

Onderzoek: rond of vierkant?

In de introductie van het onderzoekartikel van Moshe Bar en Mital Neta verwijzen de auteurs naar onderzoeken die hebben aangetoond dat onze vormvoorkeur wordt beïnvloedt door factoren als symmetrie, prototypicaliteit, contrast, complexiteit en 'vloeiende vormen'. De onderzoekers redeneren dat mensen een afkeer hebben van scherpe contouren, omdat deze als bedreigend worden ervaren. Een klassieke, rondvormige Spaanse gitaar kan bijvoorbeeld op een hogere waardering rekenen, dan een gitaar met puntige vormen. Onderzoek waarbij op foto's van mensen hun schouders, ellebogen e.d. puntiger waren gemaakt, toont aan dat deze kenmerken geassocieerd worden met meer agressieve persoonlijkheidskenmerken.

In het onderzoek van Bar en Neta werden veertien mensen geconfronteerd met 140 paren van plaatjes van objecten (zoals een horloge). Het enige dat werd gevarieerd, waren de rondingen van het object. Zo werden deelnemers blootgesteld aan twee plaatjes van haast identieke banken; bij de één hadden de kussens en arMLEUNINGEN een ronde vorm, bij de andere een vierkante vorm. Op 23 paren van plaatjes stonden letters afgebeeld; bijvoorbeeld een 'A' met afgeronde vormen en een 'A' met niet-afgeronde vormen. De deelnemers werden verzocht op hun gevoel aan te geven voor welk plaatje ze een voorkeur hadden; ze waren niets verteld over de vraag die aan het onderzoek ten grondslag lag.

De resultaten tonen aan mensen een duidelijke voorkeur voor ronde vormen hebben. De onderzoekers waarschuwen er wel voor dat de betekenis van een object zelf, het effect van vormvoorkeur kan onderdrukken. De meeste mensen hebben bijvoorbeeld een afkeer van slangen, ondanks het feit dat dit een rondvormig beest is. Een chocoladereep is daarentegen vierkant en kan daarmee bij veel mensen toch op een hoge waardering rekenen. Bar en Neta hadden in hun onderzoek met name plaatjes van objecten opgenomen waar mensen geen uitgesproken voor- of afkeer voor hebben (zoals banken, horloges en betekenisloze figuren).

De kritiek die men op dit onderzoek kan uitoefenen, is dat er conclusies zijn getrokken op basis van een zeer kleine steekproef (14 personen); de resultaten zijn echter wel zo sterk dat een grotere steekproef hoogstwaarschijnlijk geen ander beeld te zien geeft. Daarnaast melden de onderzoekers niet of de deelnemers aan het onderzoek (overwegend) mannen of vrouwen waren.

De consequenties van dit onderzoek zijn verstrekkend. Momenteel zien we bij auto's bijvoorbeeld een toename van scherp geknikt ('edge') design. Het is de vraag of deze vorm uiteindelijk meer consumenten zal aanspreken dan 'curved' design. Bij auto-interieurs schijnt al langer bekend te zijn dat ronde vormen op een hogere waardering kunnen rekenen dan rechthoekige. En wat de vierkante meloenen betreft, is het natuurlijk de vraag of er uiteindelijk meer van verkocht zullen worden dan de traditionele, rondvormige meloenen.

Referentie(s)

Bar, M., Neta, M. (2006), Humans prefer curved visual objects. Psychological Science, vol.17, no.8, p.645-648. *

* : aanwezig in de EURIB bibliotheek.