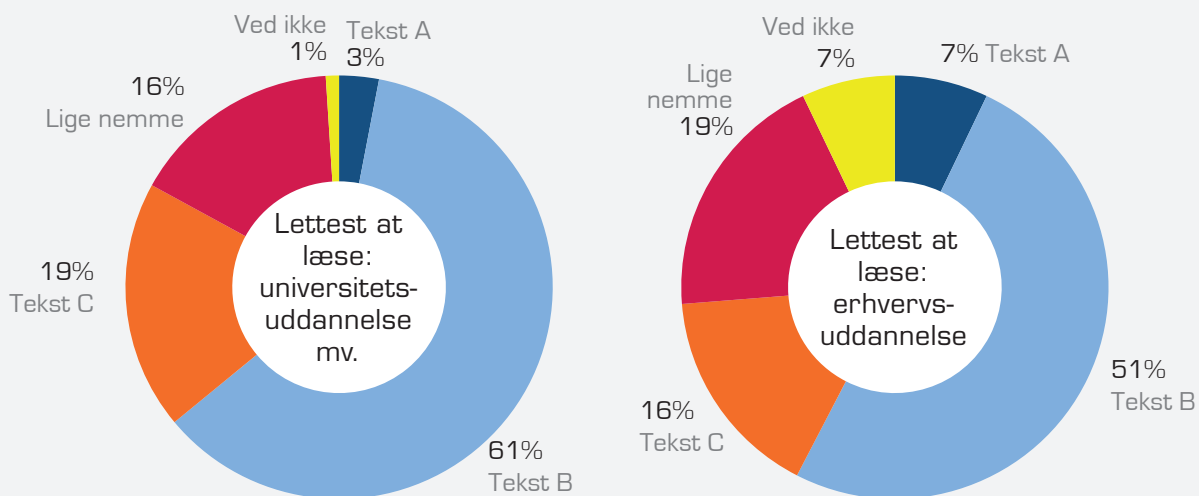
På andenpladsen har danskerne placeret tekst C. 17% mener, at dette er den nemmeste tekst at læse af de tre. Tekst C har en central aktør som subjekt, men en mindre central handling som verbal ("er" beskriver ikke aktørens handling så præcist som "vurderer".)

Tekst A er den, som de færreste danskere (3%) mener, er nemmest at læse. Tekst A har ikke en central aktør som subjekt, og den har ikke aktørens centrale handling som verbal.

Konklusionen er altså, at det har meget stor betydning for læsbarheden, om aktør og handling står som subjekt og verbal. Dertil kommer, at hele 93% mener, at teksterne indeholder de samme informationer. Undersøgelsen viser altså, at vi kan øge en sætningens læsbarhed uden at ændre i dens indhold.

Uddannelse

Uddannelse har ikke betydning for, hvilken tekst vi oplever som nemmest at læse. Uddannelse har derimod betydning for, om vi mener, at de tre tekster indeholder de samme informationer. Personer med en universitetsuddannelse eller videregående uddannelse adskiller sig fra de øvrige ved, at en større andel af dem mener, at de tre tekster indeholder helt/overvejende samme informationer (95%) sammenlignet med de øvrige uddannelsesgrupper (86-88%).

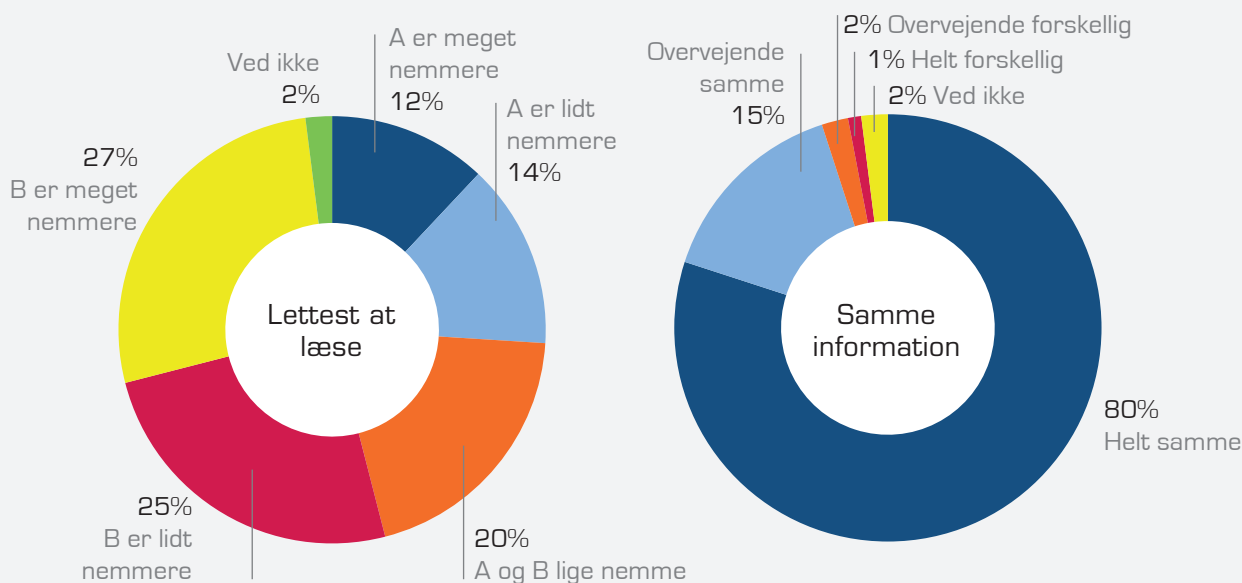


4. Sammensatte verbaler skal stå tæt

Spørgsmål 4: 1) Hvilken tekst synes du, er nemmest at læse?
2) Mener du, at de to tekster indeholder de samme informationer?

Tekst A: Du er ifølge lov om aktiv socialpolitik forpligtet til at møde til samlaten.

Tekst B: Du er forpligtet til at møde til samlaten ifølge lov om aktiv socialpolitik.



I dette spørgsmål har vi testet, hvilken betydning sammensatte verbaler har på danskeres oplevelse af teksten. I tekst A står det sammensatte verbal, "er forpligtet", adskilt, og i tekst B står det samlet.

Begge sætninger er korte, men signifikant flere danskere svarer, at tekst B er nemmest at læse. 52% mener, at tekst B er "meget" eller "lidt" nemmere at læse end tekst A. 20% mener, at teksterne er lige nemme, mens 26% mener, at tekst A er "meget" eller "lidt" nemmere at læse end tekst A.

96% mener, at de to tekster "helt" eller "overvejende" indeholder de samme informationer. Det er altså muligt at ændre i tekstens form uden at ændre i dens indhold.

Resultatet er det samme på tværs af uddannelse og alder, og ingen af delene spiller en rolle for, hvad vi oplever som nemmest at læse i dette tilfælde.

Køn

En større andel kvinder (55%) end mænd (49%) synes, at tekst B er nemmere at læse, mens flere mænd (23%) end kvinder (18%) synes, at teksterne er lige nemme at læse.

5. Verbalet skal beskrive aktørens centrale handling

Sprogforskningen er i det store hele enig om, at verbalet spiller en central rolle for, hvordan en sætning opleves. I "Skriveguiden til offentlige virksomheder" af Kresten Bjerg [Hans Reitzels Forlag 2014] står der:

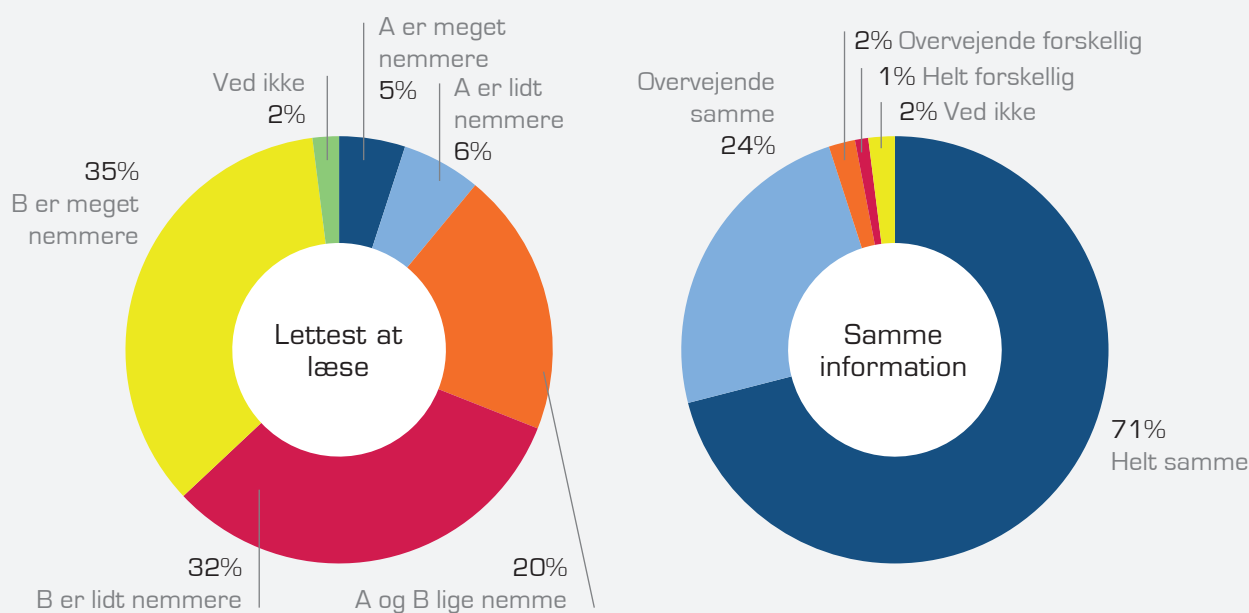
"Handling" er et vigtigt begreb, når vi arbejder med klare sætninger. Læseren oplever en tekst som klar og forståelig, når verbalet er den centrale handling, som aktøren er en del af. Du skal altså finde den handling, som mest direkte beskriver noget, som aktøren gør og sætte den som verbal. Det er altid afhængigt af konteksten, hvilken handling som er den mest præcise, men det er f.eks. sjældent godt at benytte et verbal som f.eks. "foretager", da det ofte skjuler en mere præcis handling, som du kan bruge som verbal i stedet."

Det er dette princip, som vi har testet i spørgsmål 5. Vi har udskiftet verbalet "vil foretage" i tekst A med verbalet "vil behandle" i tekst B. En signifikant større andel af danskerne (67%) mener, at tekst B er nemmere at læse. 95% mener, at teksterne indeholder samme informationer.

Spørgsmål 5: 1) Hvilken tekst synes du, er nemmest at læse?
2) Mener du, at de to tekster indeholder de samme informationer?

Tekst A: Vi vil foretage en behandling af erklæringen, og du skal ikke gøre mere.

Tekst B: Vi vil behandle erklæringen, og du skal ikke gøre mere.



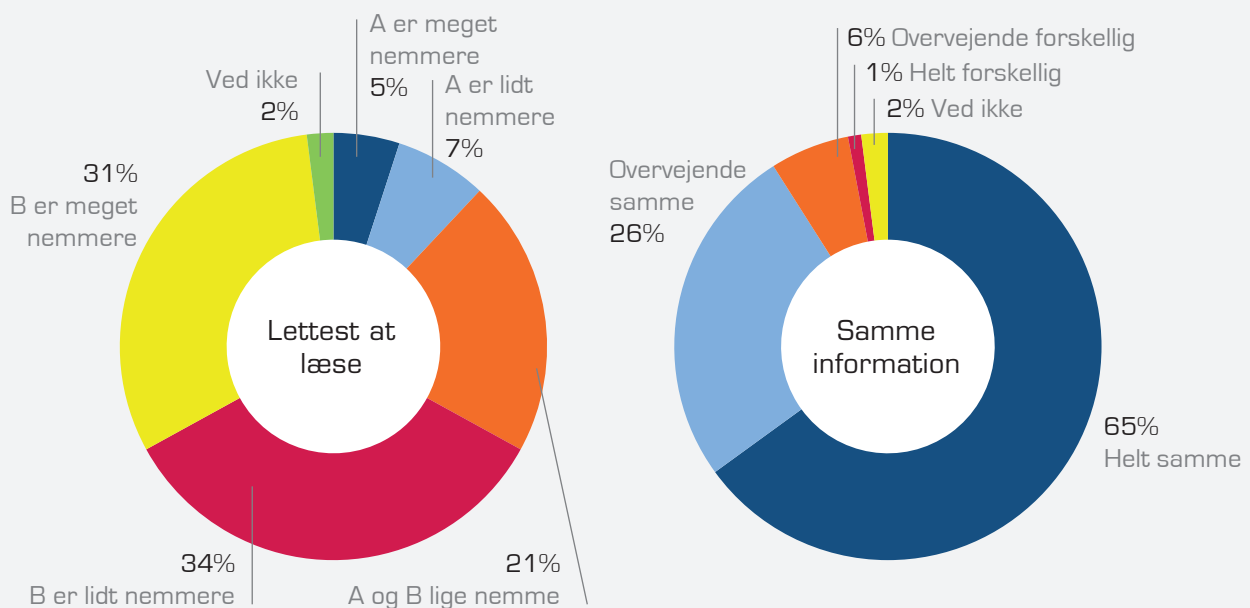
Alder, uddannelse og køn spiller ingen rolle i besvarelserne af dette spørgsmål.

6. I ledsætninger skal verbalet også beskrive aktørens centrale handling

Spørgsmål 6: 1) Hvilken tekst synes du, er nemmest at læse?
2) Mener du, at de to tekster indeholder de samme informationer?

Tekst A: Vi vil informere dig om, at vi har gennemført ændringer i de generelle betingelser for dine forsikringer.

Tekst B: Vi vil informere dig om, at vi har ændret de generelle betingelser for dine forsikringer.



I dette spørgsmål har vi testet verbalets rolle med samme formål som i spørgsmål 5. I dette spørgsmål har vi dog testet verbalets betydning i en ledsætning, der kommer efter en helsætning (der indeholder et verbal, som er aktørens centrale handling).

Resultatet af spørgsmål 5 og 6 er næsten det samme. I spørgsmål 6 er det 65%, der mener, at tekst B er "meget" eller "lidt" nemmere at læse - i spørgsmål 5 er det 67% af danskerne, der mener, at tekst B er "meget" eller "lidt" nemmere at læse. Verbalet har altså stor betydning for læsbarheden uanset, om det står i en hel- eller ledsætning.

Der er dog en lille forskel i spørgsmålet, om teksterne indeholder de samme informationer: I spørgsmål 6 mener 91%, at teksterne indeholder "helt" eller "overvejende" de samme informationer. I spørgsmål 5 er tallet 95%.

Formidling af svære ord

Formålet med spørgsmål 7 i denne undersøgelse var at afklare, om vi kan øge forståelsen af en tekst ved at placere svære ord og begreber bestemte steder i teksten og sætningsstrukturen.

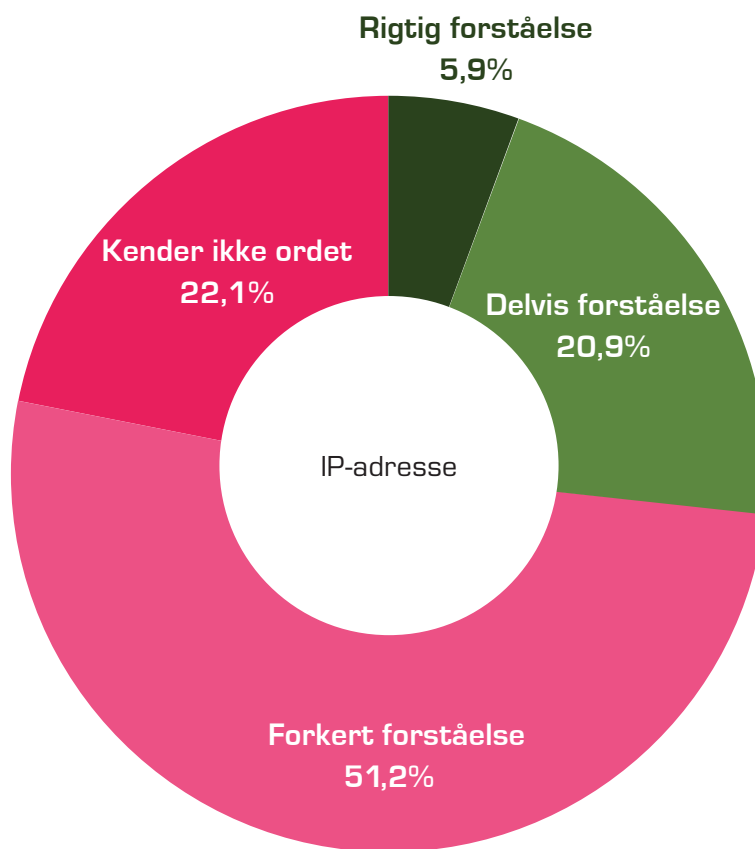
Formålet med dette spørgsmål var helt konkret at teste et skriveråd, som gives i "Skriveguiden til offentlige virksomheder". Skriverådet er baseret på det kognitive princip, at vi forstår ved at sammenligne det, som vi skal forstå med det, som vi ved i forvejen. "Skriveguiden til offentlige virksomheder" introducerer de to begreber **emnefelt** og **fokusfelt** og bringer dem i anvendelse således:

"En god forklaring er, når du tager udgangspunkt i læserens forudsætninger. Du skal med andre ord give læserne en mulighed til at bruge det, som de ved i forvejen, til at forstå det nye, du gerne vil forklare dem. Det kan du i praksis gøre ved at skrive kendt information først og ny information sidst i sætninger. Princippet indeholder altså to led:

1. **I starten af en sætning skal du placere de ord og begreber, som din læser kender i forvejen, eller som du allerede har forklaret.** Vi kalder sætningens begyndelse for emnefeltet, fordi man opfatter det, man læser først, som sætningens emne. Emnefeltet er de første fire-fem ord i din sætning. Et af disse ord vil typisk være et substantiv (eller en forbindelse af substantiver) eller et pronomen. Det substantiv eller pronomen, som står i emnefeltet, vil læseren opfatte som sætningens emne. Vi kalder et derfor et emneord. Emneord skal være kendt af læseren.
2. **I slutningen af en sætning skal du placere de svære ord og begreber første gang – det kan være dem, som du vil forklare i næste sætning.** Vi kalder sætningens slutning for fokusfeltet, fordi læseren ubevidst indstiller sig på at høre mere om det sidstnævnte, f.eks. uddybninger og forklaringer. Fokusfeltet er de sidste fire-fem ord, der står foran et punktum. Et af disse ord vil også typisk være et substantiv (eller en forbindelse af substantiver) eller et pronomen. Det substantiv eller pronomen, som står i fokusfeltet, vil læseren fokusere på. Vi kalder det derfor et fokusord. En god forklaring er, når det ord, læseren ikke kender, kommer i fokusfeltet første gang. Derefter er det kendt, og du kan bruge det i emnefeltet som emneord."

Undersøgelsen bekræfter skriverådet, og viser, at det er muligt at forklare endog meget svære ord for en bred del af befolkningen.

Det svære ord



Vi valgte at teste en forklaring på et ord, som en af vores tidligere undersøgelser har vist, at meget få danskere forstår ("Det offentlige digitale overvågning"): IP-adresse. 5,9% af danskerne forstår ordet IP-adresse, og 20,9% forstår det delvist. Vi vidste altså, at det er et ord, som mange danskere har svært ved at forstå. Det er derfor også et krævende spørgsmål at svare på for respondenterne i denne undersøgelse, om de forstår forklaringen.

Undersøgelsen er metodisk gennemført med kontrolgrupper, så ingen respondenter så altså begge forklaringer, men skulle blot vurdere forståeligheden af den ene af dem.

Vi skrev to forklaringer, så de begge var så let forståelige, som vi kunne gøre dem. Fagfolk har tjekket at begge forklaringer er fagligt korrekte. De to forklaringer er meget ens. De tester, hvor meget emnefelt og fokusfelt betyder for forståelsen. Forklaring A indledes med en kendt situation og almindeligt kendte ord i emnefeltet. Efter punktummet er forklaring A og B identiske. I forklaring A optræder IP-adresse første gang i et fokus-felt, I forklaring B optræder IP-adresse første gang i et emnefelt.

Forklaringernes afsnit to er også næsten identiske. Den eneste forskel er som i afsnit to inden for første punktum. Forklaring As første sætning ender med at introducere to begreber i sit fokusfelt: interne og eksterne. Derfor er de to ord introduceret i fokus, før de bruges som emne. Sådan er det ikke i forklaring B, den bruger ordene "ekstern og intern" første gang i emnefeltet.

7. Det uforståelige og svære ord skal stå sidst i sætninger

Respondenterne blev delt i to grupper, som fik hver sin forklaring på IP-adresse. De to forklaringer var næsten ens. Den eneste forskel på de to forklaringer er fremhævet med fed nedenfor i forklaring A. I undersøgelsen var hele teksten i samme type og font.

Spørgsmål 7: *Hvad synes du om forklaringen på IP-adresse?*

Forklaring A

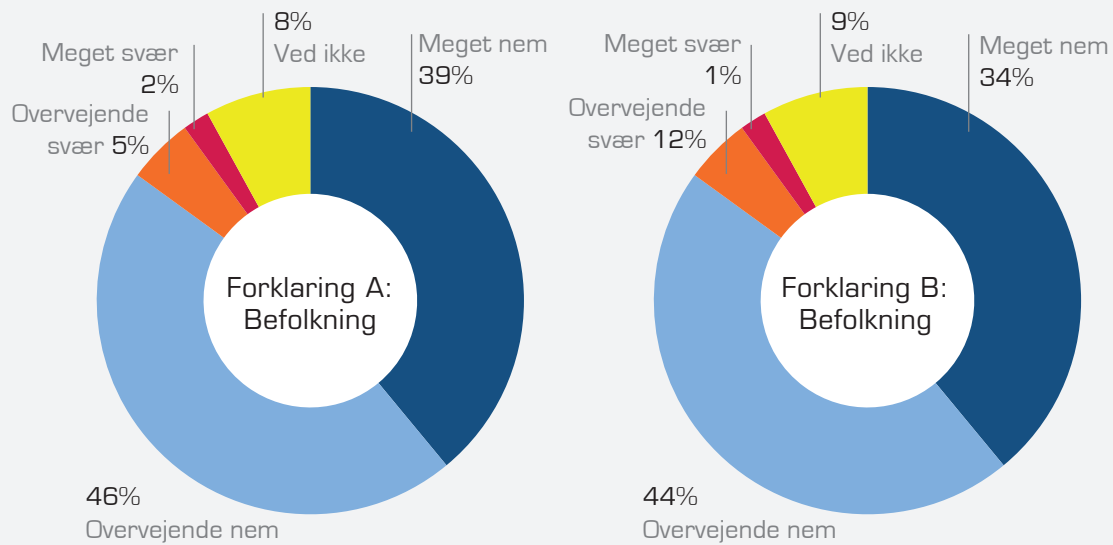
Hver gang du bruger internettet eller andre netværk, så bliver din computer helt automatisk tildelt en IP-adresse. IP-adressen består typisk af fire sæt tal, og alle enheder (computere, printere mv.) får tildelt deres egen unikke adresse. En IP-adresse kan sammenlignes med et telefonnummer, som enhederne på et netværk bruger til at finde hinanden med, så de kan sende og modtage data. De fleste mennesker kender ikke deres computers IP-adresse.

Man skelner mellem to slags IP-adresser: **interne og eksterne**. Interne IP-adresser bruges af enhederne på dit eget netværk, f.eks. til forbindelsen mellem din computer og din printer. Eksterne IP-adresser bruges, når du forbinder din enhed til internettet via en router. En router kan forbinde mange enheder til internettet via dens eksterne IP-adresse, og hver gang du sender eller modtager information via internettet, går det gennem din router. Hvis du f.eks. modtager en e-mail på din computer, så er den kommet gennem din router.

Forklaring B

IP-adressen består typisk af fire sæt tal, og alle enheder (computere, printere mv.) får tildelt deres egen unikke adresse. En IP-adresse kan sammenlignes med et telefonnummer, som enhederne på et netværk bruger til at finde hinanden med, så de kan sende og modtage data. De fleste mennesker kender ikke deres computers IP-adresse.

Man skelner mellem to slags IP-adresser. Interne IP-adresser bruges af enhederne på dit eget netværk, f.eks. til forbindelsen mellem din computer og din printer. Eksterne IP-adresser bruges, når du forbinder din enhed til internettet via en router. En router kan forbinde mange enheder til internettet via dens eksterne IP-adresse, og hver gang du sender eller modtager information via internettet, går det gennem din router. Hvis du f.eks. modtager en e-mail på din computer, så er den kommet gennem din router.

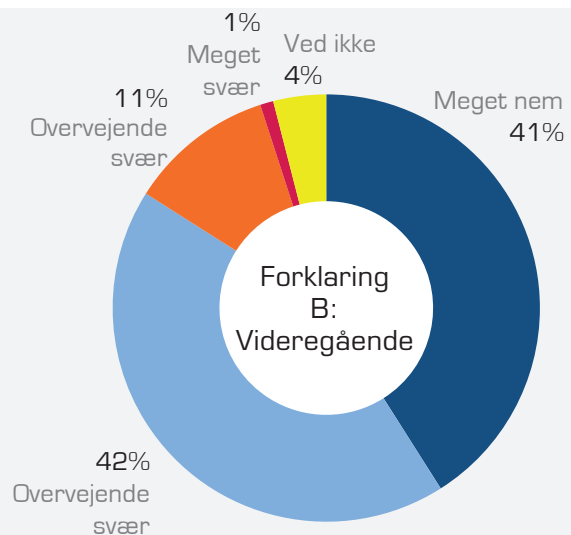
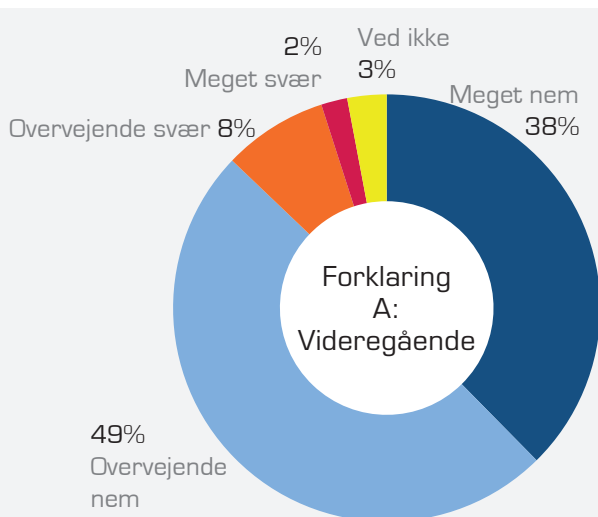
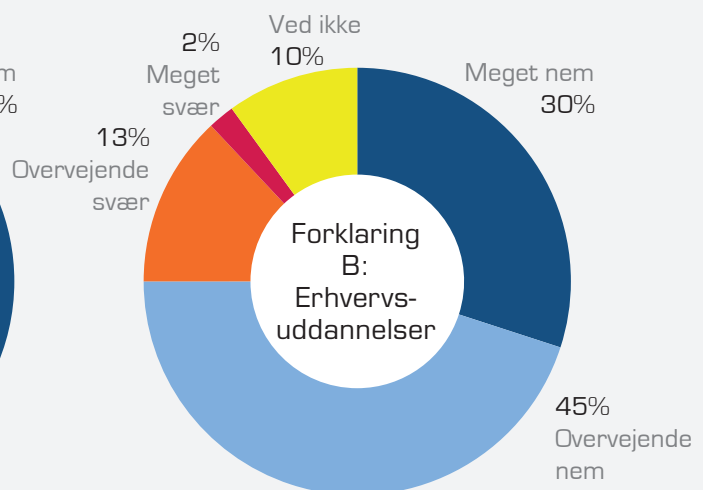
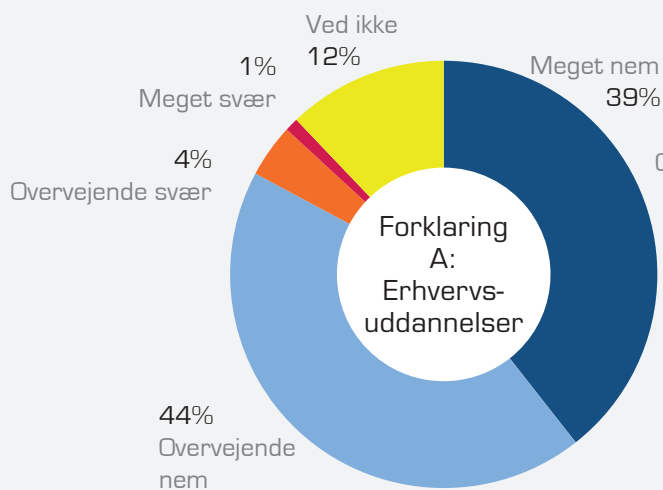
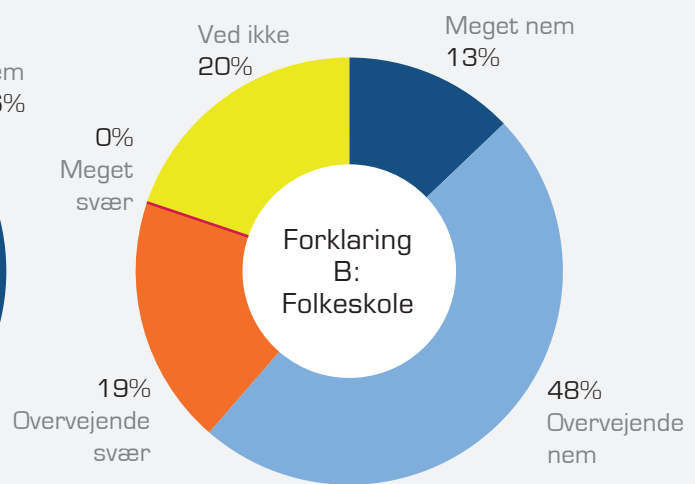
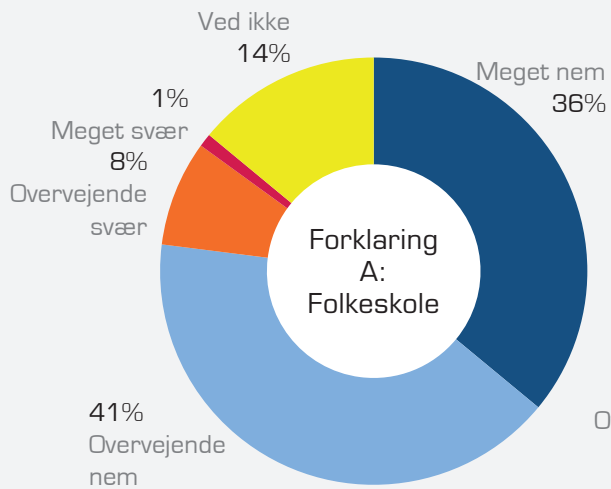


Resultatet er, at flere af dem, der har fået forklaring A mener, at forklaringen er forståelig: 85% svarer "meget nem" eller "overvejende nem". Det samme gør sig gældende for 78% af dem, som har fået forklaring B. Dertil kommer, at 13% svarer, at forklaring A er "overvejende svær" eller "meget svær". 21% svarer det samme om forklaring B. Det er ret bemærkelsesværdige resultater, der viser, hvor lidt der skal til for at øge forståelsen af endog meget svære ord og begreber.

Jo kortere uddannelse, desto større effekt har skriverådet

Der er forskel på, hvordan personer med forskellig uddannelse vurderer forklaringerne på IP-adresse. Jo kortere uddannelse, desto større effekt har det at begynde med noget kendt som i forklaring A. Vi formoder, at det skyldes, at personer med længere uddannelse er mere trænet i at læse længere i tekster, og dermed også at læse i længere tid, før de forstår en tekst.

For personer, der har en lang videregående uddannelse, gælder det, at de svarer meget lig med gennemsnittet. For personer med erhvervsuddannelse er forskellen større, som det fremgår af figurene nedenfor.



Digitale breve

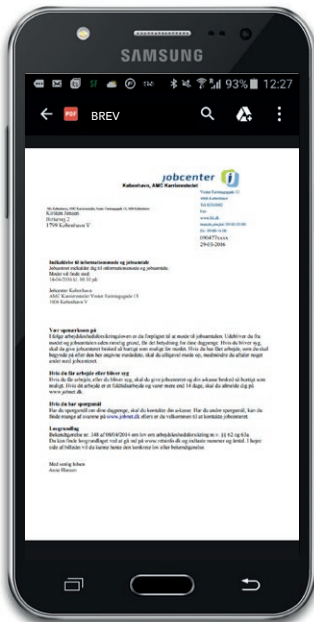
8. Når breve læses på mobiltelefoner, giver lange breve bedre overblik end korte

Denne del af undersøgelsen blev kun gennemført af deltagere, som svarede på spørgsmålene på en mobiltelefon.

De to breve er forskellige i både tekst og layout. Brev A er et (anonymiseret) oprindeligt brev fra en kommunes jobcenter. Brev B har vi redigeret, så teksten lever op til undersøgelsen resultater for læsbarhed, f.eks. har vi indsat overskrifter, som indeholder aktører og handlinger. Layoutet i brev B bryder med den traditionelle opsætning for at gøre teksten overskuelig på en lille skærm. Vi har gjort brevhovedet mindre, og gjort det tydeligt for læseren, hvor hvad står, og hvor langt brevet er.

Du kan se de to breve her (se brevene i større format på de næste sider):

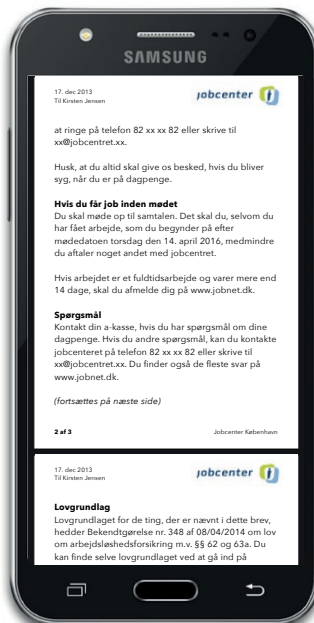
Brev A
1 af 1



Brev B



1 af 3

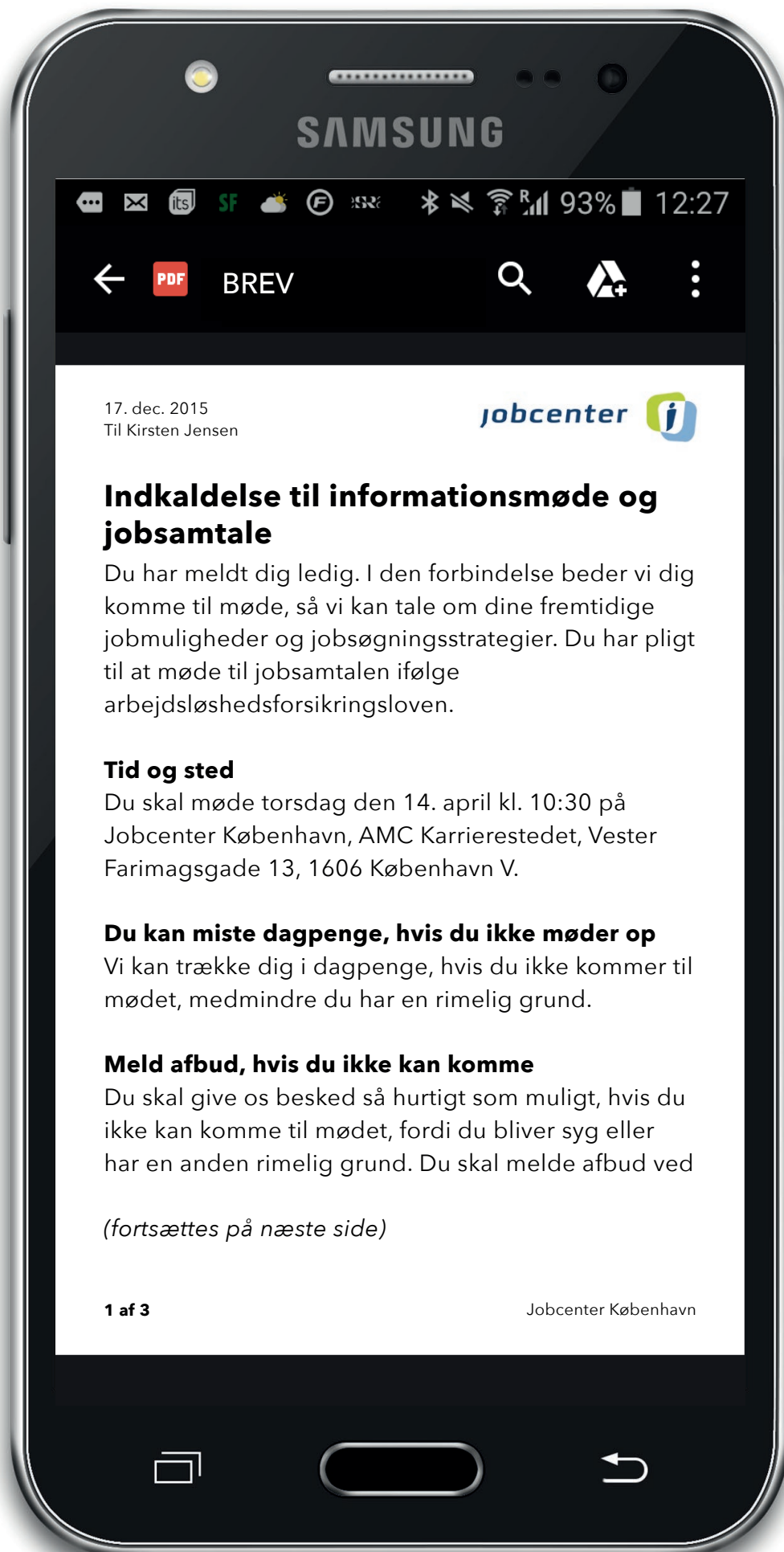


2 af 3



3 af 3







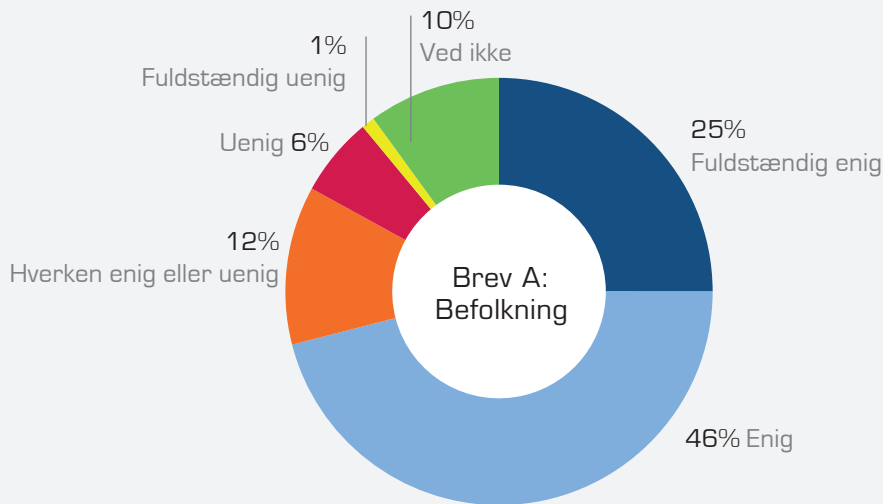


8a. Den mobile læsers overblik

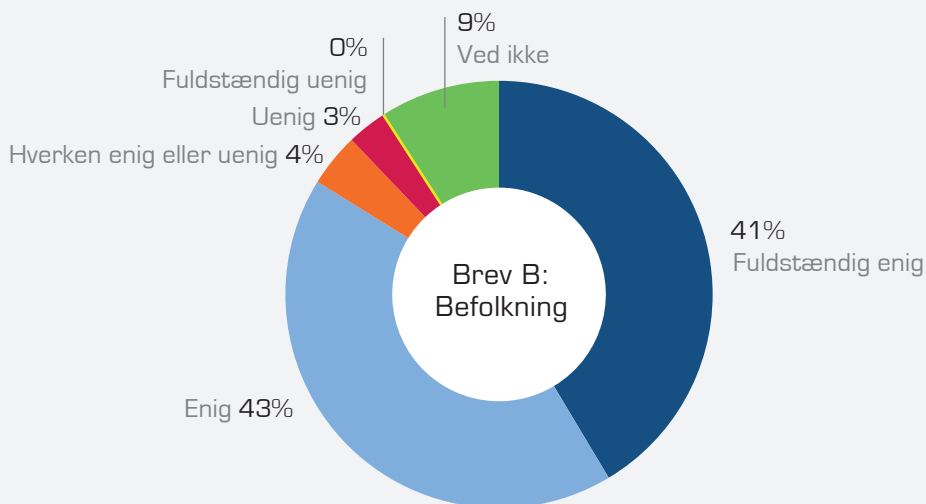
Spørgsmål 8a:

Hvor enig er du? Jeg har nemt ved at få overblik over brevets indhold.

Brev A: Jeg har nemt ved at få overblik over brevets indhold



Brev B: Jeg har nemt ved at få overblik over brevets indhold



Mange flere finder, at brev B giver dem overblik over brevets indhold. Hvis man ser på den gruppe, som har læst brev B, så er 41% "fuldstændig enige", tallet er 25% for brev A. Den samlede andel af enige/fuldstændig enige er også større for brev B (85%) end brev A (71%),

Andelen af uenige/fuldstændig uenige er mindre for brev B (3%) end brev A (7%), men denne forskel er ikke signifikant.

8b. Misforståelser

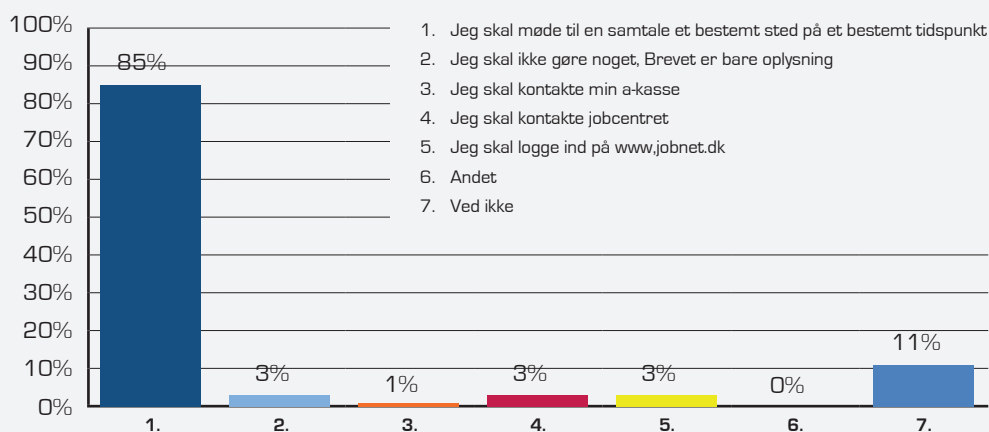
Spørgsmål 8b: Hvis brevet var til dig, kan du så se, hvad du skulle gøre?
Du må gerne give flere svar.

Figuren viser, at brev B i lidt højere grad (3%) bliver forstået rigtigt: at man skal møde til samtale på et bestemt tidspunkt. Brev B giver også lidt færre misforståelser, f.eks. svarer færre af brev B's læsere, at brevet blot er til orientering, og at man ikke skal gøre noget.

Brev A og B giver ikke den store forskel i misforståelser. Det resultat skal dog sammenholdes med spørgsmål 7a, hvor et stort flertal mente, at brev B var nemmere at få overblik over. Det kunne tyde på, at læserne af brev A har brugt længere tid på at finde frem til de rigtige svar, end læserne af brev B.

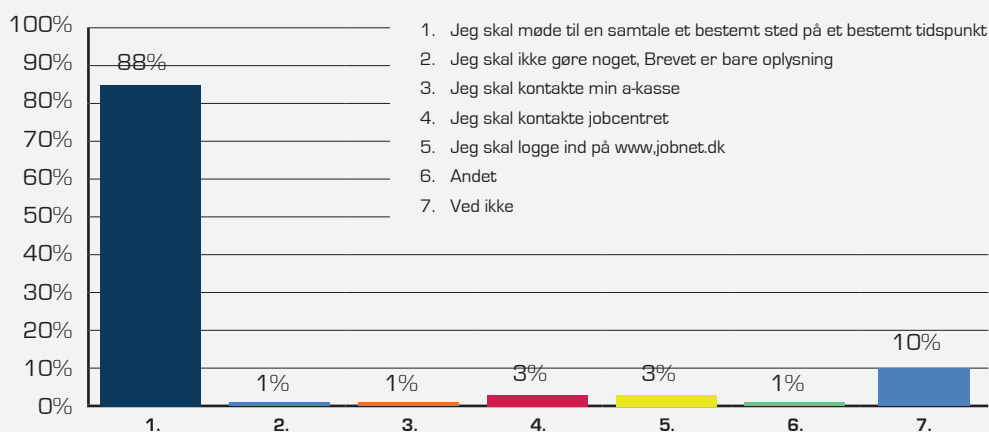
Brev A. Hvis brevet var til dig, kan du så se, hvad du skulle gøre?
Du må gerne give flere svar.

134 respondenter



Brev B. Hvis brevet var til dig, kan du så se, hvad du skulle gøre?
Du må gerne give flere svar.

148 respondenter



Sådan gjorde vi

Metode

Undersøgelsen er gennemført med medlemmer af MEGAFON-panelet, som en ren internetundersøgelse. Denne metode sikrer en meget stor spredning inden for målgruppen. Undersøgelsen er gennemført særskilt for Bjerg Kommunikation, så ingen uvedkommende spørgsmål kan påvirke besvarelsen af Bjerg Kommunikations spørgsmål.

Medlemmerne af MEGAFON-panelet har deltaget anonymt i undersøgelsen. Sikringen af anonymitet er vigtig for at skabe en høj grad af troværdighed i besvarelsene.

Inden undersøgelsens igangsættelse er der foretaget en foranalyse med 5 interview til brug for kontrol af spørgeskema og metode.

Målgruppen for undersøgelsen er efter aftale med Bjerg Kommunikation fastsat til personer over 18 år. Internetundersøgelsen blev i to runder og forløb planmæssigt og fuldt tilfredsstillende. Vi var klar over, at spørgsmålene var krævende og derfor gennemførte vi to runder for at kunne tilføje nye spørgsmål og teste foreløbige resultater.

Respondenterne i undersøgelsen første runde er kontaktet via e-mail ved undersøgelsens start. De har haft mulighed for at besvare spørgsmålene fra 22. august kl. 16.00 til 31. august kl. 23.30.

Respondenterne i undersøgelsen anden runde er kontaktet via e-mail ved undersøgelsens start. De har haft mulighed for at besvare spørgsmålene fra 16. oktober kl. 16.00 til 26. oktober kl. 23.30.

For en undersøgelse af denne art er 1000 interview et passende antal interview til at give tilstrækkelig statistisk sikkerhed for de opnåede resultater. Til undersøgelsen blev anvendt en bruttostikprøve på 2177 e-mails. 1036 brugbare interview er gennemført. Tabel A nedenfor viser gennemførelsesstatistikken for undersøgelsen. En gennemførelsesprocent på 49% er tilfredsstillende for en internetundersøgelse.

Alle de spørgsmål (spørgsmål 2-5), hvor respondenterne skulle vurdere to teksters læsbarhed og informationsindhold, er blevet præsenteret i forskellig rækkefølge, så det samlede resultat ikke er farvet af, hvilken tekst respondenterne læste først.

Ved spørgsmål 6 og 7 blev respondenterne delt i to kontrolgrupper, så halvdelen af respondenterne fik forklaring A, og den anden halvdel forklaring B.

Ved spørgsmål 7 deltog kun respondenter, som svarede på en mobiltelefon eller en tablet-computer (f.eks. iPad).

Undersøgelsens gennemførelsesstatistik

Absolutte antal og procent	n	%
Bruttostikprøve	2177	
Ikke brugbare e-mailadresser	57	
Nettostikprøve	2120	100%
Nægttere	0	0%
Ikke besvaret	1084	51%
Gennemførte interview	1036	49%

De ansvarlige

Undersøgelsen er designet og gennemført af Bjerg Kommunikation og Megafon i august og oktober 2016. Denne rapport er udgivet af Bjerg Kommunikation.

- Kresten Bjerg (Bjerg Kommunikation): Ansvarlig for undersøgelsen og dens design. Kresten har skrevet denne rapport på baggrund af undersøgelsen.
- Julie Meyer Ingemansson (Bjerg Kommunikation): Projektmedarbejder ved undersøgelsen og dens design.
- Jonatan Føns (Bjerg Kommunikation): Layout og grafisk formidling.
- Marianne Godskesen (Bjerg Kommunikation): Layout af version B af brev fra jobcenter.
- Asger H. Nielsen (Megafon): Metodeansvarlig og ansvarlig for dataindsamling.

Tak

Denne undersøgelse er blevet til med god hjælp fra venlige og interesserede personer:

- Stig Lindén-Søndersø, Center for Strategi og Ledelse i **Gribskov Kommune**, har tjekket med kommunens fagfolk og jurister, at brev B fra jobcenteret i undersøgelsen er juridisk og fagligt i overensstemmelse med brev A. Det skal bemærkes, at brev A ikke kommer fra Gribskov kommune.
- Holger Jensen og Rasmus Sangild i **Klimarådet** har hjulpet med at sikre fagligheden i tekster, som indgik i pilotundersøgelsen.
- Asger H. Nielsen fra **Megafon** har været en stor hjælp til udvikling af metode og tolkning af resultater.

BJERG KOMMUNIKATION
FLÆSKETORVET 68, 1
1711 KØBENHAVN V
T: +45 33 25 33 27
KONTAKT@BJERGK.DK
WWW.BJERGK.DK

bjerg
k