


[Home](#) [Nieuws](#) [Detail](#)

## Nieuws

[Voor journalisten](#)
[Nieuwsoverzicht](#)
[Agenda](#)
[Nieuws Faculteiten](#)
[De kwestie](#)
[EUR in de Media](#)
[Nieuwsbrief](#)
[Erasmus Magazine](#)

## De camera knielt voor meer macht

ZOEKEN



## Persfoto's laten mannen invloedrijker overkomen dan vrouwen

**Persfoto's laten mannen invloedrijker overkomen dan vrouwen. Uit onderzoek door onder andere dr. Giessner van Rotterdam School of Management, Erasmus University, blijkt dat vrouwen vaker vanuit een hoge invalshoek worden gefotografeerd, terwijl het omgekeerde het geval is voor mannen. Het beeld van personen met macht wordt consequent versterkt door foto's die vanuit een lage invalshoek zijn genomen. De resultaten van dit internationale onderzoek zijn onlangs gepubliceerd in het wetenschappelijke tijdschrift *Media Psychology*.**



Media kunnen de interpretatie van lezers beïnvloeden als het gaat om de hoeveelheid macht die een afgebeelde persoon heeft - zuiver op basis van de hoek waaronder de fotograaf de foto heeft genomen. Mensen die in media-afbeeldingen vanuit een lage invalshoek gefotografeerd zijn worden gezien als machtige personen, terwijl mensen in foto's van bovenaf genomen worden gezien als minder invloedrijk.

Samen met onderzoekers van verschillende Europese universiteiten voerde [Steffen Giessner](#) een serie experimenten uit op basis van de CORBIS® afbeeldingendatabase, foto's uit Time Magazine en World Press Pictures. Zij ontdekten dat er verschil is in het afbeelden van mannen en vrouwen. Mannen worden vanuit een lage invalshoek gefotografeerd, wat ze een machtige uitstraling geeft. Bij vrouwen worden vaker een hoog standpunt ingenomen.

Invloedrijke personen worden ook consequent vaker vanuit een lage invalshoek afgebeeld. Personen zonder invloed worden daarentegen vaak vanuit een hoge invalshoek gefotografeerd. Opmerkelijk genoeg is dit niet het geval als de mediacontext niet gericht is op invloed en macht, zoals op Wikipedia.

### Macht

Media kunnen door het gebruik van hoog- en laaggephotografeerde afbeeldingen bedoeld of onbedoeld de macht van bepaalde personen bepalen en zelfs legitimeren. Ook kunnen zij bijdragen aan de perceptie en het stereotype beeld dat mannen machtig en invloedrijk zijn en vrouwen niet. Giessner: "Deze eenvoudige verbanden tussen macht en de invalshoek van de camera is geen opzichzelfstaand verschijnsel. Als het in de context gaat om macht, bijvoorbeeld organisaties, of een lijst van de 100 belangrijkste mensen ter wereld, denken we ook snel aan macht. Als gevolg daarvan kunnen we bewust of onbewust verwijzingen naar het element van macht in een foto toepassen". Zijn conclusie: "Het is de taak van onderzoekers om dergelijke effecten op te sporen en het is de taak van de media om te beslissen wanneer zulke subtiele verwijzingen wel of niet toegepast moeten worden."

### Over het onderzoek

Giessner voerde het onderzoek uit met prof. Michelle Ryan (Universiteit van Exeter, Verenigd Koninkrijk), dr. Thomas Schubert (ISCTE, Lissabon, Portugal), en dr. Niels van Quaquebeke (Kuehne Logistics Universiteit in Hamburg, Duitsland). Het artikel *The Power of Pictures: Vertical Picture Angles in Power Pictures* in *Media Psychology* is [hier](#) te lezen.

### NADERE INFORMATIE:

Marianne Schouten, Media & Public Relations Manager voor RSM, tel: (010) 408 2877, e-mail: [mschouten@rsm.nl](mailto:mschouten@rsm.nl).


[<< Terug naar overzicht](#)

Publicatiedatum: 17 januari 2012

[@erasmusnieuws volgen](#)


