

Transcript Contentprikkel met Robert Keus over in begrijpelijke taal schrijven: “Begrijpelijke taal is soms een ondergeschoven onderdeel van toegankelijkheid”

Marrit: Deze keer in Contentprikkel:

Robert: Het gaat niet om dat we iets ontoegankelijk schrijven en dat je vervolgens met een tool dat kan omzetten en dat het dan begrijpelijk wordt. Dat is een soort van pleister op de wond. Eigenlijk wil je dat degene die die brief schrijft het meteen begrijpelijk schrijft.

Marrit: Mijn naam is Marrit en in deze podcast leg ik uit hoe jij als ondernemer en contentmaker toegankelijke content simpel kunt inzetten, zodat iedereen begrijpt wat jij de wereld wil vertellen. Dit is Contentprikkel.

Intromuziek eindigt

Marrit: Nou, hallo Robert. Welkom in mijn podcast. Leuk dat je te gast wil zijn. Zou je eerst kort eens wat over jezelf willen vertellen? Wie ben je en wat doe je?

Robert: Ja, zeker. Ten eerste dank je wel dat je me hebt uitgenodigd. Mijn naam is Robert Keus. Ik ben ondernemer en oprichter van het internetbureau Brothers Agency. En vanuit het internetbureau ben ik ook in aanraking gekomen met digitale toegankelijkheid. Daar heb ik inmiddels ook een ander bedrijf voor opgezet en dat heet Digitaal Toegankelijk.

Marrit: En hoe ben je destijds dan in aanraking gekomen met digitale toegankelijkheid?

Robert: Ja, dat is op zich wel een leuk verhaal. Wij hebben, het is denk ik een jaar of 4, 5 geleden, een app ontwikkeld voor het Trimbles Instituut. En dat is een instituut dat onderzoek doet naar verslaving en helpt ook mensen met verslavingen. En ze vroegen aan ons om een app te ontwikkelen waarmee mensen makkelijker kunnen stoppen met roken. En eigenlijk wat het idee was, was dat in Nederland heb je bepaalde doelgroepen die ook een stopcoach kunnen krijgen. Dus op het moment dat je rookt, dan kun je een stopcoach krijgen die je een keer in twee weken ziet. Die jou helpt met het stoppen met roken. En waar deze app voor ontwikkeld moest worden, voor mensen die over het algemeen wat minder hebben in de samenleving. En ook minder geld. En waarbij ook

vaak taal iets lastig is voor hen. Eigenlijk was de opdracht ook voor ons om ten eerste een app te ontwikkelen die mensen hielp in het moment dat ze niet met die fysieke stopcoach zijn. Dus je hebt dan het moment dat je met een stopcoach in aanraking komt, heb je een sessie en over twee weken dan weer. En in de tussentijd hebben we dan een app ontwikkeld die jou helpt om gemotiveerd te blijven om te stoppen. Maar ons werd ook gevraagd, de app moet heel simpel zijn, heel logisch. Het taalgebruik moet heel simpel en logisch zijn. En wij dachten, dat kunnen wij wel. Dus toen zijn we gewoon maar aan de slag gegaan en hebben we met onze eigen kennis van toen gedacht, zo zal het dan wel simpel en logisch zijn. Toen was het ontwerp klaar, die hebben we toen getest met mensen met een taalbeperking. En toen bleek eigenlijk dat de hele app onbruikbaar was. Dat had één te maken met de bewoording die wij gebruikten. Dus we gebruikten een bepaalde bewoording die te moeilijk was. Dus dat werd anders gelezen, anders geïnterpreteerd. Waardoor de interactie, dus hoe iemand de app ervaarde ook heel anders was dan wij bedoeld hadden. En ten tweede, dat is een soort van verborgen toegankelijkheid. Is dat je kan ook heel veel communiceren met bepaalde illustraties. Dus als je wil bijvoorbeeld met afbeeldingen. En wij hadden bepaalde illustraties, afbeeldingen gemaakt die hele andere stereotypingen opwekte dan wij hadden bedoeld. Waardoor de app ook in een heel negatief daglicht kwam te staan. Zonder dat wij eigenlijk dat wilden. Ik weet nog precies, we hadden die testsessies gehad en ik kwam toen bij ons op kantoor. Toen zei ik, weet je wat, dat toegankelijkheid, wat is dat? Daar moeten we iets mee. En toen kwamen we er eigenlijk achter. Toen zijn we daar onderzoek naar gaan doen. En toen lazen we dat er al wetgeving, die was er al, maar toen kwam dat wat meer in het nieuws. En we merkten ook dat bedrijven, of vooral overheden hier meer mee bezig waren. En toen begonnen wij de richtlijnen te lezen naar digitale toegankelijkheid, de WCAG. En die waren nog in het Engels. En ik zeg altijd, de WCAG, dat zijn richtlijnen voor toegankelijkheid. Maar ze zijn op zichzelf staand niet toegankelijk. Ze zijn één, niet begrijpelijk voor iedereen. En ten tweede is het ook nog heel wetenschappelijk geschreven. En ook moeilijk toepasbaar omdat er heel veel interpretaties op staan. En toen zeiden we eigenlijk, als die richtlijnen nou zo moeilijk zijn, dan moeten we die gaan versimpelen. Dus we zijn eigenlijk eerst begonnen met de WCAG door te spitten. En te kijken, hoe kunnen wij nou dat begrijpelijker maken voor mensen. Maar niet om een onderzoek uit te voeren, maar meer om bijvoorbeeld iemand die bij een gemeente werkt of bij een overheid werkt uit te leggen

wat nou belangrijk is voor bepaalde doelgroepen. Dus als je een visuele beperking hebt, wat is dan voor die doelgroep belangrijk? Als je een auditieve beperking hebt, wat is voor die doelgroep belangrijk? En waarom is dat belangrijk? Maar wat we eigenlijk hebben gezegd is, het gaat om de doelgroep. Het gaat niet om die regels. En de WCAG gaat heel erg uit van, je hebt regels en die zijn gecategoriseerd. Maar die zijn op een bepaalde manier, leer je niet waarom die regel belangrijk is. En dat is eigenlijk een beetje het omdraaien van het verhaal. Ik vind altijd dat je eerst moet weten, als er staat van iets over alternatieve tekst, of een audiodescriptie, of een ondertiteling, of waarom je bepaalde rollen moet meegeven, dat soort zaken. En je moet dat aan iemand uitleggen, en die moet dat implementeren. Dan moet die persoon wel weten waarom die dat doet, voor wie die dat doet,

Marrit: Ja.

Robert: en waarom dat belangrijk is. En dat staat nergens eigenlijk. En daar zijn we eigenlijk mee gestart, om uit te leggen, als je mensen in een bepaalde doelgroep hebt, wat is nou voor hen belangrijk, en waarom is het belangrijk.

Marrit: Precies, ja. Ik zeg ook altijd over mijn eigen blogs en mijn workshop over alt-tekst: je doet dit en dit omdat ik of iemand anders die blind of slechtziend is, en die wil graag weten wat er op jouw afbeelding staat, en je vult jouw tekst daarvoor in.

Robert: En daarnaast ook, ik heb net vandaag daar een artikel over geschreven, of over geplaatst ook op LinkedIn, dat gaat over audiodescripties. En ik heb er best wel veel mensen die visueel beperkt zijn over gesproken, en iedereen die heeft ook weer een eigen voorkeur, hoe een audiodescriptie werkt bijvoorbeeld. En datzelfde geldt met alternatieve teksten. En ik heb mensen gesproken: ja ik wil juist dat dat helemaal uitgelegd is. Anderen zeggen, nee dat duurt veel te lang, ik wil gewoon de essentie weten. Kijk, dat soort dingen zijn natuurlijk wel heel interessant, om te weten, als je een alternatieve tekst gaat maken,

Marrit: Ja.

Robert: wat houdt dat dan in, wat is voor die personen belangrijk, wat vinden de meeste mensen belangrijk. En dat heeft natuurlijk ook heel veel oefening nodig, maar dat gaat een heel groot gedeelte, is gewoon training, bewustwording, in plaats van dat je zegt dat die regel geïmplementeerd moet zijn.

Marrit: Maar jullie hebben nu ook een nieuwe tool ontwikkeld, Read Easy AI.

Robert: Ja, klopt.

Marrit: Vertel, wat is het?

Robert: Ja, nou ja, dat is wel leuk, want als je, we doen bij digitaal toegankelijk bouwen we eigenlijk geen software, en bij het internetbureau wel. En omdat de aanleiding dat wij met toegankelijkheid in aanraking kwamen, kwam ook door begrijpelijke taal, van mensen die een taalbeperking hebben. En ja, eigenlijk was mijn verwachting toentertijd ook, dat het schrijven van begrijpelijke taal ook onderdeel is van de WCAG. En ja, het is ook zo dat je, ja je mag mensen sowieso niet uitsluiten, dat is sowieso een wetgeving, maar als je kijkt naar de wetgeving, ja dat het besluit digitale toegankelijkheid overheid, daar staat dat je website moet voldoen aan de WCAG. En op het niveau, wat wij in Europa hebben afgesproken, en waar Nederland zich ook aan houdt, is dat je minimaal aan de dubbel AA, dus dat is zeg maar als je de WCAG hebt, die bestaat uit drie niveaus, je hebt A, dubbel AA en triple AAA. En bij ons is, in Nederland is er gezegd, wij gaan ons houden aan die dubbel AA. Ja, dat zijn vijftig punten, dat zijn alle punten uit A, niveau A, en alle punten uit dubbel AA. Maar er zit begrijpelijke taal niet in. En als je kijkt naar de doelgroep, en over hoeveel mensen we het hebben, is begrijpelijke taal, hebben we het over misschien wel twee, tweeënhalve miljoen mensen in Nederland, die een niveau hebben, onder B1 niveau.

Marrit: Ja.

Robert: In het spreken en schrijven van de Nederlandse taal. En als je kijkt naar de teksten die door overheden, bedrijven of redacties in de media worden geschreven, dan is het over het algemeen, nou, als het B2 is hebben ze het goed gedaan, maar is het vaak op C-niveau. Dus eigenlijk kan je zeggen dat een van de grootste doelgroepen in Nederland, die heeft het minste toegang tot de digitale wereld, omdat de content die men leest, is niet toegankelijk voor hen. Ze snappen het niet. En als je kijkt naar de komst van, met de AI en met de verschillende taalmodellen die nu gelanceerd zijn, en nou ja, dat van OpenAI, ChatGPT, dat is allemaal natuurlijk heel hot, maar dan is het natuurlijk de vraag van, wat kan je er eigenlijk mee? En wat doet het? En hoe goed is het? En daar zijn we eigenlijk toen mee gaan experimenteren, en gaan kijken van, oké, als je nou een zin hebt, of je hebt een zinsopbouw, hoe kan je er nou voor zorgen dat dat verhaal dat je geschreven hebt, dat je

dat ook op een bepaalde manier kan laten controleren, of het wel daadwerkelijk toegankelijk is of niet. En daar zijn we eigenlijk, toen zijn we mee gestart, dus ik heb dan het voordeel dat ik aan de ene kant een bureau heb waar ik developers heb zitten, dus ik kan relatief makkelijk een soort van, we noemen dat dan een soort hackathon doen, waarbij we eigenlijk in één dag zeggen, oké, we willen dit bereiken, kunnen we dat? Kunnen we dat maken? En toen bleek eigenlijk dat, dat de taalmodellen die nu zijn uitgekomen, dat die koppelingen hebben, we kunnen die dan gebruiken in onze eigen software, maar ook dat het resultaat wat eruit komt, dat dat heel goed is. En ja, toen had het eigenlijk voor mij een soort 1-2'tje, van aan de ene kant hebben we digitale toegankelijkheid, waar we echt die begrijpelijke taal, vind ik altijd een ondergeschoven kindje is. Aan de andere kant heb ik de developers zitten en kunnen we niet kijken of we hier iets van kunnen maken. En dat hebben we eigenlijk samengevoegd. En ja, toen was eigenlijk wel, wat eigenlijk wel leuk is om te vertellen, is dat op een gegeven moment is er ook een hackathon geweest, waarbij verschillende teams werden uitgedaagd om ook AI in te zetten, om gewoon bepaalde, ja, je mag van alles bedenken. En toen heeft een team een app gemaakt waarmee je een brief kan scannen en die brief omzet in begrijpelijke taal. En wij waren hier toen ook al mee bezig en hij geeft dan aan van, he, die legt dan die brief uit. Supergaaf, want al die brieven zijn ook niet begrijpelijk. Maar toen las ik een bericht op LinkedIn, daar ben ik het eigenlijk ook nog steeds wel mee eens, van iemand bij Gebruiker Centraal/Direct Duidelijk. Dus dat is een organisatie die mensen helpt en zorgt dat dat begrijpelijke taal meer op de agenda komt. En die zei van: ja, het gaat niet om dat we iets ontoegankelijk schrijven en dat je vervolgens met een tool dat kan omzetten en dat het dan begrijpelijk wordt. Dat is een oplossing van, ja, dat is een soort van pleister op de wond. Eigenlijk wil je dat degene die die brief schrijft het meteen begrijpelijk schrijft.

Marrit: Ja.

Robert: En dat was zo'n grap, want wij zaten heel erg in een soort dubio van, wie is eigenlijk onze doelgroep? Gaan wij ons richten op redacteuren, dus mensen die schrijven, dus dat ze meteen eigenlijk begrijpelijk en direct duidelijk kunnen schrijven, daar feedback op krijgen? Of gaan we ons juist richten op de eindgebruiker, waarbij als er een onbegrijpelijke tekst is, dat die persoon dat kan omzetten in begrijpelijke tekst? Wij hebben eigenlijk nu gekozen om een focus te doen op de redacteuren, dus op de schrijvers. Dus waarbij je eigenlijk

zegt, dat is eigenlijk de bron waar de content gemaakt wordt. Dat is ook uiteindelijk waar je echt het probleem oplost. Dus inmiddels, hebben wij eigenlijk een platform opgezet, waar andere developers ook op kunnen inhaken. Dus die kunnen ook onze koppeling gebruiken. En we hebben inmiddels een Word- en een Outlook-plugin, die mensen kunnen installeren. En die geeft dan op het moment dat je een tekst schrijft, dan kun je de tekst selecteren. En dan kan die aangeven in hoeverre de tekst begrijpelijk is of niet. Je kan aangeven op welk niveau je gecontroleerd wil hebben. Het kan de tekst omzetten in begrijpelijke taal. Het kan de moeilijke woorden eruit halen. Het geeft ook suggestie op andere woorden. En synoniemen kan je eruit halen. Dus dan kan je een woord selecteren. Dan kan je zeggen, ik wil een makkelijker woord daarvoor.

Marrit: Ja.

Robert: En je kan controleren of de tekst toegankelijk is voor mensen met dyslexie. Dyslexie is, we hebben het heel vaak over begrijpelijke taal en over de verschillende niveaus. Maar er zijn ook heel veel mensen die dan wel op B1 of hoger niveau zitten. Maar die dyslexie hebben. En waarbij ook zinnen vaak heel moeilijk en lang zijn. Dus daar hebben we ook een optie binnen die plugin. Het is een beetje hetzelfde als je een bepaald taalniveau hebt. Dan ga je automatisch daarop praten en schrijven.

Marrit: Ja

Robert: Dus je gaat niet eens denken, laat ik dit dan eens makkelijk gaan schrijven. En op het moment dat je gaat proberen om het makkelijk te schrijven. Wat wij hebben geprobeerd bij die app die wij toen ontwikkeld hadden. Toen dachten we, die woordjes maken wij wel even simpel. Toen hebben we alsnog woorden bedacht die niet simpel waren. Want wij vonden ze simpel.

Marrit: Ja.

Robert: Maar de doelgroep niet. En dat komt omdat je woordenschat gewoon te groot is. Dus is het heel moeilijk om te bepalen of het voor de ander niet simpel is. Want voor jou is het wel simpel.

Marrit: Ja.

Robert: En dat maakt het zo complex om te schrijven. Om begrijpelijke teksten te schrijven.

Marrit: Ja, super handig voor iedereen die dan teksten schrijft inderdaad, om die tool straks te kunnen gaan gebruiken.

Robert: Ja.

Marrit: En zijn er nog dingen waarvan jij denkt, nu kunnen mensen op deze manier al toegankelijk communiceren. Heb je tips voor andere mensen?

Robert: Nou ja, er zijn natuurlijk heel veel tips. Ik denk dat heel veel... Maar wat ik altijd wel belangrijk vind met toegankelijkheid is, eigenlijk twee dingen. Eén is, ik vind het altijd heel leuk om mee bezig te zijn. Want je maakt echt een verschil. En dat kan je eigenlijk ook al doen als je bijvoorbeeld op social media zit. Dus als je kijkt naar alternatieve teksten. Die kan je steeds vaker toevoegen op Twitter of LinkedIn.

Marrit: Ja.

Robert: En ik moet zeggen dat soms ik in de haast, dan vergeet ik het wel eens. Maar bij mij zit het in mijn hoofd: 'oh ja'. En dan ga ik weer terug en ga ik het bericht weer aanpassen en dan voeg ik het weer toe. Maar er zijn echt meerdere mensen die in mijn netwerk zitten die bijvoorbeeld visueel beperkt zijn, die waarderen dat heel erg, want die gebruiken dat ook heel erg.

Marrit: Ja.

Robert: En ook als je bijvoorbeeld kijkt, een van de beste voorbeelden in dat toegankelijkheid helemaal niet moeilijk hoeft te zijn en dat het ook gewoon beter is om een toegankelijk document te schrijven. Of een product of een webtekst. In principe is toegankelijkheid zegt eigenlijk: houd je gewoon aan de standaarden. Zorg er gewoon voor dat, gebruik de dingen waarvoor ze gemaakt zijn.

Marrit: Ja.

Robert: En als je dat zoveel mogelijk doet, wordt het vanzelf toegankelijker. Ik wil niet zeggen dat het dan helemaal voldoet aan alle richtlijnen. Maar bijvoorbeeld als voorbeeld. Is dat heel veel mensen niet gebruiken. Dat zijn bijvoorbeeld kopteksten. En kopteksten is een van de simpelste dingen om toe te voegen. En het heeft een enorme impact. Dus als ik een webpagina maak en ik ga niet een kop 1 en een kop 2 toevoegen of in een document, dan heeft dat voor degene die bijvoorbeeld ook visueel beperkt is enorme impact. Terwijl als je het wel doet is het één, ziet het er mooier uit, vaak, want er zit styling op. Ten

tweede, je bent beter vindbaar in zoekmachines. Omdat zoekmachines vinden het ook fijn als je dingen gestandaardiseerd plaatst. En ten derde is het voor mensen met een visuele beperking kunnen dan in ieder geval goed door de pagina heen navigeren. En dan heb je het over een heel klein puntje. Hetzelfde gebeurt bij alternatieve teksten bij een afbeelding. Ja, besteed er even wat meer aandacht aan en je zorgt er ook voor dat je weer beter vindbaar bent in zoekmachines. Want er is een afbeelding waar ook nu tekst bij is. Dus de afbeelding kan dan ook geïndexeerd worden. Een andere kant is dat je ervoor zorgt dat je mensen daar niet op aansluit... eh...

Marrit: uitsluit.

Robert: Uitsluit, ja.

Marrit: Ja.

Robert: Ja. En het andere is dat... Dat is meer dan voor... Ik weet niet wie dit luistert en wie de doelgroep is, Maar bijvoorbeeld als overheden moeten voldoen. Dan is het vaak heel erg veel. Je merkt dat een gemiddelde kleine gemeente tussen de 30-40 websites heeft. Wat natuurlijk al heel veel is. Maar dan wordt toegankelijkheid als een last gezien. Een ballast. Omdat het zo veel is. Mijn tip eigenlijk altijd is... Zorg ervoor dat je het klein houdt. Dus dat je gewoon begint met... Hoe kunnen wij nou als organisatie zoveel mogelijk voldoen. En hoe meer je gaat toewerken naar zoveel mogelijk toegankelijke producten. En elke keer als je een stapje maakt... Maak je impact. En er zijn natuurlijk wel nog meer regels en wetgeving. En alle producten die nieuw zijn moeten altijd – vind ik- gewoon toegankelijk zijn

Marrit: Ja.

Robert: als je dat bouwt. Maar ja, houdt 't gewoon leuk. Dan zorg je er ook voor dat je kan blijven verbeteren.

Marrit: Ja precies. Alles kan met kleine stapjes inderdaad. Dankjewel voor alle tips inderdaad.

Muziekje start

Marrit: En dan nu naar de taaltip. Want wist je dat het werkwoord kunnen bij de jij-vorm twee varianten heeft?

Jij kunt en jij kan.

Beide vormen mogen gewoon gebruikt worden. Maar jij kan is gebruikelijker in minder zakelijke teksten - bijvoorbeeld kinderboeken - of in mondeling gebruik, dus in een podcast of als je in gesprek bent met iemand. En jij kunt is gebruikelijker in de zakelijke teksten en minder vaak in mondeling gebruik.

De rest van de vormen zijn... Ik kan en hij, zij, het kan. Maar wel weer u kunt, al mag u kan ook. Maar u kunt klinkt nou eenmaal wat zakelijker.

En voor de rest natuurlijk gewoon bij vragen: kan jij en kun jij?

Dus jij kan nu kunnen goed vervoegen. ;)

Marrit (*op outromuziek*): Bedankt voor het luisteren naar Contentprikkelers. Wil je meer weten over aansprekende teksten, digitale toegankelijkheid en taaltips kijk dan op woordprikkelers.nl en schrijf je in voor de tekst- en taaltips.