



Gezondheid in een publiekstijdschrift

Lezer en journalist kijken anders naar inhoud en presentatie

Wie een tijdschrift samenstelt, houdt altijd rekening met de belangstelling van de lezer, maar wat wil die?

Inzicht in het leesgedrag en de leesredenen draagt bij aan deze gedachtegang. Bij gezondheidsonderwerpen telt de behoefte van de lezer misschien zwaarder dan bij andere, want iedereen heeft direct of indirect met gezondheid, ziekte en zorg te maken. De emotionele afstand is kort. Het publiek vindt de media een belangrijke bron voor gezondheidsinformatie, maar ook minder betrouwbaar dan bijvoorbeeld een arts of een apotheker. Volgens veel onderzoeken spelen de media een invloedrijke rol in gezondheidseducatie, en ook bij gezondheidsgedrag. Regelmatige mediagebruikers blijken beter geïnformeerd te zijn over gezondheidsonderwerpen dan mensen die de media minder benutten. Wat hier de kip en het ei is, is nog niet goed ontrafeld.

Er is nog weinig onderzoek gedaan naar een lezersperspectief van (gezondheidsinformatie in) publiekstijdschriften. Vanzelfsprekend hebben veel tijdschriften eigen lezersonderzoeken uitgevoerd en kijken reclamemakers regelmatig hoe vaak een lezer een blad oppakt. Maar onderzoek naar de visie van de lezer ont-

breekt. Wij spraken in 2010 diepgaand met drieëntwintig lezers van het publiekstijdschrift Plus Magazine. Deze lezers vonden het weliswaar moeilijk om hun verlangens en motieven bij gezondheidsinformatie aan te geven, maar aan de hand van voorbeeldartikelen kwamen ze toch tot opmerkelijke punten.

Lezers en Plus Magazine

De Pluslezer leest gezondheidsartikelen vanuit interesse of plezier, én vanuit noodzaak. Ouder worden gaat immers vaak gepaard met een mindere gezondheid en eventuele ziektes. Bij de overdaad aan gezondheidsinformatie, biedt die in Plus Magazine veel lezers uitkomst. Het blad

heeft het kaf van het koren gescheiden, zeggen de lezers; het geniet vertrouwen en 'je steekt er echt iets van op'. Heeft de gezondheidsinformatie voor een lezer zelf geen toegevoegde waarde, dan vindt die de artikelen wél zinnig of handig voor anderen.

Visie gezondheidsjournalisten

Hoe journalisten tegen gezondheidsinformatie aankijken, wordt in de wetenschappelijke literatuur uitgebreid beschreven. Hinnant en Len-Rios maakten in 2009 een overzicht. Journalisten proberen het gat te overbruggen tussen wat het publiek begrijpt en waar het recht op heeft om te weten. Gezondheidsinformatie mag volgens hen niet simpel worden gepresenteerd; de informatie moet haar wetenschappelijke waarde behouden. De succesfactoren die journalisten aandragen komen overeen met het perspectief van de lezers. We zagen wel accentverschillen, en sommige elementen waren nieuw of onverwacht. Zie tabel 1.

Invalshoek

Ervaringen op het gebied van gezondheid, ziekte en zorg – het menselijke element – spreken veel lezers aan. Hoewel ieder mens een ziekte verschillend beleeft, maken voorbeeldverhalen een artikel toegankelijk-

GEZONDHEIDSINFORMATIE

Journalisten	Journalisten en Pluslezers	Pluslezers
--------------	----------------------------	------------

Invalshoek

Data en statistieken	Medische expert	Wetenschappelijke insteek
Toegevoegde context	Menselijk element	Aansluiten bij voorkennis
	Praktische informatie	Niet alleen positief

Presentatie

	Foto's, illustraties en infographics	Kleurgebruik
		Blikvangers
		Leesbaarheid tekst

Taalgebruik

Definities/bewoording: technische termen hernoemen of uitleggen	Definities/bewoording: technische termen handhaven en uitleggen
Conversationale toonzetting	Volwassen toonzetting
Metaforen	Spreekwoorden
Anekdoten	

Tabel 1: Onderdelen van gezondheidsjournalistiek die volgens 20 journalisten in 2009 en 23 Pluslezers in 2010 bijdragen aan de waardering van gezondheidsinformatie

Plus Magazine is een publiekstijdschrift voor oudere lezers. Het blad bevat veel artikelen over gezondheid en ziekte. Gesprekken met vaste en incidentele lezers van het blad brengen een discrepantie aan het licht tussen de inzichten van journalisten en de wensen van lezers. "Moeten we medisch jargon mijden? Verlangt de lezer enkel positieve verhalen? Minder aandacht voor 'uitgekauwde' toppers als afvallen of borstkanker?"

ANNEMIEKE M. HOOGLAND

Junior Onderzoeker

FRANS J. MEIJMAN

Universitair Hoofddocent Medische wetenschap- en publiekscommunicatie en de geschiedenis daarvan

Beiden werkzaam aan VU Medisch Centrum, afdeling Metamedica

ker; ook journalisten weten dat. Opvallend genoeg echter gaven sommige mannen en een enkele vrouw onder onze respondenten juist de voorkeur aan een wetenschappelijke presentatie, van feitelijke informatie, ontdaan van ervaringen, emoties en andere 'aankleding'. Voor sommigen zijn ervaringen en emoties te confronterend, anderen vinden het gewoon niet interessant. Eén lezer verklaarde dit met het in zijn ogen alom bekende cliché: 'Vrouwen gaan voor het gevoel en mannen gaan voor de oplossing'. Een combinatie van feitelijke informatie en ervaringsverhalen van mensen zou dit verschil in verwachtingen kunnen ondervangen.

Plus Magazine

Plus Magazine (Senior Publications Nederland) richt zich op mannen en vrouwen boven de vijftig jaar en bestrijkt maandelijks 'het hele leven' in 200 pagina's. Met inhoudelijke artikelen probeert Plus zich te profileren en te onderscheiden van de concurrenten. Van geldzaken en gezondheid tot en met culinair en cultuur, met een toon die varieert van bevestigend tot prikkelend. Het blad wordt gelezen door vrouwen (65%) en mannen met een gemiddelde leeftijd van 63 jaar. De gezondheidssectie wil de lezers vooral vertellen wat zij over gezondheid (szorg) en medische wetenschap moeten weten om zelf goed geïnformeerde keuzes te kunnen maken.

Handvatten, tips en adviezen vormen voor veel lezers ook een belangrijk onderdeel van gezondheidsinformatie: 'Je hebt natuurlijk maar één lijf en daar moet je zuinig op zijn'. De meeste lezers doen weliswaar over het algemeen niets met deze informatie, maar toch vonden ze die wel belangrijk als vergelijking of controle: 'Misschien doe je het wel helemaal fout'. Journalisten zien de medisch expert als het belangrijkste wapen binnen de gezondheidsjournalistiek. De lezers vonden de inbreng van een arts inderdaad geschikt voor de klinische en lichamelijke verhalen, liefst met een foto van de expert erbij. Maar over de vraag hoe je omgaat met een ziekte willen ze liever het verhaal van een ervaringsdeskundige: 'Zij hebben het dan toch van dichtbij meegemaakt, informatie uit eerste hand eigenlijk'. En natuurlijk is het prettig om te lezen dat iemand genezen is, of goed met zijn ziekte kan omgaan, maar ook minder positieve verhalen moeten worden belicht: 'Het hoeven niet alleen maar hallelujaverhalen te zijn. Sommige dingen lopen gewoon slecht af'. De gezondheidsverhalen van Plus Magazine staan in de context van het gehele blad; de andere secties als reizen, cultuur en mens en samenleving kunnen tegenwicht bieden.

Presentatie en taalgebruik

Zowel lezers als journalisten benadrukken dat een aantrekkelijke, maar rustige opmaak eerder tot lezen leidt. De opmaak bepaalt of je oog op een artikel valt. Sommige lezers vonden de presentatie niet zo belangrijk: 'Artikelen die je aan-

WAAROM LEZEN OVER GEZONDHEID?

Ontspanning/vermaak
Kennisvergaring
Interesse
Herkenning
Onzekerheid beteugelen
Toegevoegde waarde
Sociale drijfveren
Zelfontplooiing

Tabel 2: Belangrijkste motieven voor het lezen van gezondheidsinformatie in een publiekstijdschrift

spreken lees je toch wel, of die er nu saai of sprankelend uitzien'.

De journalisten reppen niet over de leesbaarheid van de tekst, maar de lezers vonden dit voor het begrip en de aantrekkelijkheid van een artikel nog belangrijker dan het gebruik van bijvoorbeeld afbeeldingen of infographics. De lezers zien bij voorkeur korte en bondige stukken met inhoudelijke tussenkopjes die weer 'uitnodigen tot verder lezen'. Kleurgebruik kan de leesbaarheid ook vergroten, evenals het zorgvuldige gebruik van blikvangers zoals koppen, kaders en streamers. Die kunnen 'lange lappen tekst' breken.

Medisch jargon is een struikelpunt binnen de gezondheidsjournalistiek. De journalisten denken dat ze technische of ingewikkelde termen moeten hernoemen en uitleggen. De lezers wilden echter veel liever dat medisch jargon wordt uitgelegd; doktoren gebruiken die woorden immers toch

en dan kun je maar beter weten wat ze betekenen, om 'te kunnen meepraten in de taal van de dokter'.

Het belang van de toonzetting is groter dan de gezondheidsjournalisten beseffen. De lezers zien graag een volwassen toon: 'Als je ouder wordt vinden ze dat ze je weer mogen benaderen als een kleuter'. Journalisten moeten zorgvuldig formuleren en zeker niet belerend. Zo ligt bij artikelen over afvallen de nadruk volgens een lezeres te vaak op 'je moet'. Ook met een sensationele toonzetting moeten de bladen oppassen: 'In de kranten lees je regelmatig over zogenaamde doorbraken, terwijl er vaak maar een klein stapje is gezet'.

Leesgedrag

Uit eerder onderzoek weten we dat het lezen van een tijdschrift voornamelijk een secundaire activiteit is en geen evidente sporen bij de lezer achterlaat. Wel kunnen praktische artikelen het gevoel van zelfstandigheid of eigenwaarde vergroten, de identiteit een zetje geven en zorgen dat de lezer tijdens een gesprek niet gauw met de mond vol tanden staat of raad of advies kan geven – wat men ook wel *empowerment* noemt.

Boot & Meijman beschrijven vijf drijfveren voor het zoeken naar gezondheidsinformatie: kennisvergaring, onzekerheid beteugelen, sociale drijfveren, entertainment en zelfactualisatie. Deze drijfveren waren bij onze respondenten aanwezig, in uiteenlopende mate. Een lezeres verklaarde: 'Ik heb diabetes en wil daarover blijvend informatie krijgen. Maar ook

over andere ziekten. Want je weet maar nooit'. Sociale drijfveren zoals de ervaring van een groepsgevoel, leken minder belangrijk te zijn, hoewel sommige lezers graag 'bij de tijd blijven'. Zelfontplooiing als leesreden leek van gering belang. Voor de Pluslezer spelen interesse en doelgroepgerichtheid een cruciale rol. Het feit dat zij in Plus Magazine onderwerpen vinden die hen als vijftigplusser interesseren is één van de belangrijkste motieven om het blad te lezen. Deze doelgroepgerichtheid gaat gepaard met een ander belangrijk motief. Bij de keuze om een blad of een artikel te lezen speelt herkenning een rol: herkenning van een situatie, herkenning van een gevoel of zelfbevestiging. Dit kan zelfs leiden tot verbondenheid. Maar herkenning leidt niet per definitie tot lezen. Sommige mensen gaan die confrontatie juist uit de weg. Een 75-jarige man bladerde bij artikelen over kanker altijd direct door: 'Om de doodeenvoudige reden, ik heb er mijn vrouw aan verloren. En hier in het huizenblok zijn er nog vijf gegaan. Ik ontwijk het.' Aan de leeftijd gekoppelde informatie over gezondheid, ziekte en zorg komt

Belang van de inhoud buiten kijf

Volgens de lezers van Plus Magazine moet de informatie gevarieerd, compleet en van toegevoegde waarde zijn. Daarnaast vinden veel lezers de juistheid en de objectiviteit van de informatie heel belangrijk. Ook geven lezers aan dat het gebruik van verschillende (goede) bronnen en het verwijzen naar méér informatie, betere informatie oplevert. Over de diepgang van de informatie zijn de meningen verdeeld, in het algemeen hoeft de informatie niet te diepgaand te zijn. Lezers willen niet alles weten als ze, indien nodig, zelf verder kunnen zoeken.

duis niet voor elke Pluslezer gelegen, maar dat is geen punt: 'Ik sla het gewoon over, voor anderen kan het nuttig zijn.' Per saldo (zie tabel 2) vonden de meeste lezers de informatie in Plus Magazine waardevol vanwege de nieuwswaarde of het persoonlijke belang; sommige mensen trekken er praktische consequenties uit. Voor gezondheidsinformatie een belangrijk gegeven.

Lezers van een publiekstijdschrift lezen over gezondheid wat hen interesseert, waarin zij zichzelf of hun omgeving herkennen en wat voor hen van toegevoegde waarde is. De lezers accepteren dat informatie voor hen niet altijd interessant is; zolang zij zich in kunnen denken dat anderen die informatie wel interessant vinden, vinden ze het prima dat Plus Magazine erover schrijft. ■

Literatuur

Boof, C.R.L., Meijman, F.J. (2010) The public and the internet: multifaceted drives for seeking health information. *Health Informatics Journal* 16: 145-156

Hinnant, A., Len-Rios, M.E. (2009) Tacit Understandings of Health Literacy: Interview and Survey Research with Health Journalists. *Science Communication* 31: 84-114