

September, 2021

# Het complete plaatje? Onderzoek naar het gebruik van iconen als middel voor inclusievere gemeentelijke communicatie in Nederland en Vlaanderen

Tijdens de coronacrisis moest er voortdurend worden gecommuniceerd over allerlei nieuwe maatregelen waaraan burgers zich moesten houden, bijvoorbeeld 'houd 1.5 meter afstand' en 'vermijd drukte'. Het was belangrijk om deze informatie op een begrijpelijke manier te delen, ook met burgers voor wie het Nederlands niet de moedertaal is, of voor wie het geschreven woord een barrière kan vormen. Iconen zouden kunnen helpen om de communicatie met deze groepen te optimaliseren. Het idee hierachter is dat beelden makkelijker te begrijpen zijn dan geschreven taal. Maar is dat ook zo? Het doel van dit onderzoek was daarom om inzicht te krijgen in het gebruik van iconen als middel voor inclusievere gemeentelijke communicatie in Nederland en Vlaanderen.

► **Lees verder op de volgende pagina**



**Universiteit  
Utrecht**

Dr. Charlotte van Hooijdonk

Dr. Lisanne van Weelden

Renske van Kempen, Ma

Prof. dr. Hans Hoeken

Prof. dr. Ted Sanders

Dr. Daniël Janssen, coördinator UCCO

Utrechts Centrum voor Communicatieonderzoek (UCCO)

In samenwerking met Lodewijk van Noort (gemeente Den Haag) en Carolien Oosterlinck (Stad Gent).

Gefinancierd door de Taalunie.

*Wat is een icoon?*

Een icoon geeft een sterk vereenvoudigde weergave van een object of principe. Een voorbeeld van een icoon staat hiernaast. Dit icoon geeft aan dat fietsen hier niet geparkeerd mogen worden. Dit icoon is makkelijk te begrijpen, maar geldt dat ook voor andere iconen?



## Onderzoeksvragen

De volgende onderzoeksvragen stonden centraal in het onderzoek:

1. Wat zijn de communicatieve doelen en de visuele kenmerken van iconen die Nederlandse en Vlaamse gemeenten gebruiken?
2. Hoe ziet het ontwerpproces van iconen die Nederlandse en Vlaamse gemeenten gebruiken eruit en welke factoren spelen daarbij een rol?
3. Hoe begrijpelijk zijn iconen die Nederlandse en Vlaamse gemeenten gebruiken?

Om deze vragen te beantwoorden hebben we drie deelonderzoeken uitgevoerd: een bureauanalyse, interviews met ontwerpers en een gebruikersonderzoek.

## Deelonderzoek 1: Bureau-analyse van gemeentelijke iconen

In deelonderzoek 1 is eerst geïnteriseerd welke iconen Nederlandse en Vlaamse gemeenten gebruiken. Hiervoor hebben we een oproep gedaan bij Nederlandse en Vlaamse gemeenten om iconen te sturen over corona-onderwerpen, zoals '1,5 meter afstand houden' en andere onderwerpen, zoals 'verboden voor honden'. In totaal ontvingen we meer dan 300 iconen van tien Nederlandse en Vlaamse gemeenten. Binnen deze dataset hebben we gezocht naar iconen die alle gemeenten gebruikten. Dit resulteerde in een set van 70 iconen die nader zijn onderzocht.

De 70 iconen hebben we vervolgens geanalyseerd op verschillende aspecten, namelijk het communicatieve doel en visuele kenmerken. We onderscheidde daarbij drie communicatieve doelen:

- instrueren om een handeling uit te voeren, bijvoorbeeld 'handen wassen',
- verbieden om een handeling uit te voeren, bijvoorbeeld 'geen handen schudden',
- informeren over een onderwerp, bijvoorbeeld 'geboorte'.

Daarnaast hebben we drie visuele kenmerken van de iconen geanalyseerd.

1. Dynamiek: drukt het icoon beweging uit.
2. Concreetheid: beeldt het icoon iets concreets uit (zoals personen en vuilnisbakken) of iets abstracts (zoals lijnen en pijlen).
3. Complexiteit: bestaat het icoon uit veel of weinig elementen.

In Tabel 1 staan voorbeelden van de analyse in termen van doelen en visuele kenmerken.

Tabel 1: Voorbeelden van de bureau-analyse



**Betekenis:** blijf thuis bij klachten

**Communicatief doel:** instrueren

**Dynamiek:** laag, want er wordt geen beweging uitgedrukt

**Concreetheid:** hoog, want het huis, de persoon, de thermometer zijn allemaal concrete objecten

**Complexiteit:** hoog, want het icoon bestaat uit 5 onderdelen: de cirkel, het huis, de persoon, de thermometer en de zweetdruppel

Vermijd drukte



**Betekenis:** vermijd drukte

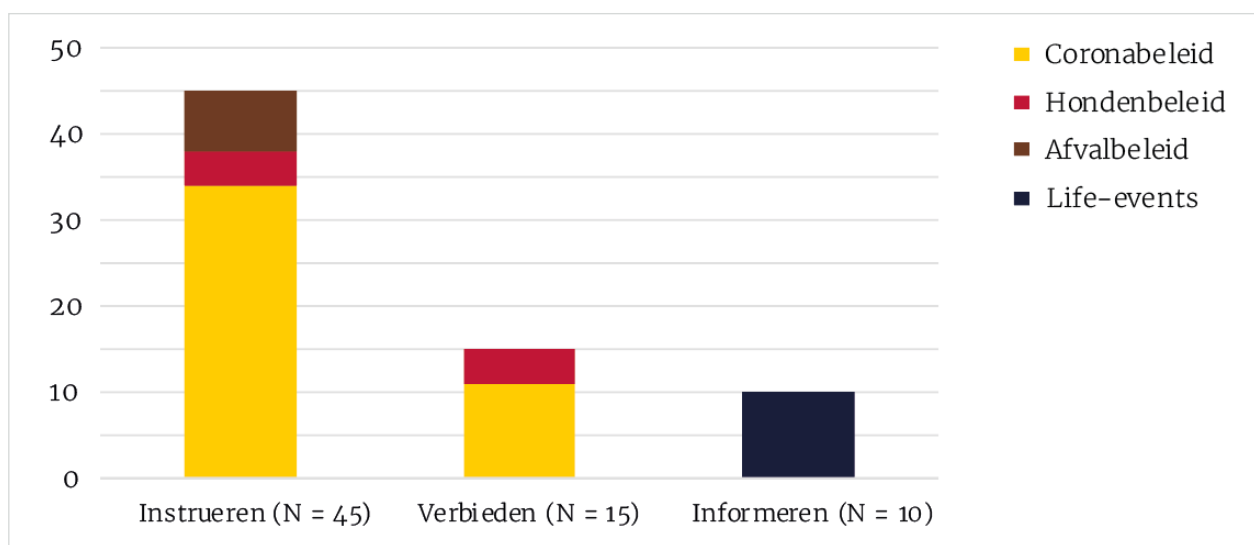
**Communicatief doel:** verbieden

**Dynamiek:** hoog, want een persoon loopt weg van een groep

**Concreetheid:** gemiddeld, want de personen zijn concrete objecten, maar het kruis is een abstract object

**Complexiteit:** hoog, want het icoon bestaat uit 7 onderdelen: 5 personen, een rood kruis en gedeeltelijke rode achtergrond waarin we huizen zien

Uit de bureau-analyse kwamen opvallende bevindingen naar voren, zie Figuur 1. De meeste iconen bleken een instruerend doel (N = 45) te hebben. Ook bleken de geanalyseerde iconen vaker zaken te verbieden (N = 15) dan over zaken te informeren (N = 10). Iconen over het coronabeleid en over het hondenbeleid hadden hoofdzakelijk een instruerend of een verbiedend doel. Opvallend was dat de tien informerende iconen allemaal op life-events betrekking hadden, zoals geboorte, trouwen en overlijden. Iconen over afvalbeleid daarentegen hadden uitsluitend een instructief doel.



Figuur 1: Frequentie van de onderwerpen en communicatieve doelen van de iconen (N = 70)

De analyse van de visuele kenmerken van de iconen bracht aan het licht dat instruerende iconen dynamischer waren dan verbiedende en informerende iconen. Instruerende iconen beelden meer beweging uit omdat ze een handeling uitdrukken zoals ‘handen wassen’. We vonden geen verschillen in de concreetheid van de iconen met verschillende communicatieve doelen. Wel vonden we verschillen in de complexiteit tussen de iconen: instruerende en verbiedende iconen zijn doorgaans complexer dan informerende iconen. Het informerende icoon ‘trouwen’ kan uitgebeeld worden met twee ringen. Maar als een icoon burgers tot een bepaald gedrag moet aanzetten dan is daar een complexer beeld voor nodig. In Tabel 1 is een voorbeeld te zien van een icoon dat burgers moet aanzetten tot het vermijden van drukte. Dit icoon bevat een visueel narratief: vier personen staan bij elkaar, ze vormen samen een groep. Er is een persoon die wegloopt van de groep. Daarnaast staat er een rood kruis door twee personen van de groep. Het icoon lijkt dus twee boodschappen te bevatten: vermijd drukte door weg te lopen van groepen mensen én vermijd drukte door als een groep niet bij elkaar te staan.

## Deelonderzoek 2: Interviews met icoonontwerpers

Voor deelonderzoek 2 hebben we ontwerpers van iconen geïnterviewd. Het doel van de interviews was om meer inzicht te krijgen in het ontwerpproces van iconen. We hebben de interviews afgenomen bij negen ontwerpers van zes verschillende Nederlandse en Vlaamse gemeenten. Zes ontwerpers werkten bij een gemeente en drie bij een extern ontwerp bureau. De interviews zijn gehouden via MS Teams in de periode maart tot en met april 2021.

Tijdens het interview kwamen vier onderwerpen aan de orde:

1. de definitie van iconen
2. het ontwerpproces
3. het gebruik van richtlijnen bij het ontwerp
4. de begrijpelijkheid van iconen

Uit de interviews bleek dat de ontwerpers iconen op gelijke wijze definiëren. Volgens de ontwerpers is een icoon een 'simpele', 'eenvoudige', 'minimalistische' of een 'zo geabstraheerd mogelijke' afbeelding die 'ineens vertelt wat je bedoelt'.

We vroegen de ontwerpers ook naar welke rol gebruikscontext, de doelgroep en tekst spelen in het ontwerpen van een icoon. De ontwerpers gaven aan altijd te willen weten hoe een icoon gebruikt gaat worden. De locatie van het icoon bepaalt bijvoorbeeld de grootte en dat heeft gevolgen voor het aantal details dat toegevoegd kan worden. Ook de doelgroep speelt een rol in het ontwerpproces. Zo is er vaak aandacht voor laaggeletterden of mensen die de taal niet machtig zijn, bijvoorbeeld door te overleggen met speciale diensten voor laaggeletterden/interculturele communicatie. Een punt van discussie was de mate van detaillering van de iconen voor deze laatste doelgroep. Enerzijds gaven ontwerpers aan iconen zo min mogelijk te detailleren, terwijl andere ontwerpers juist aangaven natuurgetrouwe tekeningen of foto's te gebruiken. Een ander discussiepunt was de aanwezigheid en de rol van tekst bij een icoon. Enerzijds gaven de ontwerpers aan dat idealiter iconen zonder tekst volledig te begrijpen moeten zijn. Anderzijds werd gezegd dat tekst soms nodig is met het oog op de begrijpelijkheid van het icoon.

De meeste ontwerpers bleken niet op de hoogte van universele richtlijnen, zoals ISO en ANSI. Zij putten met name inspiratie uit bestaande iconen. Ook

hergebruiken ontwerpers iconen of elementen uit eerder ontworpen iconen met als doel eenduidigheid te creëren. De richtlijnen waar de ontwerpers altijd rekening mee (moeten) houden, staan omschreven in de huisstijlgids. Deze hebben met name betrekking op de kleuren, vormen en lijnen van de iconen. In de huisstijlgidsen staat meestal een standaardiconenset, waar vaak iconen aan moeten worden toegevoegd. Sommige ontwerpers ervaren de huisstijl als beperkende factor, omdat daarin bepaalde kleuren of details worden vereist. Anderen geven aan dat met een huisstijl wildgroei aan iconen wordt tegengegaan.

Externe ontwerpers raden aan om de begrijpelijkheid van iconen te testen, maar door een tekort aan tijd en budget is dat vaak niet mogelijk. Interne ontwerpers testen vaak binnen hun eigen collegiale kring. Tot slot gaven de geïnterviewden aan dat een grote iconendatabank waardevol zou zijn. Deze iconen zouden dan wel aangepast moeten kunnen worden aan de huisstijl van de gemeente.

## Deelonderzoek 3: Gebruikersonderzoek naar de begrijpelijkheid van iconen

In deelonderzoek 3 hebben we via een gebruikersonderzoek de begrijpelijkheid van een aantal iconen getest.

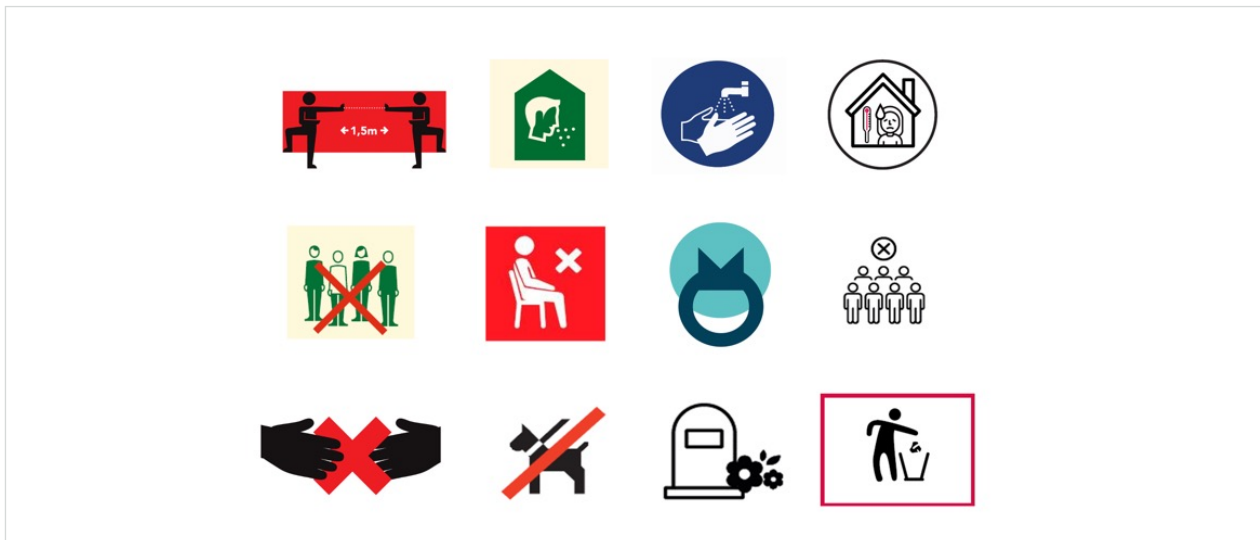
### **Materiaal**

In dit gebruikersonderzoek zijn 12 iconen voorgelegd aan 116 Nederlandse en Vlaamse participanten. De 12 iconen zijn geselecteerd uit de set van de bureau-analyse. We hebben daarbij rekening gehouden met:

- Het communicatieve doel van het icoon. Van de 12 iconen hadden vijf iconen een instruerend doel, vijf iconen een verbiedend doel en twee iconen een informerend doel.
- Herkomst van het icoon. Er zijn zes Nederlandse iconen en zes Vlaamse iconen geselecteerd voor het onderzoek.

Alle iconen in het gebruikersonderzoek zijn zonder tekst en context getoond aan de participanten. We wilden namelijk weten in hoeverre de iconen zelf begrijpelijk waren. Tekst en context kunnen het interpretatieproces van iconen beïnvloeden. In Figuur 2 is een overzicht te zien van de iconen die zijn voorgelegd in het gebruikersonderzoek.





Figuur 2: Een overzicht van de iconen in het gebruikersonderzoek.

## Participanten

Aan het gebruikersonderzoek hebben in totaal 116 participanten deelgenomen, waarvan 34 mannen (29.3%), 81 vrouwen (69.8%) en 1 persoon die zich identificeerde als 'anders' (0.9%). De gemiddelde leeftijd van de participanten was 43 jaar (SD = 12.8); de jongste was 21, de oudste 68 jaar. De nationaliteiten waren gelijk verdeeld: 59 Nederlanders (50.8%) en 57 Vlamingen (49.1%). Bijna een kwart van de participanten was laagopgeleid (24.1%) en bijna een op de vijf participanten was middelbaar opgeleid (19.0%). Het merendeel van de participanten was hoogopgeleid (56.9%). De meeste participanten hadden Nederlands als moedertaal (64.7%).

## Afname

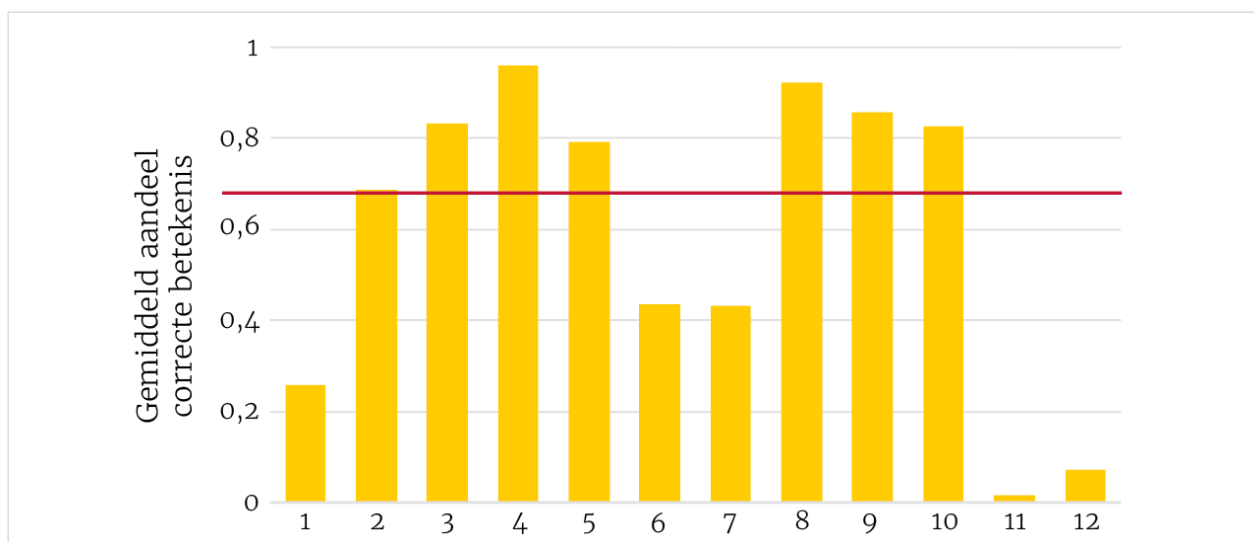
Het gebruikersonderzoek werd afgenomen met een online-vragenlijst in Qualtrics. De participanten kregen 12 iconen één voor één te zien. Ze beantwoordden voor ieder icoon drie vragen:

1. wat is de betekenis van het icoon?
2. waar leid je deze betekenis uit af?
3. wat zou je volgens het icoon moeten doen?

Een deel van de participanten heeft de vragenlijst zelfstandig ingevuld. Participanten die laagopgeleid waren en/of een niet-Nederlandse moedertaal hadden, zijn hierbij ondersteund. De onderzoeker deelde dan zijn scherm en las de vragen hardop voor. De participanten beantwoordden de vragen en de onderzoeker vulde de antwoorden in.

## Resultaten

Uit het gebruikersonderzoek blijkt dat de helft van de iconen relatief slecht werd begrepen, zie Figuur 3. Volgens de ISO-richtlijnen moeten iconen die worden ingezet in de publieke ruimte (zoals de iconen in dit onderzoek) gemiddeld 66% correct geïnterpreteerd worden. In Figuur 3 is te zien dat dit percentage niet voor alle iconen gehaald wordt.



*Figuur 3: Het gemiddelde aandeel correcte betekenis per icoon. Icoonnummers corresponderen met de nummers in de bijlage.*

Van de instructieve iconen (Icoon 1 t/m 5 in Figuur 3) werd het icoon ‘blijf thuis bij klachten’ vaak verkeerd geïnterpreteerd. Zo dachten participanten dat het was toegestaan om te hoesten in een huis, zie Tabel 2. Van de iconen met een verbiedend doel werd icoon 7 ‘vermijd drukte’ vaak niet goed begrepen. In Tabel 2 is te zien dat participanten dachten dat het icoon een verzamelpunt in gebouwen bij calamiteiten aanduidt. De informerende iconen werden het slechtst begrepen. Vooral icoon 11, dat ‘geboorte’ uitbeeldt, werd door de participanten op veel verschillende manieren geïnterpreteerd zoals in Tabel 2 te zien is.



Tabel 2: Voorbeelden van verkeerde interpretaties van iconen met verschillende communicatieve doelen

Icoon 1: Blijf thuis  
bij klachten



*'Ik kan hier hoesten'*  
*'Hier mag je binnen zijn en spreken (zonder mondkap)*  
*'Je kunt naar die plaats gaan als je ziek bent'*

Icoon 7: Vermijd  
druktes



*'Luisteren naar GEEN spreker?*  
*'Ik denk dat je daar met een groep moet verzamelen bij evacuatie'*  
*'Alleen kleine bijeenkomsten van maximaal 4 personen'*

Icoon 11:  
Geboorte



*'Een deureklopper'*  
*'Een speen'*  
*'Een hindernis op de weg'*

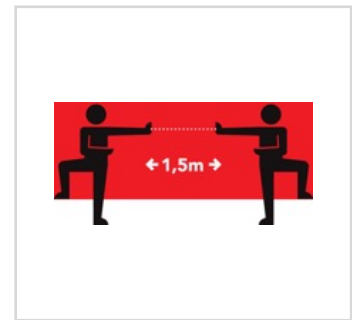
Uit de resultaten blijkt verder dat participanten met Nederlands als moedertaal (62%) gemiddeld vaker de correcte betekenis van de iconen gaven, dan proefpersonen met een andere taalachtergrond (56%). Ook kenden hogeropgeleiden (63%) vaker een correcte betekenis toe dan lageropgeleiden (54%).

Hogeropgeleiden (75%) waren ook beter in staat om het gewenste gedrag te verbinden aan een icoon dan lageropgeleiden (67%). Dit verschil bleek wel afhankelijk te zijn van de moedertaal: het verschil tussen hoog- (81%) en laagopgeleiden (61%) deed zich alleen voor bij participanten met Nederlands als moedertaal. Voor participanten met een andere moedertaal was er geen verschil tussen hoog- (70%) en laagopgeleiden (73%).

## Conclusie en adviezen

Het doel van dit onderzoek was om inzicht te krijgen in het gebruik van iconen als middel voor inclusievere gemeentelijke communicatie in Nederland en Vlaanderen. Uit het gebruikersonderzoek blijkt dat laagopgeleiden en participanten met een niet-Nederlandse moedertaal iconen minder goed begrijpen. Bij het interpreteren van een icoon lijken deze groepen meer af te gaan op de kleuren die gebruikt zijn in het icoon. De groene kleur in het icoon ‘blijf thuis bij klachten’ interpreteerden zij bijvoorbeeld als iets positiefs, terwijl de groene kleur gekozen was vanwege de huisstijl van de gemeente. Om die reden luidt ons advies: **Ga zorgvuldig om met kleur. De huisstijl mag nooit leidend zijn in het kleurgebruik van een icoon.**

Daarnaast bleek dat proefpersonen bij het interpreteren van een icoon zich sterk laten leiden door een visueel afwijkend of opvallend element. In het icoon ‘houd 1.5 meter afstand’ gaf de bijzondere houding van de twee personen bijvoorbeeld aanleiding tot de interpretatie ‘afstand houden bij het sporten’. Daarom is ons advies: **Als je een afwijkend element toevoegt aan een icoon, zorg dan dat het de gewenste betekenis oproept.**



Ook is het belangrijk om altijd de begrijpelijkheid van iconen vooraf te testen. Volgens de richtlijnen van de ISO moeten iconen die worden ingezet in de publieke ruimte gemiddeld 66% correct geïnterpreteerd worden. Uit de resultaten van het gebruikeronderzoek blijkt dat dit nu niet voor de geteste iconen geldt. Daarom adviseren we: **Test de begrijpelijkheid van iconen altijd bij verschillende doelgroepen.**

Tot slot spraken de betrokken Nederlandse en Vlaamse gemeenten de wens uit om een gezamenlijke iconendatabank op te richten. Een iconendatabank betekent ten eerste dat er standaardiconen ontworpen moeten worden (dus niet met gebruik van huisstijlkleuren) en ten tweede dat er een gestandaardiseerde manier moet komen voor het testen van iconen. Een voordeel van een dergelijke databank is dat gemeenten gezamenlijk iconen ontwerpen, terwijl zij dat nu onafhankelijk van elkaar doen. Een databank kan ook zorgen voor meer uniformiteit in het ontwerp van iconen. Dat is belangrijk omdat uniformiteit

de herkenbaarheid en de begrijpelijkheid van iconen kan vergroten: iconen die hetzelfde betekenen, zien er hetzelfde uit en daardoor zullen mensen ze beter herkennen en begrijpen.

## Dankwoord

We willen de de volgende gemeenten bedanken voor hun medewerking: Amsterdam, Antwerpen, Den Haag, Gent, Mechelen, Oostende en Utrecht. Ook willen we de volgende instanties bedanken voor hun hulp bij het gebruikersonderzoek: de Stadskamer in Den Haag, het ROC Mondriaan in Delft, de Sociale Gidsen in Gent en IN-Gent. Tot slot willen we de volgende personen bedanken voor hun medewerking: Goedele Bergen, Judith Boon, Lisa Galle, Ewoud ten Hove, Karen Jacobs, Patrick Keeler, Antoine Koster, Maité Lexhardé, Agnes Rutges, Manon van de Schilde, Bart Serrien, Janick Smessaert, Denis Verstichel, Timo Harmankaya.

## Bijlage: Communicatieve doelen en betekenis van de iconen uit het gebruikersonderzoek

	Communicatief doel	Betekenis	Icoon
1	Instrueren	Blijf thuis bij klachten	
2	Instrueren	Blijf thuis bij klachten	
3	Instrueren	Houd anderhalve meter afstand	
4	Instrueren	Was je handen	
5	Instrueren	Gooi afval in de vuilnisbak	
6	Verbieden	Vermijd drukke plekken	
7	Verbieden	Vermijd drukke plekken	
8	Verbieden	Geen handen schudden	
9	Verbieden	Verboden op deze plek te zitten	
10	Verbieden	Verboden voor honden	
11	Informereren	Geboorte	
12	Informereren	Overlijden	