

LICHAAM & GEEST

Zo trek je de aandacht!!!

CONCENTRATIE / We krijgen steeds meer informatie te verwerken. Hoe selecteert ons brein wat belangrijk is en wat niet?

Rosa Oosterhoff

Uitgeverijen sturen wekelijks tientallen drukproeven en recensie-exemplaren van nieuwe boeken naar redacties, in de hoop dat ze worden gesignaleerd en besproken. Dat gebeurt slechts met een klein deel van die werken, want het aanbod is vele malen groter dan de beschikbare tijd en ruimte.

Opvallen is dus noodzakelijk om de aandacht van een redacteur te pakken. Geen boek slaagde daarin de laatste tijd beter dan *Zo werkt aandacht* van Stefan van der Stigchel (Maven Publishing). Verpakt in felgroen, glimmend papier en voorzien van de boodschap 'Openen op eigen risico! Alle andere boeken verbleken bij dit boek' bereikte de cognitief psycholoog, werkzaam als universitair hoofddocent aan de Universiteit Utrecht, effectief zijn doel: eruit springen.

Het boek legt uit hoe aandacht functioneert als selectiemechanisme. Van der Stigchel (36) licht toe: 'We krijgen een bombardement aan visuele informatie, waarvan we niet alles tot ons kunnen nemen.' Aandacht is volgens hem een manier om met die omgeving vol prikkels om te gaan.

Door de aandacht ergens op te focussen, krijgt iemand slechts een selectief deel mee van de visuele omgeving, de rest sluit hij buiten. Dat is wel zo efficiënt, want daardoor kan dat selectieve deel, bijvoorbeeld een object, beter worden begrepen.

Dat werkt als volgt. Om te weten wat een object is, bijvoorbeeld een boom, is toegang nodig tot alle bouwstenen van die boom, zoals kleur en vorm. Afzonderlijk betekenen deze bouwstenen nog niet zo veel. Pas als de aandacht op die boom ligt, zo omschrijft Van der Stigchel, is het brein in staat om deze bouwstenen aan elkaar te verbinden.

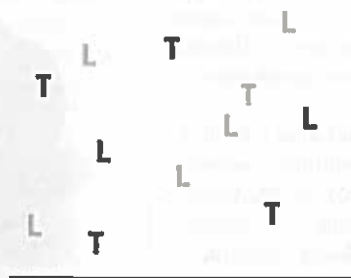
Door deze verbinding is iemand uiteindelijk in staat om het object als 'boom' te duiden. In werkelijkheid gaat het maken van verbindingen razendsnel en gebeurt dit vrijwel constant. Maar wel alleen bij het selectieve deel van de omgeving waarop de aandacht ligt. Dit deel wordt dan opgepikt en begrepen.

'Aandachtsarchitecten' als reclamemakers en websitebouwers, zijn er daarom op uit om hun product zo opvallend mogelijk te maken, zodat zij de strijd om aandacht uiteindelijk winnen.

Wat opvalt, hangt onder meer

Zoek de grijze T

Hoe meer afleiders, hoe langer de informatieverwerking duurt



Alles wat afleidt van de kernboodschap maakt de reactietijd langer

af van gewenning. Terwijl flikkerende banners op websites voorheen nog de aandacht trokken, zijn internetgebruikers hieraan zo gewend geraakt, dat zij die zonder te lezen negeren. Ook staan vaak nog andere webpagina's open, zoals nieuwssites en sociale media, die de gebruiker afleiden. Sinds de opkomst van internet lijkt het voor mensen lastiger te zijn om zich te concentreren op één taak.

Maar de continue stroom van informatie is niet alleen problematisch. Niels Taatgen (52), hoogleraar kunstmatige intelligentie en computerwetenschap aan de Rijksuniversiteit Groningen, vindt het ook positief dat internet altijd beschikbaar is. 'Daardoor kun je veel sneller en efficiënter communiceren, waardoor je meer tijd

overhoudt voor datgene waarop je je moet concentreren.'

Hoe goed het uiteindelijk lukt om je te concentreren op één taak, verschilt sterk per persoon. Van der Stigchel stelt dat ouderen vaak meer moeite hebben met het overzicht houden over het grotere geheel. Ook mensen met ADHD hebben problemen met de aandacht. Zij worden eerder afgeleid door de veelheid aan prikkels.

Iets om over na te denken voor bijvoorbeeld degenen die wegbejazing maken. Om verkeersdeelnemers te attenderen op een gewijzigde verkeerssituatie, zijn opvallende borden nodig. Maar eruit springen alleen is niet voldoende. Soms bieden de borden te veel informatie en moet je ze tien keer lezen om ze te begrijpen. Alles wat afleidt van de centrale boodschap maakt de reactietijd langer. Van der Stigchel: 'Informatie moet daarom niet alleen opvallen, maar bovendien eenvoudig te verwerken zijn.'