

En god titel og en fængende kursustekst er vigtigt, når du som kursusleder skal gøre potentielle deltagere interesserede i dit kursus.

Begge dele skal selvfølgelig seriøst og sagligt fortælle deltagerne, hvad kurset går ud på. De skal have det bedste mulige grundlag for at hurtigt at vurdere, om det er noget for dem.

Men titel og tekst skal *også* markedsføre kurset, dvs. gøre det interessant og tiltrækkende for mulige deltagere. De har en travl hverdag, og I kan ikke forvente at de tålmodigt læser hele kursusmateriale. En tom titel eller knastør kursusbeskrivelse risikerer at skræmme nogen væk, som måske ellers var oplagte deltagere på kurset.

Det handler kort sagt om at finde den rette balance mellem nøgtern faglig beskrivelse og en mere sælgende tekst. Det første er vi ofte godt trænet i som fagfolk, det andet kan kræve lidt inspiration fra tekstforfattere, der er vant til at skrive til vores sanser, følelser og behov. Når de vil gøre dig interesseret i deres produkt, bruger de især tre tricks:

- De fokuserer på din situation, dine behov, dine problemer, og hvad du opnår.
- De gør sig umage med at fange din opmærksomhed og få dig på krogen, så du læser videre.
- De skriver konkret, anskueligt og levende, så du føler dig underholdt og hænger på.

Lad os kort se på, hvordan de tre greb måske kan inspirere dig, når du skal skrive din næste kursustekst. Inspirationen gælder især titlen og det indledende afsnit "om kurset". I de mere faktuelle afsnit om kursets indhold og form, kan du sagtens blive på den faglige banehalvdel.

### **1. Tænk og skriv med udgangspunkt i deltagerne**

Prøv om du kan skifte fokus fra dig selv og din viden til de deltagere, du gerne vil gøre interesserede i netop dit kursus. Hvad er de mest optaget af? Hvad er de usikre på? Når du har fanget deres interesse, kan du beskrive hvordan kurset kan lette eller forbedre deres arbejde.

Deltagerne er naturligvis optaget af, hvilken forskel kurset kan gøre for dem i deres daglige arbejde. Det kan du med fordel trække tydeligt frem i teksten, fx ved at bruge den enkle sætning "*så du kan...*" eller "*efter kurset kan du ..*"

Skabelonen til kursustekster er opbygget med dette for øje. Den lægger op til, at du i den indledende tekst "Om kurset":

- vækker deltagerens appetit ved at tage afsæt i deres situation og behov.
- beskriver, hvordan kurset er relevant for dem
- forklarer, hvordan de kan bruge det, de lærer, i deres hverdag.

## 2. Brug titlen som madding

Det afgørende i titlen er selvfølgelig, at den er let at forstå, for i kursusoversigten har deltagerne i første omgang kun den at vælge ud fra. Men du vil også gerne have, at titlen vækker en nysgerrighed og får læseren til at klikke sig ind og læse mere. Det handler igen om at finde balancen mellem det dækkende og det æggende.

Du kan overveje at "berige" titlen, så den ikke kun angiver det rent faglige tema, men fx også afspejler:

- En særlig målgruppe: Vaccinationer – til dig med erfaring
- Kursets form eller metode: Atrieflimmer – et færdighedsværksted
- Kursets faglige hovedbudskab: Funktionelle lidelser – det er ikke så svært
- Deltagernes udbytte: Få succes med din nye praksis.

En god måde at tale direkte til deltagerne på allerede i titlen er at bruge udsagnsord i bydeform. I bydeformen ligger en personlig appel, hvor du opfordrer deltagerne til noget – eller måske lover dem en gevinst:

- Kend din overenskomst
- Undgå omsorgstræthed i din praksis
- Får styr på gynækologien
- Bliv klogere på stofskiftet.

I titlerne indgik tidligere ofte ordene "*i almen praksis*", men det behøves ikke, for det gælder for alle kurser. Som regel er det heller ikke nødvendigt at skrive "for læger" eller "for praksispersonale" i selve titlen, for i oversigten er kurserne allerede opdelt efter målgrupper.

## 3. Brug sproglige krydderier i din tekst

Der er især tre grunde til, at det er en god idé at gøre sig umage med at skrive konkret, anskueligt og levende – også i en i øvrigt saglig og seriøs kursustekst:

- Vi bliver fanget ind og læser videre, hvis teksten er let at læse og måske endda "underholdende".
- Vi kan bedre forstå og huske noget konkret, som vi kan se for os, end abstrakte begreber.
- Sproget sladrer om dig som afsender: Hvis teksten virker kedelig, indviklet eller "selvoptaget", hvordan mon kurset så er ...?

Det er et selvstændigt håndværk at skrive tekster, folk ikke kan lade være med at læse. Ingen forventer, at du som kursusleder også er forfatter, journalist eller reklametekstforfatter. Men du kan godt lade sig inspirere af nogle af deres virkemidler og bruge dem til at krydre din kursustekst:

*Brug genkendelige situationer i teksten*

– fx ved at beskrive den faglige problemstilling ud fra en konkret episode, deltagerne kan leve sig ind i. Eksempel: "*Din sygeplejerske kalder dig ind i sin konsultation for at se med på et kronisk sår...*"

*Skriv så enkelt og konkret som muligt*

Prøv om du kan trække nogle af de indforståede eller abstrakte begreber ned i øjenhøjde med læseren. Det kan være ved at give et godt eksempel eller forklare en problemstilling med mere dagligdags ord. Dette er særlig vigtigt, hvis deltagerne ikke er 100 pct. på hjemmebane i det faglige univers, kurset handler om.

#### *Skab billeder i teksten*

Velvalgte sproglige billeder kan være som hjertemassage for en livløs tekst. Måske kan du finde en rammende sammenligning eller en ny metafor, der vækker læseren. Når det lykkes, bliver dine billeder fremkaldt i læserens hjerne – og det øger både læsefryd og forståelse. Pas på klicheer – dvs. nedslidte sproglige billeder, som ofte kun fremkalder et gab.

#### *Få smilet frem*

Humor er et krydderi, det kan være svært at bruge og dosere rigtigt i en faglig tekst. På den ene side må teksten ikke blive fjollet eller useriøs. På den anden side må den også gerne signalere, at man jo også kan grine sammen på et godt kursus. Det kan fx gøres ved at gøre teksten lidt mere uformel i tonen – og måske tilføje en knivspids selvironi eller et utraditionelt perspektiv på det faglige tema. Eksempel: *”Godnat og sov godt”* eller *”Hvad er det med manden?”*

#### **Sådan kan du arbejde med din kursustekst**

Når du skal beskrive et helt nyt kursus, har du chancen for at indbygge nogle af de nævnte virkemidler. Men også gamle kursusbeskrivelser kan have glæde af få børstet lidt af støvet af sig.

Husk, at du ikke nødvendigvis skal skrive fuldstændig anderledes, end du plejer – og fx skrive en nuværende tekst helt om. Det gælder om at finde en balance mellem at være seriøs og sælgende, der passer godt til netop dit kursus.

Det er ikke så let at ændre skrivevaner og sproglig stil, og måske rammer du ikke de perfekte formuleringer i første forsøg. Derfor er det altid en god idé, at få andres øjne på og kommentarer til teksten, inden den bliver publiceret. Det kan være en kollega, en underviser eller endnu bedre: En mulig deltager på kurset.

Du er også altid velkommen til at kontakte sekretariatet, hvis du har brug for sparring eller hjælp med teksten.

(Ola Jørgensen, redaktør Klartekst.dk, Kursuslederdagen 25. august 2022)