



Eyetrack 3F



FAGLIGT FÆLLES FORBUND

UPDATEXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

Eyetrack 3F

Sådan læsere 3F'ere på nettet

Udvikling af netvenlige tekstformer med eyetrack testing

Indhold

| | |
|--|----|
| • Forord | 5 |
| • Sammenfatning | 7 |
| • Om eyetracking - Hvad er eyetracking? Hvordan læser vi? | 9 |
| • Om Eyetrack 3F - Fokus. Formål. Mål. Projektgruppe. Projektforløb. Testudstyr. Teststeder. Testpersoner. Testforløb. Testmateriale. | 11 |
| • Læsemønstre - Start i midt-top. Midterfokus. Venstrefokus. F-mønstre. Mellemoverskrifter. Konklusioner. anbefalinger. Litteratur. | 17 |
| • Svage læsere - Pløjelæsning. Snævert synsfelt. Forskelle på stærke og svage læsere. Ordblinde. Hvor mange var svage netlæsere? Konklusioner. anbefalinger. Litteratur. | 27 |
| • Informationstekst - Test: Skånejob. Test: Råd og rabatter. T est: Chauffør. Test: Efterfyraften. Konklusioner. anbefalinger. Litteratur. | 41 |
| • Nyheder - Problemer med test af nyheder. Forbundsnyheder: Udenlandske arbejdere. Bøllebank. Omskrevne nyheder: Kort nyhed. Ultrakort tekst. Kort nyhed med links. Lokale afdelings- nyheder: ASE. Fisketur. Fri læsning af nyheder. Interesse, forståelse og tilfredshed med nyheder. To cases. Konklusioner. Anbefalinger. Litteratur. | 53 |
| • Billeder - Billede som indgangspunkt. Billeder der ikke blev kigget. Billeder med ansigter. Billeder med tekst. Billede med anatomi. Konklusioner. anbefalinger. Litteratur. | 69 |

Eyetrack 3F"

Sådan læser 3F'ere på nettet. Udvikling af netvenlige teksformer med eyetrack testing

Udgiver: UPDATE & 3F

Udgivelse: Marts 2009

Testledelse: Haakon Lund

Rapport-forfatter: Nils Ulrik Pedersen

Øvrig projektgruppe: Susanne Fasting, Henrik Lilholt, Peter From Jacobsen

Design og layout: Lau Mattesen, Fagbladet/3F Kommunikation

Tryk: 3F, Kampmannsgade 4, 1790 København V.

Web: www.3f.dk/eyetrack

Forord

Eyetrack 3F er den første større eyetrack-undersøgelse af danske internetbrugeres læsemønstre på nettet.

Eyetrack 3F gennemføres i samarbejde mellem UPDATE og 3F.

UPDATE ønsker at samle eksisterende ekspertise inden for eyetracking i Danmark og bidrage til øget kendskab til og udvikling af testmetoder af webindhold.

3F har en lang tradition for at sætte fokus på de læsesvages deltagelse i samfundslivet.

3F ønsker med eyetrack-undersøgelsen at få belyst forhold omkring læsning på nettet for at forbedre sin webkommunikation i forhold til medlemmer og offentlighed og til læsesvage medlemmer i særdeleshed.

Målet med denne undersøgelse er ikke at føre endelige beviser. Til gengæld giver det undersøgelsesmateriale anledning til at observere et stort antal "små sandheder" - data, viden og punktvis indsigter i komplicerede processer, der bestemmer læsemønstre og brugeradfærd på nettet.

Projektgruppen bag Eyetrack 3F siger tak til 3F afdelinger for velvillig hjælp til at skaffe testpersoner og særlig tak til 3F Vejle for at lægge hus til gennemførelse af test.

Læs mere om Eyetrack 3F på www.3f.dk/eyetrack

Om parterne bag Eyetrack 3F

UPDATE, Center for Journalistisk Kompetenceudvikling, er udbyder af efteruddannelse og opkvalificering af journalister og folk i mediebranchen. Kontakt: Peter From Jacobsen - pf@update.dk

3F, Fagligt Fælles Forbund, er Danmarks største faglige organisation med over 300.000 medlemmer inden for industri, byggeri, anlæg og service. Kontakt: Susanne Fasting - susanne.fasting@3f.dk

Sammenfatning

Læsemønstre

Testpersonernes generelle læsemønstre stemte overens med de læsemønstre på nettet som er påvist i internationale eyetracking-undersøgelser.

Eyetrack 3F-undersøgelsens testpersoner:

- Kiggede først i midten og toppen af websider.
- Fastholdt fokus på midten af websider - med tendens til at overse informationer i websiders yderkant.
- Havde tendens til at kigge mest i venstre side af overskrifter og tekster.
- Læste websider i F-mønster.
- Var flittige læsere af mellemoverskrifter.

Svage læsere

Langsom, usikker læsning og begrænset overblik over websider var udbredt blandt undersøgelsens testpersoner.

Undersøgelsen viste markante forskelle i læsemønstre mellem forskellige typer af testpersoner.

- Pløjelæsning af webtekst – læsning ord for ord og linje for linje – og genlæsning af ord og linjer var udbredt.
- En stor andel af testpersoner var ude af stand til - eller havde store vanskeligheder med - at få øje på informationer uden for websiders midterfelt.
- Sammenlagt havde otte af undersøgelsens 17 3F'ere – svarende til 47 procent - den netadfærd som karakteriserer en svag læser på nettet.
- Alle testpersoner, der beskrev sig selv som ordblinde, tilhørte undersøgelsens gruppe af svage netlæsere.
- To af seks 3F tillidsrepræsentanter tilhørte gruppen af svage læsere på nettet.
- En af undersøgelsens to etniske 3F-medlemmer tilhørte gruppen af svage læsere på nettet.
- Til sammenligning tilhørte ingen af undersøgelsens kontrolgruppe af journalister gruppen af svage læsere på nettet.

Informationstekst

Omskrivning af webtekst gjorde en forskel og medvirkede til at ændre testpersoners læsemønstre i retning af hurtig og mere effektiv skimlæsning.

- I en sammenlignende test af omskrevet informationstekst var 3F-testpersoner i gennemsnit 42 procent hurtigere til at finde svar i en omskrevet tekst end i den oprindelige tekst.
- Forbedringerne svingede blandt undersøgelsens 3F'ere mellem 10-80 procent.
- Omskrivning af webtekst var mindre effektiv i lange tekster. Mange 3F'ere havde problemer med at navigere lange websider.
- Spredning af samhörørende informationer forskellige steder i en tekst – uklar struktur i tekst - medvirkede til at skabe misforståelser blandt testpersoner.

Nyheder

Læsning af nyheder fra 3F var en langsommelig og vanskelig opgave for mange af undersøgelsens 3F-medlemmer. Hver fjerde 3F'er opgav i tests at læse nyheder.

Testpersoner viste i fri læse-test beskeden interesse for at læse 3F-nyheder.

Af 17 3F-testpersoner brugte

- 12 testpersoner det meste af deres fri testtid på faglige emner og informationer.
- 3 fordelte deres testtid ligeligt mellem faglige emner og nyheder.
- 2 brugte mest tid på nyheder.

Omskrivning af 3F-nyheder på forskellig måde gav ikke entydige resultater.

Billeder

Eye-track 3F viste, at billeder ofte var det første sted, testpersoner kiggede på en webside, men også at billeder med tematisk motiv (arkivbilleder) ikke blev betragtet nærmere.

- Billeder med personer blev betragtet mere opmærksomt end andre billeder:
- Billeder med glade ansigter tiltrak særligt mange kig.
- Billeder med triste eller kolde ansigter blev kun kigget lidt eller slet ikke.
- I billeder med tekst blev teksten i billedet læst.



Om eyetracking

Hvad er eyetracking?

Eye = øje

Track = spor, vej, sti

Eyetracking er en metode til at dokumentere og undersøge hvordan personers øjne bevæger sig under læsning. Data fra flere testpersoner kan samles til data, som kan afdække mønstre i læsningen.

Det er lidt firkantet sagt som at komme ind i en persons hoved og se hvad personen ser. Hver øjenbevægelse bliver nedfældet og gemt i en computer, hvor data senere kan analyseres.

Hvordan læser vi?

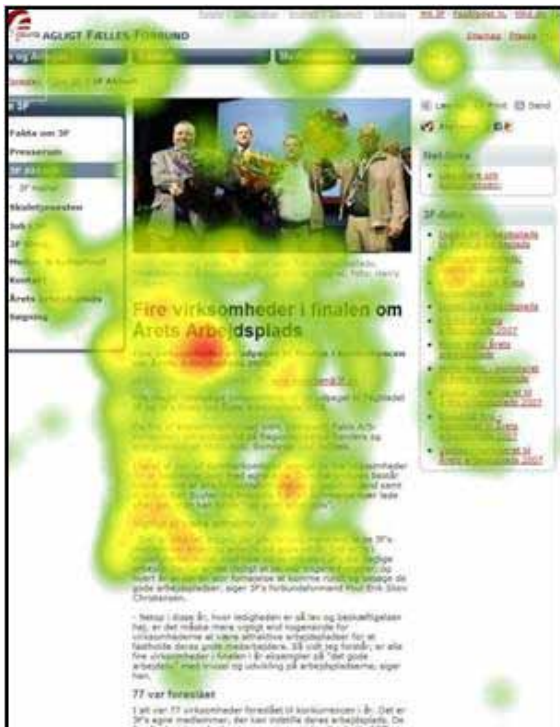
Når man læser, kigger man normalt ikke på de enkelte bogstaver, men opfatter et eller flere ord som en helhed - som et samlet budskab.

Et kig på et ord eller en gruppe af ord kaldes en fixation. En fixation varer cirka et kvart sekund (0.25 sek.).

Øjet bevæger sig ikke i en lige linje under læsning, men springer fra fixation til fixation. Bevægelsen fra den ene fixation til den anden kaldes en saccade. En saccade varer cirka en tiendedel sekund (0.1 sek.).

Fixationer er de stop som øjet foretager under læsning. Saccader er stierne mellem fixationerne.

Hvordan vises resultater fra eyetrack?



Heatmap - viser med forskellig farve de mest og mindst sete og læste dele af en webside.



Gazeplot - viser øjets fixationer i nummereret rækkefølge.



Video - viser læseforløb med øjets bevægelser gennem websider og tekst.

Om Eyetrack 3F

Eyetrack 3F på nettet

Du finder al information om Eyetrack 3F, inklusiv videoer og anden dokumentation, på undersøgelsens website: <http://www.3f.dk/eyetrack>

Beskrivelse

Eyetrack 3F er et undersøgelsesprojekt der ved hjælp af eyetracking skal medvirke til at kortlægge 3F-medlemmers læsemønstre på 3Fs website www.3f.dk

Fokus

Undersøgelsen omhandler websitets brug af tekster og fokuserer på de to mest benyttede tekstformer på websitet, nemlig informationstekster og nyhedstekster.



Eyetrack 3F-undersøgelsen er gennemført med Tobii Studio eyetracking-udstyr.

Formål

Formålet med projektet er at indsamle data og viden som kan danne grundlag for udvikling af net-venlige tekst- og kommunikationsformer i forhold til forbundets medlemmer.

Mål

Undersøgelsens mål er at

- Observere og studere læsemønstre på nettet for medlemmer af 3F.
- Dokumentere styrker og svagheder i eksisterende informations- og nyhedstekster på nettet.
- Indkredse nye modeller for nyheder og informationstekster på nettet.

Projektgruppe

Eyetrack 3F gennemføres af en projektgruppe bestående af:

- Webredaktør Susanne Fasting, 3F
- Onlinechef Henrik Lilholt, 3F
- Lektor Haakon Lund, Danmarks Biblioteksskole (testleder)
- Journalist Nils Ulrik Pedersen, Siteways Webkommunikation
- Fagmedarbejder Peter From Jacobsen, Update

Projektforløb

- 15. juni 2008: Start af projekt.
- 24. juni 2008: Fortest med seks testpersoner (København).
- 31. juli 2008: Pilottest med en testperson (København).
- 4. august 2008: Test med seks testpersoner (København).
- 5. august 2008: Test med syv testpersoner (Vejle).
- 7. august 2008: Test med syv testpersoner (København).
- Efterår 2008: Analyse og rapportering.
- Marts 2009: Udgivelse af projektrapport.

Testudstyr

Tobi Studio 1.2.22 (2007).

Teststeder

- Danmarks Biblioteksskole, Birketinget 6, 2300 København S.
- 3F Vejle, Sjællandsgade 30, 7100 Vejle.

Testpersoner

Testen omfatter i alt 20 personer: 17 medlemmer af 3F og en kontrolgruppe på tre journalister (J) uden tilknytning til 3F.

Af de 17 3F'ere er seks valgt til en eller anden form for faglig tillidspost (TR), mens 11 er menige 3F-medlemmer (M).

Om Eyetrack 3F testgruppe

- **Køn:** Mænd: 13 Kvinder: 7
- **Alder:** Gennemsnitsalder: 42 år (Yngst: 22 år, ældst: 58 år).
- **Geografi:** København: 13 Provins: 7
- **Stilling:** I job: 14. Ledig: 4. Under uddannelse: 2.
- **Etnicitet:** Dansk: 18. Indvandrere: 2
- **Læsekompetence:** Normal læser: 17. Ordblind: 3.
- **IT-kompetence:** Høj: 9. Mellem: 7. Lav: 4.

Læsekompetence er angivet ud fra testpersonens eget udsagn. Ordblinde fordeler sig med en i gruppen af tillidsrepræsentanter og to i gruppen af medlemmer.

IT-kompetence er vurderet ud fra testpersonens brug af e-mail, web og mobiltelefon. Af gruppen af tillidsrepræsentanter har fem høj IT-kompetence, en mellem og ingen lav IT-kompetence. Blandt medlemmer er fordelingen: Høj: 2, Mellem: 5, Lav: 4.

Testgruppen anses for at være repræsentativ i forhold til 3F's samlede medlemsgruppe.

Testforløb

Det samlede testforløb har en varighed af cirka en time.

Testforløbet omfatter tre forskellige test-situationer: Fri surf, løsning af opgave (informationstekst) og læsning (nyhedstekst). Disse suppleres med to spørgeskemaer samt et afsluttende interview.

Eyetrack 3F testforløb

- **Spørgeskema** (profil). Alder, køn, job m.m.
- **Testblok 1:** Fri surf fra forside af www.3f.dk. Observation af hvad testperson vælger at klikke på, hvor meget læses og hvordan.
- SUS spørgeskema om tilfredshed med site.
- **Testblok 2:** Opgaver i informations-tekster. Observation af kigge/læsestrategier og -mønstre i forsøg på at finde svar på spørgsmål til informationstekster (oprindelige og omskrevne tekster).
- **Testblok 3:** Læsning af nyhedstekster. Observation af læsemønstre og læseomfang af nyhedstekster (forbundsnyheder og afdelingsnyheder, oprindelige og omskrevne).
- **Debriefing/interview** om testblok 3. Spørgsmål om interesse, forståelse og tilfredshed med nyhedstekster.

Testmateriale

Testmaterialet omfatter hele websitet www.3f.dk (Testblok 1: Fri surf) samt 20 udvalgte websider, hvoraf ti omhandler informationstekster og ti omhandler nyhedstekster.

- I testblok 2: Opgaver i informationstekster er seks websider oprindelige og fire omskrevne.
- I testblok 3: Læsning af nyhedstekster er syv websider oprindelige og tre omskrevne.

Omskrevne sider er skrevet ind i www.3f.dk så teksterne fremstår realistiske og synlige for testpersoner. Omskrevne sider har ikke været synlige for offentligheden.

I testblok 2 vises alle websider til alle testpersoner, men i roteret form så visning af henholdsvis oprindelig og omskrevet version sker i et uforudsigeligt mønster.

I testblok 3 vises enten oprindelig eller omskrevet nyhedstekst til hver enkelt testperson.



Testperson i København 7. august 2008.



Testperson i København 4. august 2008.



Testperson i København 7. august 2008.



Testperson i Vejle 5. august 2008.



Læsemønstre

Danskere læser web lige som amerikanerne:

Eyetrack 3F bekræfter de generelle læsemønstre blandt netbrugere, som er blevet påvist i flere amerikanske undersøgelser. Brugerne starter i toppen og på midten af websider, og de fastholder midterfokus i deres weblæsning. Brugerne læser tekster i F-mønster, hvor interessen for at læse er stor fra start og derefter hurtigt faldende.

Der er ingen overraskelser i Eyetrack 3F, når det gælder brugernes generelle læsemønstre.

Til gengæld bekræfter undersøgelsen for første gang, at de generelle læsemønstre på nettet, som er kendt fra amerikanske eyetrack undersøgelser, også gælder for en gruppe af danske testpersoner.

Det var Poynter Institutes store Eyetrack III undersøgelse fra 2004, som først gjorde opmærksom på, at brugerne fokuserer på top- og midterfeltet af websider.

Eyetrack III viste:

- Fokus i toppen af websider
- Fokus på midten af websider
- Venstrefokus i tekster og indhold
- Afvisning af tæt, massiv tekst
- Omfattende læsning af småtekster, underoverskrift, billedtekst

I 2006 beskrev den dansk-amerikanske netekspert Jakob Nielsen et "F-mønster" i læsning på nettet.

F-mønstret er karakteriseret ved

- Brugere starter frisk med at læse tekst fra top
- Brugere bliver hurtigt trætte af at læse og overgår til at skimme teksten
- Brugere afslutter ofte ikke hele linjer og sætninger
- Brugere skimlæser mellemoverskrifter

Den form for læsning tegner et tydeligt F-mønster i Eyetrack undersøgelser, fordi brugerne ofte har to vandrette faner i toppen af teksten, og efterfølgende ligger fokus lodret i venstre side af teksten.

Start i midt-top af websider

Det første sted brugere kiggede, når de kom til en webside, var i toppen og i midten.

Websidens top-midterfelt var helt dominerende som indgang til en webside. Kun i enkelte tilfælde landede det første blik på websiden i sidens højre eller venstre side.

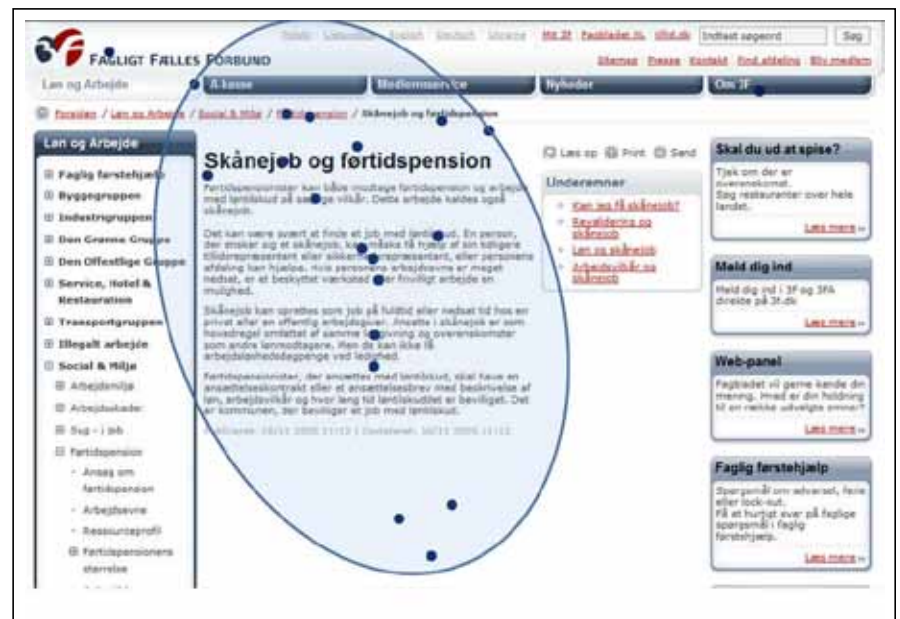
Gennemgang af en række websider viste, at over 90 procent af brugernes første kig lå i websidens midterfelt.

Undersøgelsen viste også, at mange brugeres første kig på websider var på billedet, hvis websiden havde et billede i toppen af siden.

Det skal dog siges, at når man sammenligner brugernes første kig på to korte websider, hvor den ene har et billede og den anden ikke, så var mønstret for førstegangs-kig stort set identiske.



En skrånende oval markerer det område i toppen og midten af websiden hvor brugeres første blik lander. Prikkerne markerer steder, hvor de enkelte testpersoner kigger første gang.



I kommende test af førstegangs-kig vil det være oplagt at teste samme webside med og uden billede for at lære mere om, hvorvidt billeder spiller en rolle for, hvor brugere kigger først på websider.

Som det fremgår af illustrationen, så kan det område, som brugerne kiggede på først, beskrives som en skrånende oval, der dækker toppen af websidens midterfelt med tendens til mest kig til venstre i toppen og mest kig til højre i bunden.

Samme ovale mønster gik igen med mindre variationer også på lange websider.

Midterfokus på websider

Testpersoner i Eyetrack 3F havde fra første kig fokus på midten af websiderne, og dette midterfokus blev fastholdt i al webbrug.

Midterfokus er det naturlige, fordi det typisk er i midten af websiderne, at brugerne finder det vigtige indhold.

De fleste websider er organiseret i tre eller flere kolonner eller spalter. Midterfeltet er bredt og dominerende, og det rummer sidens vigtigste indhold. Midterfeltet er som regel flankeret af en venstrespalte med navigationsmenu og en eller flere højrespalter, ofte med fakta, links eller andre former for supplerende informationer og tilbud. 3F's website er ingen undtagelse fra dette udbredte web-layout.

Der kan opstå problemer, når brugernes midterfokus bliver stærkt overdrevent. Eyetrack 3F identificerede et betydeligt antal testpersoner med svagt læsemønster på nettet. De havde så stærkt fokus på websidernes midterfelt, at de kun i ringe grad eller slet ikke havde øje for mulige relevante informationer i websidernes yderkant. (Se kapitlet: Svage læsere på nettet).

Venstrefokus ved skimlæsning

Både Poynter-undersøgelsen Eyetrack III og Jakob Nielsens F-mønster viser, at mange brugere skimlæser så hurtigt, at de ikke læser overskrifter og linier i webtekster færdige.

Denne tendens til forstærket fokus på venstre side af teksterne og siderne fremgik også tydeligt af Eyetrack 3F.

I overskrifter og underoverskrifter og mellemoverskrifter i nyheder var det tydeligt at se, at opmærksomheden var større på venstre side end på højre side.

Den første del af en overskrift, underoverskrift og mellemoverskrift blev set og læst mest, mens den afsluttende del af overskrifterne fik mindre opmærksomhed.

3F: Udenlandske arbejdere skal testes

3F kræver test af alle udenlandske arbejdere, der skal udføre arbejde, som i Danmark kræver, at man har erhvervet certifikat - med mindre arbejderne har en lovpligtig uddannelse fra hjemlandet.

Fælles klage til ombudsmand: Forbyd JBS-reklame

Opdateret: JBS vil fjerne omstridt reklame., efter at seks store fagforbund samt Kvinderådet torsdag sendte en fælles klage til forbrugerombudsmanden over sexistisk undertøjsreklame fra JBS.

Ny regel: Arbejdsløse skal søge job på nettet hver uge

Men undersøgelser viser, at mange arbejdsløse slet ikke har adgang til internet

Bøllebank til landets øverste bankdirektør

Der er for få ledige, og mere arbejdsløshed er godt for økonomien. Den melding fra Danmarks nationalbankdirektør udløser vrede og undren lige fra beskæftigelsesministeren til 3F.

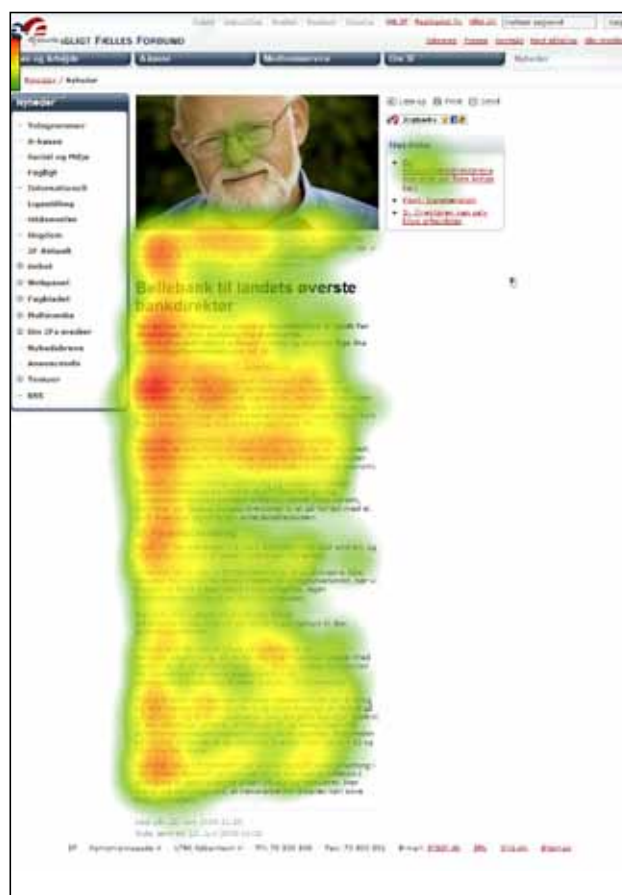
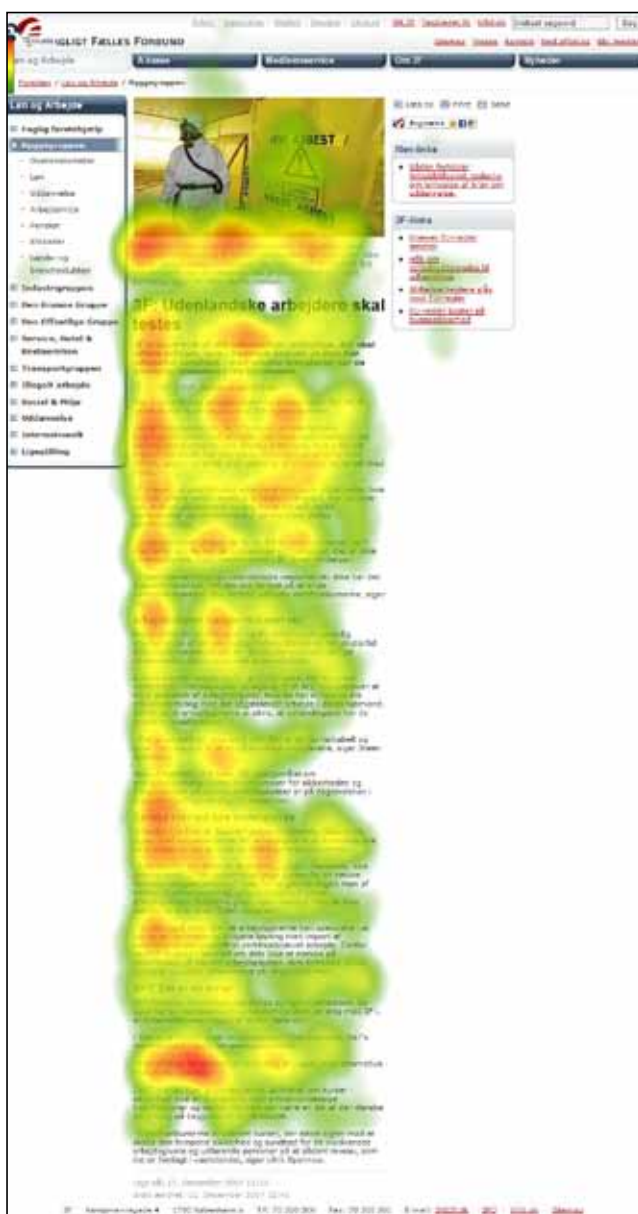
- 1/7 [Banangigant skal stå skoleret](#)
- 25/6 [Der var engang - i Zimbabwe](#)
- 25/6 [Faglig leder skudt i Guatemala](#)
- 25/6 [Indiske børn fra teglværker til skolebænken](#)
- 25/6 [Fødevarekrisen - et overskudsproblem?](#)
- 25/6 [Kina åbner for ret til streike](#)
- 25/6 [Ny EU-dom underkender lov mod social dumping](#)
- 16/6 [Storpolitisk spil om Colombia](#)
- 16/6 [Irsk nej kan sikre konfliktretten](#)
- 16/6 [Modstand mod Mugabe er med livet som indsats](#)

Udsnit af websider viste mere øje-aktivitet på venstre side af overskrifter, underoverskrifter og tekster end på højre side. Læseretningen er som bekendt fra venstre mod højre. Venstre-mønsteret indikerer, at testpersonerne skimlæster så hurtigt, at de ikke nåede at få læst slutningerne af overskrifter og linjer med.

Læsning i F-mønster

Eyetrack 3F viste, at der var et udbredt F-mønster i den måde, testpersonerne læste webtekster.

Testpersonerne kom frisk fra start med intensiv læsning hele linjen ud i de første afsnit af teksten. Men efterhånden gled læsningen over i skimlæsning, hvor øjet ikke nåede helt ud til linjens afslutning. Tekst og mellemoverskrifter blev skimlæst i en mere lodret end vandret bevægelse.



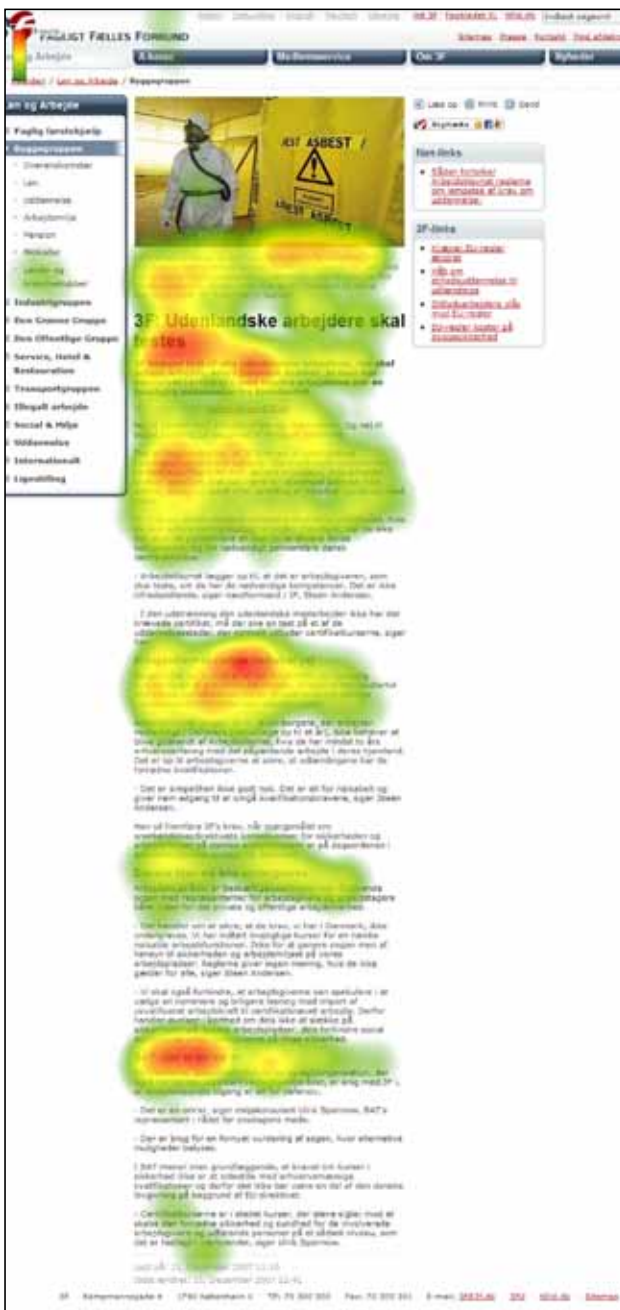
Eyetrack 3F bekræfter med stor tydelighed, at en gruppe af danske testpersoner læser webtekster i F-mønster.

Læsning af mellemoverskrifter

Heatmaps af testpersonernes læsemønstre viste næsten konsekvent forstærket øje-aktivitet på og omkring mellemoverskrifter. Det er helt i tråd med amerikansk eyetrack-forskning.

Mellemoverskrifter hjalp både stærke og svage netlæsere til at orientere sig i tekster.

Når testpersoner var på vej til at springe ud af nyhedstekst, så medvirkede mellemoverskrifter til at fastholde personen et øjeblik længere.



Gennemgang af både nyhedssider og informationsider viste overalt forstærket øje-aktivitet på mellemoverskrifter. Eyetrack 3F anbefaler øget brug af mellemoverskrifter i webtekster.

Konklusioner om læsemønstre

Efter denne analyse af generelle læsemønstre i Eyetrack 3F, er spørgsmålet om 3F bruger de dele af websiden, hvor brugernes opmærksomhed er størst, på den rigtige måde? Og hvordan kan 3F knytte de dele af websiden, hvor opmærksomheden er lav - først og fremmest den højre spalte - stærkere til websidens midterfelt, så risikoen for, at yderområder bliver "usynlige" for brugere mindskes?

En måde at opgradere yderområdet på kan være at lægge mere interessant og værdifuldt indhold ind i højrespalterne.

I øjeblikket er mange af de faktabokse, der ligger i højre spalte, præget af lange, tætte og tunge tekster, som er skrevet på måder, som afvises af mange netbrugere. Opmærksomheden på fakta-information i højre side kan styrkes ved at benytte kortere og mere netvenlige skriveformer, for eksempel ved at skrive fakta i punkter.

Den udbredte læsning i F-mønster på websider understreger, at det er vigtigt at placere og aflevere vigtige informationer og budskaber i toppen af websider - og i begyndelsen af tekster - hvor brugernes motivation for at læse er størst.

Hvis der var en forskel på amerikanske undersøgelsesresultater og Eyetrack 3F, så var det at F-mønstret i Eyetrack 3F var af en mere "tung" karakter. Her var der mindre skimlæsning og mere pløjelæsning, hvor testpersonerne læste teksterne linje for linje.

Samtidig var der hurtigt exit ("drop-out") fra hver fjerde testperson fra lange nyheder med tæt tekst.

Begge observationer kan pege i retning af, at 3F'ere er bedst tjent med forholdsvis korte websider og tekster.

Anbefalinger: Læsemønstre

Forenkling

Undersøgelsen viste, at mange 3F'ere oplevede 3F-websider som uoverskuelige og vanskelige at læse. Mest iøjnefaldende var en udbredt mangel på evne til at opfatte en webside som en helhed ("snævert synsfelt").

Det virker som om, at man kan støtte brugerens overblik og læsning af websider, ved at forenkle websidernes kompleksitet. Der skal være "mere ro" på websiden, så brugerne hurtigt kan skabe sig overblik over de enkelte ele-

menter. Roen skal også skabe større tydelighed om websidens informationer og budskaber.

Anbefalinger:

- *Generelt mål om at forenkle design og organisation af websider*
- *Større skriftstørrelse i overskrift signalerer sidens budskab mere tydeligt*
- *Større skriftstørrelse i underoverskrift/resumé understreger underoverskriftens rolle som sidens andenvigtigste budskab*

Konsekvens

Det gør det sværere for brugerne at bevare overblikket og læse websider, hvis der er store variationer og uensartethed fra webside til webside.

Større konsekvens i tekstmodeller og side-design vil medvirke til forbedret brugervenlighed. Det vil sige, at for eksempel underoverskrifter skal være ensartede, og der må gerne være faste og præcise retningslinier for længde.

Der bør også være konsekvente regler om, hvordan man bruger faktabokse, hvor lange de må være, og hvor de placeres på siden. Hvis brugerne oplever faste og genkendelige mønstre fra webside til webside, vil det understøtte let og sikker brug af webtekster og websider.

Anbefaling:

- *Der skal laves faste retningslinjer for formen af informationssider og nyheds-sider for at sikre, at de fremtræder med en høj grad af ensartethed, forudsigelighed og konsekvens.*

Overblik

Mange testpersoner oplevede teksten i websidens midterfelt og faktabokse i højre side som adskilte verdener. Der var et tydeligt mønster, hvor komponenter og informationer i højre side ikke blev set eller læst.

Det ensidige midterfokus hos mange testpersoner var et udslag af snævert synsfelt, og at websidernes design ikke fungerede hensigtsmæssigt i forhold til særligt disse brugere.

Derfor bør midterfeltet og komponenter på højre side integreres bedre. Det kan gøres ved at udvide overskriften, underoverskriften og billederne, så disse elementer tilsammen danner en bredere paraply over midterfeltet med den primære information.

Anbefaling:

- *Udvid websidens topfelt med overskrift, underoverskrift og billede*
- *Placer faktabokse, linkbokse og andre relaterede komponenter inden for et bredere defineret midterfelt*



Skriv vigtige nøgleord først

Undersøgelsen bekræftede, at også 3F'ere var mest opmærksomme på venstre side af tekster og læsefelter, når de scannede, skimlæste og læste websider.

Det understøtter de generelle retningslinier om, at man skal placere vigtige nøgleord og informationer først eller i begyndelsen af sidetitel, overskrift, underoverskrift, indledning, afsnit, mellemoverskrifter, punktopstillinger og billedtekster.

Anbefaling:

- *Skriv nøgleord først*

Litteratur om læsemønstre

Eyetrack III. Online News Consumer Behavior in the Age of Multimedia. Poynter Institute, Florida, USA, 2004 - <http://www.poynterextra.org/eyetrack2004/index.htm>

Jakob Nielsen: F-Shaped Pattern for Reading Web Content, Alertbox, April 16, 2006 - http://www.useit.com/alertbox/reading_pattern.html



Svage læsere

Mange 3F'ere er svage læsere på nettet: Eyetrack 3F viser, at langsom, usikker læsning og mangel på overblik over websider er udbredt blandt 3F-medlemmer. Otte ud af undersøgelsens 17 3F'ere - 47 procent - har den netadfærd, som karakteriserer en svag læser på nettet. Alle undersøgelsens ordblinde deltagere tilhører undersøgelsens gruppe af svage netlæsere.

Ifølge den dansk-amerikanske netekspert Jakob Nielsen er der flere måder hvor svag læsning på nettet kommer til udtryk. Brugerens læsemønster og overblik over elementer på en webside er de vigtigste kendetegn:

Pløjelæsning - ("plow"). Svage netlæsere kan læse, men de læser med betydelige vanskeligheder. Pløjelæsning vil sige, at læseren går til en webside, som en landmand pløjer en mark, og læser langsomt og systematisk fra side til side og fra top til bund. En svag netlæser læser websidens tekst ord for ord og linie for linie. Stærke netlæsere "scanner" eller skimlæser webtekster, men det gør svage netlæsere ikke.

Snævert synsfelt - ("narrow field of view"). Det stærke fokus på det enkelte ord og sætning medfører, at den svage netlæser ikke har øje for den tekst og de informationer, som ligger uden for et snævert synsfelt. Den svage netlæser har vanskeligheder med at opfatte en tekst og en webside som en helhed. I stedet fokuserer han på afgrænsede dele af tekst og webside. Svage netlæsere er også mindre tilbøjelige til at rulle eller scrolle ned ad en webside end stærke læsere.

Eyetrack 3F fandt flere læsere, som passede på Jakob Nielsens kendetegn for svag læsning på nettet. Undersøgelsen viste, at svage læsers adfærd på nettet er radikalt forskellig fra andre brugeres, og at en stor andel af testdeltagere på et eller flere punkter tilhører gruppen af svage netlæsere.

Pløjelæsning

Pløjelæsning er langsom, usikker læsning af tekst.

Flere af testpersonerne i undersøgelsen så ud til slet ikke at komme ud af stedet. De sprang ofte tilbage og læste ord eller sætninger igen, som om de allerede havde glemt, hvad de havde læst eller måtte læse det igen for at sikre sig, at de havde forstået det læste.

I nogle tilfælde blev et tekst-afsnit eller en hel tekst genlæst op til tre gange.

Der var også en tendens til, at de svage netlæsere var tilbageholdende eller sene til at scrolle længere ned i en tekst. I et tilfælde læste en testperson teksten grundigt inden for skærmbilledet og genlæste det meste af teksten igen, før han begyndte at scrolle.

For at kunne scrolle er man nødt til at afbryde sin læsning, og ifølge Jacob Nielsen er det grunden til, at svage netlæsere er tilbageholdende med at scrolle. De har simpelthen svært ved at finde tilbage til læsestedet.

Svage læsere benyttede også en anden strategi, når de stødte på webtekster og websider, de oplevede som svære. Den gik ud på at springe tekstafsnit eller hele tekster over.

I testen af nyhedssider var der flere eksempler på "drop-outs" - det vil sige testpersoner, der hurtigt besluttede at forlade en webside efter kun at have læst en lille del af sidens tekst. Tre af de fire testpersoner, der "droppede ud" af undersøgelsens test af 3F-nyheder, tilhørte undersøgelsens gruppe af svage netlæsere. Se mere om drop-outs i kapitel: Nyheder


Eye-track 3F viste, at pløjelæsning blev brugt i alle former for testede webtekster, fra informationstekst og nyhedstekster til forside-henvisninger og tekster i faktabokse.

Pløjelæsningen var mest udbredt og mest tydelig i tætte, massive tekstformer, men den blev også set i forbindelse med netvenlig tekst, der ellers inviterer læseren til at skimme eller læse den hurtigt.


Pløjelæsning i tæt, massiv tekst

Pløjelæsning var mest udbredt og markant i tæt, massiv tekst og var ensbetydende med lange læsetider.


Pløjelæsning af informationstekst, tæt tekst

I opgave 10 skulle testperson M4 finde en information dybt nede i en lang, tæt informationstekst. M4 pløjelæste i skærmbilledet og genlæste teksten, før han besluttede sig til at scrolle. Den samlede læsetid var 1.40 minutter. 

Pløjelæsning af nyhedstekst, tæt tekst

I opgave 11 blev testperson M11 instrueret i at læse en 3F forbundsnyhed. M11 pløjelæste sig gennem nyheden og fik en samlet læsetid på 2.56 minutter. 


Pløjelæsning af nyhedstekst, tæt tekst

I opgave 11 blev testperson TR5 instrueret i at læse en 3F forbundsnyhed. TR5 læste gennem nyheden og fik en samlet læsetid på 4.01 minut. 


Pløjelæsning i netvenlig tekst

Pløjelæsning forekom også i tekster, der ellers inviterer til hurtig-læsning og skimlæsning. Netvenlig tekst er karakteriseret ved korte afsnit, luft mellem afsnit, mange mellemoverskrifter og informationer i punktopstilling.

Pløjelæsning af informationstekst, netvenlig

I opgave 4 skulle testperson M4 finde information om fritidstilbud. Tekstafsnittet om fritid var tydeligt markeret med en mellemoverskrift, men M4 pløjelæste alligevel teksten fra toppen ned til opgavens svar. 

Pløjelæsning af informationstekst, netvenlig


I opgave 9 skulle samme testperson M4 finde information om Falck. Tekstafsnittet om Falck var tydeligt markeret med mellemoverskrift, men M4 afstod fra at skimlæse teksten og pløjelæste teksten fra toppen ned til opgavens svar. 

For testperson M4 og andre testpersoner i undersøgelsen viste det sig, at mønsteret med pløjelæsning sad fast, uanset hvilken type af tekst de blev bedt om at læse. For dem hjalp det ikke noget at få en netvenlig tekst, som indbød til skimlæsning.

Reduceret pløjelæsning i netvenlig tekst


Andre testpersoner kunne ændre læsemønster og gå væk fra pløjelæsning, hvis en tæt tekst blev skrevet om til netvenlig tekst.

Pløjelæsning af informationstekst, tæt

I opgave 3 skulle testperson M9 finde information om forsikringer. Teksten var massiv og tæt, og testpersonen pløjelæste fra start. Testpersonen fandt opgavens svar i tekstens første afsnit på 0.17 minutter. 

Skimlæsning af informationstekst, netvenlig

I opgave 4 skulle samme testperson M9 finde information om fritidstilbud. Teksten var luftig og netvenlig, og afsnittet om fritidstilbud var tydeligt markeret med mellemoverskriften: Fritid.

Testpersonen afstod fra starten fra at pløjelæse og skimlæste i stedet hurtigt ned til det relevante tekstafsnit og fandt opgavens svar på 0.13 minutter. 

Snævert synsfelt

Undersøgelsen viste tydeligt, at en stor del af testgruppen af 3F-medlemmer havde et snævert synsfelt på websider.


Snævert synsfelt medfører, at en person overser tekst og informationer, som andre ser uden vanskeligheder.

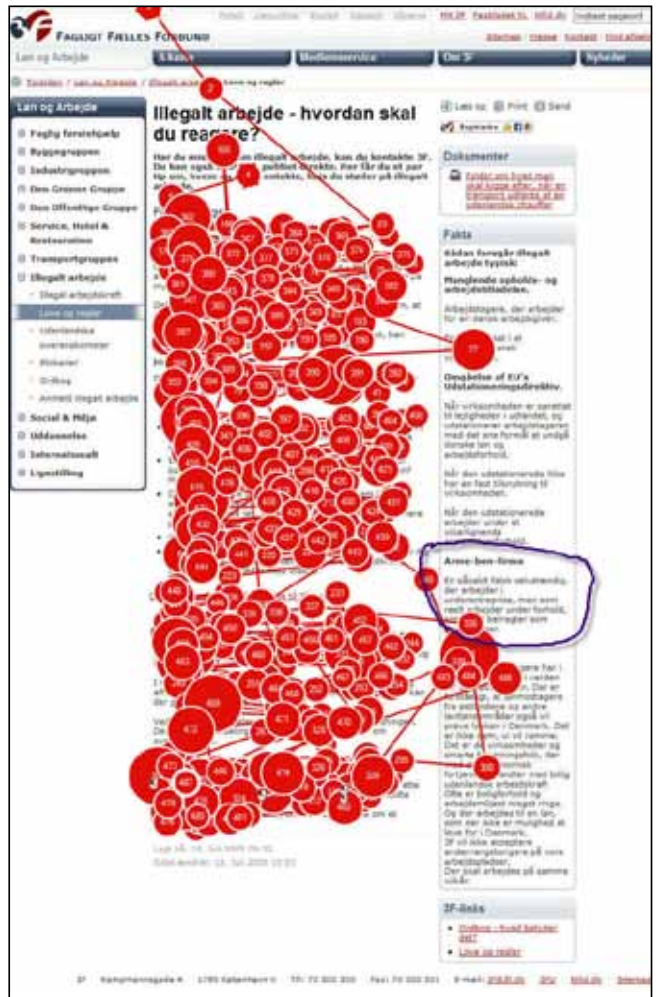
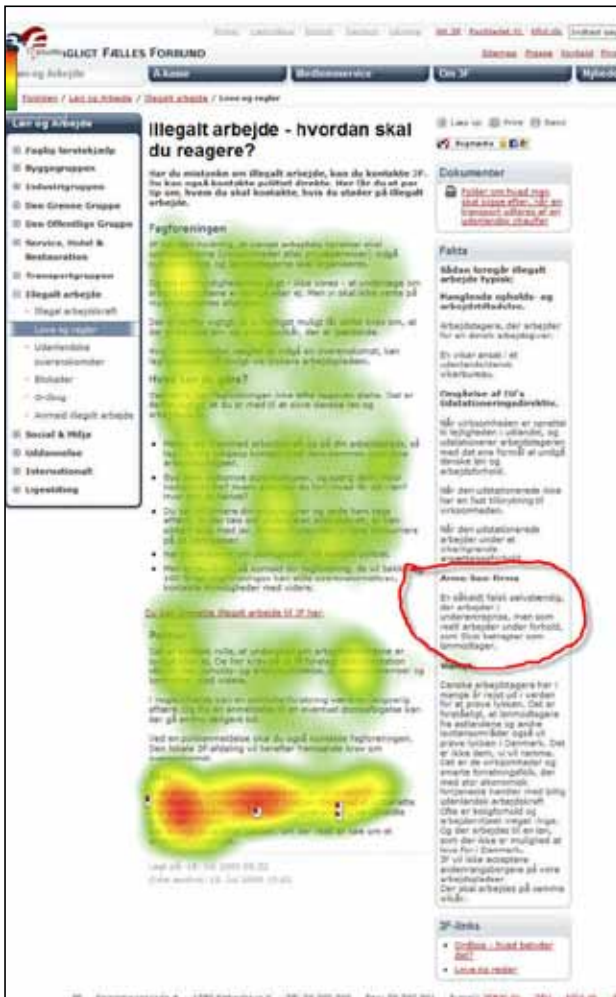
Hele personens opmærksomhed er rettet mod at læse og forstå teksten, og personen er derfor meget mindre tilbøjelig til at bemærke information for oven, for neden eller ved siden af den tekst, de læser.

Det er vigtigt at betone, at denne form for snævert synsfelt ikke er fysisk betinget, men er et læsemæssigt og psykologisk fænomen.

Snævert synsfelt i informationstekst

I opgave 5 - en informationsside om illegalt arbejde - var spørgsmålet: Hvad er et arme-ben firma? Svaret på spørgsmålet var placeret i en faktaboks til højre på websiden, altså uden for websidens primære tekstfelt og midterfelt.

De fleste testpersoner havde store vanskeligheder med at få øje på informationen i højre side. Testperson TR6 læste teksten i midterfeltet tre gange, men måtte efter en samlet læsetid på 2.42 minutter opgive at finde svaret på opgavens spørgsmål. 



Testperson TR6 læser og genlæser tekst i websidens midterfelt, men får ikke øje på den information han søger om arme-ben-firmaer i spalten i højre side.

Markante forskelle på stærke og svage netlæsere

Der var stor forskel på svage og stærke læsers læsemønstre, læsetider og overblik over websider.

Forskelle i læsemønstre

Forskelle i læsemønstrene fremgik blandt andet af svarene på to opgaver om skånejob. I opgave 1 skulle læserne finde svaret i en informationstekst, som fremstod som tæt og massiv. I opgave 2 skulle læserne finde svaret i en omskrevet, netvenlig version af samme tekst.

Samenligningen viste, at den svage læser benyttede pløjelæsning og var relativt langsom til at finde svarene, mens den stærke læser skimmede teksterne og hurtigt fandt frem til svarene.

Den svage netlæser

Testpersonen TR6 pløjelæste opgave 1 og brugte 0.28 minutter på at finde opgavens svar. TR6 pløjelæste også overvejende i opgave 2, men blev hjulpet noget af den netvenlige tekstform og klarede opgave 2 på kortere tid, nemlig på 0.15 minutter. ▶

Skånejob og førtidspension

Førtidspensionister kan både modtage førtidspension og arbejde med løntilskud på særlige vilkår. Dette arbejde kaldes også skånejob.

Det kan være svært at finde et job med løntilskud. En person, der ønsker sig et skånejob, kan måske få hjælp af sin tidligere tillidsrepræsentant eller sikkerhedsrepræsentant, eller personens afdeling kan hjælpe. Hvis personens arbejdsevne er meget nedsat, er et beskyttet værksted eller frivilligt arbejde en mulighed.

Skånejob kan oprettes som job på fuldtid eller nedsat tid hos en privat eller en offentlig arbejdsgiver. Ansatte i skånejob er som hovedregel omfattet af samme lovgivning og overenskomster som andre lønmodtagere. Men de kan ikke få arbejdsløshedsdagpenge ved ledighed.

Førtidspensionister, der ansættes med løntilskud, skal have en ansættelseskontrakt eller et ansættelsesbrev med beskrivelse af løn, arbejdsvilkår og hvor lang tid løntilskuddet er bevilget. Det er kommunen, der bevilger et job med løntilskud.

Publiceret: 16/11 2005 11:12 | Opdateret: 16/11 2005 11:12

Testperson TR6 pløjelæser sig til svar i både tæt, massiv tekst (opgave 1) og i luftig tekst med korte afsnit, mellemoverskrifter og punkter (opgave 2).

Skånejob og førtidspension

Hvad er et skånejob?

Et skånejob er et job, som er let at passe. Din kommune betaler et tilskud til lønnen.

Hvad er reglerne for skånejob?

Skånejob kan være på fuld tid eller på deltid. Et skånejob kan være i en privat virksomhed eller i det offentlige.

Der gælder samme love og overenskomster for skånejobs, som for andre jobs.

Der er en vigtig undtagelse: Du kan ikke få dagpenge, hvis du bliver fyret fra et skånejob.

Hvem skal sige ja til et skånejob?

Det er **en kommune**, der godkender et skånejob. Kommunen betaler et tilskud til lønnen.

Du skal have et ansættelsesbrev. Det beskriver skånejobbet - løn, arbejdsvilkår og varighed af løntilskud.

Hvordan finder jeg et skånejob?

Det kan være svært at finde et skånejob. Her er nogle, der kan hjælpe dig med at finde et skånejob:

- Din 3F-afdeling
- Din tillidsrepræsentant
- Din sikkerhedsrepræsentant

Hvis du har svært ved at finde et normalt job, er arbejde på et beskyttet værksted eller frivilligt arbejde måske en mulighed.

Publiceret: 04/08 2008 09:26 | Opdateret: 04/08 2008 09:27

Den stærke netlæser

Testpersonen J2 benyttede skimlæsning i opgave 1 med tæt, massiv tekst og fandt svaret på 0.10 minutter. Testpersonen J2 skimlæste også den omskrevne netvenlige tekst i opgave 2 og zoomede hurtigt ind på svaret med en samlet læsetid på 0.05 minutter. ▶

Skånejob og førtidspension

Førtidspensionister kan både modtage førtidspension og arbejde med løntilskud på særlige vilkår. Dette arbejde kaldes også skånejob.

Det kan være svært at finde et job med løntilskud. En person, der ønsker sig et skånejob, kan måske få hjælp af sin tidligere tillidsrepræsentant eller sikkerhedsrepræsentant, eller personens afdeling kan hjælpe. Hvis personens arbejdsevne er meget nedsat, er et beskyttet værksted eller frivilligt arbejde en mulighed.

Skånejob kan oprettes som job på fuldtid eller nedsat tid hos en privat eller en offentlig arbejdsgiver. Ansættelse i skånejob er som hovedregel omfattet af samme lovgivning og overenskomster som andre lønmodtagere. Men de kan ikke få arbejdsløshedsdagpenge ved ledighed.

Førtidspensionister, der ansættes med løntilskud, skal have en ansættelseskontrakt eller et ansættelsesbrev med beskrivelse af løn, arbejdsvilkår og hvor lang tid løntilskuddet er bevilliget. Det er kommunen, der bevilliger et job med løntilskud.

Publiceret: 16/11 2005 11:12 | Opdateret: 16/11 2005 11:12

Testperson J2 skimlæser og finder hurtigt svar i tæt tekst (opgave 1) og luftig, let læsbar tekst (opgave 2).

Skånejob og førtidspension

Hvad er et skånejob?

Et skånejob er et job, som er let at passe.

Din kommune betaler et tilskud til lønnen.

Hvad er reglerne for skånejob?

Skånejob kan være på fuld tid eller på deltid.

Et skånejob kan være i en privat virksomhed eller i det offentlige.

Der gælder samme love og overenskomster for skånejobs, som for andre jobs.

Der er en vigtig undtagelse: Du kan ikke få dagpenge, hvis du bliver fyret fra et skånejob.

Hvem skal sige ja til et skånejob?

Det er din kommune, der godkender et skånejob. Kommunen betaler et tilskud til lønnen.

Du skal have et ansættelsesbrev. Det beskriver skånejobbet - løn, arbejdsvilkår og varighed af løntilskud.

Hvordan finder jeg et skånejob?

Det kan være svært at finde et skånejob.

Her er nogle, der kan hjælpe dig med at finde et skånejob:

- Din 3F-afdeling
- Din tillidsrepræsentant
- Din sikkerhedsrepræsentant

Hvis du har svært ved at finde et normalt job, er arbejde på et beskyttet værksted eller frivilligt arbejde måske en mulighed.

Publiceret: 04/08 2008 09:26 | Opdateret: 04/08 2008 09:27

Forskelle i synsfelt

Betydningen af forskellen i synsfelt mellem svage og stærke netlæsere fremgik tydeligt af en opgave baseret på en nyhed om, at 3F's forbundsformand snart ville komme på besøg hos 3F i Varde.

Læsere blev bedt om at svare på, hvor forbundsformanden havde sit første faglige job som afdelingsformand. Svaret var Struer, og den information var placeret i en faktaboks øverst til højre på websiden.

Fire af de 17 3F'ere i undersøgelsen fik aldrig øje på informationen i højre side, selv om de brugte lang tid på at læse siden, mens stærke netlæsere hurtigt dannede sig et overblik over hele websiden og fandt den ønskede information.

Den svage netlæser

Testperson M5 læste længe i 2.38 minutter på sidens midterfelt, men fandt aldrig opgavens svar i højre side. 



VARDE
16/10
2008

Mød forbundsformanden i Varde

Afholdes torsdag 16/10 2008

Målgruppe: Medlemmer

Af Karl Nielsen | karl.nielsen@3f.dk

Torsdag den 16. oktober 2008 besøger forbundsformand for 3F Poul Erik Skov Christensen 3F Varde og vil bl.a. møde medlemmerne på et fyraftensmøde.

Poul Erik blev formand for SiD i 1979, hvor han afløste Hardy Hansen og ved fusionen mellem SiD og KAD i 2005 blev han formand for det nye fagligt Fælles Forbund - 3F.

Har du spørgsmål til forbundsformanden?

Poul Erik Skov Christensen deltager i fyraftensmødet hvor alle medlemmer er velkomne og har du spørgsmål du ønsker svar på fra formanden, bliver der mulighed for det på mødet, men du kan også sende dit spørgsmål til 3F Varde nu, så giver vi spørgsmålet videre til Poul Erik på mødet >> varde@3f.dk

Forbundsformanden på besøg hos dig?

I løbet af dagen den 16. oktober 2008 vil vi gerne vise Poul Erik Skov Christensen en eller måske flere spændende virksomheder i Varde området.

Er det din virksomhed han besøger?

Vil du og din arbejdsplads gerne vise Poul Erik jeres arbejdsplads, så skriv sømning til faglig sekretær Karl Nielsen i 3F Varde snarest muligt, så vi sammen kan aftale hvad det er du synes Poul Erik bør se og høre om hos jer!

Telefon 3F Varde 70 300 862
Mail til 3F Varde varde@3f.dk

Husk at oplyse dit navn og telefonnummer når du skriver til os på mail.

Poul Eriks faglige karriere:

Bl.a. sømand, skibsværftsarbejder og jord- og betonarbejder.

- 1977 Opmålerkonsulent i SiD
- 1979 formand for SiD Struer afdeling
- 1980 forretningsfører i SiD's A.B.-gruppe
- 1988 grupperformand for A.B.-gruppen
- 1988 formand for BAT-kartellet
- 1996 forbundsformand i SiD
- 2005 forbundsformand i 3F

Aktiviteter

18/09 [Uddannelsesdag i Varde](#)

16/10 [Mød forbundsformanden i Varde](#)

[Alle »](#)

Testperson M5 læser længe (2.38 minutter) i websidens midterfelt, og finder aldrig svaret på hvor forbundsformanden engang var afdelingsformand. Svaret findes i spalten øverst til højre i siden.

Den stærke netlæser

Testperson TR1 demonstrerede overblik over hele websiden og fandt opgavens svar i højre side på kun 0.12 minutter.



Mød forbundsformanden i Varde

Afholdes torsdag 16/10 2008

Målgruppe: Medlemmer

Af Karl Nielsen | karl.nielsen@3f.dk

Torsdag den 16. oktober 2008 besøger forbundsformand for 3F Poul Erik Skov Christensen 3F Varde og vil bl.a. møde medlemmerne på et fyraftensmøde.

Poul Erik blev formand for SiD i 1996, hvor han afløste Hardy Hansen og ved fusionen mellem SiD og KAD i 2005 blev han formand for det nye Fagligt Fælles Forbund - 3F.

Har du spørgsmål til forbundsformanden?

Poul Erik Skov Christensen deltager i fyraftensmødet hvor alle medlemmer er velkomne og har du spørgsmål du ønsker svar på fra formanden, bliver der mulighed for det på mødet, men du kan også sende dit spørgsmål til 3F Varde nu, så giver vi spørgsmålet videre til Poul Erik på mødet >> varde@3f.dk

Forbundsformanden på besøg hos dig?

I løbet af dagen den 16. oktober 2008 vil vi gerne vise Poul Erik Skov Christensen en eller måske flere spændende virksomheder i Varde området.

Er det din virksomhed han besøger?

Vil du og din arbejdsgiver gerne vise Poul Erik jeres arbejdsplads, så skriv eller ring til faglig sekretær Karl Nielsen i 3F Varde snarest muligt, så vi sammen kan aftale hvad det er du synes Poul Erik bør se og høre om hos jer:

Telefon 3F Varde: 70 300 862
 Mail til 3F Varde: varde@3f.dk

Husk at oplyse dit navn og telefonnummer når du skriver til os på mail.

Læs op Print Send

Poul Eriks faglige karriere:

Bl.a. sømand, skibsværftsarbejder og jord- og betonarbejder.

- 1987 konsulent i
- 1987 formand for SiD
- 1987 formand for SiD
- 1987 formand for SiD
- 1988 gruppeformand for A.B.-gruppen
- 1988 gruppeformand for A.B.-gruppen
- 1988 formand for BAT-kartellet
- 1996 forbundsformand i SiD
- 2005 forbundsformand i 3F

Aktiviteter

18/09
[Uddannelsesdag i Varde](#)

16/10
[Mød forbundsformanden i Varde](#)

[Alle >](#)

Testperson TR1 lyn-skimmer teksten og øjet søger hurtigt ud i højre side, hvor det ønskede svar findes (0.12 minutter).

Ordblinde 3F'ere var svage netlæsere

Er ordblinde per automatik også svage netlæsere? Det kan Eyetrack F3 give et fingerpeg om.

Tre af testpersonerne i Eyetrack 3F beskrev sig selv som ordblinde. De to var almindelige 3F medlemmer, og en var 3F tilidsrepræsentant.

Det viste sig, at alle tre ordblinde hørte til i undersøgelsens gruppe af svage netlæsere. Undersøgelsen viste også, at i forhold til de ikke-ordblinde 3F medlemmer, så var de ordblinde deltagere mellem 11 og 85 procent langsomme til at læse og besvare opgaver baseret på webtekster.

Hvor mange er svage netlæsere?

Svage læsemønstre og mangel på overblik over hele websider er udbredt blandt undersøgelsens 3F-testpersoner. Men hvor mange svage netlæsere findes der generelt?

Tal fra det amerikanske undervisningsministerium viser, at 48 procent af amerikanerne betragtes som svage læsere. På den baggrund vurderede den dansk-amerikanske netekspert Jakob Nielsen i 2005, at 30 procent af amerikanske webbrugere var svage læsere.

Forskellen skyldes, at de svage læsere fortsat er underrepræsenteret på nettet, men antallet af svage læsere på nettet vil stige i de kommende år, bemærker Jakob Nielsen. Han forudser, at andelen af svage læsere på nettet formentlig vil være 40 procent i 2010.

Med forbehold for forskelle mellem USA og Danmark med hensyn til svage læsere, må 3F ud fra disse tal siges at have en overrepræsentation af svage læsere på nettet. Dette er dog ikke overraskende i forhold til tidligere undersøgelser af svage læsere i 3F's medlemskreds.

Eyetrack 3F viste, at knap halvdelen af undersøgelsens 3F'ere var svage netlæsere:

- 8 af 17 undersøgelsens 3F-medlemmer (47 procent) faldt ind under undersøgelsens definition af svage netlæsere (pløjelæsning og snævert synsfelt).
- At være svag netlæser var ikke forbeholdt menige 3F-medlemmer. To af seks 3F tillidsrepræsentanter (33 procent) i undersøgelsen hørte til undersøgelsens gruppe af svage netlæsere.
- Af to etniske 3F-medlemmer i undersøgelsen var det ene medlem svag netlæser.
- Til sammenligning var ingen af undersøgelsens kontrolgruppe af journalister svage netlæsere.

Konklusioner om svage netlæsere

Svage læsere må ikke forveksles med analfabeter. Svage læsere kan læse, men de har problemer med at læse, og de læser langsomt.

I denne undersøgelse identificerede vi ikke på forhånd hvem af testpersonerne der var svage og stærke læsere i almindelig læsning på papir. Vi spurgte testpersonerne på forhånd om de var ordblinde. Tre testpersoner fortalte os, at de er ordblinde, og alle tre ordblinde testpersoner udviste mønstre for svag læsning på nettet.

Indkredsningen af svage netlæsere i testgruppen skete ud fra de læsemønstre, de havde på nettet, som vi kunne observere i tests. To kriterier var afgørende, nemlig at testpersonerne overvejende benyttede pløjelæsning som læsemetode, og at de i nogle tests havde svært ved eller var ude af stand til at få øje på relevante informationer på websider ("snævert synsfelt").

For nogle svage netlæsere gjaldt at de pløjelæste i både svær læsbar, tæt tekst og i let læsbar tekst, det vil sige tekst med korte ord, sætninger og afsnit og mange mellemoverskrifter.

Andre svage netlæsere viste tegn på at gå bort fra pløjelæsning og i stedet benytte skimlæsning, når de blev testet i læsning i let læsbar tekst.

Undersøgelsen viser, at testpersoner vi udpegede som svage læsere på nettet kan hjælpes til at læse hurtigere og mere sikkert ved hjælp af omskrivninger af tekst.

Med mange svage netlæsere i testgruppen er det vigtigt at overveje, hvordan tekster og indhold i 3F's webkommunikation kan ændres, så de bedre imødekommer behovet hos medlemmer med svage læsemønstre.

Disse forhindringer for svage netlæsere falder umiddelbart i øjnene på 3F's hjemmeside:

- Lange tekster og websider
- Tæt, massiv tekstform
- Lange ord og sætninger, ofte med lixtal i 50'erne
- Skarp adskillelse af højrespalte fra midterfelt, mangel på forenet design

I forhold til svage netlæsere, anbefaler Jakob Nielsen (se litteraturliste) en radikal forenkling af webtekster og websidedesign:

- Skriv tekster på et niveau, som kan forstås af elever i folkeskolens ældste klasser
- Skriv det vigtigste i toppen af siden

- Al vigtig information skal findes i første skærmbillede
- Skriv korte sider der begrænser eller undgår scrolling
- Undgå tekst der bevæger eller ændrer sig såsom animationer, drop-down/fly-out-menuer, folde-ud-tekst
- Placer al vigtig information i midterfeltet

Kathryn og Michael Summers (se litteraturliste) betoner, at for svage netlæsere med snævert synsfelt er det særligt vigtigt, at overskrifter over afsnit og faktabokse er forklarende og tydelige og giver mening ude af sammenhæng, idet hvert enkelt tekstafsnit skal kunne læses uafhængigt af hinanden.

Hvis en mellemoverskrift eller et afsnit ikke kan forstås, uden at man kan huske det foregående afsnit, er det sandsynligt, at svage netlæsere misforstår informationerne eller bliver helt tabt.

Kathryn og Michael Summers anbefaler også, at websider designes med et markant centerfelt, fordi svage netlæsere bliver afsporet eller forhindret af tekst og indhold, som er placeret adskilt i højre side.

Hvor mange svage læsere kan forbedre sig - og hvor meget?

I 2005 testede Jakob Nielsen 50 brugere med både svage og stærke læsemønstre i forhold til originale og omskrevne webtekster. Succes blev målt i forhold til opgaveløsning, tidsforbrug og tilfredshed. Omskrevne webtekster havde succes på alle tre målepunkter.

- Svage læsere forbedrede deres gennemførelsestid med 135 procent.
- Svage læsere klarede sig bedre på det reviderede website end stærke læsere klarede sig på før-sitet.
- Forbedringer for svage læsere skete ikke på bekostning af stærke læsere.

Markante forbedringer i tidsforbrug for svage netlæsere

I Eyetrack 3F gennemførte vi tilsvarende tests af originale og omskrevne webtekster. Forbedringer i tidsforbrug for undersøgelsens deltagere med svage læsemønstre var blandt andet tydelig i opgaverne 1 og 2 om skånejob.

Tendenden til at usikre netlæsere forbedrede deres læsemønstre i omskrevne tekster blev bekræftet i andre opgaver (Læs mere i kapitlet: Informations-tekst).

Alle svage netlæsere forbedrede den tid, de skulle bruge på at løse opgaverne i omskrevne webtekster.

- Svage netlæsere forbedrede i gennemsnit deres gennemførelsestid med 42 procent.
- Procenttallet for forbedringer for svage netlæsere svingede mellem 10-80 procent.
- Forbedringer for svage læsere skete ikke på bekostning af stærke netlæsere.

Anbefalinger: Svage læsere på nettet

Forenkl webtekster ud fra anerkendte retningslinjer

Eyetrack 3F har vist, at man kan imødekomme og støtte svage netlæsere ved at skrive lange og tætte webtekster om til mere netvenlige tekstformer. Undersøgelsen bekræftede også, at internationale anbefalinger om webvenlig tekst med succes kan overføres til danske brugere. Se specifikke anbefalinger i dette kapitels konklusioner.

Sænk lix-tal i webtekster til mellem 30 og 40

I undersøgelsens informationstekster og nyhedstekster var lixtal over 50 ikke unormalt ("Meget svær, faglitteratur på akademisk niveau"). Anbefalingen er at lave en mærkbar sænkning af lix-niveauet til mellem 30 og 40 ("Middel", "Let øvede læsere"). For at opnå et lavere lixtal er det nødvendigt at arbejde indgående med sætningers længde (korte sætninger), konstruktion og ordvalg (korte ord).

Forenkl webside-design

Forenkl webside-design ved at samle tekst og indhold i midterfeltet. Det var slående, hvor mange testpersoner der havde problemer med at have et samlet overblik over tekster og websider. Store dele af websiderne var "usynlige" for brugerne. Der er akut behov for at samle informationer i midterfelt og højrespalte og skabe et design, der forener websidernes tekster og informationer.

Litteratur om svage læsere på nettet

Jacob Nielsen: Lower-Literacy Users, Alertbox, March 14, 2005 - <http://www.useit.com/alertbox/20050314.html>

Kathryn Summer and Michael Summers: Making the Web Friendlier for Lower-Literacy Users, June, 2004 - <http://iat.ubalt.edu/summers/papers/intercom%20making%20web%20friendlier.pdf>

Peter Iversen: Når svage læsere bruger hjemmesiden, Roskilde Universitetscenter, maj 2007 - http://diggy.ruc.dk/bitstream/1800/2634/1/Hjemmesider_og_svage_laesere.pdf

Torben Pilegaard Jensen, Angelo Andersen og Tue Halgren: Læsefærdigheder og deltagelse i samfundslivet, AKF Forlaget og SID Specialarbejdetforbundet, august 2001
- http://www.akf.dk/udgivelser/container/2006/udgivelse_1008/

Informationstekst

Omskrivning af tekst ændrede testpersoners læsemønstre:

Netvenlig tekst gjorde en forskel. 3F-testpersoner kunne finde informationer på kortere tid, hvis tæt, massiv tekst blev udskiftet med klart sprog, mellemoverskrifter og punkter. Eyetrack 3F viste, at lange tekster var svære at overskue og læse for mange testpersoner.

Informationstekster er tekster og websider der tilbyder 3F-medlemmer informationer om job og arbejdsmarked, ansættelse og løn, uddannelse og barsel, ledighed og arbejdsmiljø. De faglige informationssider er nogle af de mest efterspurgte og besøgte sider på 3F's website.

3F har gjort en indsats for at målrette teksterne til medlemmer og skrive i tekstformer der formidler stoffet let og tilgængeligt på nettet. Der er tilstræbt korte sider og på hver side er tilstræbt korte afsnit med mellemoverskrifter og luft i teksterne.

Indsatsen for at gøre informationssiderne brugervenlige kan kun siges at være delvis lykkedes. Vi gennemgik forud for testen alle 3F-informationssider og fandt mange sider, der ikke virker læsevenlige.

- Sider er lange.
- Tekster er tætte og massive.
- Tekster har høj lix (over 50, "svær", eller "meget svær", "faglitteratur på akademisk niveau").
- Tekster ser ud til at mangle klar struktur.

Tidligere eyetrack-undersøgelser (Poynter 2004) og Nielsen (2006) har vist hvordan brugere på nettet har tendens til at afvise massive tekster, og at de modsat foretrækker webtekst, der skrives og præsenteres med korte sætninger i korte afsnit med, helst med luft imellem afsnit.

Jakob Nielsen har også vist, hvordan omskrivning af massive webtekster til mere netvenlige tekstformer kan medvirke til at øge brugervenligheden af tekster. Netvenlig tekst omfatter:

- Smallere tekstfelt
- Flere mellemoverskrifter
- Punktopstillinger
- Forenklet sprog.

I Eyetrack 3F testede vi fire 3F-informationssider i oprindelig og omskrevet form. Vi testede siderne ved at stille opgaver: Find en given information i teksten og målte tiden, som en testperson brugte på at læse eller skimlæse sig frem til et svar. To af opgave-sættene omhandlede korte informationssider og to opgavesæt omhandlede lange informationssider.

Omskrivningerne benyttede:

- Korte sætninger
- Korte ord
- Forenklet sprog
- Mellemoverskrifter
- Punktopstillinger

Omskrivninger betød i to tilfælde, at den omskrevne tekst var lidt længere en original-teksten. Til gengæld var lix'en markant lavere. For eksempel faldt lixen ved omskrivning af opgave 1: Skånejob oprindelig tæt tekst til opgave2: Skånejob netvenlig tekst fra lix 51 til lix 36.

Test af omskrivning: Skånejob

I opgaverne Skånejob stillede vi i den oprindelige, tætte tekstversion spørgsmålet: Kan et skånejob oprettes på nedsat tid? I den omskrevne version spurgte vi: Hvem skal godkende et skånejob? Begge svar kunne findes cirka midt nede i teksten og opgaverne var på den måde sammenlignelige. Opgaverne blev roteret i rækkefølge, så halvdelen af testpersoner fik den oprindelige version først, den anden halvdel den omskrevne version først.

Alle testpersoner løste opgaverne, det vil sige at de fandt svar på det stillede spørgsmål i teksten.

Alle testpersoner på nær to fandt svar hurtigere i den omskrevne version end i den oprindelige tekst. De to undtagelser var kun marginalt langsommere i omskrevet tekst.

Tidsforbedringerne mellem oprindelig og omskrevet tekst varierede mellem ti og 80 procent.

- Testperson M5: Oprindelig tekst: 0.20 minutter. Omskrevet tekst: 0.18 minutter. Tidsforskel: 2 sekunder eller 10 procent.
- Testperson M11: Oprindelig tekst: 0.49 minutter. Omskrevet tekst: 0.10 minutter. Tidsforskel: 39 sekunder eller 80 procent.

3F-testpersoner skar i gennemsnit 15 sekunder af tiden, fra 0.36 minutter til 0.21 minutter svarende til en tidsgevinst på 42 procent.

3F-tillidsrepræsentanter halverede svartiden, mens menige 3F-medlemmer kunne skære en tredjedel af svartiden fra opgave 1 til opgave 2.

Kontrolgruppen af journalister i undersøgelsen forbedrede kun svartiderne en smule, men som udgangspunkt var de allerede hurtige til at finde svar i opgave 1, nemlig 0.16 minut.

Heatmaps af alle testpersoner på opgaverne 1 og 2 viser udpræget læsning af den oprindelige tætte tekst, mens læsemønstret - som det var tilsigtet - blev mere skimplæsende i den omskrevne version.

Når der alligevel er en tendens til "tungt" læsemønster i den omskrevne tekst, hænger det formentlig sammen med, at nogle af undersøgelsens svage netlæsere foretrak at pløjelæse den omskrevne tekst, selvom tekst-formen inviterede til skimplæsning.

| | Opgave 1 Skånejob Massiv tekst | Opgave 2 Skånejob Netvenlig tekst | Tidseffekt sekunder | Tidseffekt procent |
|--------------------------------------|--------------------------------------|---|------------------------|-----------------------|
| Ord | 137 | 180 | | |
| Antal mellemoverskrifter | 0 | 4 | | |
| Antal lister | 0 | 1 | | |
| Ord per sætning | 15,2 | 9 | | |
| Lange ord (7+) | 43 (31%) | 23 (13%) | | |
| Lix | 51 | 36 | | |
| Svartid alle | 29 sek. | 18 sek. | 11 sek. | 38 % |
| Svartid alle 3F | 36 sek. | 21 sek. | 15 sek. | 42 % |
| Svartid 3R TR | 36 sek. | 18 sek. | 18 sek. | 50 % |
| Svartid 3F medlemmer | 36 sek. | 24 sek. | 12 sek. | 33 % |
| Svartid kontrolgruppe (journalister) | 16 sek. | 13 sek. | 3 sek. | 19 % |

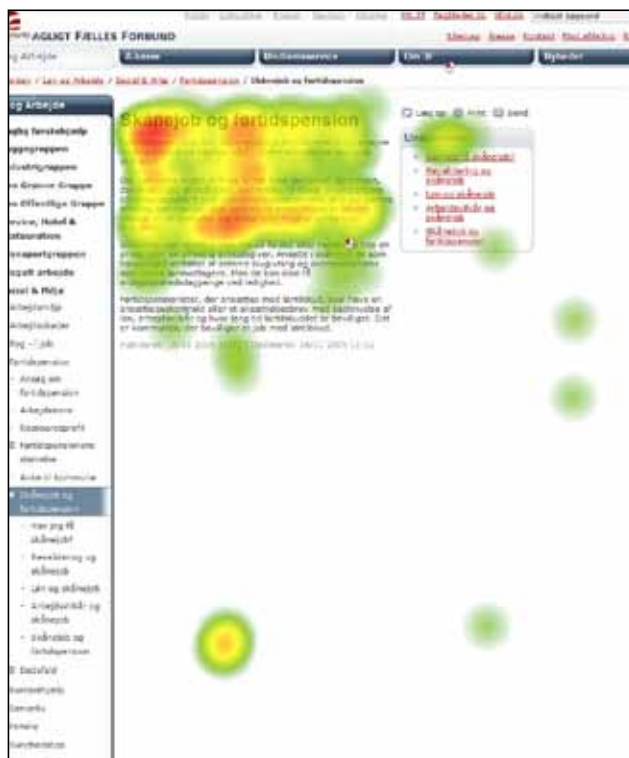
Test-resultater fra sammenlignende test af opgave-tekst Skånejob i oprindelig version (opgave 1) og omskrevet (opgave 2).



Opgave 1, Skånejob i oprindelig version. Heatmap viser alle testpersoners læsning af siden. Mange 3F-testpersoner læste sig linje for linje ned til opgavens svar i tredje afsnit.



Opgave 2, Skånejob i omskrevet version. Heatmap viser alle testpersoners læsning af siden. De fleste testpersoner skimlæste sig ned til svar, mens andre også i den netvenlige tekst valgte at læse teksten linje for linje.




Testperson M7 var eksempel på en svag netlæser, der så ud til at ændre læsemønster fra opgave 1, pløjelæsning, til opgave 2, overvejende skimlæsning.

Test af omskrivning: Råd og rabatter

I opgaverne Råd og rabatter stillede vi i den oprindelige tekstversion, der var uden mellemoverskrifter, spørgsmålet: Nævn en forsikring du kan få gennem 3F? I den omskrevne version - med mellemoverskrifter og informationer i punkter - spurgte vi: Nævn et fritidstilbud som 3F tilbyder? Forskellen i forhold til opgavesæt Skånejob var, at svarene var placeret forskellige steder i teksterne. I oprindelig tekst var svaret at finde i første afsnit og i omskrevet tekst længere nede, cirka midt i teksten. Til gengæld var svar-stedet markeret med mellemoverskrift.

Otte af 3F-testpersonerne fandt svar hurtigere i den omskrevne tekst selvom svaret var placeret dybt i teksten. Et lille antal testpersoner brugte betragteligt længere tid på at finde svar i den omskrevne tekst. Det betød, at den gennemsnitlige finde-tid samlet var længere for den omskrevne tekst (0.27 minutter) end for den oprindelige tekst (0.18 minutter).

Dette kan som nævnt, i alt fald delvis, tilskrives det forhold, at svaret i oprindelig tekst i lå i starten af teksten.

Men testen viste også at et betydeligt antal testpersoner ved at benytte skimplæsnings-teknik kunne finde svaret lige så hurtigt eller hurtigere i den omskrevne tekst. 



Opgave 3, Råd og rabatter i oprindelig version. Heatmap viser alle testpersoners læsning af siden. Der er tydeligt vandret læsemønster med læsning linje for linje i oprindelig tæt tekst.

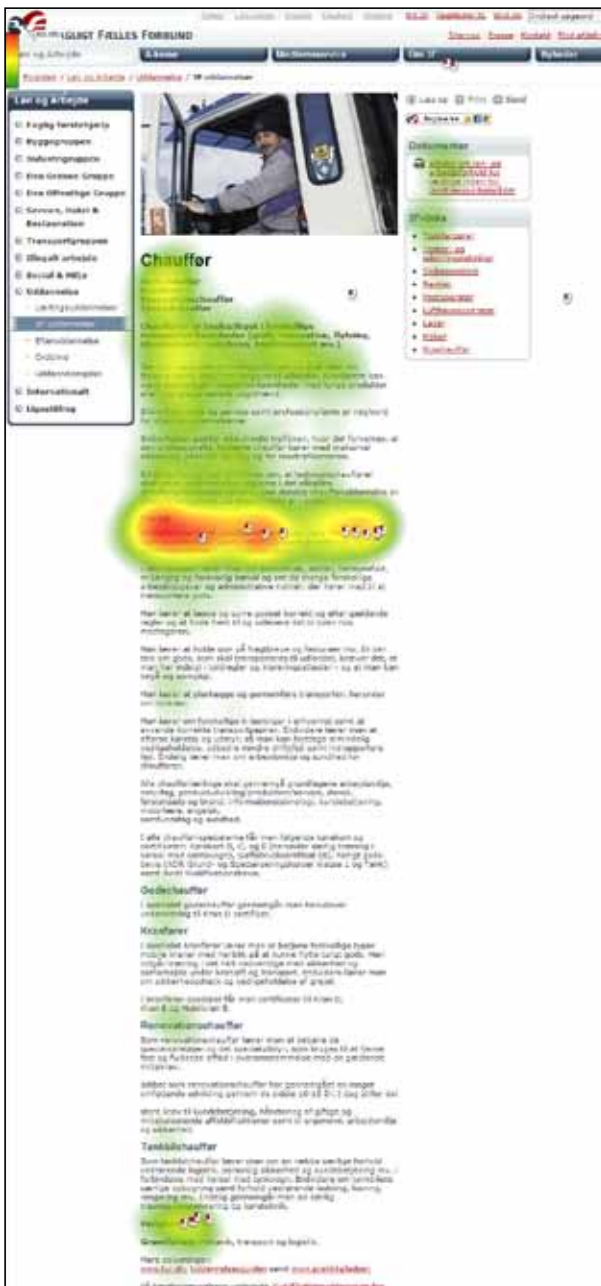


Opgave 2, Råd og rabatter i omskrevet version. Heatmap viser alle testpersoners læsning af siden. Der er tydeligt lodret læsemønster med tendens til skimplæsning ned til svar i den omskrevne tekst.

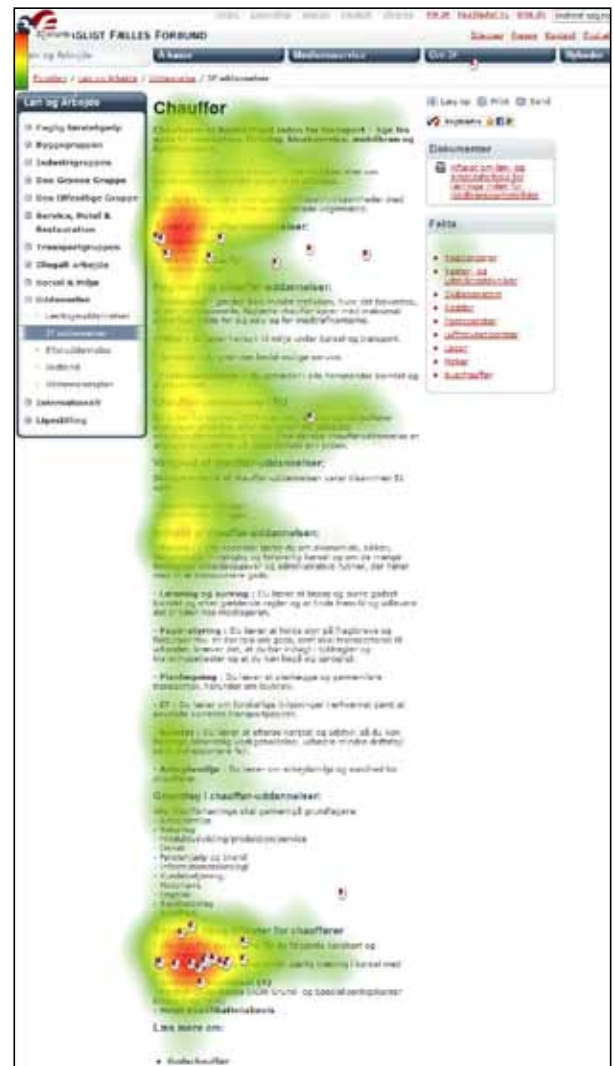
Test af omskrivning: Chauffør

Chauffør-siden informerer om chauffør-uddannelser for 3F'ere. Siden er meget lang og har mellemoverskrifter. Omskrivningen fjøede flere mellemoverskrifter til, men ændrede ikke sidens lange format eller tekstens struktur.

I oprindelig tekst spurgte vi: Hvor lang tid tager en chauffør-uddannelse? Svaret var at finde i den øverste tredjedel af den lange side. I omskrevet tekst



Opgave 7, Chauffør i oprindelig version. Heatmap viser alle testpersoners læsning af siden. Der er tydeligt fokus hos testpersonerne to forskellige steder på siden, hvor der begge steder informeres om forskellige former af varighed af chauffør-uddannelser. Testen understregede behov for at samle informationer om samme emne ét sted i teksten.



Opgave 2, Chauffør i omskrevet version. Heatmap viser alle testpersoners læsning af siden. Der er tydeligt lodret skimmende læsemønster ned af den lange webside.

spurgte vi: Hvilke slags kørekørt kan du tage på en chauffør-uddannelse? Svaret var at finde i bunden af den lange side.

Testen viste, at kun tre af testpersonerne var hurtigere på den omskrevne side. Forklaringen må igen søges i, at svaret i omskrevet tekst var at finde i bunden af siden. Tydeliggørelse af tekstens informationer og struktur med flere mellemoverskrifter hjalp til bedre overblik. Men det kunne ikke opveje den forhindring som sidens længde udgjorde for mange testpersoner.

Testen viste yderligere, at spredning af informationer gav anledning til misforståelser hos testpersoner. Vi spurgte om uddannelsens længde. I toppen af siden kunne man læse om skoleperiodernes længde (52 uger) og i bunden af af siden om uddannelsens varighed (tre år). Vi endte med at godtage begge svar. Og må efterfølgende konkludere, at informationer om samme emne bør samles ét og samme sted i en webtekst.

I den omskrevne chauffør-tekst var det kørekørt der var i fokus. Typer af chauffør-uddannelser (i top af siden) blev forvekslet med typer af chauffør-kørekørt.

Test af omskrivning: Efterfyraften

Efterfyraften er et nyhedsbrev fra 3F Slagelse. Vi testede det med og uden mellemoverskrifter. I oprindelig tekst - uden mellemoverskrifter - spurgte vi: Hvilken lokalradio skal afdelingsformanden tale i? Svaret fandtes i bunden af siden. I tekstversionen med mellemoverskrifter spurgte vi: Hvor mange deltagere var med ved et besøg hos Falck? Svaret var at finde i øverste tredjedel af siden.

Den omskrevne tekst nævnte tydeligt Falck i en mellemoverskrift, som var synlig i første skærbillede. Svaret var i oprindelig version "begravet" dybt nede i siden. Ikke overraskende var testpersoner i gennemsnit dobbelt så længe om at finde svar i den oprindelige tekst (0.46 minutter) som i den omskrevne tekst (0.22 minutter).

Vi kunne konstatere, at placering af en tydeligt markeret information i øverste del af websiden, gjorde informationen synlig og tilgængelig for brugerne.



Opgave 10, Efterfyraften i oprindelig version, uden mellemoverskrifter. Heatmap viser alle testpersoners læsning af siden. Der var udbredt tendens til langsom læsning ("pløjelæsning") i det lange forløb ned til svaret i bunden af teksten.



Opgave 9, Efterfyraften i omskrevet version, med mellemoverskrifter. Heatmap viser alle testpersoners læsning af siden. Testpersoner brugte mellemoverskrifter som "trædesten" til hurtig skimlæsning af teksten. Nogle testpersoner valgte at læse langsomt og linje for linje ("pløjelæsning") ned til svaret, selvom en mellemoverskrift signalerede, hvor svaret på opgavens spørgsmål var at finde..

Konklusioner om informationstekst

Vi mener at vi med udgangspunkt i testen af informationstekster kan formulere klare udsagn:

- **Omskrivning af tekst ændrede testpersoners læsemønster** - langsom læsning og pløjelæsning blev hos nogle 3F-testpersoner delvis eller helt udskiftet med skimlæsning, hvor tekstens form understøttede det.
- **Omskrivning af tekst gav kortere "finde-tider"** - testpersoner fandt generelt svar hurtigere - og i nogle tilfælde langt hurtigere - i omskrevne tekster end i oprindelige tekster.
- **Med eller uden omskrivning: Lange webtekster og websider udgjorde et problem for 3F-testpersoner** - Lange tekster var svære at håndtere, specielt for 3F'erne i testen. Hvis teksten var meget lang, hjalp omskrivning til netvenlig tekst ikke så meget.
- **Spredte informationer gav misforståelser** - chauffør-sidens spredning af informationer, der hører sammen, og generelle mangel på struktur, understregede behovet for at organisere webtekster i en logisk og klar struktur.

Vi begik fejl - og håber at de kan medvirke til, at vi kan eyetrack-teste bedre i fremtiden. Først og fremmest skal spørgsmål og svar i sammenlignende tests af websider være af samme sværhedsgrad. Fair sammenlignelighed må være baseret på, at et svar har nogenlunde samme placering og sværhedsgrad i de sammenlignede tekster. Dette var tilfældet i opgaverne skånejob, men ikke i de andre opgaver. Resultaterne af disse tests var dog ikke uden interesse.

I opgaven Råd og rabatter var svaret på opgavens spørgsmål som udgangspunkt sværere at finde i den omskrevne tekst, fordi det var placeret længere nede i teksten. Alligevel var et stort antal af 3F-testpersonerne hurtigere til at finde svar i den omskrevne, netvenlige tekst end i den oprindelige tætte tekst.

I tests af webtekster måler Jakob Nielsen på flere parametre, såsom opgaveløsning, tidsforbrug og subjektiv tilfredshed. I Eyetrack 3F's test af informationstekster begrænsede vi os til at måle på tidsforbrug. I fremtiden bør vi overveje at skærpe sværhedsgraden i opgaver så vi kan inddrage opgaveløsning som et målepunkt. Det er helt oplagt at medtage testpersonernes subjektive vurderinger og tilfredshed med de forskellige tekst-former i undersøgelsen.

Anbefalinger: Informationstekster

Væk fra "grå mur af tekst". I informationstekster var 3F-testpersoner længe om at læse sig frem til svar, når teksten var massiv og tung. Undersøgelsen viste entydigt, at omskrivning til netvenlig tekst havde gavnlig virkning på testpersonernes læsemønstre og medvirkede til at hjælpe dem til at finde hurtigere svar.

- **Anbefaling:** *Indførelse af netvenlig tekst som princip for 3F-informationssider på nettet.*
- **Anbefaling:** *Korte tekster, mellemoverskrifter, punktopstillinger, korte ord, korte sætninger, lavt lixtal, klar struktur, samling af relaterede informationer.*

Litteratur om informationstekst

Eyetrack III. Online News Consumer Behavior in the Age of Multimedia.
Poynter Institute, Florida, USA, 2004 -
<http://www.poynterextra.org/eyetrack2004/index.htm>

Eyetracking Web Usability - Jakob Nielsen and Kara Pernice Coyne, Nielsen Norman Group 2006.



Nyheder

Indkredsning af en nyhedsmodel: Eyetrack 3F viser, at læsning af nyheder fra 3F var en langsommelig og vanskelig opgave for mange medlemmer. Op til hver fjerde 3F'er opgav helt at læse nyheder. Undersøgelsens test af omskrevne, korte nyhedsformer havde nogen succes, men resultaterne er ikke entydige. Test af lokale afdelingers nyheder viser, at kort nyhedsform og nærværende emner gav stor læselyst.

Hvad var det vi ville undersøge om 3F-nyheder?

Vi ville finde ud af, om eyetrack-test kunne hjælpe med at indkredse en nyhedsmodel med appel til 3F-medlemmer. Undersøgelsen omfattede som udgangspunkt to typer af 3F-nyheder:

- **Forbundsnyheder** - nyheder i kort og lang, traditionel nyhedsform, ofte med høj lix, det vil sige med mange lange ord og lange sætninger. Omhandler ofte konfliktsager, hvor 3F har anledning til at sætte en sag på dagsordenen eller markere et udsagn eller en stillingtagen.
- **Afdelingsnyheder** - nyheder i kort form med lav lix, der handler om lokale, konkrete emner, ofte med udgangspunkt i 3F-afdelingernes dagligdag, med fokus på "almindelige mennesker".

Vores antagelse var, at de lange nyheder fra 3F forbundshuset om komplicerede arbejdsmarkedspolitiske sager var svære at læse for medlemmer og at der var lav forståelse af nyhederne.

Hvor meget spillede nyhedsformen ind for disse påståede forhindringer for læsning? Kunne en kortere nyhedsform virke mere tillokkende og mere læsbar for medlemmer?

Vi besluttede at teste en tredje kategori af nyheder, for at se hvordan kortere nyhedsformer ville blive modtaget:

- **Omskrevne nyheder** - forbundsnyheder omskrevet af testholdet på tre forskellige måder.

Problemer med test af nyheder

Testen af nyheder var ubetinget undersøgelsens sværeste del, da det ved nyhedslæsning er vanskeligt at sikre en naturlig testsituation.

Når man i en test af en informationsside stiller en testperson en bunden opgave (Testsituation: Løs en opgave), er testsituationen ikke ulig den "virkelige" læse-situation. Både i virkeligheden og i testen går personen i gang med at finde en bestemt oplysning i en tekst om for eksempel feriedagpenge. Vi kan objektivt og sagligt måle "finde-tiden" - altså den tid det tager at finde en given information i en tekst.

Det er behæftet med større usikkerhed at teste læsningen af nyheder, der typisk vil indebære en mere "fri" form for læsning, hvor man i udgangspunktet ikke er på jagt efter bestemte oplysninger.

Testsituation: Læsning. Vi valgte at instruere testpersonerne således: *"Læs eller kig nyheden på den måde du normalt ville læse eller kigge på nyheder hjemme hos dig selv. Brug lige så kort eller lang tid som du har lyst til..."*

Langt de fleste testpersoner valgte at læse nyhederne fra top til bund. Men vi var klar over, at den omhyggelige læsning af nyheder, vi ofte så i testsituationen, var langt fra virkelighedens læsning af nyheder.

Vi ønskede at få et indtryk af brugernes læsning i en "fri" testsituation og bad i en anden del af undersøgelsen testpersonerne om at bevæge sig frit rundt på hjemmesiden.

Testsituation: Fri surf: Her lød instruktionen:

- *"Gå ind på www.3f.dk og kig og læs det, du har lyst til. Du har fire minutter..."*

Her kunne testpersonerne surfe, klikke og læse frit, og vi registrerede i denne del af testen kun enkelte tilfælde af udførlig læsning af en nyhed fra top til bund. Den typiske måde at læse nyheder på var hurtigt skannende, skimmende - hurtigt ind og hurtigt ud igen.

Samlet har vi fået en stor mængde data og indtryk, der belyser 3F'eres læsning og brug af nyheder på forbundets web-univers.


Læsning af forbundsnyheder

Testlæsning af forbundsnyheder viste:


- **Lange læsetider.** Det tog lang tid for de fleste testpersoner at læse en nyhed. Nogle testpersoner brugte op til fire minutter på at læse en enkelt nyhed. Der var udbredt brug af langsom, usikker læsning ("pløjelæsning"), der indikerer svagt læsemønster på nettet (Se kapitel: Svage læsere). Det var tydeligt at svagt læsemønster og lange nyhedstekster med lange sætninger og ord udgør et svært match.
- **Drop-outs.** Nogle testpersoner afviste eller opgav hurtigt at læse en nyhed. Fire testpersoner (24 procent af 3F-testpersoner) droppede ud af "3F: Udenlandske arbejdere skal testes". Samme antal testpersoner opgav at læse eller skimlæse nyhedsartiklen "Bøllebank" færdig.

Vi ser her lidt nærmere på et par af de testede nyhedsartikler:

Læsning af forbundsnyhed "Udenlandske arbejdere"

Forbundsnyheden "3F: Udenlandske arbejdere skal testes" (opgave 11) Beskriver de krav, 3F vil stille til udenlandske bygningsarbejdere, der vil arbejde i Danmark. En kompliceret sag med mange lovmæssige spidsfindigheder. Nyhedsartiklen er lang (541 ord) og har en høj lix (lixtal 52, "Svær, saglige bøger, akademiske udgivelser"). Det gav lange læsetider. Den gennemsnitlige læsetid var 2.09 minutter, og den længste læsetid var 3.59 minutter. 

Læsning af forbundsnyhed "Bøllebank"

Et andet eksempel, nyhedsartiklen "Bøllebank til landets øverste bankdirektør", hvori 3F's forbundsformand Poul Erik Skov Christensen samt en række politikere kritiserer nationalbankdirektør Niels Bernstein for en udtalelse om, at en øget ledighed kan være godt for økonomien. Artiklen er mellemlang (338 ord) og har en høj lix (lixtal 47). Det giver mellemlange læsetider med en gennemsnitlig læsetid på 1.30 minutter og en længste læsetid på 2.38 minutter. 

Testpersoner om nyhedsartiklen "Bøllebank...":

"Jeg kan godt lide når det står i korte afsnit og der står en overskrift igen, det gør det lidt mere overskueligt, synes jeg."

"Han (forbundsformanden red.) ser rar ud, men jeg gad ikke bruge tid på at læse det."

Læsning af omskrevne nyheder

Som nævnt omfattede undersøgelsen tre artikler, der på forskellig måde var skrevet om. Formålet var at teste, om ændringer i for eksempel nyheders længde vil gøre det lettere for 3F'ere at læse og forstå artiklerne.

Undersøgelsen viste, at en kortere nyhedsform ser ud til at falde i god jord hos 3F'ere, men også at andre former for omskrivning ikke gjorde nogen synlig forskel.

Omskrivning til kort nyhedstekst

En meget lang artikel om en undertøjs-reklame, en række fagforbund fandt sexistisk, blev skrevet om. I oprindelig form var artiklen 321 ord lang, mens den i omskrevet form var på 205 ord. En lang faktaboks var udeladt og erstattet med en kort faktaboks. Afsnittene i den nye version var kort. Antallet af mellemrubrikker (tre) blev fastholdt, selvom teksten er kortere. Omskrivning medførte, at lix-tallet faldt en smule, fra 54 til 48.

Testen viste:

- Omskrivning gav kortere læsetid: Fra en gennemsnitlig læsetid for den oprindelig tekst på 1.40 minutter til 0.51 for den omskrevne tekst.
- Der var to drop-outs under læsning af den oprindelige nyhed og ingen ved læsning af den omskrevne tekst.
- Forståelsen af den omskrevne tekst var ikke højere. Tværtimod var der lavere forståelse af den omskrevne, korte tekst.
- Interessen var lav for begge nyheder, uanset lang eller kort form.
- Mellemovekskrifter blev læst med stor interesse i begge nyhedsformer. Der var mest opmærksomhed om mellemovekskrifter, hvor ordet sex indgik ("sex-objekter" og "sex-chikane").

Læren af denne test er, at kort nyhedsform medførte færre afvisninger fra medlemmer. De der læste nyhederne fik informationerne på kortere læsetid. Deres investering af tid var mindre for samme udbytte.

Omskrivning til ultrakort tekst

Artiklen om 3F's historie er ikke en nyhedstekst, men er medtaget fordi den som nyheder rummer elementer af fortælling. Omskrivningen mere end halverer teksten (fra 546 til 196 ord). Strukturen i teksten blev forenklet og tydeliggjort med angivelse af milepæle i form af årstal i fagforbundets historie. Der blev udeladt underoverskrift i den omskrevne version. Lix-tallet er uændret 47. Afkortning af tekst sker ofte ved at fjerne små-ord, og forkortelsen har på den måde en tendens til at øge lixtal.

Testen viste:

- Læsetiden blev sænket væsentligt i den kortere tekst (fra gennemsnitligt 2.31 minut til 1 minut i den omskrevne tekst.).
- Samtidig faldt forståelsen af teksten markant.

Læren af denne test kan være, at forkortelse af tekst skal ske med omhu, og at "mekanisk" forkortelse kan bære en pris i form af lavere kvalitet i teksten.

Testperson om den oprindelige version af artiklen:

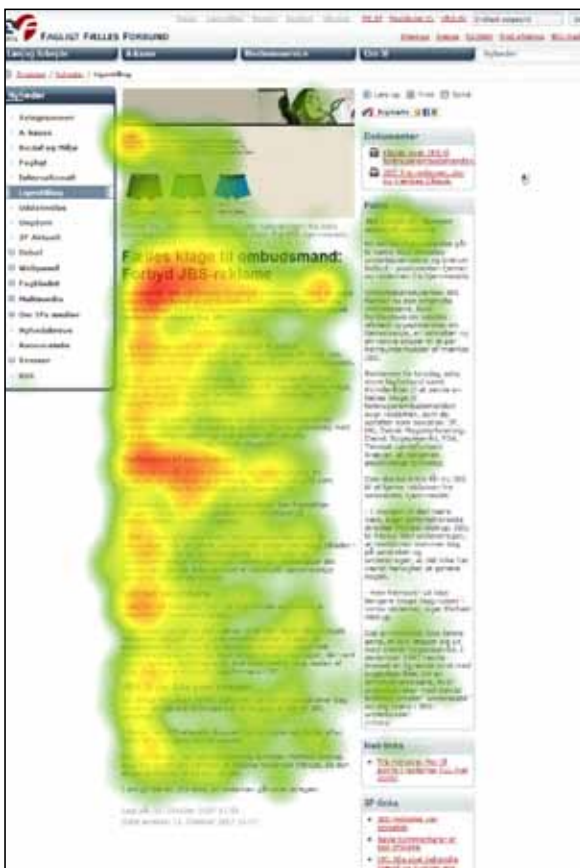
"Skal jeg bruge tid på det her? Det er ikke godt nok til mig. Men det er en hjemmeside for 3f så selvfølgelig skal 3fs historie være der, men jeg er ikke interesseret i det."

Testpersoner om den omskrevne tekst:

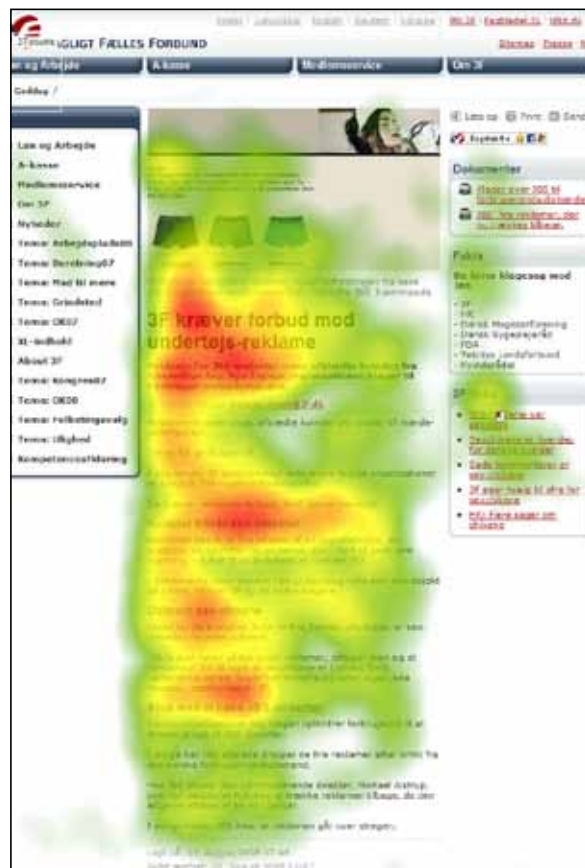
"Teksten er oversimplificeret."

"Der var ingen svære ord, den var nem at læse."

"God form, jeg kan godt lide den er opdelt."



Heatmap viser alle testpersoners læsning af JBS-nyhed i oprindelig version (opgave 12).



Heatmap viser alle testpersoners læsning af JBS-nyhed i omskrevet kort version (opgave 13).

Omskrivning til kort tekst med links

En lang nyhedstekst (510 ord) om nye regler for arbejdsløse blev skrevet om til en kort version (242 ord) med opdeling af nyhedsteksten i sammenfatning (kort fortalt), nyhedens fakta, parter og ordforklaringer. Links ledte videre til fakta og uddybning af parternes synspunkter. Omskrivningen medførte ikke en lavere lix. Dilemmaet er, at fagudtryk og navne på institutioner - lange ord - er svære at omskrive og medvirker i den forkortede tekst til at fastholde eller endog øge andelen af lange ord.

Testen viste

- Læsetiden sænkes noget, fra gennemsnitligt 1.38 minut (oprindelig tekst) til 1.06 minut i omskrevet tekst.
- Af heatmap kan man se en forstærket tendens til skimlæsning af den omskrevne tekst.
- Læserne af den omskrevne tekst viste markant bedre forståelse af tekstens budskab og indhold sammenlignet med den oprindelige tekst, og interessen for den omskrevne tekst var ligeledes højere.
- Forsøget med links mislykkes. Ingen af testpersonerne viste interesse for eller forsøgte at klikke på links i teksten.

Læren af denne test var, at den korte nyhedsform var en succes, men at links i nyhedsteksten ikke gav nogen form for genklang hos testpersonerne.

Testperson om den oprindelige tekst:

"Jeg kunne godt tænke mig at man kunne kommentere det, det ville gøre det meget mere interessant at man kan have en debat om tingene."

Læsning af lokale afdelingsnyheder

I nogle lokale 3F-afdelinger anvendes en kort nyhedsform, der umiddelbart virker web-venlig. Afdelingsnyheder er kort i formen og har korte afsnit og mange mellemoverskrifter. Lix-tallet er lavt. Emner og indhold af afdelingsnyheder er konkrete og "nede på jorden".

Læsning af afdelingsnyhed ASE

Nyheden er fra 3F Næstved og refererer til en henvendelse til afdelingskontoret om en person i knibe på arbejdsmarkedet, og ikke beskyttet af medlemskab af 3F - som af samme grund må afvise at hjælpe. Der således en historie med en morale.

Nyhedsteksten er kort (240 ord) og har et markant lavt lix (lixtal 36). Der er korte afsnit og mange mellemoverskrifter.

Testen viste:

- Læsetiden er kort, ligesom nyheden, cirka et minut.
- Der er en enkelt drop-out.
- På andre målepunkter scorer nyheden højt: Høj forståelse, interesse og tilfredshed.


Testpersoner om artiklen:

“Måden teksten er skrevet på er fin, fin, det var spændende. Det er en jordnær historie, et dagligdags eksempel, som fænger mig lidt.”

“God historie, god tekst, den er letlæseligt. Det er sådan et budskab der skal frem så alle kan forstå, at de skal melde sig ind i de rigtige fagforeninger. Frem med historier som den. Den er guld værd.”



Heatmap viser alle testpersoners læsning af lokal afdelingsnyhed om ASE (opgave 14).

- **Læsning af afdelingsnyhed "fisketur".** Afdelingsnyhed fra 3F Næstved. Artiklen handler om afdelingens årlige fisketur med høj søgang og fiskefangst. Ligesom ASE-historien er nyhedsformen kort med markant lav lix (lixtal 33), herunder lav forekomst af lange ord. 

Testen viste:

- Læsetid i gennemsnit under et minut.
- Ingen dropouts.
- Høj forståelse, men lav interesse.

Testpersoner om artiklen "Fisketur":

"Det er konkret og forståeligt. Det er nemt og hurtigt at læse. Det er ikke så tungt."

"Den er godt skrevet, den er jordnær og det skal der også være plads til."

"Jeg synes ikke det var så spændende. Der er noget lokalsprøjt over det, jeg synes det er evigt ligegyldigt. Min største undren er. Hvorfor skal den historie med?"

Testen af afdelingsnyheder viste:

- Kombinationen af kort nyhedsform og et indhold, der virker konkret og nært, gav korte læsetider og samlet set høj læselyst og forståelse.




Testperson TR5 læste fisketur-nyhed omhyggeligt.



Testperson M11 læste fisketur-nyhed sporadisk.

Fri læsning af nyheder

I testdelen fri læsning på websitet var der generelt ikke stor interesse for at klikke ind og læse nyheder.

To af 17 testpersoner valgte slet ikke at klikke ind på nyheder i den fire minutters testperiode, hvor de måtte bevæge sig frit omkring på hjemmesiden. Elleve testpersoner valgte at klikke ind på en enkelt nyhed, mens fire personer læste tre nyheder. 

Det foretrukne indhold at klikke ind på var medlemservice og faglig information, information om uddannelse, karriere, forsikring, ferie og andre faglige emner.

Af 17 testpersoner brugte

- 12 det meste af deres testtid på faglige emner og informationer
- 3 fordelte ligeligt deres tid mellem faglige emner og nyheder
- 2 brugte mest tid på nyheder

Observationer af fri surf fra websitets forside:

- Forside og nyheds-oversigtssider blev skimlæst, også af testpersoner med svage læsemønstre
- Nyheder blev valgt ud fra overskrifter
- Der blev læst ganske omhyggeligt på henvisningstekster
- Der var ikke mange kig på billeder på nyheds-oversigtssider

Bemærkelsesværdigt var det også, at i fri surf var der ikke nær så megen læsning af billedtekster som der var under de bundne opgaver.

Det giver anledning til at overveje, i hvor høj grad nyhedslæsningen var påvirket af den etablerede testsituation? Vi må nok erkende, at set-up'et for test har en vis betydning.

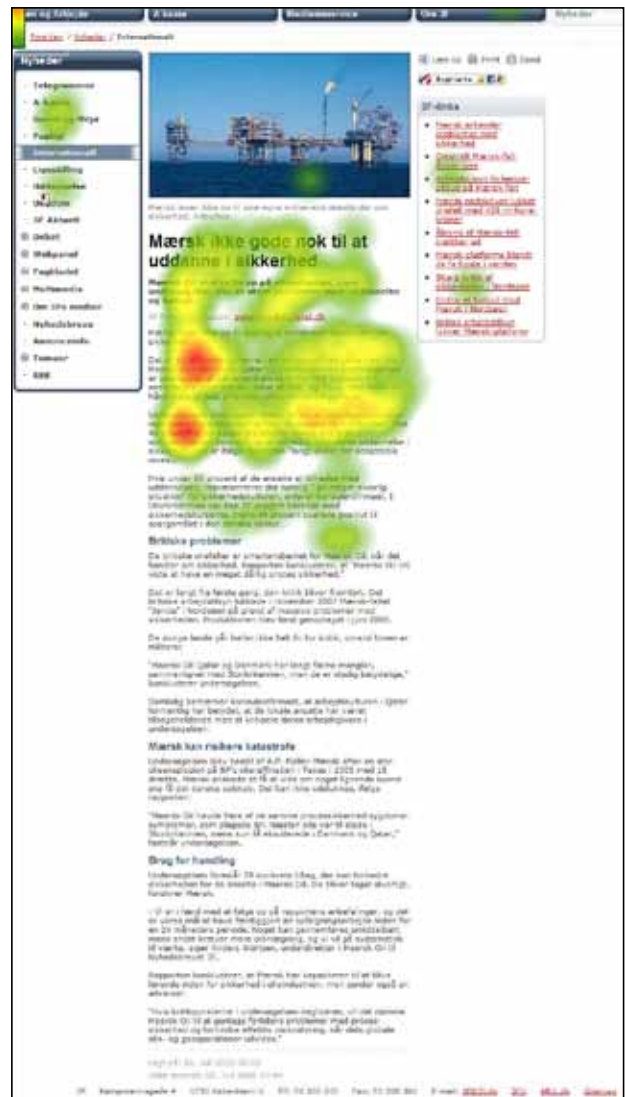
Det er værd at nævne, at to testpersoner læste nyheder til bunds under den fri surf. Det var i begge tilfælde testpersoner, som tydeligvis havde en særlig interesse for emnet:

En tillidsrepræsentant fra Vejle læste en nyhed om polske arbejdere i Vejle helt til ende.

Et tjener-medlem læsten en nyhed om "dovne kokke" helt til ende.



Denne testperson skimlæser overskrifter i jagten på en nyhed, han gerne vil læse.



Den travle eller kun lidt interesserede testperson læser kun toppen af nyhedsartiklen - og kigger kun lidt eller slet ikke på arkiv- billeder med almene motiver.

Interesse, forståelse og tilfredshed med 3F-nyheder

Testpersonerne blev efter testdelen med læsning af nyheder udspurgt om interesse, forståelse og tilfredshed med nyhederne, de havde læst.

Interesse

- Generelt viste tillidsrepræsentanter - ikke overraskende - større interesse for nyheder og nyheds-emner end menige 3F-medlemmer.
- Under læsningen af artiklen om 3F's historie viste tillidsfolkene større interesse for den oprindelige lange tekst end for den forkortede version. Det modsatte var tilfældet for de menige medlemmer.
- Der er ikke noget sammenhængende mønster i interesse i forhold til nyhedernes form. Interesse synes i høj grad bestemt af nyhedens emne og indhold.
- Dog er der tendens til flere drop-outs (= lav interesse) fra lange nyheder end fra korte nyheder.

Forståelse

- Forståelse af de lange forbundsnyheder om komplicerede arbejdsmarkedsemner er lavest af de tre nyhedstyper.
- Der er ikke noget entydigt mønster, der viser højere forståelse af omskrevne forbundsnyheder.
- Lokale afdelingsnyheder huskes og forstås bedst af de tre nyhedstyper.

Tilfredshed

- Testpersonerne udtrykte over en kam høj tilfredshed med nyheder og nyhedsform
- Også testpersoner som var "drop-outs" fra nyheder erklærede sig tilfredse med nyhedernes form
- Tendensen var højest tilfredshed med de korte, "jordnære" lokale afdelingsnyheder

To cases: Viser "drop-outs" interesse for at læse andre typer nyheder?

Vi kiggede nærmere på to testpersoner, som viste lav eller ingen interesse for at læse lange forbundsnyheder fra 3F. Afviste de to testpersoner at læse nyheder som sådan - eller kunne de motiveres til at læse andre typer af nyheder?

Testperson M8 droppede systematisk ud af forbundsnyheder (se heatmaps) og gav i interview udtryk for komplet mangel på interesse for at læse nyheder fra 3F. M8 viste dog overraskende bemærkelsesværdig interesse for lokale afdelingsnyheder, som han skimlæste til bunds. Efterfølgende interview viste høj forståelse af de læste afdelingsnyheder.

Testperson M7 droppede ud af en forbundsnyhed og læste en anden til bunds og nærlæste med stort engagement begge lokale afdelingsnyheder, som han adspurgte også viste, han kunne huske og forstå.

Konklusioner om nyheder

Testen af nyheder giver først og fremmest anledning til overvejelser om nyhedernes længde, form og sprog. Lange læsetider af nyheder og afvisning (drop-outs) fra nyheder fra en betydelig andel af 3F-medlemmerne i undersøgelsen peger på behovet for at vurdere om nyhedslængder og nyhedsprog kan udvikles på måder, der imødekommer medlemmer.

Andre resultater af nyheds-testen:

- **Nyhedstrekanten virker.** I forhold til brugere, der læser langsomt og har tendens til at droppe ud er det vigtigt at få fortalt det vigtigste af nyheden først.
- **Overskrift og underoverskrift** er afgørende elementer, der skal give læseren en klar forestilling om, hvad artiklen rummer. Måske bør man lige frem placere overskriften helt i top over billedet.
- **Billedtekster læses og er indgange til nyheder.** Billedtekster læses - og skal skrives med forstærket bevidsthed om, hvordan de kan bruges til at fange og fastholde læsere.
- **Mellemoverskrifter** bemærkes og læses. Mellemoverskrifter, rigtigt anbragt og formuleret, hjælper læsere med at fastholde interesse og give ny indgang til historien. Selv "drops-outs" og testpersoner med svigtende eller svag interesse for indholdet tjekker mellemoverskrifterne - inden de klikker væk.



3F: Udenlandske arbejdere skal testes

3F kræver test af alle udenlandske arbejdere, der skal udføre arbejde, som i Danmark kræver, at man har erhvervet certifikat - med mindre arbejderne har en lovpligtig uddannelse fra hjemlandet.

3F kræver, at udenlandske arbejdere skal have uddannelse, hvis de skal udføre certifikatkrævende arbejde i Danmark. Når de ikke det, skal de gennemføre en test for at afsløre deres kompetencer og om nødvendigt gennemføre dansk certifikatkursus.

Arbejdstilsynet lægger op til, at det er arbejdsgiveren, som skal teste, om de har de nødvendige kompetencer. Det er ikke tilrådeligt, siger næstformand i 3F, Steen Andersen.

I den udtalelse om udenlandske medarbejdere ikke har det krævede certifikat, må der ske en test på et af de uddannelsessteder, der normalt udbyder certifikatkursus, siger han.

Arbejdstilsynet vælger risikabel vej

Begrunnelsen for kravet er et nyt EU direktiv om genindlæsning af arbejdsuddannelser. Direktivet har indledt udfordrede konsekvenser for de danske krav om særlige uddannelser i forbindelse med arbejdsmiljøet.

Arbejdstilsynet lægger op til, at EU-borgere, der arbejder midlertidigt i Danmark (det vil sige op til et år), ikke behøver at blive godkendt af Arbejdstilsynet, hvis de har meldt to års



Bøllebank til landets øverste bankdirektør

Der er for få ledige, og mere arbejdsløshed er godt for økonomien. Den melding fra Danmarks nationalbankdirektør udløser vrede og undren lige fra beskæftigelsesministeren til 3F.

Nationalbankdirektøren har sagt til Danmarks Radios P1 Business, at ledigheden er historisk lav, og at det er uholdbart. Ifølge direktøren for Nationalbanken skal arbejdsløshedsniveauet stige med mindst 10.000 for at skabe balance i dansk økonomi.

Beskæftigelsesministeren undrer sig og afviser at hjælpe nationalbankdirektøren med at skabe flere ledige. Og Socialdemokraternes politiske chef, Henrik Sass Larsen, opfordrer via Ritzau bureau direktøren til at gå forrest med et godt eksempel og stille op i arbejdsløshedskøen.

3F: Forældet holdning

Også i 3F har meldingen fra Niels Bernsten vakt stor undren, og 3F's forbundsformand kalder holdningen 'forældet'.

I stedet for at sige til 50.000 danskere, at vi desværre ikke længere har behov for deres indsats på arbejdsmarkedet, bør vi forsøge at få de sidste ledige i beskæftigelsen, siger forbundsformand Poul Erik Skov Christensen.

Han opfordrer i stedet til at indrette dansk arbejdsmarkedspolitik, så der bliver taget hensyn til den enkelte arbejder.

Og så skal der større fokus på uddannelse og kompetenceudvikling, siger han.

Testperson M8 dropper ud af lange forbrudsnyheder, men skimlæser og læser gerne de kortere afdelingsnyheder.

Publiseret: 15/06 2008 13:47 | Opdateret: 15/06 2008 13:23



Ingen hjælp til ASE-medlem

Det er for sent at tegne brandforsikringen, når huset står i flammer

Et hus med ryggede til 3F Næstveds foged Ole Jakobsen måtte svare på et arbejde, og nu ville arbejdsgiveren ikke betale fuld løn, men han var sygemeldt.

Medlem af ASE

Hans arbejdsgiver havde sagt, at han ville tegne brandforsikringen, og han derfor ikke måtte melde sig sygemeldt, så nu prøvede kvinden altså at få hjælp i fagforeningen, selv om manden ikke var medlem.

Konsekvenser af at stå udenfor

De Jakobsen måtte svare kvinden, at 3F Næstved hverken måtte eller ville hjælpe, når manden havde valgt at stå uden for fagforeningen. Når man vælger at melde sig ud af fællesskabet, må man også tage konsekvenserne af det.


Hvis man kunne ringe og melde sig ind, hver gang man havde et problem, straks få hjælp til at få det løst - og derefter melde sig ud igen - ja så ville 3F hurtigt på neden arm og hjem.

Godt råd

Ole Jakobsen kunne give gode råd til foreslået medlem, at han skulle melde sig ind i 3F Næstved, så han kunne få hjælp i fagforeningen, selv om han ikke var medlem.

Man tegner jo også en brandforsikring, inden huset brænder. På samme måde må man også sørge for et videre medlem af fagforeningen, inden man får problemer med arbejdsgiveren.

Publiseret: 15/06 2008 13:15 | Opdateret: 15/06 2008 13:20



3F Næstved på fisketur

Godt med små fisk i skabet - men få fisk

2 små fisk - og hjemme

Efter et par timers fiskeri, hvor den samlede fangst på skibet kun løb op i et par meget små torsk, begyndte nogle at tale om, at de syntes at vi skulle seje hjem. Der var vist også enkelte, hvis mave ikke var så fuld for gode venner med søganger. Men da ikke alle ville hjem, blev vi som planlagt på havet til kl. 14.

Endelig lidt fisk

Heldigvis blev fiskeriet da også lidt bedre op ad formiddagen, hvor det et par gange lykkedes skipper at ramme en plet med fine torsk - blandt andet tre fisk i 4-5 kilos størrelsen, som blev fanget stort set samtidig. Lige på det tidspunkt var de fleste vist tilfæde med at vi ikke var sejlet hjemad før tid.

Dagens fangster

På op til 1000 liter vand blev der fanget 1000 liter vand.

Anbefalinger: Nyheder

Skriv kort. Mest markant i undersøgelsen var de lange læsetider og de relativt mange drop-outs fra lange nyheder. Kortere nyhedstekster - hver med fokus på ét klart budskab - ser ud til at hjælpe til mere læsning og større forståelse. Med kort nyhedstekst menes tekster på ikke over 250-300 ord.

- **Anbefaling:** Korte tekster under 250-300 ord.

Webnyhedsmodel. Der noteres betydelig forskellighed i længde af nyheder på 3f.dk. Sætninger og afsnit er ofte lange og resulterer i en "grå mur af tekst" og tung og langsom læsning. Det anbefales at formulere en fast model for webnyheder, som har til formål at sikre ensartethed og letlæselighed. Webnyhedsmodellen kan kaldes 3 X 3 X 3:

- **Et afsnit** er cirka 3 linjer.
- **En mellemrubrik** omfatter 3 afsnit.
- **En nyhed** omfatter tre mellemrubrikker.

En nyheds længde defineres på den måde som i alt 9 afsnit eller 27 linjer. Denne samlede længde vil være den almindelige, men kan naturligvis afviges ud fra den enkelte artikels emne og relevante informationsmængde.

- **Anbefaling:** *Definering af en webnyhedsmodel, der sikrer ensartethed i webnyhederne i en skimbar, læsevenlig og hurtigt læst webnyheds-form.*
- **Anbefaling:** *Placering af overskrift og underoverskrift i top, over billede, så nyhedens emne og budskab fremstår meget tydeligt og signalerer: Læs dette først.*
- **Anbefaling:** *Brug af medlems-cases og eksempler til at konkretisere nyheder og nyheds-emner.*
- **Anbefaling:** *Udskilning af fakta fra nyhedstekst eller opsummering af fakta i faktabokse med fakta i punkt-form.*
- **Anbefaling:** *Kort billedtekst med en central information eller udsagn fra nyhed, der skal fange og introducere læsere til nyheden.*



Litteratur

Stanford-Poynter Project - Eyetracking Online News - Poynter Institute, 2000
<http://www.poynterextra.org/et/i.htm>

Eyetrack III - Online News Consumer Behavior in the Age of Multimedia -
Poynter Institute, 2004 - <http://www.poynterextra.org/eyetrack2004/index.htm>

Eyetracking - hårde data om læsning i avisen og på internet - Af Peter From
Jacobsen, CFJE/Update, 2004 - <http://www.update.dk/cfje/VidBase.nsf/ID/VB00440577>

Eyetracking the News - A Study of Print and Online Reading - By Pegie Stark
Adam, Sara Quinn and Rick Edmonds - The Poynter Institute, 2007 - <http://www.amazon.com/Eyetracking-News-Sara-Quinn/dp/0979868505>

Eyetracking points the way to effective news article design - By Laura Ruel
and Nora Paul, Online Journalism Review, March 13, 2007 - <http://www.ojr.org/ojr/stories/070312ruel/>



Billeder

Billeder bliver set, men sjældent kigget nærmere efter.

Billeder med mennesker og ansigter tiltrækker opmærksomhed, især når der er øjenkontakt, og ansigterne er smilende. Billedet er ofte det første sted testpersoner kigger på en webside, men spørgsmålet står åbent, om billeder gør en forskel på 3F-websitet.

Billeder på websider er et omstridt emne i international eyetrack-forskning. I 2001 fastslog den første Poynter-undersøgelse af brugeradfærd på web, at tekst blev set før - og var mere vigtig end - billeder. Undersøgelsen medvirkede til at udbrede en opfattelse af, at billeder på nettet ikke spillede nogen større rolle.

En senere Poynter-undersøgelse fra 2004, Eyetrack III, viste, at brugere faktisk ser billeder på nettet, og at billedstørrelse spiller en rolle. Store billeder får opmærksomhed fra flere brugere end små billeder og optager mere af deres tid. Eyetrack III sagde også, at ansigter tiltrækker øjet, og at flere ansigter i samme billede tiltrækker flere brugere.

Jakob Nielsen og Nielsen Norman Group lavede i 2006 en eyetrack-undersøgelse af billeder på nettet, som føjede nye aspekter til forståelsen af, hvordan brugere læser billeder på web.

NNGroup fandt, at det er personers ansigter, der tiltrækker brugernes opmærksomhed. Men undersøgelsen pegede også på faren for overdreven brug af billeder. Nogle gange kan billeder stå i vejen, og andre gange er de bare unødvendige.

Billeder, der ikke tiltrækker opmærksomhed, er ifølge NNG:

- Almene, tematiske billeder og arkivbilleder
- Kolde, kunstige, konstruerede, overdesignede billeder
- Billeder uden relation til indhold
- Billeder der ligner reklamer
- Uklare billeder med lav farvekontrast

Billeder, der tiltrækker opmærksomhed, er ifølge NNG:

- Billeder der relaterer til sidens indhold
- Billeder med klar komposition og beskæring
- Billeder med tilnærmelige mennesker, som smiler og kigger mod kameraet. Det skal være rigtige mennesker, ikke modeller
- Billeder der viser dele af den menneskelige anatomi
- Ting som folk ønsker at købe

3F's website domineret af arkivbilleder

I Eyetrack 3F-undersøgelsen optrådte billeder hovedsageligt på nyhedssider. Der var sjældent billeder på informationssider.

Billederne var typisk arkivbilleder med tematiske motiver. For eksempel blev der brugt et billede af en boreplatform til at illustrere en nyhed om Mærsk, mens et billede af kvinde og barn foran en bus blev brugt ved en nyhed om kollektiv trafik.

Sådanne billeder antydede nyhedens emne, men dermed var billedets funktion også udtømt. Billederne havde ikke direkte relation til indholdet og fortalte i sig selv ingen historier.

Undersøgelsen testede også nogle nyhedssider fra 3F's afdelinger. På disse sider var der i nogle tilfælde nyhedsbilleder med direkte relation til nyheder.

I betragtning af det lidt svage billedmateriale var det påfaldende, at billederne havde en fremtrædende placering på websitet. Billederne stod i toppen af websiderne - også over overskrift og underoverskrift.

Billedernes placering var prominent, men billederne var ikke store. Størrelsen betød, at totalbilleder af steder og situationer ikke kom til deres fulde ret, fordi det var vanskeligt at se detaljer.

Billede var ofte første sted, der blev kigget

Undersøgelsen viste, at hvis der var et billede på en webside, så var det typisk der, at testpersonerne først kiggede på siden. I en 3F forbundsnyhed om udenlandske arbejdere (opgave 11) var det 11 af 19 testpersoner eller over halvdelen, der begyndte med at kigge på websiden i billedet eller i umiddelbar nærhed af billedet.

På andre nyhedssider var antallet af første nedslag i billeder mindre. I en forbundsnyhed om nye regler (opgave 18) var det fem af ti testpersoner, der kiggede først i billedet. I forbundsnyhed om bølgebank (opgave 20) var det syv af 20 testpersoner - knap en tredjedel - der startede i billedet.

Ud fra denne undersøgelse, er det umuligt at sige, om det er billeder i sig selv, der tiltrækker øjet, eller om øjet har en naturlig tendens til at falde ned i toppen og midten af siden. For mange brugere var nedslagspunktet på mange websider det samme - i toppen og i midten af websiden - uanset om websiden havde et billede eller ikke. (Se mere om dette i kapitel: Læsemønstre).

Testpersonerne gjorde ikke mange bemærkninger om billederne. En enkelt undrede sig over, at billederne var placeret i toppen af siden: "Det er ligesom de bruger billedet som overskrift. Og det synes jeg at i alt fald jeg kan misforstå lidt..."



Prikkerne angiver sted, hvor testpersoner kiggede først på webside. Elleve testpersoners første kig på websiden skete i eller nær billedet i test af nyhedsartiklen om udenlandske arbejdere.

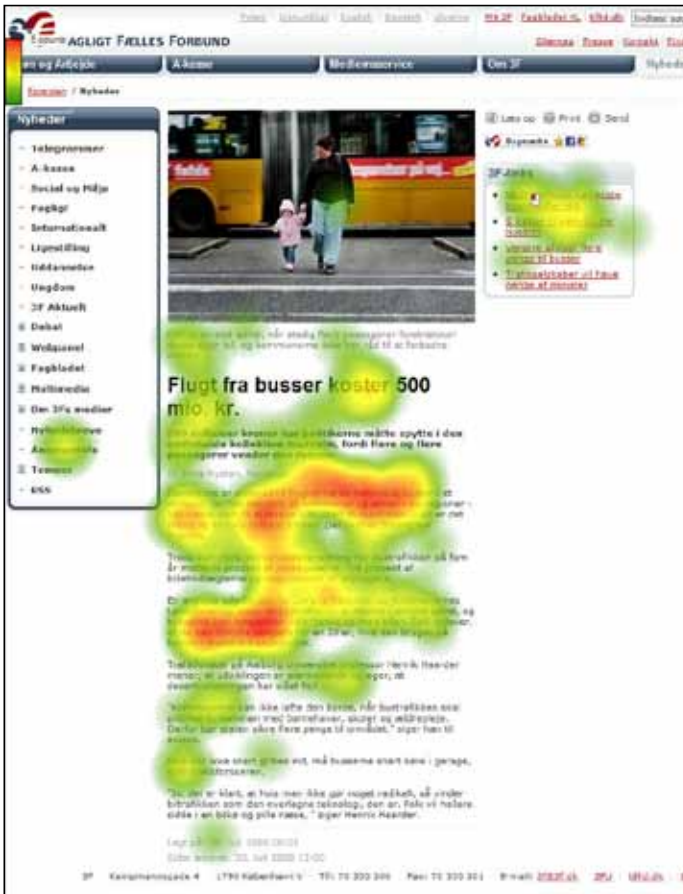
Nogle billeder blev ikke kigget nærmere

Kigning af billeder efterlod sig sjældent tydelige spor i heatmaps af websider med billeder. Kigningen af billeder var flygtig. Efter et kig på billedet, flyttede testpersonernes brugernes opmærksomhed sig omgående til tekst. Tidsforbruget på nyhedsbilleder udgjorde kun få procent af det samlede tidsforbrug på en webside.

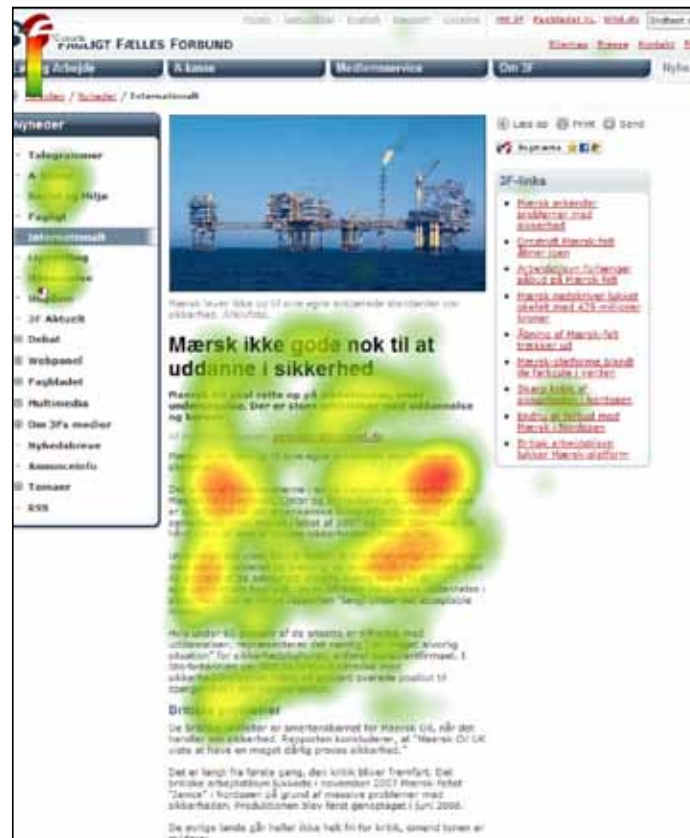
Billedtekster blev i læsetest af nyheder læst med stor opmærksomhed. Derfor er det påfaldende, hvor lidt billederne, der knytter sig til billedteksterne, blev set og studeret.

Det betyder ikke, at billeder er betydningsløse. Men det viser, at billeder af den type, der blev brugt ved de undersøgte 3F forbundsnyheder ikke var i stand til at fastholde brugernes opmærksomhed. Billederne blev næppe opfattet som bærere af interessant eller væsentlig information. Billederne medvirkede til at angive nyhedens emne, men formentlig ikke til at understøtte fortællingen af nyheden.

Problemet ligger muligvis i den udbredte brug af almene, tematiske fotos ved forbundsnyheder. I modsætning til det havde undersøgelsens afdelingsnyheder billeder med konkret motiv og person med direkte tilknytning til den nyhedshistorie, de omhandlede. Undersøgelsen tydede på, at der var større interesse for at se og betragte disse billeder.



På nyhedssider var der kun sporadisk kigning af billeder af typen almene, tematiske billeder.



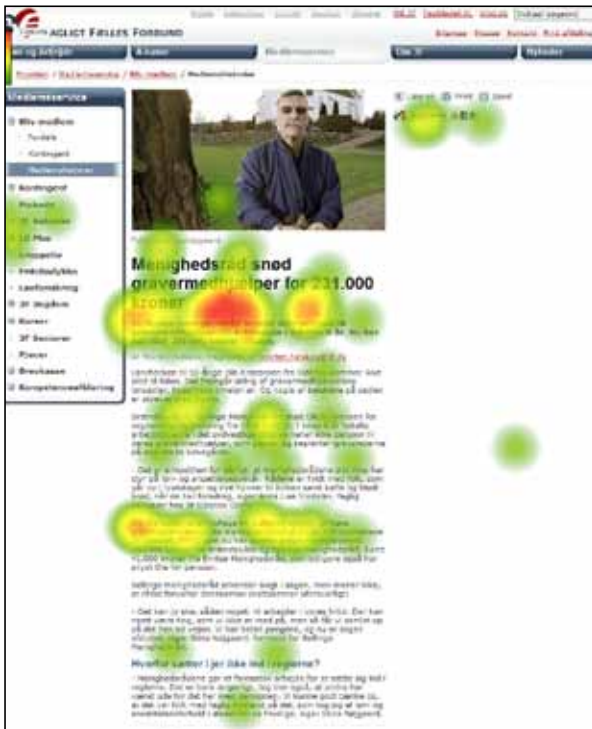
Billeder med ansigter fik opmærksomhed

Nogle billeder blev set med opmærksomhed: Billeder med personer og ansigter. Det er helt i tråd med internationale undersøgelser. Brugerne havde øje for ansigter, specielt hvis der var øjenkontakt . Kontakten var stærkere, hvis ansigterne smilede eller viste glæde.

Billeder med glade ansigter blev betragtet markant mere end andre typer af billeder.



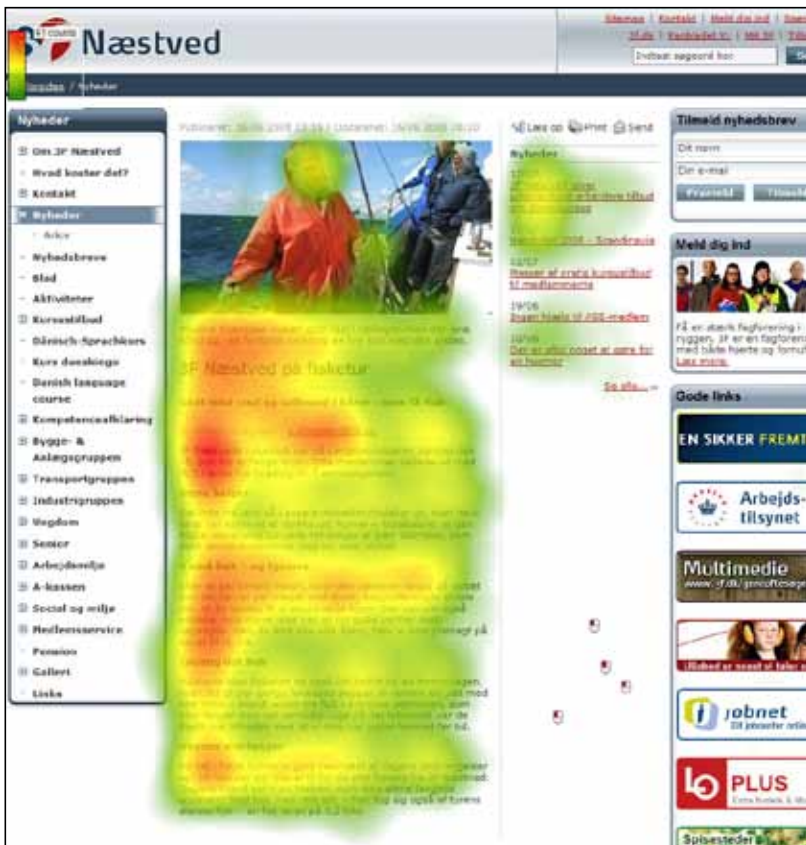
Der var imidlertid også billeder med ansigter, som ikke fik særlig meget opmærksomhed. Det var typisk billeder af personer med alvorlige eller dystre ansigter. Den observation ligger helt i tråd med NNGroups undersøgelse, der viste, at kolde eller afvisende ansigtssignaler ikke har samme tiltrækkende appel som glade ansigter.



Billeder med triste eller kolde ansigter blev kun kigget lidt eller slet ikke.

Billederne i afdelingsnyheder blev set mere end arkivbilleder i forbundsnyheder. Billederne i de afdelingsnyheder, der blev testet i Eyetrack 3F var direkte relaterede til de nyheder, de omhandlede.

Der var en tilbøjelighed til, at konkrete, nyhedsspecifikke billeder i afdelingsnyheder blev set og betragtet mere indgående end arkivbilleder i forbundsnyheder.



Billede fra en fisketur i 3F Næstved vakte interesse, Der blev kigget på både fisker og fisk.

Billeder med tekst blev set og læst

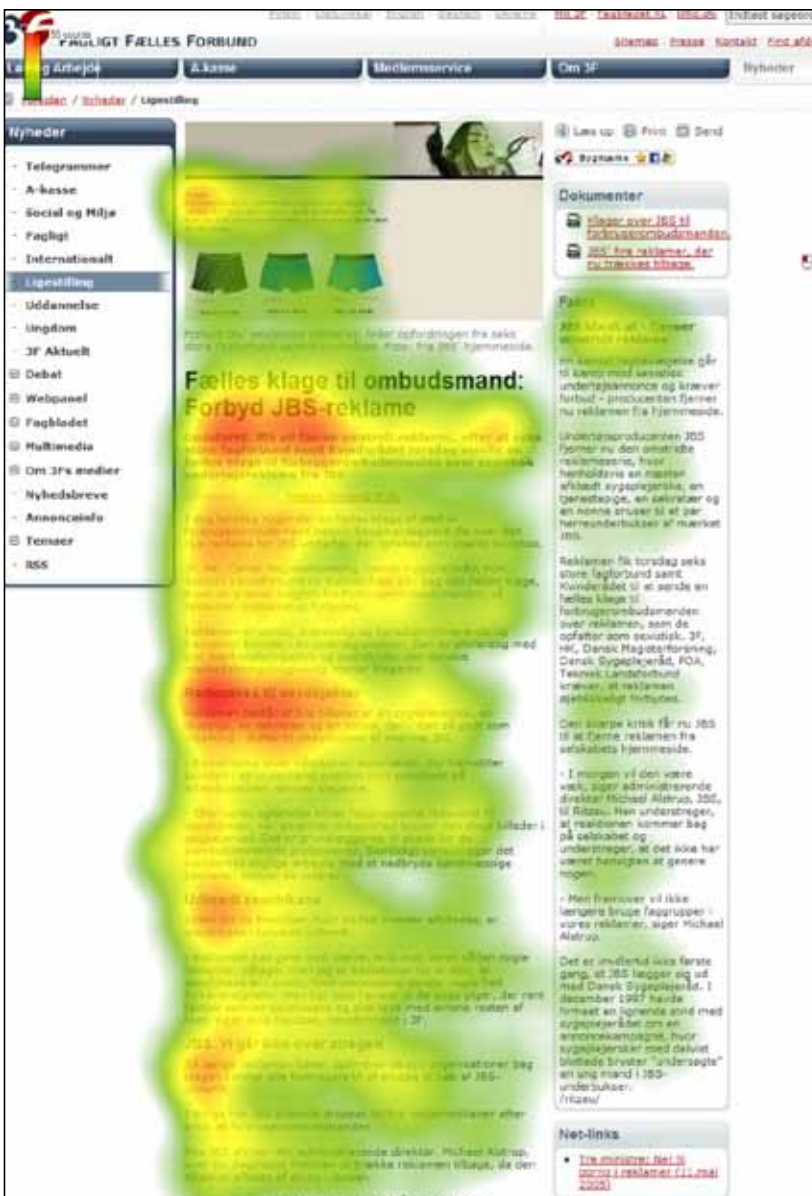
Under de forskellige tests så det ud til, at billeder, der indeholdt tekst, blev læst grundigt. Observationen blev siden bekræftet af de indsamlede data.

Det er bemærkelsesværdigt, fordi amerikanske eyetrack-undersøgelser tyder på, at brugere generelt er afvisende over for at læse tekst, der præsenteres i visuel eller grafisk form.

Et billede i en forbundsnyhed om krav om forbud mod nogle diskriminerende JBS-reklamer (opgave 12 og 13) blev betragtet indgående af flere testpersoner. Heatmaps viste, at testpersonernes opmærksomhed var rettet mod at læse billedets tekst. Gazeplots fra de enkelte testpersoner bekræftede, at teksten i billedet blev læst omhyggeligt.

Spørgsmålet er, om dette mønster var et resultat af, at testpersonerne tog det meget alvorligt, når de blev instrueret i at læse på siden, eller om der er tale om et generelt mønster vedrørende læsning af tekst i fotos. Det kan man ikke svare på ud fra denne undersøgelse.

I øvrigt gav flere testpersoner udtryk for, at de mente, at et billede af den reklame, som blev anklaget for at være diskriminerende, burde være vist.



Teksten i billedet blev læst indgående af flere testpersoner.

Billede med anatomi blev kigget

Det mest betragtede billede i undersøgelsen forestillede en ung mand med en cola-flaske i baglommen. Billedet blev betragtet i en tredjedel af den samlede tid, der blev brugt på den pågældende side.

Var det mon det lidt gådefulde motiv, der udfordrede testpersonerne til at udforske billedet? Eller blev interessen vækket af den unge mands bagdel? Det er svært at sige, men ifølge NNGroups undersøgelse så er motiver med den menneskelige anatomi noget, der tiltrækker brugernes øjne.

The screenshot shows a news article on the website 'Fagligt Fælles Forbund'. The main headline is 'Unge indsamler 10.000 kroner til handlede kvinder'. The article text describes how young members of the LO (Danish Labour Union) raised 10,000 kroner for a project called 'SAFE AND ALIVE'. It mentions that the money was used to build a house for the project and that the young members also participated in a football match. The heatmap overlay indicates that users spent a significant amount of time looking at the photograph of the young man, specifically his back and the cola bottle in his pocket.

Colaflasken i baglommen vakte stor interesse hos en testbruger. Var det også den unge mands bagdel, der blev studeret? Testpersonen var i dette tilfælde en kvinde.

Konklusioner om billeder

Det er svært at nå frem til meget håndfaste konklusioner om, hvad undersøgelsen viser om brug af billeder på websider.

Testpersoners første blik på en webside faldt i toppen og midten af siden. På websider med billede i toppen faldt første kig meget ofte i billedet. Fremtidig eyetrack-tests bør teste samme nyhedsartikel i to versioner - med og uden billede - for mere entydigt at prøve at fastslå, om billeder har betydning for, hvor brugere kigger første gang.

Der ser ud til at være en modsætning mellem at bruge arkivbilleder eller genrebilleder og samtidig give dem en prominent placering i toppen af websider. Undersøgelsen rejser et spørgsmål om, hvorvidt disse billeder understøtter nyhederne og deres budskab, eller om de i virkeligheden er ligegyldige - og unødvendige? Skal nyheder altid illustreres med et billede, eller vil en nyhed nogle gange stå stærkere uden billede?

For de testpersoner, som var i tvivl om, hvorvidt det var billede eller overskrift, der var nyhedens "overskrift", kunne det have været en fordel, at nyhedens egentlige overskrift blev placeret i top over billedet. Dermed ville det det klare konkrete udsagn, som overskriften giver om nyheden og dens budskab, få den mest prominente placering.

Man kan også lade billedets kvalitet og fortællepotentiale være afgørende for placeringen af billedet. Når man har et godt nyhedsbillede, der fortæller en historie, skal det op i top i stor størrelse. Har man kun et arkivbillede, er det måske overskriften, der skal gøre arbejdet med at sende stærke signaler om nyheden, og så er det overskriften, der skal i top.

Eyetrack 3F viser klart, at det er ansigter - gerne glade ansigter - og grupper af personer, der tiltrækker brugernes opmærksomhed. Det kan læses som et ønske om flere mennesker i nyheder og informationstekster. Inden for journalistisk formidling betyder det flere cases, eksempler og reportager fra den virkelige verden.

Anbefalinger: Billeder

Billeder er vigtige

Alle testpersoner kiggede på billeder. Billedet var ofte første nedslagspunkt. Selvom billedet ikke blev "læst", medvirkede det til at signalere noget om nyhedernes emne.

Derfor bør 3F arbejde med at udvikle en strategi for, hvordan man bedst kan bruge billeder til at understøtte budskaber. Strategien skal også afklare, hvornår billeder ikke skal bruges.

Anbefaling

- *Lav en strategi for brug af billeder på websider*

Nyhedsbilleder

Den udbredte brug af arkiv- og genrebilleder bør nedtones og erstattes af nyhedsbilleder, der er specifikt informative i forhold til nyheden. Det vil sige, at de viser personer, steder, ting og situationer, som direkte omhandler og vedrører den pågældende nyhed.

Anbefaling

- *Erstat arkivbilleder med nyhedsbilleder, der fortæller historier*

Billeder med mennesker

Billeder af mennesker blev set og studeret. Ansigter vakte opmærksomhed og fastholdt brugernes interesse.

Det kan være en udfordring at give mennesker en mere fremtrædende plads i både nyheder og billedside. Men det er bemærkelsesværdigt, at det var det traditionelle, opstillede "familie-billede" med glade ansigter, der havde størst succes i undersøgelsen.

Anbefaling

- *Brug flere billeder af rigtige mennesker*

Store billeder

En af grundene til, at testpersonerne hurtigt flyttede deres fokus fra billederne, kan være, at billederne var små og motiverne gnidrede.

Mere plads vil give billeder større spillerum. Et stort billede i toppen af siden - der dækker midterfeltet i fuld bredde - vil medvirke til at indramme og definere websidens indholdsfelt. Det vil især hjælpe og støtte svage weblæsere.

Anbefaling

- *Lav mere plads til billeder i toppen af websiden*

Litteratur om billeder

Stanford-Poynter Project: Eyetracking Online News, Poynter Institute, 2001
<http://www.poynterextra.org/et/i.htm>

Laura Ruel: What Makes Web Images Attractive, Poynter Online
eMedia Tidbits, June 23, 2006 - [http://www.poynter.org/column.
asp?id=31&aid=103505](http://www.poynter.org/column.asp?id=31&aid=103505)

Laura Ruel and Nora Paul: Eyetracking points the way to effective news
article design, Online Journalism Review, March 13, 2007 - [http://www.ojr.
org/ojr/stories/070312ruel/](http://www.ojr.org/ojr/stories/070312ruel/)



www.3f.dk/eyetrack