
Kijkregistratie

Onderzoek naar het leesgedrag bij het kranten lezen

Norbert Küpper
Diplom-Designer



Er is een manier om het leesgedrag bij het kranten lezen te registreren. Het daarvoor gebruikte apparaat weegt niet meer dan een skibril. De lezer kan zich vrij bewegen en kan de krant zo vasthouden, dat hij comfortabel kan lezen. De fixatie pauzes worden geregistreerd, waardoor men precies kan vaststellen, welke stukken van de krant gelezen worden.

De auteur

De gediplomeerde designer Norbert Küpper is gespecialiseerd in de opmaak van kranten. Hij heeft o.m. de volgende kranten van een nieuw uiterlijk voorzien: de «Gulf-News» in Dubai, de «Vasarnap» in Bratislava, «Rovnost» in Brno, «Der Standard» in Vienna.

In samenwerking met de BDZV (Duitse organisatie van kranten uitgevers) leidt hij werkcolleges voor krantenopmaak.

Design: Norbert Küpper
Office for Newspaper Design
Gutenbergstr. 4
D-40670 Meerbusch

E-Mail: nkuepper@newspaperdesign.de
homepage: www.newspaperaward.com

Probleem definitie

In mijn werk als kranten-designer word ik steeds weer met vragen geconfronteerd, die slechts voor een deel te beantwoorden zijn. Een ding dat tot nu toe in het duister blijft, is hoe de lezer de krant nu daadwerkelijk leest. Volgt hij de wegen, die ik als designer voor hem heb uitgestripped of gaat hij zijn eigen, onconventionele weg, die niet van tevoren vastgelegd kan worden?

Om hieromtrent duidelijkheid te verkrijgen heb ik het Projekt Kijkregistratie ingevoerd.

Vragen-catalogus

Door het registreren van het kijkgedrag wilden wij komen tot een antwoord op de volgende vragen:

Zijn er voor de lezer bepaalde «instap»-punten op een bladzij, bijv. foto's, titels, kleuren?

Bestaat er een bepaalde strategie bij het bekijken van een kranten-pagina of gaat iedere lezer op een andere manier te werk?

Zijn er bepaalde kijkpunten (fixaties) op een pagina, bijv. foto's, titels, korte berichten of andere rubrieken, die door meer dan het gemiddelde aantal lezers worden bekeken? Krijgen foto's altijd meer aandacht dan teksten?

Moet er bij het onderzoek naar leesgedrag een onderscheid worden gemaakt tussen geoefende lezers en nieuwe lezers van een krant, die ze nog niet kennen?

Titelpagina

De titelpagina bestaat uit zowel vaste als ook variabele elementen: links is altijd een nieuwskolom, die ook regionale thema's bevat. Naast de kop staat aan de linker kant een overzichtskader met informatie over het niet-regionale gedeelte, rechts staat of een advertentie of een kader met informatie over de rubriek plaatselijk nieuws.

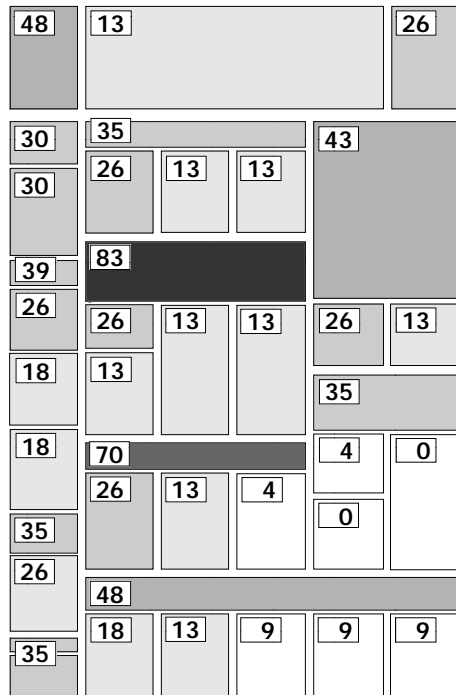
Alle andere delen van de titelpagina zijn variabel. Vaak worden grotere foto's gebruikt dan in deze uitgave. Voor de tests werd steeds gebruik gemaakt van een normale krant. Er werd niet gewerkt met speciaal voor dit doel geproduceerde pagina's, omdat men een leessituatie wilde bereiken, die zo normaal mogelijk zou zijn.



Evaluatie

Uit de grafiek blijkt het volgende: 83 % heeft de voornaamste krantekoppen gelezen, 43 % heeft naar de foto rechts gekeken. Meer dan een gemiddeld aantal lezers kijkt naar de nieuwskolom op de linker pagina. De twee lange artikelen boven de vouw werden slechts door 13 % van de lezers tot het einde gelezen. Bij de bijdrage «Frist für die Stromwirtschaft» (Termijn voor het stroomgebruik) (rechts) heeft 35 % de titel gelezen, 4 % de eerste alinea en geen enkele lezer de rest van het artikel.

Van de bijdrage «Wahlergebnis zwischen SED-Lob...» (Verkiezings-uitslag tussen SED-lof...) (aan het einde van het pagina) heeft 48 % de titel gelezen, 18 % de eerste alinea, 13 % de tweede en 9 % de rest. De personen houden gewoon ergens middenin het artikel op met lezen.



Aanwijzingen:

De boven afgebeelde bladzij wordt links als grafiek weergegeven. Met behulp van de rasterindeling valt duidelijk te zien, hoe intensief bepaalde foto's, titels of teksten bekeken worden.

Hoe donkerder het raster is, hoe meer de bladzij bekeken of gelezen werd. De getallen geven het doornemen in % weer. 23 lezers betekent 100 %. Cijfers boven de 100 worden verkregen, indien lezers een gedeelte van de pagina meerdere keren bekijken. Dit gebeurt vaak met foto's.

Het team

Idee, concept en organisatie zijn van mij. Het uitvoeren van de tests heb ik aan de vakhogeschool voor economie in Pforzheim opgedragen. De bedrijfseconomen Harald Gleissner, Jeanette Welz en Michael Fohrer hebben het projekt begeleid. Als testobject heb ik het «Badische Tagblatt» in Baden-Baden gekozen, een krant, die ik in januari 1989 een nieuwe vorm heb gegeven.

Testmethode

Het was mij al geruime tijd bekend dat er een methode bestaat, waarmee de bewegingen van de ogen geregistreerd kunnen worden. Indien men bijv. in een supermarkt een bepaald produkt pakt, dan is de weg van de ingang tot het schap, de maat en vorm van de verpakking, de opstelling - boven, midden of onderin -

onder meer terug te brengen op een kijkstramien, dat in tests werd vastgesteld.

Een ander groot gebied van toepassing zijn de kranten advertenties; men wil tenslotte weten of de lezers van een blad de advertenties ook daadwerkelijk bekijken en of de vormgeving eventueel kan worden verbeterd.

Om het leesgedrag te kunnen vaststellen wordt van een apparaat gebruik gemaakt, dat de fixatiepunten van beide ogen registreert. Het apparaat zelf weegt ongeveer net zo veel als een skibril. In het bovenste gedeelte zit een objektief, dat het gezichtsveld van de betreffende testpersoon vastlegt. De fixatiepauzes - dat zijn momenten van scherp kijken - worden d.m.v. de cornea-reflex-methode geregistreerd: een infraroodstraal wordt op de ogen gericht en van daaraf gereflekt. Deze reflexen worden geregistreerd en met de

opname van het gezichtsveld gecombineerd. Er kan later nog een video-band worden uitgewerkt, die alle fixaties precies laat zien. Er worden dus niet de bewegingen van de ogen geregistreerd, omdat tijdens deze bewegingen - saccades - niets kan worden gelezen. Scherp kijken is slechts bij fixaties mogelijk. Voor deze tests werd gebruik gemaakt van de NAC-Eye-Mark-Recorder V. Dit apparaat heeft het voordeel, dat de testpersoon zich vrij kan bewegen. Men is niet aan een bepaalde positie gebonden en kan de krant ook gemakkelijk in de hand houden.

Pagina twee en drie

Pagina twee is bestemd voor achtergrond-informatie en omvat dagelijks slechts twee of drie bijdragen en twee kolommen commentaar, die altijd links in het kader staan.

Pagina drie is voor de politiek. De rechter kolom wordt meestal voor korte mededelingen gebruikt.

Bij de evaluering bleek dat de lezers de dubbele pagina steeds als één pagina zien. Foto's en titels worden bijv. op beide pagina's met dezelfde aandacht bekeken of men springt van de ene pagina naar de andere. Dit resultaat geldt waarschijnlijk niet voor de grotere kranten. Zo is het bijvoorbeeld vrijwel onmogelijk om een dubbele pagina in het Noorse formaat te overzien.

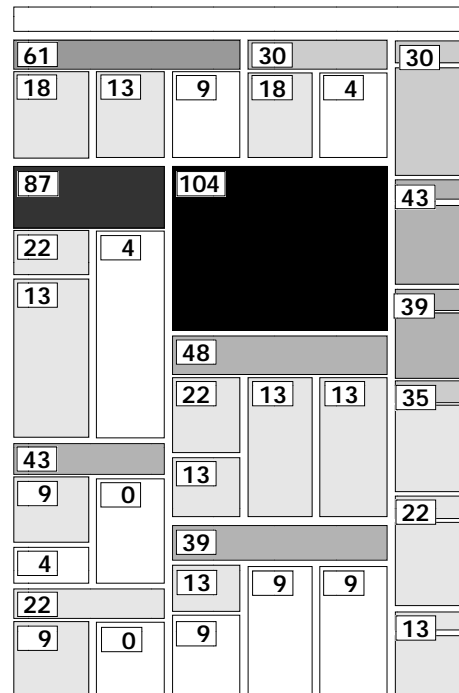
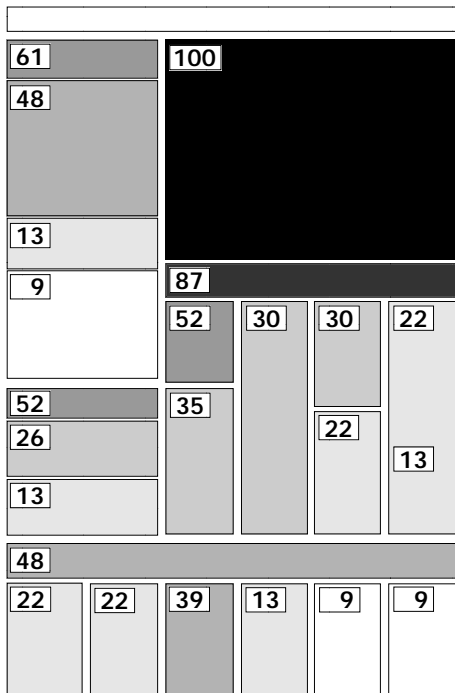


Evaluatie

De twee grote foto's werden door alle lezers bekeken. De rechter foto werd door sommige lezers meerdere malen bekeken. Daarom geldt hier een waarde van 104 %. De kleinere foto onderaan pagina twee daarentegen werd slechts door 39 % van de lezers gezien.

De bijdrage «Warum Eltern zu Tätern werden» (Waarom ouders daders worden) (pagina twee bovenaan) trok de aandacht van buitengewoon veel lezers. De grote foto, de onderverdeling door tussentitels en het thema zelf hebben hier waarschijnlijk samengewerkt. 30 % van de lezers heeft dit artikel voor meer dan de helft gelezen.

Het commentaar links boven werd eveneens voor de helft gelezen. Ook het gedeelte links onder op pagina twee krijgt goede kijkcijfers. De kolom met de korte berichten op de rechter pagina krijgt eveneens meer dan gemiddelde aandacht.



Realistisch leesgedrag

Vele onderzoeksresultaten worden met wantrouwen bekeken, omdat de tests in wetenschappelijke laboratoria in een bijpassende sfeer werden afgenomen. Met behulp van de kijkregistratiebril, die de lezer niet hinderd, en door de ontspannen manier waarop de test in de ruimtes van de krantenuitgeverij werd afgenomen, kon een normale lees-situatie worden gecreëerd. Daarbij komt nog dat de bewegingen van de ogen en het opnemen van informatie door de lezer niet bewust worden gestuurd. Het gebeurt automatisch. De verbinding van hersenen en ogen werkt op een zeer directe manier. Ons beeld van de wereld is steeds volledig, hoewel wij slechts ca. 2 cm van onze omgeving voortdurend scherp kunnen zien. De hersenen vullen het gezichtsveld aan en brengen het oog steeds

naar belangrijke, interessante dingen. Welke dingen bij het lezen van de krant voor een lezer interessant zijn, zal nu blijken.

Het verloop van de tests

Om te kunnen vaststellen of lezers en niet-lezers m.b.t. hun gedrag te onderscheiden zijn, werden 30 studenten - 15 mannelijke/15 vrouwelijke - uitgekozen en in de ruimtes van de vakhogeschool getest. De studenten hadden een gemiddelde leeftijd van 26 jaar. Ter vergelijking werden 30 lezers en abonnees verzocht om naar de uitgeverij van het Badische Tagblatt in Baden-Baden te komen. Deze groep werd op grond van een lezerstructuur uitgekozen. De leeftijden lagen tussen 18 en 73 jaar. De gemiddelde leeftijd was 40 jaar. Ook hier namen 15 mannen en 15 vrouwen deel. Hierbij speelde een zekere

rol: employees, zelfstandigen, vakarbeiders, ambtenaren, huisvrouwen, gastronomen. Maar ook scholieren en ouwers deden aan het project mee. De groep moest zo representatief mogelijk zijn voor de krant, omdat men in Baden-Baden de resultaten ook voor eigen conclusies wilde gebruiken.

Voor de tests werd telkens de krant van die dag gekozen. Er werd geen speciale uitgave geproduceerd, omdat anders het karakteristieke van een dagkrant - de aktualiteit - verloren was gegaan. De Testpersonen moesten realistisch lezen -

Pagina vier en vijf

Pagina vier is voor de afdeling Baden-Württemberg, pagina vijf voor Baden gereserveerd. Op deze pagina's bestaan geen vaste rubrieken. Als regel geldt weliswaar dat korte mededelingen rubrieksgewijs worden samengevat. Op pagina vijf zijn twee van deze kaders te herkennen.

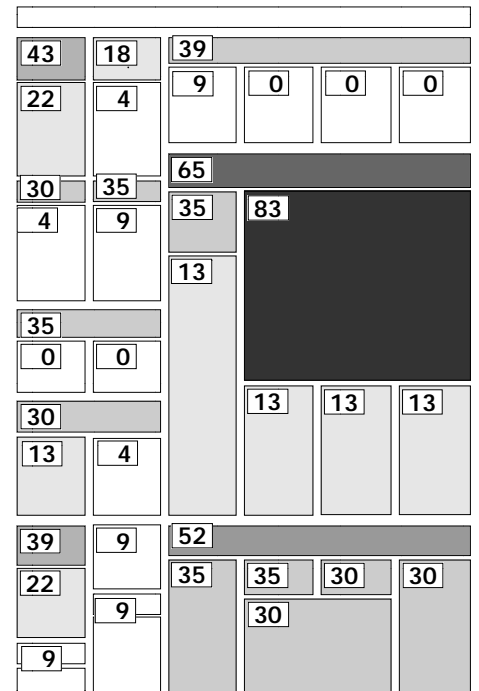
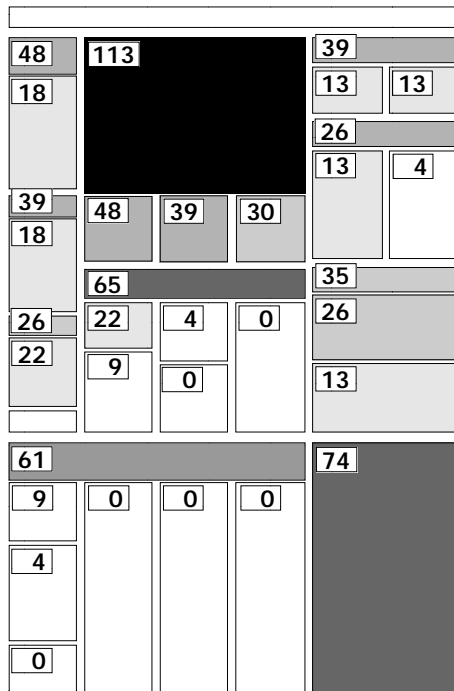


Evaluatie

Foto's krijgen buitengewoon veel aandacht. Bij de foto links bovenaan met een registratie door de testpersonen van 113 % werd de bijbehorende tekst door 48 % in het begin tot 30 % aan het einde gelezen.

Pagina 4: De bijdrage «Steinstele bereitete den Archäologen Sternstunde» (Groots moment voor archeologen door Steinstele) (links onder) werd praktisch niet gelezen. De titel werd door 61 % gelezen, de foto rechts bij dit artikel werd door 74 % bekeken. Mogelijke redenen hiervoor: het artikel is te lang. De basistekst heeft geen tussentitels. Zijn plaatsing is ongunstig.

Pagina 5: Opvallend is dat het artikel rechts boven ook praktisch niet werd opgemerkt - met uitzondering van de titel, terwijl de bijdrage rechts onder voor 30 % tot het einde werd gelezen. Hier bestaat kennelijk een harmonische verhouding tussen de lengte van het artikel, de foto's en de inhoud.



daarom werd er voor een normale uitgave gekozen. Op een dag konden 23 personen van de lezer groep getest worden. De resultaten van deze grote groep werden voor de boven weergegeven evaluaties gebruikt. Er zijn nog talrijke geëvalueerde kranten van kleinere testgroepen, die hier niet kunnen worden weergegeven.

Na afloop van de test werden de deelnemers nog aan een interview onderworpen. Men wilde vaststellen of de lezers zich bepaalde foto's of teksten konden herinneren. Dit interview was een verdere manier om de testresultaten af te bakenen. Er werd de lezers ook gevraagd kritiek te uiten en voorstellen te doen voor verbeteringen.

Zijn er op een bladzij bepaalde «instappunten» voor de lezer?

In de meeste gevallen begint de lezer met het opnemen van informatie bij een grote foto of bij een titel. Elke pagina zou een zwaartepunt moeten hebben, waar de lezer een dergelijke instap wordt geboden. Dit kan een foto zijn of een titel, die een afmeting van op z'n minst 36 punt zou moeten hebben. Deze instap zou in het bovenste gedeelte van de pagina moet en liggen. Hij mag niet direkt onder de krantenkop liggen.

Krijgen foto's meer aandacht dan teksten?

Foto's worden aanzienlijk vaker bekeken dan teksten. De abstracte volgorde van letters moet door de hersenen eerst worden ontcijferd. Foto's kunnen veel vlugger worden waar-

genomen, begrepen en onthouden. Foto's werden - op enkele uitzonderingen na - door meer dan 80 % van der lezers bekeken.

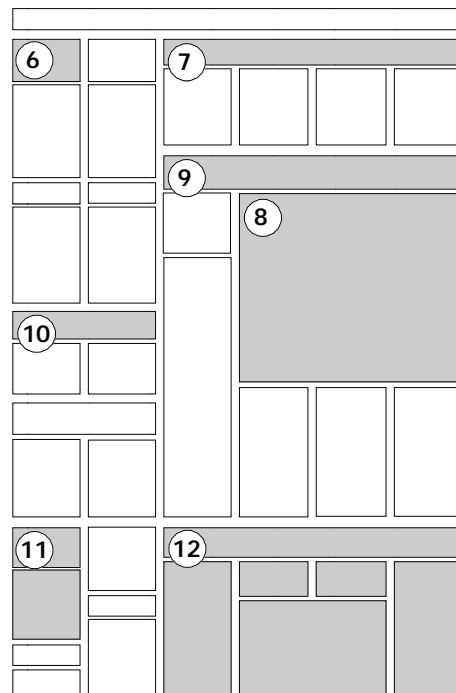
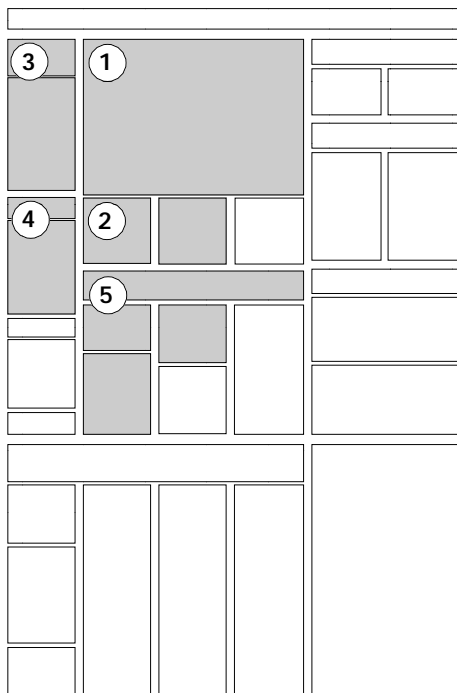
Zijn er bepaalde punten van de tekst - rubrieken, titels, foto's - die door een onverwacht groot aantal lezers worden geregistreerd?

Behalve de foto's werden ook de meeste titels bekeken. Korte bijdragen, die in een kolom of onder een rubriek werden samengevat, werden aanzienlijk vaker gelezen dan andere bijdragen.

Artikelen met foto's werden vaker gelezen dan artikelen zonder foto's.

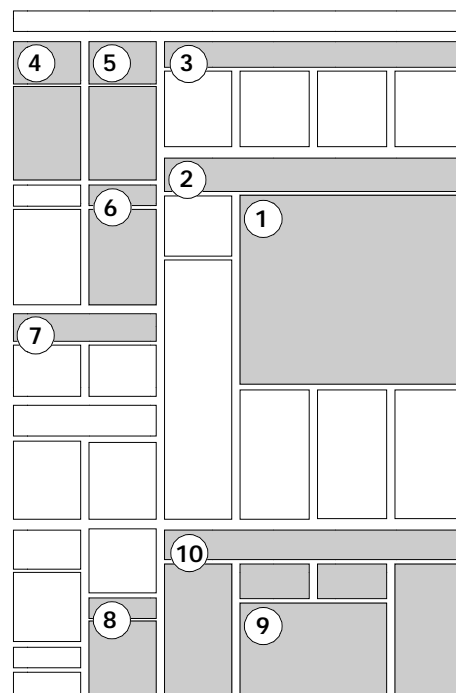
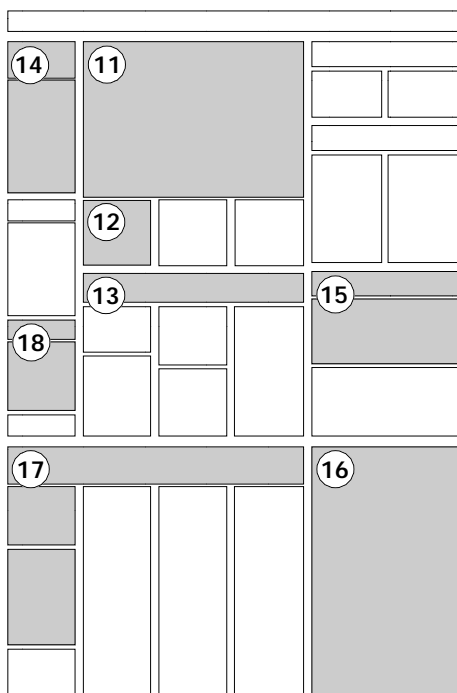
Leesproces aan de hand van het leesgedrag van een lezer

De krant werd van voren naar achteren gelezen. De afbeelding rechts laat de volgorde zien van de opname van informatie door een lezer. Ook hier gaat het om de pagina's vier en vijf. De lezer begint bij de foto links bovenaan (cijfer 1). Daarna leest hij twee kolommen van de fototekst en gaat vervolgens naar de korte mededelingen links boven. Aansluitend leest hij nog de helft van het artikel «Schon gespenstische Züge» (reeds spookartige trekken) (cijfer 5). Daarna gaat hij over op de rechter pagina. Daar wordt eerst de titel van een kort bericht gelezen, daarna de titel bovenaan en daarna wordt de foto bekeken. Als afsluiting wordt de bijdrage onderaan de pagina helemaal gelezen.



Leesproces aan de hand van het leesgedrag van een lezer

De krant werd van achteren naar voren gelezen. De opname van informatie begint bij de foto op de rechter pagina. Daarna worden titel en korte mededelingen boven links gelezen, en de bijdrage aan het einde van pagina vijf. Aansluitend wordt naar pagina vier overgegaan. Ook hier moet de foto als «instap» voor de pagina dienen.



De lezers die de krant van voren naar achteren hebben gelezen, bekijken meestal eerst de linker pagina. De lezers die de krant van achteren naar voren hebben gelezen, bekijken eerst de rechter pagina.

Worden bijdragen die onderaan een pagina staan minder vaak gelezen dan andere?

Voor de selectie van een artikel door de lezer spelen meerdere factoren een rol, die steeds samenwerken. Een slechte plaats is niet voldoende om informatie-opname te belemmeren. Er moeten nog meer fouten tegelijk een rol spelen.

Voorbeeld pagina vier onderaan.

- De bijdrage «Steinstele bereite Archäologen Sternstunde»:
- plaats onderaan de pagina,
 - lang artikel,
 - geen tussentitels,
 - waarschijnlijk geen zeer opwindend thema,
 - ongunstige plaatsing van de foto.

Resultaat: de bijdrage werd praktisch niet gelezen.

Voorbeeld pagina vijf onderaan.

- De bijdrage «Das Grauen vor der Haustür dokumentiert» (Gruwen voor de huisdeur gedocumenteerd):
- plaatsing onderaan de pagina,
 - relatief kort artikel,
 - foto werd goed in het tekstgedeelte geïntegreerd,
 - interessant lijkende titel.
- Resultaat: de bijdrage werd door 30 % van de deelnemers tot het einde gelezen. Dit cijfer ligt boven dat van het hoofdartikel op de voorpagina!

Voorbeeld pagina vijf bovenaan.

Het artikel «Weit mehr Krebstote als im Landes-

durchschnitt» (Veel meer doden door kanker dan landelijk gemiddelde):

- plaats bovenaan rechter pagina,
 - relatief kort artikel,
 - geen foto,
 - onprettig thema.
- Dit artikel rechts boven werd net zo weinig gelezen als het artikel links onderaan. De lezer is klaarblijkelijk geïnteresseerd in een overzicht, dat hij door het bekijken van foto's en door het lezen van koppen verkrijgt en hij beslist volledig zelfstandig, of hij een artikel wil lezen of niet.

Krijgt de rechter pagina meer aandacht dan de linker?

De lezers van het Berlijnse Formaat hebben de pagina's als dubbele pagina's gezien. Zij sprongen ook heen en weer op de bladzijdes.

Titelpagina plaatselijk nieuws

De pagina wordt door twee foto's rechts boven gedomineerd. Onder de vouw rechts is ook een foto die bij het artikel «Bauarbeiten an der Oosüberdeckung» (Bouwwerkzaamheden aan de Oosoverkapping) hoort. De vouwlijn is hier niet helemaal korrekt.

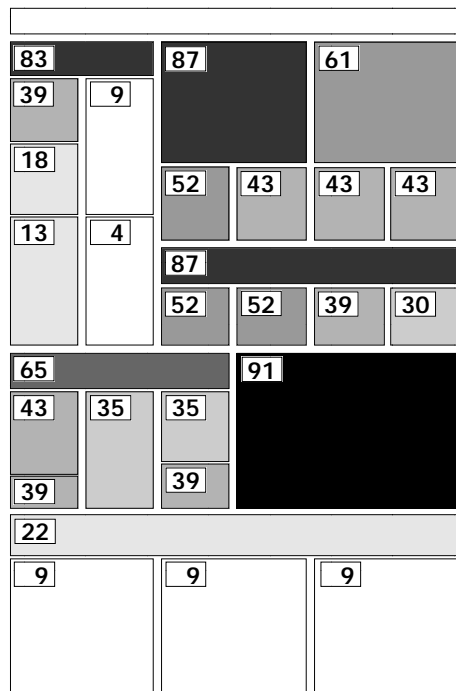


Evaluatie

Het plaatselijk nieuws wordt veel intensiever gelezen dan de pagina's met het niet-regionale nieuws. De meeste bijdragen op de titelpagina van het plaatselijk nieuws werden door 30 % van de testpersonen tot het einde gelezen. 27 % van de abonnees begonnen bij het lezen met deze pagina. Zelfs een stukje links onderaan krijgt hoge registratiecijfers.

Op grond van de hoge cijfers voor het plaatselijk nieuws is het begrijpelijk dat de adverteerders bij voorkeur dit gedeelte gebruiken.

De advertentie werd door 22 % van de testpersonen bekeken, 9 % hebben enkele aanbiedingen gelezen.



Lezers die de krant van voren af aan hebben gelezen, keken meestal eerst op de linker pagina, lezers die aan het einde waren begonnen te lezen, keken meestal eerst naar de rechter pagina. De weergegeven grafieken zijn hiervoor een passende illustratie. De rechter pagina die bij adverteerders bijzonder geliefd is, wordt dus door de lezer niet meer bekeken dan de linker. Ook in wetenschappelijke publikaties zijn geen aanwijzingen voor een meer aandacht voor de rechter pagina.

Wat was de volgorde van het opnemen van informatie?

Het is bekend dat sommige lezers de krant van achter naar voren lezen of met het plaatselijk nieuws beginnen.

Hier was een verschil in gedrag tussen studenten en abonnees, zoals uit de volgende tabel zal blijken:

Studenten	
van voren naar achter	73 %
eerst het plaatselijk nieuws	7 %
van achter naar voren	20 %
Abonnees	
van voren naar achter	53 %
eerst het plaatselijk nieuws	27 %
van achter naar voren	20 %

Een kwart van de abonnees begon met het plaatselijk nieuws, een vijfde deel begon met de laatste pagina. Deze omgekeerde volgorde werd meestal in de hele krant aangehouden. De groep van studenten nam de krant voor 73 % door, van

voren naar achter. Dit resultaat stemt overeen met onderzoek naar leesgedrag bij andere kranten.

Word het plaatselijk nieuws beter doorgenomen dan het niet regionale gedeelte?

Aangezien een vierde van de abonnees eerst naar het plaatselijk nieuws kijkt, kan er inderdaad van een beter lezen van dit gedeelte gesproken worden. De evaluatie van de titelpagina van het plaatselijk nieuws maakt duidelijk dat deze pagina veel intensiever wordt doorgenomen dan bijv. de voorpagina van de krant. Er worden niet slechts titels gelezen, maar ook de basis teksten.

Pagina twee en drie van het plaatselijk nieuws

De linker pagina is voor het culturele nieuws, de rechter voor het lokale nieuws. Bij de linker pagina valt het op dat vijf artikelen van bijna dezelfde lengte in blokken worden gerangschikt.

Bij de rechter pagina is het de kolom met de korte mededelingen die in het oog springt.

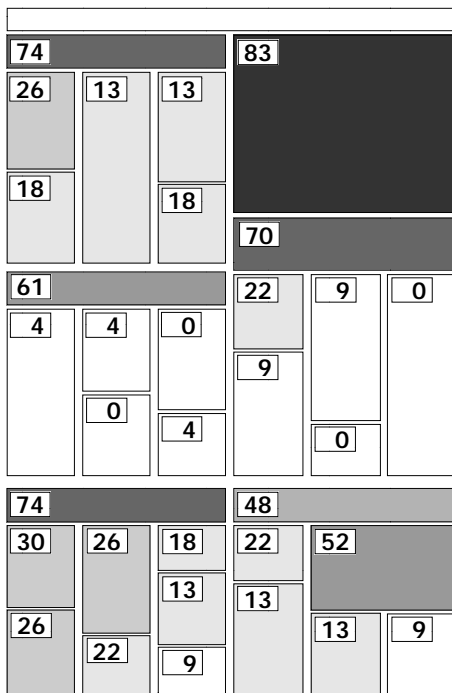


Evaluatie

Ook bij deze dubbele pagina werden de foto's meer bekeken dan de tekst.

Bij de linker pagina valt op dat de stukjes onderaan de pagina relatief hoge cijfers bereiken, terwijl de twee bijdragen in het midden slechts zeer zelden werden gelezen. Bij het artikel «Mit Bravour Erfolge erreicht» (Succes met bravour) kan op het einde nog een kleine toename van 0 naar 4 % worden vastgesteld. Een lezer heeft de titel gelezen en daarna de laatste alinea.

De rechter pagina wordt aanmerkelijk vaker gelezen. De korte mededelingen werden met cijfers van 33 tot 35 % goed gelezen. Het advertentie rechts onder trok de aandacht van 35 % van de lezers.



Wanneer wordt de krant gelezen?

Op de vraag: «Wanneer leest U de krant?» antwoordden de abonnees in het aansluitende interview als volgt:

's ochtens	83 %
's middags	10 %
's avonds	7 %

Worden artikelen tot het einde gelezen of wordt er slechts «aan begonnen»?

Men moet ervan uitgaan dat het voor de lezer heel gewoon is het lezen van een artikel op een willekeurige plaats af te breken. Daarom bestaat in de journalistiek ook de gulden regel dat het belang van een artikel naar het einde toe minder wordt. Of een lezer een bijdrage volledig leest hangt af van verschillende factoren.

Positieve invloeden:

- blikvanger (foto of titel),
- kort artikel,
- tussentitels,
- afwisselende lay-out van het textblok door foto's of grafieken,
- interessant thema,
- goede tekst van de titel.

Negatieve invloeden:

- geen blikvanger (geen foto, titel te klein)
- lang artikel,
- geen tussentitels,
- geen afwisselende lay-out door foto's of grafieken,
- relatief oninteressant thema,
- slecht of onduidelijk geschreven titel.

Was het leesverloop bij de testpersonen ongeveer hetzelfde?

De lezer gaat van groot naar klein. In de meeste gevallen werden eerst de grote foto's bekeken, daarna de titels. De eerste drie tot vier fixatiepunten waren bij de meeste lezers hetzelfde. Na dit overzicht besluit de lezer individueel, welke bijdrage hij wil lezen. Men moet er op letten dat de titel ook werkelijk iets zegt over de inhoud van het volgende artikel. Extreem korte titels zijn dan meestal niet erg zinvol. Het is niet aan te raden de essentiële aspecten van een bijdrage in de eerste of laatste regel te stoppen, maar als het enigerzins mogelijk is moet deze informatie in de titel verwerken. Titels zouden dus vaker uit twee regels kunnen bestaan om aan deze eis tegemoet te komen. De instap in de bijdrage moet duidelijk worden gestructureerd. Er

Regels:**Principiële opmerkingen**

Lezen betekent werken. Door de vormgeving van de krant moet dit werk voor de lezer gemakkelijk worden.

De pagina mag niet worden volgepropt, omdat hij dan onoverzichtelijk wordt.

De lezer moet elke dag een duidelijk gestructureerd, overzichtelijk produkt ontvangen.

De lezer oriënteert zich om te beginnen via foto's en titels. Daarom is het van bijzonder groot belang om hier een duidelijke plaatsing en indeling aan te brengen.

Elke pagina zou een duidelijk zwaartepunt moeten hebben. Dat kan een foto zijn of een titel.

Door het duidelijk aangeven van een zwaartepunt wordt de instap in de pagina voor de lezer makkelijker.

Foto's

Een pagina zonder foto's moet afgewezen worden, omdat de lezer daarin geen instappunt wordt aangeboden.

Foto's mogen nooit als opvulling worden gebruikt, omdat de lezer zich juist aan de hand van foto's oriënteert en deze meestal het eerst bekijkt.

Decoratieve foto's, die niet bij een artikel behoren, moeten in een kader worden geplaatst, zodat de lezer ze niet aan een artikel koppelt.

Foto's die bij een artikel behoren moeten samen met de tekst een blok vormen: opmaak in het blok.

Foto's moeten niet in een hoek bij elkaar staan. Het is beter om ze over de pagina te verdelen.

Foto's mogen wel over de vouw komen, voorzover er geen bezwaren bij het afdrukken zijn.

Korte artikelen

Korte artikelen of mededelingen worden door de lezers zeer intensief doorgenomen. Ze moeten in kolommen of kaders worden samengevat.

Korte artikelen mogen nooit aan een lange bijdrage worden geplakt, omdat daardoor een verkeerde combinatie van de inhoud kan ontstaan.

Titels

De titel moet helder en duidelijk worden geformuleerd. De lezer moet weten, welk thema in de bijdrage wordt behandeld.

Liever een relatief lange titel dan een korte, die niets zegt.

De titel moet niet te zeer worden uitgebreid. Het is niet zinvol, bovenste regels en onderregels te gebruiken.

mogen niet te veel elementen in de titel worden ingebouwd: Niet bovenste regel en onderregels maar slechts een van beide. Niet een extreem lange inleiding maar een korte tekst die de lezer nieuwsgierig maakt naar de rest van het verhaal. Daarna moet het eigenlijke verhaal beginnen. Het belangrijkste dient aan het begin te staan omdat vele lezers tegen het einde toe afhaken.

Moet er bij het leesgedrag onderscheid worden gemaakt tussen geoefende lezers en nieuwe lezers, die de krant nog niet kennen?

Men gaat ervan uit dat jonge mensen de krant sneller lezen en minder intensief doornemen. Bij deze test kon geen onderscheid worden vastgesteld tussen het gedrag van de studenten en dat van de abonnees. Ook was er geen

verschil tussen het gedrag van jonge lezers en dat van oude.

Conclusies

De lezer volgt de wegen, die hem door de designer worden aangegeven, maar hij doet dit op een volledig individuele en niet te generaliseren manier. Het is een hele ervaring om te zien, hoe elke lezer zijn weg door een dagblad vindt.

Wie ooit een video-opname van de oogbewegingen bij het krantenlezen heeft gezien, weet een ding heel zeker: Lezen is een vermoeiende bezigheid. Het is mijn taak als kranten-designer, het opnemen van informatie voor de lezer te vergemakkelijken.

Er zijn nog steeds te veel kranten die onoverzichtelijk zijn samengesteld. De pagina's worden maar lukraak volgestopt. Veel kran-

Basistekst

De inleiding mag niet te lang zijn. Het thema moet daarin worden aangeduid, zonder dat er sprake is van een samenvatting.

Hoe langer een bijdrage is, hoe onwaarschijnlijker het wordt, dat deze tot het einde worden gelezen.

Het is voor de lezer een normale zaak, middenin een tekst met lezen te stoppen.

De belangrijkste thema's in een artikel moeten aan het begin staan. De waarschijnlijkheid dat het artikel wordt gelezen neemt af met de lengte ervan.

Lange artikelen

Lange artikelen dienen te worden onderverdeeld door tussen-titels.

Lange artikelen moeten worden ingeleid door een grote foto die de aandacht van de lezer trekt.

Lange artikelen worden gelezen, indien een aantal factoren aanwezig zijn:

- een foto als blikvanger,
- goed geschreven titels,
- basistekst d.m.v. tussentitels onderverdelen,
- interessant onderwerp.

Lange artikelen worden niet gelezen, indien de volgende factoren aanwezig zijn:

- geen foto,
- onduidelijk geformuleerde titel,
- basistekst zonder tussentitels,
- oninteressant onderwerp.

Lange artikelen kunnen in verschillende korte worden opgesplitst, die ieder voor zich een titel krijgen.

Plaatsing

De plaatsing van een artikel op een pagina is niet van beslissende betekenis. De lezer vindt uit zichzelf de thema's die hem interesseren.

Lezers die de krant van voren naar achterlezen, kijken meestal eerst naar de linker pagina.

Lezers, die de krant van achteren naar voren lezen, kijken meestal eerst naar de rechter pagina.

Artikelen zonder foto aan de kop van de pagina worden soms ondanks de goede plaatsing niet gelezen.

Artikelen met foto onderaan de pagina kunnen een hoge leesfrequentie bereiken.

tenpagina's worden in grote haast en zonder planning samengesteld. Wie zijn werk gedisciplineerd uitvoert, zal tenslotte met een overzichtelijk en duidelijk resultaat worden beloond. Slechts door duidelijke vormgeving en eenvoud kan het doel worden bereikt: het werk voor de lezer eenvoudiger te maken.