

Och så skulle det vara en liten bild ...

Av Lars Melin

Vi har just skrivit en artikel. Se sist i denna artikel. Vi känner oss ganska stolta över innehållet, och vi har gjort vårt allra bästa att i Word skapa något som ligger så nära proffsdesign som möjligt, men andra får ta vid efter oss för finishen. Dessutom har vi klämt in en liten bild, trots att det egentligen inte finns något att illustrera.

Har vi gjort rätt?

Vi vet av långvarig personlig erfarenhet att bilder gör oss mer benägna att läsa en text. Och vi har vetenskapligt stöd. Ögonrörelsekameror har studerat tidningsläsare, och ingenting kan mäta sig med en bilder (helst i färg) när det gäller att dra blickar till sig – oavsett innehållet. Men gäller det alla bilder, och är det inte några bilder som är överlägsna andra?

Bildredaktörer, art directors och lay outare tror att de har svaret på dessa frågor i maggropen: de känner när det ”funkar”. Men faktum är att saken har undersökts systematiskt. Grupper av försökspersoner har tagit del av olika textversioner som antingen inte varit illustrerade alls eller också haft olika slag av illustrationer. Resultaten kan sammanfattas i ett par enkla tumregler.

Bara ett kom-i-håg först. Undersökningen har gjorts på rent informativa texter, alltså varken på reklam, journalistik, opinionsbildning eller debatt. Och det som mätts är lästid, attityd till texten och minnesbehållning. För alla sorters illustration gäller att lästiden ökar om texten illustreras. Det tar alltså tid att läsa bild.

1. Emotiv laddning

Det är gynnsamt för en text om bilden har en emotiv laddning, mer gynnsamt om laddningen är positiv än negativ. Det kan vara rent negativt med en helt neutral illustration. Läsare tycks vänta sig emotiv laddning och sakna den om den inte finns. Dessutom måste laddningen vara måttfull. Det tycks finnas ett tak för hur mycket en läsare låter sig charmas av en illustration. Att bre på extra får några läsare att gå i taket, men de flesta tycks känna sin läsarintegritet hotad – åtminstone är det så i testsituationer.

Om man illustrerar en positiv text med en negativ bild – eller tvärtom – så tar effekterna ut varandra. Om man däremot illustrerar en positiv text med en positiv illustration når man taket, alltså ingen tilläggs effekt. Det är alltså inte så, som många tror, att bilden har ett försteg när det gäller känslor. Nja, det är säkert så att bilden är bäst på att förmedla känslor, men det är texten som har prestige, och det väg upp varandra.

Slutsats: Det är bättre att illustrera texten på sid 00 med det lagom trevliga textglaset (= befintlig illustration) än att välja t ex en ögonrörelsekamera (vilket skulle vara neutralt).

2. Stiliserad eller detaljerad

Det finns en vida spridd uppfattning att stiliserade bilder är överlägset effektiva medan realistiska, detaljrika foton skulle vara för plottriga och ofokuserade. Sanningen är att stiliserade bilder är *aningens* bättre än detaljerade, så vida textresonemanget inte är obegripligt utan bild. De skillnader som mätt upp ger ingen statistisk signifikans.

Slutsats: Texten på sidan 00 är aningen bättre med det befintliga streckglaset än med ett foto av ett vinglas.

3. Dubblerad information eller ny

Det finns i princip två strategier för illustrationens information i förhållande till textens. Antingen får bilden upprepa samma information som texter ger eller också får den tillföra ny information. I praxis är det senare absolut vanligast, och det är egentligen bara i vissa superpedagogiska läroböcker och uppslagsböcker man kan se att en brödtext är illustrerad med en bild som konkretiserar texten och att bilden är förklarad med en bildtext som förklarar bilden. Alltså tripp, trapp, trull och 200 procents redundans.

Försöken visar att dubblerad information är klart bäst, både när det gäller försökspersonernas textuppskattning och deras minnesbehållning. Å andra sidan är det en tidsvinst att dela informationen mellan bild och text. Allt annat lika går det faktiskt snabbare att ta till sig information via bild än via text.

Slutsats: Om det gick skulle vi nog välja att dubblera informationen. Men vi har gjort vårt bästa genom att illustrera den bärande metaforen i texten.

4. Relevant information eller irrelevant

Eftersom det i praktiken oftast tillförs ny information i bilden är det viktigt att ägna en tanke åt informationslogistiken. Vad ska sägas i bild och vad ska sägas i text? Det finns förstås tumregler av den arten att bilder är överlägsna på att skapa trovärdighet och att beskriva, medan text har sin styrka i att förklara och resonera. Men en mer grundläggande informationslogiskt fråga är om informationen ska vara relevant eller ej.

Den ny information som tillförs via bild kan ju i princip vara av två olika slag. Den kan ha med textens innehåll att göra (relevant) eller den kan vara ovidkommande. Det senare är oerhört mycket vanligare än man som lekman är medveten om. Min tidtabell för tunnelbanan är t ex smyckad med en kanelbulle.

Moralisten inom oss tycker att irrelevant information är en styggelse, medan försök visar att både relevant och irrelevant information får mycket hög textuppskattning. Den irrelevanta bilden kan dock inte förstärka minnesbehållningen. Å andra sidan försvagas den inte heller.

Slutsats: Vår text borde illustrerad med en ögonrörelsekamera i stället för med ett textglas. Men se punkt 1 om varför detta är olämpligt.

Simsalabim: nu har vi trollat fram ett vetenskapligt bevis för att vi gjorde rätt från början. Guttsfeeling är nog inte så dumt i alla fall.

Referenser:

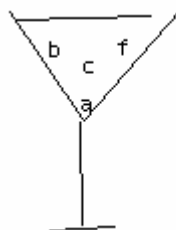
Melin, Lars (2000) *Språk som syns*. Hallgren och Fallgrens förlag.

Melin, Lars (1999) Gör illustrationen vad vi tror? I: *Nordicom Information* 1-2:1999.

Garcia, M R (1990) *Eyes on the news*. St Petersburg.

Välkommen till textprovning!

De flesta läsare vill provsmaka texten innan de ger sig in på allvar bland det finstilla. Det finns många möjligheter. Hur gör t ex du själv med denna sida?



Vinet ska ha lockande färg, en härlig bouquet och en fyllig smak. Men hur är det med text?

En text är inte bara en text, den består av massor av texter. Först kommer rubriken, sedan ingressen och sedan på tredjeplats den s k brödtexten. Men det är inte alls säkert att detta blir läsordningen. Många läsares ögon fångas av illustrationen (eller någon av illustrationerna), och kanske följer de upp genom att läsa bildtexten.

Smakar det bra läser vi hela texten.

Drop quote

Numera finns ofta en s k drop quote på väl synlig plats på sidan. Det är ett citat ur texten, men inte vilket citat som helst utan något kärnfullt, karakteristiskt som dels kan ge den jäktade läsaren som inte hinner läsa artikeln en snabblektion i ämnet, dels kan locka in övriga läsare i brödtexten.

Mellanrubriker

Mellanrubriker har tre uppgifter. De ger artikeln ett luftigare intryck, de strukturerar upp den i funktionella delar och de skyltar upp innehållsblock så att läsaren lätt kan hitta rätt eller – vid omläsning – hitta tillbaka.

Men också mellanrubriker är en sorts smakprov på texten.

”En text ska ha allt”

Mellanrubriker finns på en skala från strikt information till rent bondfångeri. I facktexter är det information som gäller, men det finns många redigerare som rutinmässigt letar fram det smaskigaste ordet ur texter och sätter upp det som mellanrubrik, oavsett om det är viktigt eller bara en detalj.

Alla dessa texter

Behövs verkligen alla dessa texter? Ja, en text ska ha allt. Det lönar sig inte med några halvmes-syrer, utan texten ska vara rejält genomarbetad.

Vi kan inte kräva att läsaren ska välja just vår text utan att prova först.

Men en grafiskt genomarbetad text kräver i sin tur att innehåller är välstrukturerat, d v s noga genomtänkt och planerat.

□

