Mythbuster 2: ‘Toegankelijke publicaties zijn lelijk en saai’

01-05-2024 09:01

‘Toegankelijk publiceren betekent dat we moeten inboeten op esthetiek en creativiteit. Het beperkt ons in het gebruik van kleur, lettertypen, in lay-out, afbeeldingen of interactieve elementen. Het moeten voldoen aan toegankelijkheidseisen betekent dat we alleen nog maar onaantrekkelijke, saaie publicaties kunnen maken.’ De overtuiging dat naleving van toegankelijkheidseisen resulteert in saaie en minder fraaie publicaties is wijdverspreid, ook in de uitgeverswereld. Maar is dit werkelijk het geval? We hebben deze stelling voorgelegd aan de toegankelijkheidsexperts van Stichting Dedicon, de grootste leverancier van toegankelijke leesvormen in Nederland.

Anne Bottenheft is specialist Beeld en een van de toegankelijkheidsexperts bij Dedicon: “Deze opvatting bestaat al sinds digitale toegankelijkheid ‘een ding’ werd. Tekst-only was lange tijd de beste manier om toegankelijkheid te bereiken. Content zonder enige styling, afbeeldingen of animaties. Maar die tijd zijn we allang voorbij. Tegenwoordig kunnen digitale publicaties en online platforms – mede dankzij ingebouwde functionaliteiten – verrijkt zijn met afbeeldingen, animaties, video’s én toch toegankelijk zijn. Bijvoorbeeld door er alt-teksten, audiodescriptie en onderschriften aan toe te voegen. Of door flexibele tekstformaten aan te bieden, waarmee iemand zelf de gewenste tekstgrootte kan instellen. En ja, het is waar dat er nog steeds heel veel saaie en lelijke sites en publicaties zijn. Maar dan moet je je eigenlijk afvragen: ligt dat aan de vereisten van toegankelijkheid, of aan het ontwerp? Een retorische vraag.”

“Toegegeven, toegankelijkheid legt soms enkele beperkingen aan creativiteit op. Bijvoorbeeld bij het kiezen van kleuren en contrastwaarden. Maar dat betekent niet per definitie een oninteressant ontwerp. Het betekent

alleen dat je iets meer moeite moet doen om met enkele aanpassingen toch een mooie uitgave te kunnen maken.”

Esthetiek versus functie
“Eigenlijk moet je je afvragen: wat is het doel? Neem kook- en reisboeken; een categorie van uitgaven die met zorg ontworpen zijn, dikwijls voorzien van veel sprekende afbeeldingen. Je reinste ‘eye candy’ doorgaans. Boeken die als doel hebben om te verleiden, te inspireren en te informeren. Laat je al die mooie afbeeldingen dan maar weg om toegankelijk te zijn? Zonde, en helemaal niet nodig. Goede beeldbeschrijvingen kunnen ook verleiden, inspireren en informeren.”
“Bij Dedicon zien we veel educatieve publicaties voorbijkomen die we achteraf toegankelijk moeten maken. Studiemateriaal is vaak voorzien van allerlei visuele elementen. Denk aan een opdracht in een methode Frans, waarbij alle mannelijk woorden in het blauw zijn weergegeven, vrouwelijke woorden in het rood en onzijdige woorden in het groen. Voor iemand die kleurenblind is – 1 op de 12 mannen is kleurenblind, dus dat komt best vaak voor – is die opdracht niet te doen. Daarbij komen we ook heel veel overbodige verfraaiingen tegen. Bijvoorbeeld lichtblauwe labels op een witte achtergrond. Het mag dan weliswaar conform de huisstijl van de uitgever zijn, maar het contrast is onvoldoende. Ook voor ziende lezers zijn dergelijke labels onleesbaar.”
“Dit soort misstappen zijn eenvoudig te voorkomen, wanneer je al in de ontwerpfase rekening houdt met je lezerspubliek. Door je jezelf te verplaatsen in je lezers en vanuit hun perspectief naar het ontwerp van je publicatie te kijken. Tijdens onze toegankelijkheidstrainingen voor uitgevers staat deze manier van werken centraal. Deelnemers laten we dan letterlijk in de huid van hun lezers kruipen. Lezers met én zonder leesbeperkingen. Dat levert ontzettend veel inzichten op.”

Verbeterde leeservaring
“Toegankelijkheid moet je dus eerder beschouwen als een ontwerpprincipe dat kan bijdragen aan een verbeterde leeservaring voor álle gebruikers. Zo kunnen publicaties juist duidelijker, overzichtelijker en aantrekkelijker worden voor lezers. Hetzelfde kan gezegd worden over het gebruik van contrastrijke kleuren en een goed gedefinieerde typografie. Daarmee verbeter je de algehele leesbaarheid en visuele aantrekkingskracht van een publicatie. Niet alleen voor mensen met een visuele beperking, maar voor iedere lezer van je publicatie.”

Achterhaald idee
“Al met al, het idee dat toegankelijkheid leidt tot onaantrekkelijke en saaie publicaties is achterhaald. Toegankelijkheidsrichtlijnen en standaarden zijn eerder krachtige instrumenten voor inclusie en verbeterde gebruikerservaring. Veel van deze richtlijnen kunnen tegenwoordig naadloos worden geïntegreerd in het ontwerpproces, zonder dat dit ten koste gaat van de esthetiek van een publicatie. Door bijvoorbeeld alternatieve teksten voor afbeeldingen toe te voegen, transcripties voor audio-inhoud en flexibele tekstformaten, vergroot je de toegankelijkheid van je publicatie zonder afbreuk te doen aan het ontwerp. Eigenlijk verrijk je daarmee de gebruikerservaring en spreek je een veel breder lezerspubliek aan. Design for all: wie wil dat nou niet?”

Expertteam Toegankelijkheid van Dedicon

Bij Dedicon geloven we in een wereld waarin tekst en beeld toegankelijk is voor iedereen. Ook voor mensen met een leesbeperking. Daarom maken wij bestaande informatie vaak achteraf alsnog waarneembaar. Maar zou het niet mooi zijn wanneer informatie in de bron al toegankelijk zou zijn? Het expertteam van Dedicon helpt uitgevers verder met toegankelijkheid. Bijvoorbeeld met de cursus Pragmatische Inzichten voor uitgevers die de essentie van toegankelijk publiceren beter willen begrijpen en die op zoek zijn naar waardevolle inzichten uit de praktijk.
Heb jij een mythe over toegankelijkheid die we moeten onderzoeken?
Mail het expertteam van Dedicon: komverder@dedicon.nl

David Huijzer