

# DETERMINANTEN VAN INTERESSE

## WELKE TEKSTEN WORDEN WAAROM GELEZEN?

*Hans Hoeken & Wilbert Spooren*

### Samenvatting

De grote hoeveelheid teksten waarmee mensen dagelijks worden geconfronteerd, maakt het onmogelijk om al deze teksten te lezen. Voor schrijvers van teksten betekent dit dat het eerste doel van een effectieve tekst, namelijk zorgen dat hij gelezen wordt, steeds moeilijker te bereiken is. De vraag welke factoren de interesse in een tekst bepalen, wordt dan ook steeds belangrijker. Drie verschillende benaderingen van interesse, namelijk de pragmatiek, de verhaalttheorie en het journalistieke concept "nieuwswaarde", blijken sterk te convergeren in hun visie op wat een tekst interessant maakt. Als terugkerende factoren worden voorkennis, absolute interesse en betrokkenheid genoemd. In twee experimenten werd ondersteuning gevonden voor de invloed van deze factoren. Voorkennis over een onderwerp leidde tot een grotere interesse in informatie over het onderwerp (Experiment 1). Teksten over absoluut interessante onderwerpen werden eveneens als interessanter beoordeeld dan teksten over andere onderwerpen; bovendien had betrokkenheid bij het onderwerp een forse (additieve) invloed op de interesse (Experiment 2).

### 1. Inleiding

Wil een tekst succesvol zijn, dan moet hij een aantal barrières overwinnen. De eerste en meest belangrijke hobbels is wel het trekken van de aandacht van de lezer: schrijvers zullen er allereerst voor moeten zorgen dat de tekst gelezen wordt. Pas dan komt de kwestie aan de orde of de tekst goed is of niet. Die barrière vormt in toenemende mate een onoverkomelijk obstakel voor de meeste teksten. Mensen krijgen immers zoveel boodschappen op zich afgevuurd dat ze nog maar een fractie van al die teksten op billboards, in kranten, tijdschriften en nu ook al op het World Wide Web kunnen lezen. De vraag naar welke selectie-criteria mensen hanteren bij het besteden van aandacht aan teksten wordt dan ook steeds belangrijker. Het antwoord dat je vaak hoort is: Ze lezen de teksten die ze interessant vinden. Maar dat antwoord is onbevredigend, tenzij je kunt aangeven welke factoren bepalen of iets interessant is of niet.

In het eerste gedeelte van dit artikel gaan we in op dit punt: welke factoren maken een tekst zo interessant dat de aandacht van de lezer getrokken wordt? De rol van die factoren hebben we onderzocht in twee experimenten, die we in het tweede deel van deze bijdrage rapporteren.

### 2. Factoren die tekstuele interessantheid bepalen

De eerste manier waarop een tekst interessant kan zijn is door de *vorm* ervan: de manier waarop de informatie gepresenteerd wordt, of de manier waarop de tekst aangekleed wordt (met illustraties

e.d.). Deze vorm van interessantheid is door Hidi (1990) *situatonele interessantheid* genoemd: prikkels in de omgeving van de tekst maken dat de aandacht van de lezer naar de tekst getrokken wordt. Dat is vermoedelijk de reden waarom er überhaupt titels boven een tekst staan, en waarom die titels doorgaans een afwijkend lettertype of afwijkende lettergrootte hebben. Maar situatonele interessantheid kan ook met linguïstisch middelen bereikt worden. Zo ligt het voor de hand dat een titel waarin een gebeurtenis op intense wijze wordt gekarakteriseerd interessanter is dan een titel waarin die gebeurtenis op vlakke wijze wordt beschreven. ("Ministers bereiken akkoord na lange vergadering" vs. "Ministers bereiken akkoord na uitputtingsslag") (voor een karakterisering van en onderzoek naar stilistische middelen om tekstuele interessantheid te vergroten, zie Anderson et al. 1987).

Situatonele interessantheid heeft dus te maken met de vorm waarin informatie gepresenteerd wordt. Daarnaast is er natuurlijk de *inhoud*, het onderwerp waarover de tekst gaat. Algemeen wordt aangenomen dat er een beperkt aantal thema's is waar alle mensen in geïnteresseerd zijn, de zogenaamde absolute interesses (Schank, 1979) of emotionele interesses (Kintsch, 1980). Deze thema's zijn bijvoorbeeld dood, sex, macht en geweld. Combinaties van dit soort thema's leidt tot een nog hogere interesse, of, om met Schank te spreken:

'So what is interesting according to the above? If someone you knew died from having sex for a lot of money, that would be very interesting by my rules'.

En een enkele keer kom je ook wel eens een tekst tegen, ook in een kwaliteitskrant, die één of meer van deze elementen bevat (zoals het artikel in het NRC over de Engelse Tory-parlementarier die dood werd aangetroffen, gekleed in damesondergoed met een plastic zak over zijn hoofd). Maar absoluut interessante onderwerpen zijn er maar weinig. Er zijn dus maar weinig thema's waar je gegarandeerd mee scoort als tekstschrjver. Voor de andere onderwerpen geldt dat sommigen ze wel interessant vinden, maar anderen niet. Sommigen willen alles weten van Hank Williams, anderen over Theo Thijssen en weer anderen zijn dermate geïnteresseerd in "het product betaald voetbal" dat ze zelfs het bekijken van een vergadering van het sectie-bestuur van de KNVB de moeite waard vinden. Deze interesses die per persoon verschillen, worden door Hidi (1990) als *individuele interesses* aangeduid. En de kernvraag is nu: welke factoren liggen ten grondslag aan die individuele interesses?

### 3. Drie benaderingen van individuele interessantheid

Om een antwoord te kunnen geven op deze vraag, gaan we te rade bij drie verschillende benaderingen uit heel verschillende tradities. De eerste komt uit de pragmatiek, het betreft de relevantie-theorie van Sperber en Wilson (1995). De tweede is die van de psycholoog Kintsch (1980). De derde benadering is de journalistieke benadering van Heil (1980) van wat een thema 'nieuwswaardig' maakt. We zullen zien dat de drie benaderingen ondanks terminologie-verschillen sterk overeenkomen in hun antwoord op de vraag wat informatie relevant, interessant en nieuwswaardig maakt.

### 3.1 Benadering 1: de pragmatiek

De benadering met de minste factoren is de relevantie-theorie van Sperber en Wilson (1995). Zij stellen dat mensen ontzettend veel cognitieve stimuli tegenkomen in hun omgeving waarvan er maar een zeer beperkt aantal cognitief wordt verwerkt. Als we "cognitieve stimuli" vervangen door "teksten" en "cognitief verwerkt" door "gelezen", dan is duidelijk dat de relevantie-theorie van belang kan zijn voor de vraag: Waarom lezen we de teksten die we lezen?

Sperber en Wilson werken niet met een dichotomie relevant versus niet-relevant, maar met een continuüm: een onderwerp kan meer of minder relevant zijn. Dit komt ook overeen met het gegeven dat een tekst meer of minder interessant kan zijn. De mate van relevantie wordt door twee factoren bepaald:

Factor 1: *De mate waarin de informatie een cognitief effect bewerkstelligt*

Mensen hebben een cognitieve representatie van de toestand in de wereld. Informatie heeft een cognitief effect als die representatie van de werkelijkheid bijgesteld wordt. Wil informatie een cognitief effect sorteren, d.w.z. leiden tot bijstelling van de cognitieve representatie, dan moet aan twee voorwaarden zijn voldaan.

- De informatie moet nieuw zijn.* Als lezers de informatie al kenden, dan was die al opgenomen in hun cognitieve representatie. Het verwerken van die informatie leidt dan dus niet tot een cognitief effect.
- De informatie moet gerelateerd zijn aan wat men al weet. Het alleen maar toevoegen van nieuwe informatie aan de cognitieve representatie heeft volgens Sperber en Wilson ook geen effect.

Een voorbeeld: de mededeling dat Hank Williams een aantal malen heeft gehuild tijdens een optreden in de Grand Ol' Opry (zie Friedman, 1987), kan om twee redenen niet relevant (en dus: oninteressant) zijn: de lezer wist het al, of hij/zij weet bij god niet wie Hank Williams was en/of wat de Grand Ol' Opry is.

Factor 2: *Het gemak waarmee dat cognitief effect wordt bewerkstelligd.*

Informatie is relevanter en dus interessanter naarmate de cognitieve effecten ervan sterker zijn. Dat is echter niet de enige factor die de mate van relevantie bepaalt: informatie is ook relevanter (interessanter) naarmate het minder moeite kost om de cognitieve effecten te bewerkstelligen. Een voorbeeld. Voor iemand met een hoge huur en een laag inkomen is informatie over individuele huursubsidie zeer relevant. Op grond daarvan zou je kunnen denken dat elke tekst over dit onderwerp voor zo iemand interessant is. Maar het zal voor de gemiddelde lezer veel gemakkelijker zijn om de consequenties voor de eigen situatie te begrijpen aan de hand van een brochure over de huursubsidie dan aan de hand van de wettekst over huursubsidie. Daarom zal de brochure relevanter (en dus interessanter) zijn dan de wettekst, ook al zouden deze teksten dezelfde cognitieve effecten sorteren.

Samenvattend: volgens de relevantie-theorie is informatie interessanter naarmate informatie

grotere gevolgen heeft voor de cognitieve representatie in deze gevolgen gemakkelijker kunnen worden bewerkstelligd.

### 3.2 Benadering 2: de (lees)psychologie

De tweede benadering voor de determinanten van interessantheid is die van Kintsch (1980). Zijn artikel heeft als ondertitel "Waarom zou iemand eigenlijk sowieso een verhaal lezen?". Vervang verhaal door tekst, en de relevantie voor ons betoog is duidelijk.

Volgens Kintsch spelen drie factoren een rol bij de interesse in een verhaal:

#### Factor 1: *Mate van voorkennis*

De relatie voorkennis-interesse is non-monotoon: als lezers niets of weinig weten over een onderwerp dan is het onderwerp niet interessant, naarmate zij er meer van weten, wordt het interessanter, maar die interesse neemt weer af naarmate de voorkennis zo uitgebreid wordt dat de tekst (bijna) geen nieuws meer bevat. Een artikel over de verkiezingen in Bulgarije is niet interessant als je de kandidaten en achtergronden niet kent. Het is ook niet interessant als je de uitslag en gevolgen al kent. Het is wel interessant als je enige achtergrondkennis hebt maar verder niet weet wie gewonnen heeft.

#### Factor 2: *Mate van onzekerheid*

Ook hier is de relatie tussen onzekerheid en interesse non-monotoon: als de lezer precies kan voorspellen wat er gaat gebeuren, is de tekst niet interessant; als de lezer geen flauw idee heeft wat er gaat komen, dan is de tekst ook niet interessant. In het gebied daartussen is een verhaal het meest interessant: de lezer heeft wel een idee over de komende gebeurtenissen, maar weet niet zeker hoe het zal aflopen. Een sportwedstrijd wordt interessanter naarmate de krachtsverschillen tussen beide teams kleiner zijn, en de onzekerheid over de uitslag dus groter is. De interesse neemt af als je al weet hoe de wedstrijd is afgelopen. Die interesse neemt ook af als je geen flauw idee hebt over wat er aan het gebeuren is, een gevoel dat de meeste Nederlanders hebben als ze naar cricket kijken.

#### Factor 3: *'Naspelbaarheid'*

Een onverwachte gebeurtenis is interessant, maar alleen als die onverwachte gebeurtenis achteraf inpasbaar is in de loop van het verhaal. Deze factor lijkt te refereren aan het verschil tussen een "verrassende" en een "curieuze" gebeurtenis. Een verrassende gebeurtenis is onverwacht maar verklaarbaar; een curieuze gebeurtenis is eveneens onverwacht maar niet verklaarbaar. Eén van de redenen waarom een film als "The silence of the lambs" meer publiek trekt dan alle films van Jean-Luc Godard samen zou wel eens de geringe naspelbaarheid van de films van Godard kunnen zijn: veel van wat er gebeurt is onverwacht maar zelfs achteraf niet verklaarbaar.

### 3.3 Benadering 3: de journalistiek

De laatste benadering die een licht werpt op de determinanten van interesse wordt gevormd door de journalistieke ideeën over het begrip "nieuwswaarde". Journalisten nemen elke dag beslissingen over welke teksten wel en welke niet in de krant komen. Als criterium voor opname geldt de

nieuwswaarde van het onderwerp. Is het onderwerp het waard om onder de aandacht van de lezers te worden gebracht?

Ongewoonheid van informatie speelt daarbij een belangrijke rol. Heil (1980) vindt ongewoonheid het essentiële kenmerk van nieuws: "Nieuws schuilt in het ongewone en het ongebruikelijke en hoe ongewoner een voorval of mening is, hoe groter de nieuwswaarde daarvan." Van Oostendorp en Peeters (1996) concluderen dat berichten worden opgenomen "als ze sensationeel of verrassend zijn en als ze voor veel mensen belangrijk lijken te zijn." Het "sensationeel" lijkt vooral te verwijzen naar de absoluut interessante thema's zoals sex, dood en macht. Het verrassende kwamen we ook al bij Kintsch (1980) tegen. De toegevoegde component lijkt de factor "belangrijke gevolgen". Deze factor wordt ook wel "betrokkenheid", "persoonlijke relevantie" of persoonlijke gerelateerdheid genoemd.

Deze drie benaderingen van het fenomeen interessantheid, relevantie-theorie, verhaal-theorie en nieuwswaarde zijn onafhankelijk van elkaar ontwikkeld. Desalniettemin lijkt er grote overeenstemming te bestaan over wat de determinanten van interesse in een onderwerp zijn. De rol van voorkennis speelt in elk van de benaderingen een belangrijke rol en wel op twee manieren:

1. Zowel Sperber en Wilson als Kintsch stellen dat informatie die overeenkomt met wat de lezer al weet, niet interessant is. In de journalistieke benadering bevat dat soort informatie ook geen nieuwswaarde.
2. Informatie die niet gerelateerd is aan de voorkennis van lezer, is ook niet interessant. Dergelijke informatie kan volgens Sperber en Wilson geen cognitief effect sorteren; ook Kintsch beargumenteert dat informatie aan moet sluiten bij iets wat de lezer al weet, wil hij interesse opwekken.

Een derde punt van overeenkomst betreft de rol van verrassendheid. Verrassende informatie is interessant, zowel volgens Kintsch als volgens Heil. Maar informatie kan pas verrassend zijn, als er bepaalde verwachtingen waren over die informatie. En die verwachtingen zijn weer gebaseerd op voorkennis over het onderwerp. Bovendien kun je stellen dat verrassende informatie noopt tot ingrijpende aanpassingen in de cognitieve representatie. Hoeken en Van Vliet (1995) lieten zien dat de aanwezigheid van een verrassende wending ertoe leidde dat lezers de verhaalrepresentatie opnieuw verwerkten. Het cognitieve effect van verrassende informatie is daarom groot; volgens de relevantie-theorie van Sperber en Wilson is verrassende informatie dus ook interessanter dan andere informatie.

De enige determinant waarover de benaderingen van mening lijken te verschillen, is de persoonlijke betrokkenheid van de informatie. Deze determinant wordt alleen in de journalistieke benadering genoemd, en gezien het succes van de regionale dagbladen lijkt het een factor om rekening mee te houden. Maar ook voor deze factor geldt dat hij aan de andere benaderingen gekoppeld kan worden, omdat "Persoonlijke betrokkenheid" zowel aan voorkennis als aan cognitief effect is gerelateerd.

Persoonlijke betrokkenheid is gerelateerd aan voorkennis, omdat het voor de hand ligt om persoonlijke betrokkenheid op te vatten als de mate waarin de informatie in ruimte en tijd aan de lezer gerelateerd is. Gegeven zo'n definitie ligt het voor de hand dat een sterkere gerelateerdheid in

ruimte en tijd gepaard met meer voorkennis. Het verhaal over een inbraak in Nieuw-Vennep zal minder interessant zijn dan een het bericht over een inbraak in de eigen woonplaats; maar dat komt ook omdat we meer weten over de eigen woonplaats en het verhaal dus ook meer gaat leven.

Persoonlijke betrokkenheid is ook gerelateerd aan het cognitieve effect dat informatie heeft op de lezer. Want als persoonlijke betrokkenheid wordt geïnterpreteerd als de mate waarin de informatie ernstige gevolgen heeft voor de lezer, dan gaat een grotere betrokkenheid gepaard met een sterker cognitief effect. De informatie dat je ontslagen bent, leidt tot sterkere aanpassingen van het wereldbeeld (en vooral het toekomstbeeld) dan de informatie dat medewerkers bij een ander bedrijf zijn ontslagen.

#### 4. Experiment 1: de rol van voorkennis in het trekken van de aandacht

In twee experimenten hebben we onderzocht of de verschillende determinanten inderdaad invloed hebben op de interesse in een onderwerp. In het eerste experiment hebben we onderzocht of voorkennis invloed heeft op de interesse in het onderwerp. Het hebben van voorkennis over een onderwerp is een eigenschap die van individu tot individu kan verschillen en dat maakt hem lastig te manipuleren. Om deze manipulatie toch te bewerkstelligen, hebben we krantenberichten gemaakt over fictieve gebeurtenissen die zich afspeelden in Afrika. De keuze voor Afrika was gebaseerd op de overweging dat doorsnee lezers weinig kennis hebben over Afrika, een overweging die ten tijde van de dataverzameling (eerste helft 1994) vermoedelijk meer gerechtvaardigd was dan heden ten dage. Die krantenberichten hadden tot doel voorkennis aan te brengen over het onderwerp van de tekst.

##### 4.1 Methode

In totaal waren er 16 voorkennis-aanbrengende teksten, die allemaal bepaalde verwachtingen oproepen, bijvoorbeeld dat Pygmeëën hun zwerfend leven zouden opgeven en zich op één plek zouden vestigen. Vervolgens werden 16 titels geschreven. Die titels gaven aan dat de verwachting die door de tekst was opgeroepen, niet uitkwam, bijvoorbeeld: *Spreading Pygmeëën over Afrika*. Naast deze impliciet verwachtingschennende titel, werd van elke titel ook een expliciet verwachtingschennende titel geschreven: *Toch spreading Pygmeëën over Afrika*. Kortom: er waren 16 teksten waarin verwachtingen werden gewekt. Er waren 16 titels waarin die verwachtingen werden tegengesproken en van elke titel waren er twee versies: een impliciet en een expliciet verwachtingschennende versie.

Elke proefpersoon las 8 teksten en beoordeelde de 16 titels die tussen 40 filler-titels stonden. De taak van de proefpersonen was om een oordeel uit te spreken over het 'wervende karakter' van de titels. De helft van de experimentele titels was expliciet verwachtingschennend, de andere helft was impliciet verwachtingschennend. Elke proefpersoon had voorkennis over de helft van de experimentele titels.

Het onderzoek werd aan de lezers gepresenteerd als een onderzoek naar de levensvatbaarheid van een nieuw te starten periodiek over het Afrikaanse continent. De proefpersonen moesten de voorkennis-aanbrengende teksten lezen en vervolgens beoordelen op duidelijkheid en

interessantheid. Daarna kregen ze 56 titels te zien, waarvan 16 experimentele. Elke titel werd beoordeeld op een 7-punts Likert-schaal: "Ik zou een tekst met deze titel zeker lezen" (1 = zeer mee oneens, 7 = zeer mee eens). Aan het experiment namen 45 mannen en 43 vrouwen deel, die in leeftijd varieerden van 18 tot 37 jaar. Het merendeel had hoger onderwijs of vwo genoten.

De schaaloordeelen van de proefpersonen zijn op twee manieren geanalyseerd. In de eerste analyse zijn per proefpersoon en per conditie gemiddelde oordelen berekend (de proefpersoonanalyse). In de andere analyse zijn per titel en per conditie gemiddelde oordelen berekend (de itemanalyse). Die gemiddelden zijn vervolgens geanalyseerd met een tweevogvariantieanalyse waarin beide factoren (voorkennis en soort verwachtingschennend) herhaalde metingen bevatten.

#### 4.2 Resultaten en conclusie

De resultaten van het experiment zijn samengevat in tabel 1.

Tabel 1. Gemiddelde interesse-oordelen als functie van voorkennis (wel, niet) en verwachtingschennend (impliciet, expliciet).

| Voorkennis | Impliciet | Expliciet |
|------------|-----------|-----------|
| Wel        | 375       | 384       |
| Geen       | 343       | 362       |

De titels waarover de proefpersonen voorkennis bezaten werden als interessanter beoordeeld dan de titels waarover ze geen voorkennis bezaten ( $F_1(1, 87) = 8.99, p < .01$ ;  $F_2(1, 15) = 14.73, p < .01$ ). Of de titel de verwachting impliciet of expliciet schond, had geen invloed op de interesse ( $F_1(1, 87) = 1.92, p = .17$ ;  $F_2(1, 15) = 3.71, p = .07$ ). Er trad geen interactie op tussen voorkennis en titelvorm ( $F_1, F_2 < 1$ ).

Deze resultaten zijn in overeenstemming met de hypothese dat voorkennis de interesse in het onderwerp verhoogt. Het expliciet signaleren van de onverwachtheid of verrassendheid van de informatie heeft geen invloed op de interesse.

#### 5. Experiment 2: de rol van persoonlijke betrokkenheid en absolute interessantheid

In een tweede experiment werd de rol van twee factoren onderzocht die volgens de literatuur van invloed kunnen zijn op het trekken van de aandacht: absolute interessantheid en persoonlijke betrokkenheid. Daarnaast werd ook een linguïstische variabele gemanipuleerd, namelijk de vorm van de titel: stellend of vragend. Eerder onderzoek lijkt te suggereren dat 'vragende' titels meer interesse opwekken dan 'stellende' titels (Hoeken & Anderjesse, 1992).

### 5.1 Methode

Niet als in het vorige experiment moesten proefpersonen titels van krantenberichten beoordelen op interessantheid. De onderzochte factoren zijn:

- persoonlijke betrokkenheid bij het onderwerp;
- absolute interessantheid van het onderwerp;
- de vorm van de titel.

Persoonlijke betrokkenheid werd hierbij geoperationaliseerd in termen van ruimtelijke nabijheid. Alle proefpersonen waren woonachtig in Amsterdam. Van elke titel werden twee versies gemaakt, één waarbij een gebeurtenis in Amsterdam werd aangekondigd ("Amsterdams advocaat vermoord door ex-cliënt"), en een waarbij de gebeurtenis naar elders was verplaatst ("Groningse advocaat vermoord door ex-cliënt"). Deze manipulatie bleek succesvol: De persoonlijk gerelateerde titels scoorden veel hoger op de vraag "Ik voel mij betrokken bij dit onderwerp" dan de niet persoonlijk gerelateerde titels ( $F(1, 70) = 74.50, p < .01$ ).

De absolute interessante onderwerpen werden ontleend aan de lijst van Schank (1979). De gebruikte thema's waren: dood, gevaar, ziekte, sex, geld, vernietiging, romantiek en macht. De niet-absoluut interessante onderwerpen waren: Oost-Europa, cultuur, natuur, milieu, wetenschap, minderheden, religie en langdurige militaire conflicten.

Wat de vorm van de titel betreft, van elke titel werden twee versies gemaakt, een stellende ("Amsterdams advocaat vermoord door ex-cliënt") en een vragende ("Amsterdams advocaat vermoord door ex-cliënt?"). Het enige verschil tussen de twee titels was de aan- of afwezigheid van een vraagteken.

Elke proefpersoon beoordeelde 16 titels op interessantheid met behulp van een 7-puntsschaal (1 = oninteressant, 7 = interessant). Deze titels waren systematisch gemanipuleerd op persoonlijke gerelateerdheid (laag, hoog), thema (absoluut interessant, niet-absoluut interessant) en de vorm van de titel (vragend, stellend). Er namen 72 proefpersonen deel aan het experiment. Allen studeerden aan een universiteit of HBO-instelling in Amsterdam. Per proefpersoon en per conditie zijn gemiddelde interessantheidsoordelen. Deze gemiddelde oordelen zijn vervolgens geanalyseerd in een driefactoriaal analyse, waarin alle factoren (betrokkenheid, absolute interessantheid en vorm van de titel) herhaalde metingen bevatten.

### 5.2 Resultaten en conclusie

De resultaten zijn samengevat in tabel 2.

Tabel 2. *Gemiddelde interesse-oordelen als functie van betrokkenheid (laag, hoog), absolute interesse (wel, niet) en vorm (vraag, stelling).*

| Absoluut interessant | Hoog betrokkenen |          | Laag betrokkenen |          |
|----------------------|------------------|----------|------------------|----------|
|                      | Vraag            | Stelling | Vraag            | Stelling |
| wel                  | 439              | 456      | 367              | 383      |
| niet                 | 378              | 373      | 288              | 287      |

Zoals verwacht werden de titels over de absoluut interessante onderwerpen als interessanter beoordeeld dan de titels over niet-absoluut interessante onderwerpen ( $F(1, 70) = 69.45, p < .001$ ); de titels over de hoog gerelateerd onderwerpen werden eveneens als interessanter beoordeeld dan de titels over de laag gerelateerde onderwerpen ( $F(1, 70) = 96.28, p < .001$ ).

De vorm van de titel had geen invloed op de interesse ( $F < 1$ ). Geen van de interacties tussen de drie factoren bleek significant (alle  $F = s < 1$ ). Dit wijst erop dat beide factoren (absoluut interessant, betrokkenheid) additieve effecten hebben op de interesse in een onderwerp.

### 6. Algemene conclusie

Er worden steeds meer boodschappen op mensen afgevuurd. Daardoor worden ook steeds meer teksten niet gelezen. De vraag welke teksten wel en welke niet worden gelezen wordt dan ook steeds relevanter. Interesse lijkt daarbij een belangrijke rol te spelen. Onderzoek naar de rol van interesse heeft zich tot nu toe vooral geconcentreerd op het effect dat interesse heeft op het onthouden van informatie. Onderzoek naar de rol van interesse bij de selectie van informatie is nog schaars.

In dit artikel hebben we laten zien dat drie verschillende benaderingen van interesse (relevantie-theorie, verhaal-theorie, en nieuwwaarde) onafhankelijk van elkaar tot de conclusie komen dat voorkennis een belangrijke rol speelt bij interesse in een onderwerp. In het eerste experiment werd die stelling bevestigd. Daarnaast zouden mensen altijd in onderwerpen zoals sex, dood, macht etc. geïnteresseerd zijn, en is ook de interesse in "dichtbijge" onderwerpen groter. Beide voorspellingen werden bevestigd in het tweede experiment. Verder laten beide experimenten zien dat de linguïstische vorm waarin de titels worden aangeboden weinig invloed heeft op het selectieproces.

Deze bevindingen kunnen niet meer zijn dan een eerste vingervijzing voor de rol die interesse speelt in het informatieselectieproces, al was het maar vanwege de door ons gehanteerde maat (interessantheidsoordelen op een 7-puntsschaal), die weinig gericht zijn op het proces van informatieverwerking. Het lijkt de moeite waard om de invloed van de hier genoemde factoren te onderzoeken op meer procesgerichte maten (zoals de doorlees-maat, ontwikkeld in Hoeken en Goor, 1994).

Niettemin is het resultaat opmerkelijk dat inhoudelijke factoren (voorkennis, betrokkenheid, absolute interessantheid) zulke sterke effecten hebben, terwijl er geen effecten van linguïstische vorm zijn. De implicaties daarvan voor het tekstontwerpproces lijken duidelijk en wellicht teleurstellend: omdat informatieselectie afhankelijk is van individuele interesses, heeft een schrijver weinig of geen invloed op dat selectieproces.

### Noot

1. Dit onderzoek werd uitgevoerd door Masha Kodden in het kader van haar afstudeeronderzoek. Kodden (1996) bevat het volledige verslag van dit onderzoek.

### Literatuur

- Anderson, R. C., Shirey, L. L., Wilson, P. T., & Fielding, L. G. (1987). Interestingsness of children's reading material. In: R. E. Snow & M. J. Farr (Eds.), *Apititude, learning, and instruction. Volume 3: Conative and affective process analyses* (pp. 287-299). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Friedman, K. (1987). *A case of lone star*. New York: Beech Tree books.
- Heil, P. (1980). *Werkwijzer voor journalistiek denken en doen*. Amsterdam: Wetenschappelijke uitgeverij.
- Hidi, S. (1990). Interest and its contribution as a mental resource for learning. *Review of Educational Research*, 60, 549-571.
- Hoeken, H., & Anderjesse, R. (1992). Het effect van de positie van retorische vragen op de overtuigingskracht van een persuasieve tekst. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, 14, 257-269.
- Hoeken, H., & Goor, P. (1994). Lezen als exploratief gedrag. In: A. A. Maas, P. van Hauwermeiten & L. van Waes (Eds.), *Perspectieven in taalbeheersingsonderzoek* (pp. 75-85). Dordrecht: ICG.
- Hoeken, H., & Vliet, M. van (1995). Spanning, nieuwsgierigheid en verrassing: cognitieve en affectieve effecten van verhaalsstructuren bij het lezen van spannende verhalen. *GRAMMA/TIT*, 4, 71-84.
- Kimtsch, W. (1980). Learning from text, levels of comprehension, or: Why anyone would read a story anyway. *Poetics*, 9, 87-98.
- Kodden, M. (1996). *Waarom lezen wij het ene krantenartikel wel en het andere niet?* Doctoraalscriptie K.U. Brabant.
- Oostendorp, H. van, & Peeters, A. L. (1996). De verwerking van nieuws: waarom vinden mensen nieuws leuk en waarom onthouden ze er zo weinig van? Een onderzoeksoverzicht. *Taalbeheersing*, 18, 133-160.
- Shank, R. C. (1979). Interestingsness: Controlling inferences. *Artificial Intelligence*, 12, 273-297.
- Sperber, D., & Wilson, D. (1995). *Relevance. Communication and cognition* (2nd Ed.). Oxford: Blackwell.

## PROCEDURELE EN DECLARATIEVE INFORMATIE IN HANDLEIDINGEN: EFFECTEN VAN DE TEKSTSTRUCTUUR OP INFORMATIEGEBRUIK, TAAKUITVOERING EN INZICHT

Nicole Ummelen

### Samenvatting

Actie-informatie (procedurele informatie) is erg belangrijk in een softwarehandleiding, maar ook uitleg en achtergrondinformatie (declaratieve informatie) blijken gunstige effecten te hebben op de uitvoering van terugkerende taken en op inzicht. Procedurele en declaratieve informatie kunnen op verschillende manieren worden geordend in de tekst: gescheiden of door elkaar, de volgorde kan variëren, of het kan in een hypertextvorm worden gegoten. In een experiment worden verschillende structuurvarianten vergeleken om te achterhalen of de selectie van informatiesoorten verschilt en of gebruikers verschillend presteren met de verschillende handleidingversies. De ordening van de informatiesoorten blijkt nauwelijks effect te hebben op de selectie van informatie, en helemaal niet op taakuitvoering, inzicht en feitenkennis.

### 1. Procedurele en declaratieve informatie

De volgende twee fragmenten komen beide uit een handleiding bij het ontwerpprogramma AutoCAD (Boeklagen, 1993). Ze gaan beide over *tekeningbeheer*, maar ze bevatten verschillende soorten informatie over die functie.

- [1] Beweeg de cursor naar boven in het pull-down menu.  
Wijs File aan en druk op de activeerknop.  
Wijs Open... (oproepen) aan en druk op de activeerknop. De dialoogbox Open Drawing verschijnt.  
Wijs het invoerveld achter Pattern: aan en druk op de activeerknop, zodat de regel in z'n inverse wordt getoond. U kunt nu de extensie van de bestanden aanpassen.
- [2] Wanneer tekeningen op gestructureerde wijze opgeslagen en opgezocht worden, wordt gesproken van tekeningbeheer.  
De eerste directory is het werkgebied. Alle bestanden in deze directory staan hier tijdelijk.  
Het tweede gebied is de persoonsgebonden directory, waarin alle tekeningen staan waaraan gewerkt wordt.

Het eerste fragment bestaat uit *procedurele* informatie: actie-informatie, bestaande uit condities voor acties, acties zelf en gevolgen van acties. Het tweede fragment bevat *declaratieve* informatie: dat is grofweg te karakteriseren als uitleg, achtergrondinformatie over de software en de taak. Een vraag naar declaratieve informatie kan bijvoorbeeld zijn: 'uit welke onderdelen bestaat de directory-structuur?', of: 'Waarvoor dient de persoonsgebonden directory?'.

Aan procedurele en declaratieve informatie worden verschillende functies toegeschreven: procedurele informatie wordt gezien als directe ondersteuning van handelingen, terwijl declaratieve informatie eerder wordt geacht een beter begrip en meer feitenkennis te ondersteunen