



Goede kans dat je informatie beter onthoudt als je er beeld bij hebt gezien.

Foto: iStock

Visuele elementen zijn in kranten en tijdschriften steeds meer ruimte gaan innemen, mede onder invloed van televisie en internet. Ook Huisarts en Wetenschap gaat meer werken met beeld. Dat is niet alleen fijn voor het oog, maar kan ook nuttig zijn. Zo kunnen visualisaties ons helpen om informatie beter te onthouden en heeft beeld soms een ander effect op lezers dan tekst.

Niet iedereen was direct enthousiast toen fotografie begin twintigste eeuw de kranten- en bladenwereld binnendrong. “Wij zien de ‘vervanging’ van het woord door het beeld, van de gelezen naar de bekeken krant, met groot leedwezen aan”, schreef Doe Hans, voorzitter van de Nederlandse Journalisten Kring, in 1932. Binnen de kortste keren zouden lezers alleen nog vluchtig bladeren – ‘even plaatjes kijken’ – en geen moeite meer nemen écht te lezen, was de angst.¹

We leggen een blad minder snel aan de kant als er een fijne mix is van tekst en beeld

Het beeld dat Hans zo vreesde is inmiddels niet meer weg te denken uit de geschreven media. Al die foto's, illustraties en infographics blijken prima naast het geschreven woord te kun-

nen bestaan. “Bij de sterkste producties versterken beeld, tekst en invalshoek elkaar”, schrijft Rob van Vuure, oud-hoofdredacteur van talloze publicatietijdschriften, in zijn boek *Het Lingeriedenken*.² Wat dat ‘lingeriedenken’ is? “Vaak kan het leuker, speelser, verrassender, spannender. Met behoud van de essentie. Met behoud van een goed, informatief blad.”

Afwisseling in een blad geeft een prettig leesritme, volgens Van Vuure. We leggen een blad minder snel aan de kant als er een fijne mix is van tekst en beeld, maar ook bijvoorbeeld van foto's en illustraties of korte en lange teksten. “Een goed blad prikkelt steeds opnieuw.” Goed gekozen beeld leidt niet af van de tekst, maar vult deze juist aan.

Daarnaast biedt beeld bij tekst lezers houvast. Ons brein kan beelden razendsnel interpreteren. Aan de visuele elementen, zoals foto's en infographics maar ook kopjes, kan je in een oogopslag zien wat voor soort artikel voor je ligt. Dat helpt je snel bepalen of een artikel interessant voor je is, of dat je liever doorbladert.

Ten minste, dat is de theorie. Er is niet veel onderzoek naar gedaan of het echt zo werkt. Een van de bekendste onderzoeken op dit gebied stamt alweer uit 1991.³ Amerikaanse onderzoekers deden toen bij negentig proefpersonen oogmetingen terwijl ze krantenpagina's lazen. Hun belangrijkste bevinding? Lezers lezen niet, ze scannen. Op bepaalde ‘instappunten’ stoppen ze met scannen en gaan ze lezen. Dat kan van alles op de pagina zijn: de titel, intro, tussenkopjes, een kader. Maar het belangrijkste in-

stappunt bleek het beeld. Lezers bekeken bij een artikel meestal eerst de hoofdfoto, vervolgens de titel of een kleinere foto.

EMOTIONELE BEELDEN

Beeld kan ook invloed hebben op emoties en meningen van lezers over een onderwerp, zeker bij maatschappelijke en politieke thema's. Het ligt er wel sterk aan welke beelden de media laten zien. Een foto van een militair met een kind kon op meer steun voor militaire interventie in Afghanistan rekenen dan een foto van een militair met geweer, bleek uit een Amerikaans onderzoek.⁴ In een ander onderzoek, met beelden van de bombardementen in Londen in 2005, wekten foto's van slachtoffers vooral sympathie met hen op, terwijl foto's van terroristen gevoelens van angst en woede aanwakkerden.⁵ Toch kan tekst ook een belangrijke rol spelen in meningsvorming, blijkt uit recent promotieonderzoek van de Universiteit van Amsterdam.⁶ Meer dan 1200 proefpersonen bekeken berichtgeving over een conflict in de Centraal Afrikaanse Republiek, waar de meeste mensen weinig vanaf weten en dus vooraf geen mening over hadden. Sommigen zagen alleen beeld, anderen alleen tekst en weer anderen een combinatie van beide. Het zien van alleen afbeeldingen van slachtoffers leidde tot meer steun voor internationale interventie dan alleen tekst erover lezen. Maar als tekst en beeld werden gecombineerd, gebeurde er iets verrassends. Beide hadden op een andere manier effect op de proefpersonen. Foto's hadden een sterkere invloed op de bereidheid om tot actie over te gaan, bijvoorbeeld door een donatie te doen of een petitie te ondertekenen. De tekst bepaalde sterker de mening over interventie in het conflict. "Beelden laten je direct de emotie voelen. Medelijden leidt tot behulpzaam gedrag, angst tot vermijding", lichtte Powell afgelopen september toe in de Volkskrant. "Beelden verwerken gaat sneller dan tekst, maar een beeld kan onduidelijk zijn. Een tekst begrijpen vergt meer moeite, maar laat je wel de exacte betekenis snappen. Deze diepere verwerking betreft je meer bij het onderwerp."

VISUEEL LEREN

Hoewel het in medisch-wetenschappelijke artikelen niet vaak over oorlog gaat, geeft het Amsterdamse onderzoek wel aan dat tekst en beeld elkaar kunnen versterken. Beeld trekt je aandacht naar het onderwerp van het artikel en kan je er emotioneel bij betrekken, de tekst geeft genuanceerdere informatie.

Goede kans dat je die informatie ook nog eens beter onthoudt als je daar beeld bij hebt gezien. We leren beter door de stof visueel te maken, volgens diverse onderzoeken. We onthouden woorden bijvoorbeeld beter als we daar plaatjes van hebben gezien.⁷ Een foto van een kat prenten we beter in ons geheugen dan alleen het uitgeschreven woord 'kat'. Eén van de geopperde verklaringen hiervoor is dat we een afbeelding in ons brein 'dubbel' verwerken: enerzijds visueel, anderzijds taalkundig doordat we bij het zien van een kat het woord 'kat' in ons hoofd krijgen.

Zouden we (nieuws)artikelen die we lezen ook beter onthou-

den door de toevoeging van beeld? Dat zou goed kunnen, al is er helaas weinig onderzoek over bekend. Eind jaren tachtig zijn wel enkele onderzoeken gedaan naar televisienieuws, waarin bleek dat mensen een besproken onderwerp beter onthielden als ze er beeld bij hadden gezien.⁶

Beeld trekt je aandacht naar het onderwerp van het artikel en kan je er emotioneel bij betrekken

Niet iedereen is echter evenveel gefocust op plaatjes kijken, bleek eerder uit een Duits onderzoek.⁸ Proefpersonen lazen een informatieve tekst met illustraties, bijvoorbeeld over hoe de stortbak van een wc werkt. Wie tekstueel was ingesteld bleek veel meer naar de tekst te kijken dan naar de plaatjes, voor beelddenkers was dat andersom. Beelddenkers keken ook veel sneller doelgericht naar de relevante delen van de illustratie. De ene lezer is dus de andere niet. Alleen al daarom is het een goed idee om vaker en beter tekst met beeld te combineren. Dat maakt hopelijk de leeservaring zowel voor beelddenkers als tekstdenkers prettiger én memorabeler. ■

LITERATUUR

1. Broersma M. Vormgeving tussen woord en beeld. De visuele infrastructuur van Nederlandse dagbladen, 1900-2000. Tijdschrift voor Mediageschiedenis 2004;7:5-32.
2. Van Vuure R. Het linteriedenken. Creatief bladenmaken, succesvol communiceren. Amsterdam: Ambo/Anthos, 2009.
3. Garcia MR, Stark PA. Eyes on the News St Petersburg, FL: The Poynter Institute, 1991.
4. Soroka S, Loewen P, Fournier P, Rubenson D. The impact of news photos on support for military action. Political Communication 2016;33:563-82.
5. Iyer A, Webster J, Hornsey M, Vanman EJ Understanding the power of the picture: the effect of image content on emotional and political responses to terrorism. Journal of Applied Social Psychology 2014;44:511-21.
6. Powell TE, Boomgaarden HG, De Swert K, De Vreese CH. A clearer picture: the contribution of visuals and text to framing effects. Journal of Communication 2015;65:997-1017.
7. McBride DM, Doshier BA. A comparison of conscious and automatic memory processes for picture and word stimuli: a process dissociation analysis. Consciousness and Cognition 2002;11:423-60.
8. Koć-Januchta M, Höffler T, Thoma G-B, Prechtel H, Leutner D. Visualizers versus verbalizers: effects of cognitive style on learning with texts and pictures - an eye-tracking study. Computers in Human Behaviour 2017;68:170-9.

Broersma A. De synergie tussen beeld en tekst. Huisarts Wet 2018;61(1):14-5.
Anouk Broersma: wetenschapsjournalist.
Correspondentie: anouk@anoukbroersma.nl
Belangenverstrengeling: niet gemeld.