

# Content toegankelijk maken en houden voor slechtzienden

Als tekstschrijver of communicatie-professional ben je hoogstwaarschijnlijk dagelijks bezig met het maken van content. Meestal teksten, maar vaak komen er ook visuele elementen bij, zoals afbeeldingen, video's en andere kleine en grote visuele elementen. Heb je er bij het maken van content wel eens over nagedacht of je bericht toegankelijk is voor een blinde of slechtziende internetgebruiker?

**MARRIT POSTMA**  
 controleert en herschrijft vanuit haar bedrijf *Woordprikkel* teksten voor ondernemers en contentmakers. Ze maakt als slechtziende ondernemer andere ondernemers en contentmakers bewust van digitale toegankelijkheid. ([www.woordprikkel.nl](http://www.woordprikkel.nl))



**E**erst maar even wat misverstanden uit de weg ruimen. Want misschien denk je dat blinden en slechtzienden geen gebruikmaken van internet, social media, smartphones of computers. Wel dus. Zo ben ik slechtziend en ik typ dit artikel op mijn laptop. Een gewone laptop, zoals jij die misschien ook hebt. Het enige speciale aan de mijne is, dat ik er een programma op heb geïnstalleerd dat tekst kan omzetten naar spraak (en braille, als ik er een brailleleesregel aan zou koppelen): screenreader.

Die screenreader gebruik ik nu ik dit typ niet eens. Ik heb de letters in mijn Word-document wat groter gezet door de control-toets ingedrukt te houden en met het wielje van de muis te draaien. Op dit moment staat mijn letterpuntgrootte op 11 en heb ik gezoomd tot 250%. Mocht je willen weten hoe dat eruitziet, test het zelf vooral even uit. Soms zet ik alleen de puntgrootte van de letters groter, op 14, 16 of 18 (maar dan staat mijn scherm niet op 250% gezoomd).

Verder gebruik ik dus spraak via een screenreader om vooral langere teksten te lezen. Ook op mijn iPhone (als jij een iPhone hebt kun je dit ook uitproberen 🤖 – nog steeds niks speciaals dus) kan ik de spraak aanzetten, VoiceOver geheten. Hiermee lees ik meestal berichten op Facebook, in de social schools-app van de basisschool van mijn zoontjes en nieuwsbrieven en mails of langere artikelen op het internet. En net als ik zijn er andere blinden en slechtzienden die gebruikmaken van het internet, smartphones en computers.

## (On)toegankelijke content

Als ondernemer kijk ik graag wat voor diensten andere ondernemers aanbieden waar ik misschien ook iets aan heb. Ik kijk op hun social media-kanalen, hun website en luister hun podcasts. Dan kom ik regelmatig ontoegankelijke berichten tegen. Ik geef hieronder zes voorbeelden en vertel wat je beter wel of niet kunt doen.

### • Slecht contrast

Onlangs kwam ik een site tegen met titels van blogs die lichttroze waren. Ik kon die titels niet goed lezen. Meer van dit soort voorbeelden zijn zwarte letters op een (donker)grijze achtergrond, witte letters in een lichtgeel kader en grijze letters op een afbeelding met veel grijs erin.

#### ► Tip: goed contrasterende letters en achtergrond

Denk dus altijd aan een goed contrast tussen de tekstkleur en de achtergrondkleur, zowel op websites als in afbeeldingen.

### • Leuke lettertypes

Zie je op social media ook veel berichten met van die leuke andere lettertypes erboven? Of gebruik je ze zelf? Deze lettertypes worden helaas niet herkend door screenreaders en niet voorgelezen als ik de tekst probeer te lezen met spraak. Ik kwam erachter doordat ik 'gaten' hoorde in een bericht dat ik aan het lezen was. Ik heb toen met het zicht dat ik nog heb naar het bericht gekeken om te kijken of er misschien een woord miste in de tekst en kwam erachter dat de woorden er wel stonden, maar in een ander lettertype. Dat dus niet voorgelezen wordt. Bijkomend nadeel: de tekst in een ander lettertype wordt ook niet gevonden als je erop zou zoeken in de zoekbalk van het social media-kanal waar je die tekst gebruikt. Zo waren er mensen op LinkedIn die hun naam in een ander lettertype hadden gezet en daardoor niet meer gevonden werden op hun naam als je hen zocht op LinkedIn. Zonde, toch?

#### ► Tip: gebruik de standaard lettertypes

Gebruik die 'leuke lettertypes' dus liever niet. Sommige telefoons laten deze letters ook niet zien. Ik heb ook van veel mensen die gewoon goed kunnen zien gehoord dat ze sommige lettertypes helemaal niet goed kunnen lezen, omdat ze te krullerig of te klein/dun zijn. Gebruik op social media liever het standaard lettertype dat tevorschijn komt als je een bericht typt.

### • Veel emoticons

Naast namen in andere lettertypes op LinkedIn kom ik daar ook veel namen tegen met emoji ervoor én erna. Mijn spraak leest deze ook voor. En dat is dan niet ‘emoji’ ‘emoji’ of ‘emoticon’ ‘emoticon’. Elke emoticon heeft zijn eigen beschrijving meegekregen. Een naam met voor de naam een ster en diagram klinkt bij mij soms als: ‘stralende vijfpuntige ster diagram met opgaande trend voornaam achternaam diagram met opgaande trend stalende vijfpuntige ster’. Een tekst van zestien woorden dus, waar ik ergens in het midden de naam van de auteur van een bericht had moeten ontdekken.

### ► Tip: gebruik niet te veel emoji

Gebruik dus liever geen emoji rond je naam. Eentje achter je naam kan wat mij betreft wel, want dan heb ik je naam tenminste kunnen horen. Ook in je berichten zou ik oppassen met te veel emoji. Zo zie ik ook weleens emoji als opsommingstekens, of een hele reeks achter elkaar halverwege een bericht. Het is net een kermis vol toeters en bellen. En ik kom voor mijn informatie en inspiratie liever niet op een kermis, dat is mij te overprikkelend. 😊

### • Ontbrekende alt-tekst

Ik kom regelmatig afbeeldingen tegen in nieuwsbrieven, op social media en op sites die voorgelezen worden als:

- IMG3754362
- F87gb8754s90756e86v6a655
- Alternatieve tekst
- Afbeelding
- Alt-tekst

### Meer op Tekstblad Premium

Op Tekstblad Premium vult Marrit haar tips niet alleen aan met links naar blogs, waarin ze dieper op de materie in gaat, ze beoordeelt ook de toegankelijkheid van ... Tekstblad Premium.

Laten we zeggen dat er werk aan de winkel is. De redactie van Tekstblad gaat daarmee aan de slag. Benieuwd naar Marrits oordeel?



Maar wat stond er nu op de afbeelding? Dat weet ik helaas nog steeds niet.

### ► Tip: vul overal een goede omschrijving in bij de alt-tekst

Een alt-tekst is een omschrijving van de afbeelding. Je vult die in zodat blinden en slechtzienden (en ook zoekmachines) weten wat er op de afbeelding staat. Gebruik dus niet alleen een paar zoekwoorden voor de SEO, maar zorg dat je omschrijft wat er te zien is op een afbeelding.

### • Onduidelijke links en knoppen

Met een screenreader kun je met je toetsenbord snel van kop naar kop of link naar link ‘springen’ of navigeren. Zo kun je ook een webpagina scannen, zoals iemand die goed ziet ook eerst de knoppen en knoppen van een pagina scant. Als een knop of link dan alleen bestaat uit de tekst ‘klik hier’ of ‘lees meer’ of ‘lees verder’, dan weet ik niet waar die link heen leidt.

### ► Tip: gebruik duidelijke linktekst

Ook Google leest op die manier je site en houdt van duidelijke linkteksten. Dit doe je dus niet alleen voor de slechtziende of blinde internetgebruiker, maar ook voor je vindbaarheid. Als je van een stuk tekst een link maakt, zorg dan dat je hele linktekst duidelijk maakt waar de link heen leidt. Bijvoorbeeld: ‘lees hier meer over mij’ naar een over mij-pagina.

### • Leesbare tekst in video's

Soms kom ik video's tegen waar in beeld een tekst te zien is en er alleen muziek te horen is. Op zo'n moment mis ik de boodschap van de video. Ik kan vaak niet zien wat er in beeld is en luister dus meestal naar video's. Als er alleen een muziekje te horen is, haak ik af.

### ► Tip: zorg dat tekst in beeld ook te horen is

Zorg dus bij video's dat de informatie die je wilt delen ook te horen is. Spreek een video in of zorg voor audiodescriptie. Audiodescriptie is een hoorbare beeldbeschrijving bij een video. Zo kun je tussen dialogen (of monologen) door een beeldbeschrijving toevoegen of onder een video met alleen muziek alles laten beschrijven. ■

# Breintechnieken voor een fit lijf en een leeg hoofd

YVETTE LEUFTINK en EVA KLEIN BRINKE zijn adviseurs bij nieuwewending.nl



COLUMN

**N**og 4, 3, 2 en 1'. Terwijl de beats van het uptempo nummer de box uitknallen, telt de sportinstructeur hardop af tijdens een groepsles. Intussen maak je je lichaam weer klaar voor een volgende reeks oefeningen. Heb je er al eens bij stilgestaan, dat een sportinstructeur met deze *cue*, heel bewust de breintechniek ‘fluency’ toepast? Deze techniek zorgt ervoor, dat je niet hoeft na te denken, maar op een natuurlijke, vloeiende manier naar het volgende onderdeel gaat. En dat is nog niet alles. Een sportinstructeur past tijdens een les nog veel meer breintechnieken toe.

### Focus op de beweging en de inspanning

Sporten is niet alleen een fysieke inspanning, het maakt ook je hoofd leeg. Heel fijn als je een dag vol vergaderingen achter de rug hebt of in de post-corona file hebt gestaan. Drukte op je werk, op de weg of thuis zorgt vaak ook voor drukte in je hoofd. Een sportinstructeur helpt bij het leegmaken. Tijdens je workout denk je namelijk aan niets anders meer dan inspanning leveren. Door te bewegen, maakt je brein bovendien nieuwe hersencellen aan. Beweging is dus goed voor de ontwikkeling van je brein, zegt ook Guillén Fernandez, hoogleraar Cognitieve Neurowetenschappen aan het Donders Institute for

Brain, Cognition and Behaviour van de Radboud Universiteit.

### Een keuze als alternatief

Ook helpt het een deelnemer, als de instructeur een alternatieve, minder belastende beweging aanbiedt. Hoewel de sportinstructeur het woord ‘alternatief’ waarschijnlijk niet gebruikt. Want ‘alternatief’ klinkt toch als ‘minder goed’ of ‘minder intensief’ en dat helpt niet bij je zelfvertrouwen. Beter is het, om het als volgt te

*Sportinstructeurs  
gebruiken veel breintechnieken  
tijdens hun lessen*

framen: ‘Wat je ook kunt doen is het volgende...’, gevolgd door een instructie én een positieve uitleg over hoe deze beweging bijdraagt aan je lijf.

Hier komen meerdere breintechnieken samen: zodra de instructeur de beweging voordoet, volgen de deelnemers. Op deze manier train je iets nieuws dat je makkelijk oppakt tijdens het horen van een stimulerende *sportbeat* waarin simpelweg

geen tijd is om na te denken.

Daarnaast draagt de keuze bij aan je gevoel van autonomie. Daarmee vergroot de instructeur je bereidheid om de beweging uit te voeren. Door een keuze te krijgen, bepaal je zelf je fysieke (en meestal mentale) grens. Tot slot past de instructeur de self-efficacytechniek toe omdat de daadwerkelijke uitvoering je zelfvertrouwen vergroot (‘Dit kan ik!’).

### Groepsles zorgt voor meer vetverbranding

Ook de groepsdynamiek is belangrijk. Een goede en energieke groepssfeer zorgt er vaak voor dat deelnemers boven zichzelf uitstijgen. Dat zie je ook terug in het aantal verbrande calorieën. Dit aantal is hoger tijdens een groepsles dan tijdens een individuele training thuis, waar je voor een tv-schermdoel oefeningen doet. Tijdens een groepsles helpen deelnemers elkaar namelijk – onbewust – door moeilijke momenten heen en zetten zij een tandje bij. Niemand wil namelijk de zwakste deelnemer zijn in de groep. Ook wel het Köhler-effect genoemd.

Voortaan weet jij dus precies waar jouw sportinstructeur mee bezig is als het aftellen begint. Ons advies: laat de breintechnieken vooral lekker los en ga voor dat lege hoofd en het gezonde lichaam! ■