



Onderzoek onthult: nieuwsgierige mensen onthouden beter Definitieve resultaten bekend van onderzoek naar nieuwsgierigheid

Amsterdam, 9 september 2024 – Mensen die nieuwsgierig zijn, onthouden vergaarde informatie beter. Nieuwsgierigheid gaat niet alleen over kennis, maar ook over nieuwe ervaringen, zoals het kijken naar mooie beelden. Dit zijn de belangrijkste conclusies uit het onderzoek ‘Hoe nieuwsgierig ben jij?’, uitgevoerd door onderzoekers aan drie universiteiten, onder leiding van Maartje Raijmakers, hoogleraar Psychologie aan de Universiteit van Amsterdam, Vrije Universiteit Amsterdam en het NEMO Science Museum, en Maïen Sachisthal, onderzoeker in Sociale Psychologie aan de UvA. Het onderzoek werd vorig jaar gestart tijdens Weekend van de Wetenschap en onderzocht nieuwsgierigheid: het menselijke verlangen naar nieuwe kennis én nieuwe ervaringen.

Uit het onderzoek, waaraan bijna 4000 Nederlanders van verschillende leeftijden deelnamen, blijkt dat nieuwsgierigheid zich op uiteenlopende manieren manifesteert. Naast het verlangen om te leren, kwam ook een sterke behoefte om te beleven naar voren. Sommige mensen verdiepen zich graag om meer te begrijpen, terwijl anderen juist op zoek zijn naar nieuwe zintuiglijke ervaringen, zonder per se alles te willen doorgronden.

Verschillende strategieën

In het onderzoek keken de onderzoekers naar hoe mensen uit pure nieuwsgierigheid online filmpjes over verschillende onderwerpen bekijken en daarbij waren er grote verschillen tussen de deelnemers. Er werden verschillende strategieën geïdentificeerd: verkenners, verdiepers, of zo snel mogelijk afronden. Sommige van deze strategieën waren zowel gericht op het vergaren van kennis als op het ervaren van mooie beelden, terwijl andere alleen op kennisverwerving gericht waren. Bijna de helft van de deelnemers koos voor een verkennende aanpak door kort naar meerdere video's te kijken, terwijl ongeveer een kwart zich volledig verdiepte in één onderwerp. De rest maakte zich er snel vanaf.

“Dit soort verschillen in strategie zien we ook bij dieren die kunnen kiezen tussen het plukken van laaghangend fruit van verschillende bomen of het helemaal leeg eten van één boom,” aldus onderzoeker Maartje Raijmakers. “Sommige mensen verkennen hun omgeving door van veel filmpjes alleen het begin te bekijken, terwijl anderen ervoor kiezen om zich volledig te verdiepen in één enkel filmpje.”

Nieuwsgierige mensen onthouden beter

Onder de verkenners viel een specifieke groep op: de ‘efficiënte verkenners’, die 6% van alle deelnemers vormden. Dit waren volgens de vragenlijsten de meest nieuwsgierige mensen. Deze groep viel op door hun vermogen om snel bijna alle filmpjes, kennis en mooie beelden, te verkennen én bovendien de informatie beter te onthouden dan anderen. Ondanks de korte tijd die ze aan ieder filmpje besteedden, onthielden zij het meeste, niet alleen van de kennisvideo's maar ook van de visueel aantrekkelijke beelden. De meest nieuwsgierige mensen hanteerden dus een efficiënte, verkennende strategie om van zoveel mogelijk filmpjes te zien waar het over gaat.



"Een van de meest opvallende resultaten is dat nieuwsgierigheid samengaat met het snel inventariseren van beschikbare informatie, en dat deze informatie bovendien goed onthouden wordt," zegt Raijmakers. "De 'efficiënte verkenners', die zowel willen weten als beleven, onthouden de meeste informatie. Dit onderzoek laat zien dat snel verkennen een efficiënte strategie is van nieuwsgierige mensen."

Meer vrouwen verkennen, meer mannen verdiepen

Hoewel alle strategieën bij alle leeftijden voorkomen, van 6 tot 100 jaar, toonde het onderzoek subtiele verschillen tussen leeftijdsgroepen en genders. Deelnemers tussen de 20 en 40 jaar bleken vaker 'efficiënte verkenners' te zijn, terwijl mensen boven de 40 meer geneigd waren zich te verdiepen. Ook waren er lichte verschillen tussen mannen en vrouwen: meer vrouwen kozen voor de verkennende strategie, terwijl meer mannen de voorkeur gaven aan verdiepen of het zo snel mogelijk afronden van de taak.

"Deze studie onderstreept dat nieuwsgierigheid niet alleen over het verlangen naar kennis gaat, maar ook over het verlangen naar nieuwe ervaringen. En mensen die hun nieuwsgierigheid volgen, zijn niet alleen op zoek naar meer kennis en belevingen, maar onthouden die ook beter. In een onbekende omgeving alles snel verkennen is typisch een strategie van nieuwsgierige mensen," aldus Raijmakers.

De onderzoeksgroep van 'Hoe nieuwsgierig ben jij?' bestaat uit Maartje Raijmakers (UvA), Maien Sachisthal (UvA), Brenda Jansen (UvA), Tessa van Schijndel (UvA), Johanna van Schaik (Radboud Universiteit Nijmegen), Helene Vos (Vrije Universiteit Amsterdam).

Het onderzoek maakt deel uit van Weekend van de Wetenschap, een jaarlijks festival in Nederland waar iedereen kan ontdekken hoe wetenschap werkt. Tijdens dit weekend wordt elk jaar een publieksonderzoek uitgevoerd waaraan alle Nederlanders kunnen deelnemen. Weekend van de Wetenschap vindt dit jaar plaats op 5 en 6 oktober en wordt georganiseerd door NEMO Science Museum in opdracht van het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. Aankomende editie wordt weer een nieuw onderzoek gelanceerd.

Meer informatie is te vinden op www.HoeNieuwsgierigBenJij.nl.

Einde persbericht

[Noot voor de redactie \(niet voor publicatie\)](#)

Persinformatie en beeldmateriaal van Weekend van de Wetenschap is terug te vinden via weekendvandewetenschap.nl/pers/

Voor meer informatie, vragen of (pers)verzoeken met betrekking tot Weekend van de Wetenschap kunt u contact opnemen met:

Weekend van de Wetenschap | PR & Communicatie | Birgitte van Boven
pers@weekendvandewetenschap.nl | Birgitte: 06-33972220