

Op internet lezen we niet, we 'scannen'

Maar waarom eigenlijk? En hóe scannen we: wat zijn de best gelezen teksten op internetpagina's? In dit artikel lees je meer over scannend lezen. En je krijgt een checklist om te kijken hoe scanbaar jouw webtekst is. Wist je trouwens dat scanbaar schrijven gunstig is voor zoekmachines.

Wat betekent scanbaar?

Waarschijnlijk hoor jij ook bij 79% van de internetgebruikers die weinig tot niets lezen. In plaats daarvan 'scan' je. Vergelijk het maar met 'koppensnellen' als je de krant leest. Je ogen vliegen over de pagina, en blijven kort hangen bij de meest opvallende dingen:

- Koppen
- Tussenkopjes
- Foto's en fotobijschriften
- Knoppen
- Links
- Eerste 1 à 2 woorden van alinea's

De belangrijkste reden om webtekst scanbaar te maken is dus: bezoekers vinden snel wat ze zoeken. We willen niet lezen, maar doen. We willen op internet meestal géén grote hoeveelheden informatie consumeren. Maar waarom eigenlijk niet? Dat komt doordat we internet vooral gebruiken voor zelfbediening. Bijvoorbeeld om te internetbankieren, concertkaartjes te bestellen, of aangifte te doen van fietsdiefstal. Zodra we op een site komen, willen we dus direct aan de slag.

Uit gebruikersonderzoek naar lezen op internet blijkt dat internetpagina's door bezoekers gescand worden met een F-vormige oogbeweging. De rode gebieden op de afbeelding worden het best gelezen: Zet de belangrijkste informatie dus op de volgende plaatsen:

- Paginatitel
- Bovenste 2-3 kopjes
- Zet helemaal vooraan titel, kopjes en alinea's de belangrijkste woorden

Checklist: hoe scanbaar is jouw webtekst?

- Staat boven iedere alinea een samenvattend kopje?
- Koptekst op het web moet informatief zijn.
- Staat de essentie van elke alinea in de eerste zin?
- Geef in de rest van de alinea een toelichting of verdere detaillering van de informatie uit de eerste zin. Lezers moeten deze kunnen overslaan zonder essentiële informatie te missen. Nieuwsartikelen in kranten worden vaak ook op deze manier geschreven.
- Vatten alle kopjes bij elkaar de pagina samen?
- Heb je getallen in cijfers geschreven? (wel 100%, niet honderd procent)
- Heb je van elke opsomming een bulleted list gemaakt?
- Heb je van elke instructie een numbered list gemaakt? (Opsomming met cijfers ervoor).
- Zijn je hyperlinks informatiedragend?
- De links moeten exact aankondigen wat je krijgt als je erop klikt.
- Schrijf niet: Klik hier voor meer informatie.
- Schrijf wel: Bekijk het programma of schrijf je direct in.
- Is op elke pagina de call to action duidelijk zichtbaar?

- Want bezoekers komen meestal voor zelfbediening, en willen snel aan de slag. Laat de belangrijkste taak of taken dus opvallen. Bijvoorbeeld als knop of link: Bestel nu, Schrijf je in, Direct aanmelden, Zoeken, Stemmen, Inloggen.
- Heb je zo veel mogelijk samenstellingen geschrapt?
- Samenstellingen zijn woorden die uit meerdere woorden bestaan. Die zijn lang en lezen lastig.
- Schrijf niet: Vergelijkingstabel, Consumententest, Productspecificaties.
- Schrijf wel: Vergelijk, Test, Specificaties.

Laatste check: knijp je ogen bijna dicht. Bekijk je webpagina door je oogharen. Welke elementen vallen het meest op? Die worden door je lezers gescand. Check of daar de kern van de informatie te vinden is. Iedere webtekst moet scanbaar zijn. Je kunt een webtekst bijna niet té scanbaar maken. Of het nu een homepage, productpagina, artikel, FAQ of helptekst is. Stel jezelf steeds de vraag: welke woorden in mijn tekst bevatten de essentie, en hoe kan ik die woorden er laten uitspringen?

Scanbaar schrijven is gunstig voor zoekmachines. Het zoekalgoritme van Google kent extra gewicht toe aan scanbare tekst. Die wordt immers het best gelezen, en Google gaat ervan uit dat de tekstschrijver daar de belangrijkste informatie in heeft gezet. Zet in titels, kopjes, bulleted lists, hyperlinks en vette tekst dus woorden waarop je gevonden wilt worden in zoekmachines.

Bron:

van Erkel, A. (2008). Checklist scanbaar schrijven; checklist voor goede websites.