

Een magazine lezen of al scrollend op de tablet aan het zwembad of het strand?



Heeft u uw *Cosmopolitan* al ingepakt of de nieuwe *Eos* geïnstalleerd voor uw vakantie of dagje weg? Wat leest u graag en in welke hoedanigheid? Zijn het vooral korte teksten, lange epistels of louter afbeeldingen? Leest u het liefst op een e-reader, een geprint magazine, surfend over internet of al swipend via uw mobiele telefoon zoekend naar vertier/ontspanning of kennis? Hoogstwaarschijnlijk bent u zich niet bewust van hoe u zoekend leest.

We klikken, delen, scrollen, bewerken en archiveren ons wat af met verschillende vormen van digitale communicatie. Niet alleen *wat* we lezen is veranderd door de tijd heen, maar zeker ook *hoe* we lezen. De ontwikkeling van lezen kent een lange historie en traditie waarbij de kleitablet, de rol, de codex en het orale voorlezen zich hebben doorontwikkeld tot verschillende leesgenres en het individueel in stilte lezen van het boek zoals we dat nu kennen in vormen zoals bijvoorbeeld een digitale krant.

Daar waar we vanaf de 18^e eeuw eveneens magazines lezen naast kranten, pamfletten en boeken, zijn er in een rap tempo verschillende andere leesplatformen opgekomen in het tijdperk van digitalisering. Ondertussen lezen we eigenlijk niet minder maar juist meer, zij het zeer gefragmenteerd. Zeker bij de jongere generatie, alsook studenten is dat het geval.

Dit betekent dat we een grote shift hebben gemaakt van het lezen van lineaire teksten naar niet-lineaire teksten, gestuwd door sociale media en de steeds groter wordende digitale informatiestromen zoals tevens zichtbaar wordt in [The Internet Archive of The Wayback Machine](#). Hoe gaan we met deze versplinterde informatiestromen om en navigeren we ons een weg in het wilde woud van hyperlinks om relevante en correcte informatie te vinden? Het toegankelijk zoeken van en naar de juiste informatie in teksten en systemen wordt steeds belangrijker.

Leesbaarheidsonderzoek heeft ondertussen al heel wat blootgelegd en aangetoond. Naast dat lezen veranderd is door de tijd heen en zeer complex is, roept het meer vragen op dan er tot nog toe antwoorden zijn. Er is vanuit verschillende hoeken in de psychologie en neurowetenschappen gekeken naar hoe we begrijpend lezen, informatie cognitief verwerken in en toepassen met onze hersenen. Zo toont onderzoek aan dat we informatie beter onthouden gepresenteerd in een papieren boekvariant dan op een digitaal scherm of zelfs een e-reader. Dit kan te maken hebben met de lange traditie van het boek en vertrouwdheid hiermee. Het kan ook zijn dat onze motoriek tijdens het analoge lezen een positieve impact heeft op memorisatie door het brein. Maar dat is niet alles.

Ook vanuit het vakgebied typografie¹ is er verbindend onderzoek nodig. Via kruisbestuiving tussen andere onderzoeksvelden kan een deeltje van de puzzel verder opgelost worden.

Uit het onderzoek is onder andere gekomen dat mensen vaak een voorkeur voor een bepaald ontwerp of lettertype hebben. Dat blijkt ook belangrijk te zijn om überhaupt tot het lezen van een tekst geneigd te zijn.²

Juist op het vlak van *zoekend* lezen is er steeds meer nood aan onderzoek en toepassingen. Innovatieve typografische navigatie kan daarbij van grote invloed zijn en onze huidige analoge en digitale leeservaring verbeteren en persoonlijker maken. Omdat het niet-lineaire lezen gefragmenteerde teksten bevat, in vaak verschillende stijlen en concepten ^{zie de *Cosmopolitan* en *Eos*}, is er ook coherentie in het ontwerpsysteem nodig en een balans in de gelaagdheid van het geheel. Enerzijds kunnen we teksten verbeteren door **lettertypes**,

letters en iconen aan te passen aan de behoeftes van de uniek ^{lezende mens} **ofwel micro typografie**.

Anderzijds kunnen **teksten** en linken zoals afbeeldingen ook aangepast worden in hoe ze geplaatst worden. Middels het kolommen- of raster systeem, de hiërarchische typografische differentie in delen van een tekst of over het gehele document ^{macro level}. Op de pagina ^{meso level} of in een titel ^{micro level}. Ook kan een bepaalde linkrelevantie aangegeven worden en de tekst of het magazine toegankelijker maken **ofwel macro typografie**.

Doormiddel van bijvoorbeeld het toevoegen van *Augmented Reality* aan het analoge lezen kan er meer achtergrondinformatie bekomen worden zonder de focus door het digitale bos heen te verliezen.

Gebruikmakend van het toetsen van verschillende ontwerpen op appreciatie, functionaliteit en zoek-efficiëntie ^{op tijd en foutmarge} worden innovatieve ontwerpen binnen de optimale condities voorgesteld in mijn onderzoek ³ dat binnen de leesbaarheidsonderzoeksgroep READSEARCH MAD-RESEARCH, PXL-MAD/UHasselt plaatsvindt. We hopen middels het onderzoek naar typografische navigatie in documenten en teksten alsook index-typografie, het zoekend en begrijpend lezen te verbeteren en innoveren zodat dit in toekomstige magazines en andere leesgenres geïmplementeerd kan worden ^{zowel in het digitale als analoge leeslandschap}.

Dankzij de financiële steun van FWO en de expertise van het Data Science Institute ^{UHasselt} kan het pionierende project meer verankerd raken binnen leesbaarheidsonderzoek en het gat dichten tussen enerzijds empirisch, theoretisch onderzoek en anderzijds het op praktijk gebaseerd ontwerponderzoek.

¹ Typografie is het ontwerp van letters en de lay-out van teksten in combinatie met afbeeldingen en andere linken

² L. Watt & J. Nisbet (1974), Twyman, M. (1982), Unger, G. (2007)

³ Improving (typo)graphic navigation in indexes linked to contemporary non-linear magazines with large-scale documentation. Searching texts, images, grid systems and their relations of university students in the era of digitization.

Meer informatie over dit onderzoek en ander typografisch leesbaarheidsonderzoek zie readsearch.be

Promotor: Ann Bessemans ^{UHasselt / MAD-RESEARCH} | Co-promotor: Adriaan van der Weel ^{Leiden University}