

Inclusievere teksten – handreiking in beweging

‘In deze verwarrende wereld is niets de waarheid en niets een leugen. Alles hangt af van de kleur van de bril waardoor je kijkt.’ *Pedro Calderón de la Barca*

Een inclusieve publieksbenadering is niet meer weg te denken uit de musea van nu. Begonnen in de herdenkingsinstellingen en musea met een koloniale collectie kunnen ook de kunstmusea er niet meer omheen. Het belang van inclusie speelt op alle niveaus: van toegankelijkheid voor mensen met een beperking en aanpassingen in de programmering tot gelaagdheid en differentiatie in informatiestructuur en media, van catalogus tot website. Inclusiever zijn betekent ook: groepen aanspreken buiten het traditionele museale kernpubliek¹.

Het cultureel erfgoed in de Nederlandse museale collecties, en in de vorm van monumenten en archieven, behoort namelijk alle belastingbetalende Nederlanders toe. Iedereen betaalt mee aan behoud, beheer en presentatie. En dus is het niet meer dan logisch dat het erfgoed letterlijk en figuurlijk toegankelijk is voor iedereen, in elk geval voor zoveel mogelijk mensen. Die diversiteit omvat verschillen in onder meer leeftijd, opleiding, IQ, beperking, woonlocatie (stad/platteland), etnisch-culturele achtergrond, genderidentiteit, seksuele geaardheid, religie en sociaaleconomisch milieu. Maar de museumsector komt in dit opzicht van ver.

Wetenschappelijke bril

Van oudsher kijken musea door een wetenschappelijke bril naar hun collectie: onderzoek is immers een van hun basistaken. De meest toegepaste wetenschappen in de sector – geschiedenis en kunstgeschiedenis – komen voort uit de Nederlandse universitaire cultuur, die steunt op ideeën, normen en waarden uit het christendom en de verlichting, naast 19de-eeuwse fenomenen zoals *Bildung* (volksopvoeding) en *connaissance* (kunstkennerschap).

Beperkte blik

Daarbij is de kennis die (kunst)historici in opleiding voorgezet krijgen, bepaald door Europese, hoogopgeleide mannelijke auteurs, die op hun beurt nog sterker geworteld waren in de 19de-eeuwse traditie. De romantische blik op het verschijnsel kunstenaar (het eenzame genie, originaliteit) en het nationalisme hebben hun blik op kunst en (vaderlandse) geschiedenis gevormd. Hun overzichtsboeken behandelen nauwelijks vrouwen of niet-westerse kunstenaars, beschouwen heteroseksualiteit en het traditionele gezin als standaard en bekijken de wereldgeschiedenis vanuit eurocentrisch perspectief.

Selectieve waarneming

Voor museummedewerkers is dit inzicht belangrijk. Immers bij alle pogingen om inhoudelijke informatie over erfgoed over te dragen op anderen – ‘het’ publiek – putten zij uit deze wetenschappelijke bron. Nog afgezien van hun eigen – culturele, sociaaleconomische, religieuze en persoonlijke – achtergrond en identiteit. Al die bagage zorgt bij elk mens voor selectieve waarnemingen². Het is zaak om je bewust te worden van de aannames die daaruit voortkomen. Dát is de kern van inclusiever schrijven.

¹ Voor de meeste musea met oude kunst betekent dit: hoogopgeleide, witte Nederlanders van 55+.

² ‘Blinde vlek’ geldt als [validisme](#), liever niet meer gebruiken dus.

1 BEGIN BIJ DE INHOUD

Allen voor één

Een inclusieve benadering begint in het museum op de inhoudelijke afdeling, bij de tentoonstellingsmaker³. De keuzes die de conservator/curator maakt – de wetenschappelijke bron(nen), de verhaalstructuur, de voorwerpen die deze moeten illustreren – bepalen de hele ontwikkeling van de tentoonstelling in het museum, van de interne publieksbemiddeling⁴ tot de externe promotie. Bij deze productielijn zijn medewerkers van drie afdelingen betrokken, van binnen naar buiten: conservatoren, educatie & interpretatie en marketing & communicatie. In het streven naar inclusie is het van belang dat deze afdelingen onderling en met elkaar op één lijn zitten, zowel wat betreft de definitie (wat verstaan we eronder?) als de consequenties (wat passen we aan en waarom?).

Boodschappers

Teksten staan daarbij centraal. Als ‘boodschappers’ hebben ze voor elk medium en elke doelgroep een andere vorm: van genuanceerde catalogustekst voor de vakgenoot en geïnteresseerde leek via beknopte zaaltekst voor de fysieke bezoeker tot wervend websitebericht voor de hele digitale wereld. Het is cruciaal dat medewerkers van verschillende afdelingen inzicht krijgen in de aard en gevolgen van elkaars uitgangspunten bij het maken van een tentoonstelling en het schrijven van informatieve en wervende publieksteksten daarbij.

Eén voor allen

Zaalteksten bevinden zich qua informatiedichtheid in het midden van de denkbeeldige lijn tussen diepgravend (catalogus) en oppervlakkig (website). Qua toon balanceren ze tussen wetenschappelijk en wervend. Hun positie, vlak bij de tentoongestelde objecten, maakt ze tot de meest ‘democratische’ der publieksteksten. Eén tekst om al die verschillende bezoekers aan te spreken. Dáár moet het gebeuren.

Maker en schrijver

Zaalteksten⁵ ontbreken zelden in presentaties van oude, moderne en hedendaagse kunst: ze vatten het onderliggende verhaal samen en verantwoorden de aanwezigheid en ordening van de objecten. Als schrijver van deze teksten sla je een brug van theorie naar praktijk, van onderzoeker naar bezoeker. Jammer genoeg komt de (zaal)tekstschrijver- of redacteur vaak pas in beeld als de tentoonstellingsselectie al vastligt. Zijn daarin omissies, dan vertellen de getoonde voorwerpen niet het hele verhaal. Begeleidende tekst kan dat maar moeilijk rechtbreien. Daarom is het belangrijk dat er vanaf het begin nauwe samenwerking is met de tentoonstellingsmaker. Ook bij de totstandkoming van het scenario onder elke tentoonstelling of collectieopstelling.

Een tekstschrijver-redacteur kan helpen om dit achterliggende verhaal vorm te geven en te structureren. Daarbij kan het zijn dat keuzes voor objecten veranderen: die vormen immers de basiselementen van het verhaal dat je als museum aan de bezoeker wilt vertellen. Bij de herinrichting van het Allard Pierson was het achterliggende verhaal Tjodreus door wereldculturen het uitgangspunt van een gelaagde opstelling, waarin vier thema's (Macht/politiek, Mobiliteit/handel, Dagelijks leven/Dood & religie) steeds terugkeren. Op die manier kon het oude ‘hokjesdenken’ in de archeologie van Winckelmann worden doorbroken. Het publiek ziet nu verbanden en parallellen met het heden, in plaats van in grote beschavingen die zich geïsoleerd ontwikkelden.

Van opperste nuance tot boude uitspraak

³ Ik bedoel met ‘tentoonstelling’ zowel tijdelijke tentoonstelling als vaste collectiepresentatie.

⁴ Deze term vind ik prettiger dan het meer paternalistische ‘publieksbegeleiding’.

⁵ ABC-teksten op zaal bij een tijdelijke of vaste tentoonstelling. A = (wand)tekst over een ruimte, B = thematekst die een groep objecten bundelt, C = objecttekst.

Tijdens het tekstschriftproces werken in veel musea conservatoren en schrijvers/redacteuren intensief samen. Vanuit hun eigen specialisme – onderzoek versus overdracht – moeten ze tot een tekst komen die doet wat ‘ie moet doen: zoveel mogelijk bezoekers bij de objecten betrekken. De redacteur heeft de kennis en zekerheid van de conservator hard nodig om in een zaaltekst ‘kort door de bocht’ te kunnen gaan. Pas als je precies weet hoe het zit, kun je informatie samenvatten en zó formuleren dat zoveel mogelijk lezers zich optimaal aangesproken voelen. Dat vraagt om goede afstemming (en soms wat extra onderzoek bij het redigeren). Oók als de conservator de basisteksten aanlevert.

De rol van de tekstschrijver/redacteur

De mate van inclusief perspectief in de tentoonstelling heeft al op conceptniveau gevolgen voor de rol van de tekstschrijver/redacteur. Staat in de presentatie een gemarginaliseerde groep of beladen onderwerp centraal, dat hoeft de schrijver/redacteur het verhaal van de maker slechts te volgen. Denk aan *Vrouwen in oorlogstijd* (Nationaal Bevrijdingsmuseum), *Wie kan ik nog vertrouwen?* (over homovervolging, Herinneringskamp Westerbork), *Aan de Surinaamse grachten* (Museum van Loon), *Vechten voor vrijheid* (Museum Sophiahof), *Slavernij* in het Rijks of *Voices of Fashion* in het CM.

Het hele verhaal

Ook in een tentoonstelling zonder inclusief onderwerp of in de presentatie van de eigen collectie – die nu eenmaal is zoals ze is – kun je ‘het hele verhaal vertellen’: via objecten met een inclusieve connotatie. Sinds enkele jaren wordt benadering in de meeste musea zichtbaar. Zo nam het Nationaal Bevrijdingsmuseum in de vaste opstelling bewust voorwerpen op met een relatie tot gemarginaliseerde groepen. De vaste presentatie van het Joods Museum informeert bezoekers over de uitbuiting van slaafgemaakte Afrikanen door Portugese joden in de Surinaamse Jodensavanne. In de tentoonstelling *Gauguin en Laval op Martinique* legde het Van Gogh Museum voor het eerst nadruk op het koloniale slavernijverleden van het ‘kunstenarsparadijs’. Het Rijksmuseum lichtte eindelijk de collectie eens door op vrouwelijke kunstenaars en voegde werk van vrouwen toe aan de Ere galerij. En in de Lakenhal werd de opstelling van mannelijke fijnschilders verrijkt met Gabriël Metsu’s portret van een vrouwelijke schilder. Daaraan knoopte de tekstschrijver het ontbrekende verhaal over 17de-eeuwse vrouwelijke kunstenaars.

Klus

Maar: ontbreekt in de objectselectie elke inclusieve insteek, dan wacht de redacteur een fikse klus – rekening houdend met het gegeven dat de kunstgeschiedenis van oorsprong niet alleen wit, westers en masculien is, maar ook gericht op kunst als autonoom fenomeen. Die traditionele benadering leidt, even gechargeerd, tot de volgende informatiefocus: bij oude kunst is de historische context ondergeschikt aan het (her)kennen van handen of stijlen en kunstenaars als ‘meesters’. Bij 17de-eeuwse schilderijen gaat het meestal over de iconografie; bij historiestukken past een trots verhaal uit de vaderlandse geschiedenis. Tekst bij moderne kunst staat niet zelden gelijk aan een lesje artistieke stromingen. En bij hedendaags werk ligt de nadruk standaard op het concept en de ‘bedoeling’ van de kunstenaar. Toch kun je ook in die gevallen nog bijsturen om de kloof tussen wetenschapper en bezoeker te overbruggen – via de begeleidende teksten.

Haakjes

Bijvoorbeeld door ontbrekende inclusieve thema’s toe te voegen in de A- en B-teksten en voor objectteksten te zoeken naar inclusieve ‘haakjes’. Bij de herinrichting van Museum de Lakenhal (2019) zijn op die manier via de zaalteksten ontbrekende issues aangevuld, zoals armoede in de lakenindustrie, 19de-eeuwse heroïsering van Leidens Ontzet en de bedenkelijke voorwaarden van Leidens ‘Gouden Eeuw’. Hier koos de inclusief redacteur anders dan de conservator voor andere, vaak minder prettige kwesties. Op die manier kun je beladen objecten, voorstellingen of kunstenaars een inclusieve context geven, vragen opwerpen en de bezoeker aan het denken zetten.

2 DE INCLUSIEVE OBJECTTEKST

Op hun plek vlakbij de tentoongestelde voorwerpen dienen objectteksten idealiter een driedelig doel: ze moeten je aanzetten tot kijken naar het object, onderzoeksinformatie hierover ‘vertalen’ voor de gemiddelde bezoeker en (misschien wel het belangrijkste) het object tot leven brengen.

Het eerste doel, kijkprikkels geven, wordt in objectteksten wegens ruimtegebrek vaak overgeslagen, maar is niet zo moeilijk te realiseren: bepaal waarover je het bij dit werk wilt hebben, begin bij wat daarvan te zien is (het kapstokhaakje) en hang daar je achtergrondinformatie aan op. Zo leg je het contact tussen object en lezer en lever je zichtbaar bewijs van je beweringen.

Vertaling

Het tweede streven, onderzoeksinformatie vertalen, is lastiger. ‘De gemiddelde bezoeker’ is een relatief begrip, want bedoel je gemiddeld qua intelligentie? Opleiding? Leeftijd? Kennis van kunst of geschiedenis? Juist zaalteksten, gericht op alle fysieke bezoekers, kunnen je al snel het gevoel geven dat ze niet voor jou, maar voor iemand anders zijn bedoeld. Dat gebeurt al wanneer een tekst te lang is of lastig te volgen, bij wollig of wetenschappelijk taalgebruik. Minder gemotiveerde lezers geven dan snel op. Sommigen worden onzeker: zijn ze echt zo dom? Zijn de zaalteksten daarentegen ultrakort, een tendens in veel musea van nu, dan dreigt weer het gevaar van té compact/abstract, oppervlakkig of generaliserend. En ook dat kan leiden tot uitsluiting.

Het belang van uitleg

Met uitleg kun je een brug slaan van theorie naar praktijk, van onderzoeker naar bezoeker. Je maakt abstracte wetenschap toegankelijk voor bredere groep mensen. Uitsluiting kun je beperken door bij je verwerking van vakinformatie steeds te blijven checken – is je tekst begrijpelijk voor niet-christenen, niet-joden, niet-Nederlanders, niet-Europeanen, voor mensen die minder geletterd zijn of niet goed ingevoerd in Nederlandse kunst en geschiedenis? – en zo nodig uitleg toe te voegen. Vraag je af: moeten die vaktermen er per se in? Zo ja, verklaar ze dan. En bedenk: de beste uitleg van een abstracte begrip is *een concreet voorbeeld*.

Inleving = beleving

Maar wil je een bezoeker wezenlijk betrekken bij een object, dan zal je tekst het object tot leven moeten wekken. Bij historische voorwerpen, personen en gebeurtenissen gaat het er vooral om de afstand te verkleinen tussen het verleden en de belevingswereld van de lezer (de *historical gap*). Hiervoor is historisch besef noodzakelijk en heeft de tekstschrijver een belangrijke taak als ‘vertaler van het verleden’. Immers, een object, motief of afbeelding betekende voor tijdgenoten vaak iets heel anders dan voor mensen van nu. Benoem relevante verschillen en trek parallellen met het heden, zoals de huidige equivalent van een historisch geldbedrag. Let wel, niet te vaak en niet al te anachronistisch (Jezus’ pr-medewerker Petrus, borderliner Van Gogh...).

Een paar taalkundige trucs om het verleden dichterbij te brengen: schrijf in de actieve vorm, voer echte mensen op (en geen abstract ‘Er werd...’ of ‘Men deed...’) en beperk jaartallen. Gebruik waar mogelijk de *praesens historicum*, de historische tegenwoordige tijd, te schrijven: Het is 1492: Columbus stapt aan boord van de Santa María.

Kennerstaal

Museumconservatoren hebben nogal eens de neiging oude kunst te benaderen als een geïsoleerd fenomeen, waarover je spreekt in kennerstaal. Deze connaisseurshouding resulteert in teksten die vooral gaan over de artistieke ontwikkeling van kunstenaars en met name vakgenoten aanspreken. Argelozе bezoekers, geconfronteerd met hun eigen onwetendheid, kunnen denken: daar hoor ik niet bij. Wil je inclusiever te werk gaan, dan moet deze 19de-eeuwse opvatting wijken voor een contextuele blik op

kunst en geschiedenis. Daarin benader je erfgoedobjecten als vensters op het verleden, op de samenleving waarin ze zijn ontstaan en verklaar je in de tekst hoe zij zich daartoe verhielden.

Hedendaagse art speak

Ook (object)teksten over hedendaagse kunst lijken nogal eens gericht aan een genootschap van ingewijden. Hun taal – de Taaldokter spreekt van ‘kunstbullshit’ – kenmerkt zich door wollige uitdrukkingen als ‘refereren aan’ en ‘hedendaags paradigma’. Niet in de laatste plaats maken kunstenaars zich zelf hieraan schuldig, met ingewikkeld getheoretiseer dat een onvermijdelijk onderdeel lijkt te zijn geworden van conceptuele kunst: zonder *theory* over je eigen werk tel je in dit exclusieve genootschap niet mee. Als museummedewerker ben je vaak geneigd om de gedachtegang van de kunstenaar aan de bezoeker te verklaren. Maar besef dat uitleggerige teksten bij actuele kunst juist belemmerend kunnen werken. Die kunst moet je vaak meer ‘ondergaan’, met alle opkomende gevoelens en associaties van dien. Begeleidende tekst is dan een kijkhulp om contact te maken met die emoties.

Het kan zelfs voldoende zijn om enkele relevante thema’s te verwerken in een korte kunstenaarsbiografie en de rest aan de bezoeker over te laten. Denk ook eens aan een onverwachte benadering om de bezoeker bij de objecten te betrekken, zoals de poëtische *creative writing* in de multimediatour van het LAM in Lisse. Of zoals het Cobra-museum deed door gouaches van Sigmar Polke te combineren met muziek van Blaudzun: Polke’s absurdistische titels bij wijze van ‘zaalteksten’ zetten de bezoeker direct aan tot interactie met elk werk.

Zingevend kijken

Net zo goed kun je mensen op andere manieren bij oude kunst betrekken. Het doel van je tekst is dan geen kennisoverdracht maar de lezer werkelijk te laten *kijken* en daarmee begrip-waardering-herkenning-verwondering-emotie-inspiratie-ontdekking teweeg te brengen. Een mooi voorbeeld van dit zingevend kijken zijn de tips en teksten van Wieteke van Zeil. Lees voor inspiratie ook haar rubriek ‘Oog voor detail’ over schilderijen in het weekendmagazine van *De Volkskrant*. Een ander medium dat zijn bestaansrecht inmiddels dubbel en dwars heeft bewezen, is de inzoomer in het Rijksmuseum. De placemats vol beelddetails met ultrakorte toelichting dateren van de herinrichting in 2012 en zijn nog altijd razend populair op zaal. Ook de Lakenhal heeft met vergelijkbare zaalbladen succes bij een breed publiek.

Iedereen heeft gevoel

Museummedewerkers zijn wel eens bang dat hun traditionele kernpubliek – hoogopgeleid, wit, op leeftijd – geïrriteerd raakt door zo’n meer subjectieve benadering. Maar dat hoeft helemaal niet, zeker als je parallel verdiepende tekstmedia (hand-out, publicatie, QR-codes naar webartikelen) aanbiedt. Bovendien willen ook ‘hoofdmensen’ in hun vrijetijd wel eens ontspannen, zo bewees recent onderzoek. Met leuk en laagdrempelig is niks mis, zo bewijst alleen al de ervaring dat een aanzienlijke groep volwassenen liever de kinderaudiotour neemt ...

3 LANGS DE INCLUSIEVE MEETLAT

Volledig inclusieve (zaal)teksten zijn, het zal niemand verbazen, een illusie – je kunt met één tekst nu eenmaal niet elk individu persoonlijk aanspreken, noch voor iedere bezoeker aparte bordjes ophangen. Maar richtlijnen om zo min mogelijk mensen uit te sluiten, zijn er zeker. Hier volgen de belangrijkste.

Vormgeving

Allereerst is het goed om je af te vragen waar en hoe de tekst gelezen wordt. Nog voor er een letter op het scherm staat, kun je de toegankelijkheid vergroten door tijdig overleg met de vormgever. Verplaats je in de museumbezoeker die op zaal teksten moet lezen die vastzitten op een muur of vitrine, vaak bij slecht licht vanwege lux-beperkingen of omdat alleen het object in de schijnwerpers staat. Bij drukte en helemaal in de huidige tijd niet zelden op flinke afstand. En wat als je een rolstoel hebt of op je rollator wilt zitten tijdens het lezen? Hangt de objecttekst niet te hoog of te laag? Zijn de letters groot genoeg? Zijn ze wel schreefloos? Is er voldoende contrast, bijvoorbeeld geen wit op lichtgrijs? Design is geen doel op zichzelf (zoals vormgevers zelf vaak vinden), maar moet de tekst optimaal faciliteren. Museumpubliek omvat steeds meer (oudere) slechtienden, die je met wat eenvoudige aanpassingen op dit punt beter kunt bedienen. Je wilt toch in de eerste plaats dat zoveel mogelijk mensen je teksten daadwerkelijk lezen.

Let op je woorden

Het is niet zo vreemd dat de roep vanuit de samenleving om een inclusiever woordgebruik als eerste gestalte kreeg in de museumwereld, via de actiegroep Decolonize the Museum vanaf 2015. Immers, dit is de plek waar via objectinformatie en educatie aan kinderen en volwassenen verteld wordt hoe de wereld in elkaar steekt. Daar wordt in sterke mate bepaald hoe Nederland aankijkt tegen de capaciteiten, culturen en problemen van mensen in het Mondiale Zuiden.

Met name musea gewijd aan volkenkunde en oude kunst kregen de laatste jaren steeds vaker negatieve reacties op teksten met beladen termen uit het koloniale verleden. Het Rijksmuseum verwijderde in 2015 per omgaande alle onwelgevallige woorden, van hottentot tot bosneger, uit objectdatabases en zaalteksten. In 2018 publiceerde het Nationaal Museum van Wereldculturen Words Matter / Woorden doen ertoe. Een Incomplete Gids voor woordkeuze binnen de culturele sector. De gids bespreekt inclusief gedegen verantwoording 'een aantal van de meest betwiste woorden uit het vocabulaire van de museumwereld' en biedt waar mogelijk alternatieven. Nadrukkelijk noemen de redacteurs het *work in progress*: taal is voortdurend in beweging en de inzichten veranderen soms per week. Daarover gesproken: in 2021 kwam CD&I met de handreiking Waarden voor een nieuwe taal. En in 2022 publiceerde OneWorld te vermijden neokoloniale termen op de website.

Negatieve connotatie

Bij de meeste woorden die *Words Matter* (en ook *Waarden*) aan de kaak stellen, laat de negatieve connotatie niets aan duidelijkheid te wensen over. Het gaat om generaliserende benamingen, zoals 'de' Duitsers, 'de Chinees' of 'Jappen', naast historische termen die door eeuwen van racisme en onderdrukking beladen zijn geraakt – 'indo', 'neger', homo, 'slaaf'. Helaas zijn niet alle gegeven oplossingen even bruikbaar. Zo bestaat er (nog) geen goed Nederlands alternatief voor 'Indiaan'; je kunt hier kiezen tussen het Amerikaanse *Native Americans* (opmerkelijk genoeg ontbreekt *First Nations*) of 'oorspronkelijke bewoners'. De term 'inheems' was in de koloniale tijd voorbehouden aan planten of dieren, waardoor de optie 'inheemse bevolking' – terecht – vervalst. Maar let op: deze term is aan een opmars bezig als geuzennaam in de klimaatdiscussie. Leaders van 'inheemse' volken dragen die benaming met trots. En voor inwoners van Suriname gebruiken juist *Inheemsen* of *Indegenous* (met hoofdletter) voor de oudste bevolking van het land. Vanwege die complexiteit is het verstandig om per geval te bepalen of het wel zo noodzakelijk is om af/herkomst, culturele achtergrond of uiterlijk te benoemen. Is

het onvermijdelijk, dan adviseert *Words Matter* bij twijfel terminologie te gebruiken ‘die de mensen zelf gebruiken en respectvol vinden’.⁶

Tot slaaf gemaakt of niet?

Dat laatste blijkt bij sommige termen nog niet zo eenvoudig. Zo heeft zich recent een discussie ontsponnen over de term ‘tot slaafgemaakte’: het in de museumwereld gebruikelijke alternatief voor ‘slaaf’. Met name oudere Surinamers zijn bewust ‘slaaf’ en ‘slaven’ blijven gebruiken, omdat ze ‘tot slaafgemaakt’ gekunsteld en onnodig. Schrijfster Cynthia McLeod stelt: ‘Ik ben neerlandica en vind “tot slaaf gemaakt” een tautologie. In “slaaf” zit alles al: dat je als mens ontmenselijkt werd, tot object werd gemaakt. Bovendien is het een slechte vertaling van het Amerikaanse *enslaved*.’⁷ Ook de historicus Leo Balai zegt ‘slaaf’, ‘... want dat is historisch correct: het gaat om de maatschappelijke positie. In Suriname had je mensen die weliswaar de status van slaaf hadden, maar niet op een plantage werkten. Ze waren deel van een vrije zwarte familie, die geen geld had om ze vrij te kopen.’ Zijn zoon, beeldend kunstenaar Raul Balai, ziet dat anders: ‘Ik vind “tot slaaf gemaakten” taalkundig een lelijke constructie, maar het bevordert de bewustwording. Het is een middel om er iedere keer weer op te wijzen: niemand wordt als slaaf geboren. Je werd in die positie gedwongen door de macht en het geweld van anderen.’⁸

Wit en zwart

Wat in de samenleving ook veel discussie oplevert, is de keuze om mensen in te delen via de termen ‘zwart’ en ‘wit’. Deze keuze wordt bepleit in zowel *Words Matter* als *Waarden*. *Words Matter* adviseert zelfs zwart met een hoofdletter Z: ‘Zwarte en niet-Zwarte mensen van kleur’⁹. Wit en zwart (kleine letter) zijn inmiddels algemeen aanvaard door overheidsinstellingen, cultuursector en media. Toch is ook die oplossing minder eenvoudig dan ‘ie lijkt. ‘Zwart’ verwijst oorspronkelijk naar de huidskleur van mensen met een Afrikaanse of Afro-Caribische achtergrond. Daarmee refereert de term aan het slavernijverleden en heeft impliciet een activistische lading. Maar mensen met andere of bi-culturele wortels kunnen zich met het etiket ‘zwart’ ronduit ongemakkelijk voelen. Uit de interviewserie *Land van afkomst* van Robert Vuijsje in *De Volkskrant* bleek dat velen van hen ‘zwart’ te hard of negatief vinden klinken (zwart geld, zwartrijden, zwarte piet¹⁰, inclusief bijbehorende racistische connotaties). Zij zeggen bijvoorbeeld liever ‘donker’ of ‘bruin’.

Is wit een kleur?

Ook met keuze voor de term wit is lang niet iedereen het eens. Met name oudere Surinaamse, Caribische en Indische Nederlanders houden nogal eens vast aan het woord ‘blank’. Daarin verschillen zij van mening met jongere generaties, die stellen dat ‘wit’ een noodzakelijk construct is, op te vatten als ‘koloniaal’. Dat is zeker niet onterecht, maar de toepassing wordt met het voortschrijden van de tijd wel ingewikkelder. Niet zozeer als het erom gaat om Noord-Europese personen te onderscheiden van mensen van kleur in voorstellingen uit het verleden; daarbij kan de term ‘wit’ in deze zin veilig worden gebruikt. Wel als het gaat over hedendaagse personen: steeds meer mensen in Nederland zijn van ‘gemengde afkomst’, met alle mogelijke variaties in huidskleur. De keuze voor twee extremen, zwart en wit, benadrukt bovendien een ongewenste tegenstelling. Aan wit kleven in de christelijke cultuur louter positieve connotaties – licht, zuiverheid, hemel – terwijl zwart (nacht, dood, hel) vrijwel altijd een negatieve bijklank heeft.

Maar hoe dan wel?

De eerder genoemde oplossing ‘niet-Zwarte personen van kleur’ is niet alleen omslachtig, maar vestigt de aandacht teveel op één specifieke groep, waardoor andere gemarginaliseerde groepen op het tweede

⁶ Dat bleek in dit geval *American Indian* te zijn, een term waaraan ruim 50% van de community de voorkeur geeft.

⁷ *De Volkskrant*, 1 december 2021

⁸ *NRC*, 17 december 2022

⁹ Beide vormen stammen uit Amerika, waar Black met hoofdletter in zwang is sinds Black Lives Matter. ‘Van kleur’ is afgeleid van de Amerikaanse identiteitscategorie *People of Color*, in Nederland overgenomen door Code Diversiteit & Inclusie.

¹⁰ Naar advies van The Black Archives met kleine letters.

plan belanden. Een mogelijke oplossing van het probleem is de verwijzing naar Afrika: daarmee is duidelijker welke mensen zijn bedoeld, ongeacht hun plaats en tijd in de gedwongen diaspora van de slavernij. Ook als een zwarte bediende op een 17de-eeuws schilderij te zien is, is een verwijzing naar het Afrikaanse continent (en liever nog naar het concrete land, indien bekend) te verkiezen boven de vage aanduiding 'zwart'. Het gebruik van Zwart met hoofdletter zou dan beperkt kunnen worden tot hedendaagse tentoonstellingen waar de identiteit en emancipatie van deze groep voorop staat.

Windrichtingen

Een andere term die in dit verband opgeld doet, is 'het mondiale Zuiden'. Daarmee zou recht worden gedaan aan de ongelijkheid tussen gebieden met een koloniale traditie (het 'Noorden') en gebieden die nog altijd lijden onder de gevolgen daarvan (onder de evenaar). Toch is deze term – behalve eurocentrisch – zowel onvolledig (Australië ligt op het zuidelijk halfrond) als onjuist (Ethiopië, Kenia, Indonesië en Mexico liggen op het noordelijk halfrond). Beter niet gebruiken dus. Onderscheid maken tussen het rijke 'Westen' en arme 'ontwikkelingslanden' is om vergelijkbare redenen problematisch: uitgaand van kapitalistische gebieden zoals de VS en Europa (terwijl Japan in die optiek in het 'Oosten' ligt) én voorzien van een oordeel: deze landen moeten zich ontwikkelen om te worden zoals 'wij'. Zelf benoem ik gebieden daarom zo concreet mogelijk en gebruik eventueel de benaming 'hoge- en lage-inkomenslanden'.

Mensen van kleur

Kun je er in je tekst niet omheen om de huidskleur van een persoon uit die laatste groep te benoemen? Dan lijkt 'iemand/mensen van kleur' voorlopig nog de beste oplossing. Wel geef je hiermee nog steeds een contrast aan met een 'witte' standaard en blijf je langs raciale lijnen denken. Een historicus als Leo Balai kan niets met die term: 'Wie zijn dat, mensen van kleur? Iedereen heeft een kleur, witte mensen ook.' Zoon Raul verdedigt: 'Voor mij is het een politiek gegeven. In de Verenigde Staten is *People of Color* een papapluterm om de vakjes tussen minderheidsgroepen te doorbreken. Zodat zwarte mensen niet tegen Aziaten worden uitgespeeld, of tegen inheemse mensen. Alle groepen die niet wit zijn, hebben met dezelfde shit te maken, ook hier in Nederland. Met een gemeenschappelijk blok kun je die shit bevechten. Als 'mensen van kleur' daarbij helpt: prima.'

Hoe concreter, hoe beter

In museumteksten dan toch maar liefst zo concreet mogelijk zijn door een land of cultuur te vermelden – alleen als het relevant is voor je verhaal. Hoewel: ook op dit punt een generatiekloof lijkt te bestaan. Zo identificeert Leo Balai zich nadrukkelijk niet als 'Afrikaan'; 'Ik ben iemand uit het Caraïbisch gebied. Op het moment dat je zegt "ik ben een Afrikaan", loop je juist het gevaar dat je een soort zwart racisme kweekt. Zo van: wij zwarte mensen zijn allemaal hetzelfde en steunen elkaar.' Raul Balai: 'Dit is echt een verschil tussen onze generaties. Wit en zwart zijn politieke identiteiten, het zijn geen werkelijke gegevens. Daarom schrijf ik Zwart ook met een hoofdletter.' Leo: 'Maar waarom zouden wij elkaar betitelen als Afrikanen?' Raul: 'Omdat je in de huidige machtsstructuur op je uiterlijk wordt beoordeeld. De dominante groep, de witte mensen, moet gaan inzien dat zij onderdeel zijn van die structuur. "Ik zie geen kleur" is een van de meest racistische dingen die je kunt zeggen. Terwijl de mensen die dat zeggen, denken dat het een uiting is van humanisme en ruimdenkendheid. Afrikaans of Zwart zeggen, betekent niet dat Caraïbische mensen hetzelfde zijn als Oost- of West-Afrikanen. Maar het systeem van kolonialisme en racisme is een goede reden om extra verbonden te zijn.'

Benoem het probleem

Heb je te maken met beladen termen uit historische bronnen waarvan de connotatie inmiddels is veranderd, dan moet je de hedendaagse emoties hierover benoemen. Een voorbeeld is het woord 'neger' in de 19de-eeuwse briefwisseling tussen Vincent van Gogh en Paul Gauguin. Plaats het n-woord in je tekst tussen aanhalingstekens, leg uit dat dit tegenwoordig zeer kwetsend is en welke historische context het

heeft. Iets dergelijks geldt voor het (19de-eeuwse) begrip ‘Gouden Eeuw’: hier kun je net zo makkelijk ‘17de eeuw’ zeggen, maar wil je de term toch gebruiken, dan moet je ook de negatieve implicaties verklaren. Bij presentaties over beladen onderwerpen kun je een verantwoording van het woordgebruik plaatsen aan de start van de (digitale) tentoonstelling. Met een korte toelichting kun je al veel ongemak wegnemen. Een (lang) voorbeeld van zo’n verantwoording is te vinden op de website [Slavernijenij](#).

Scheldwoord of geuzennaam?

Een ander aandachtspunt zijn benamingen die gelden als scheldwoord voor iemand uit een gemarginaliseerde groep, maar die wél worden gebruikt door leden van die groep en die zelfs zijn geëvolueerd tot geuzennaam. Denk bijvoorbeeld aan de kwestie met trainer Ron Jans in de kleedkamer van FC Cincinnati en aan de titel *PINDAH**, de glossy voor en door Indische Nederlanders. Wees je altijd bewust van de (sociale) context waarin je een benaming gebruikt.

Gender en geaardheid

Ook als het gaat om genderminderheden en seksuele minderheden zijn er woorden die dienst doen als scheldwoord én geuzennaam, zoals ‘gay’. De betekenis van deze term, aanvankelijk alternatief voor het steeds meer beladen ‘homo’, veralgemeniseerde vanaf de jaren 80 tot ‘niet-hetero’. Inmiddels dekt gay het scala aan genderidentiteiten en geaardheden allang niet meer. Daarvoor in de plaats kwam de term lhbti, die in Nederlandstalige media nog altijd gangbaar is. Actueler en vollediger is LGBTQIAP¹¹, maar lhbtqi+¹² is een praktische en neutrale keuze, die toch enig recht doet aan de diversiteit binnen deze gemarginaliseerde groep. Een alternatief is queer (voor lhbti+-collectieven van niet alleen gay-mannen). Aanzetten tot een lhbtqi+-woordenlijst zijn tot dusver gedaan door Studio *I(nclusie)* van het Van Abbemuseum in Eindhoven – *A Queer Glossary* (2015-16), helaas nog steeds alleen in het Engels – en door de Gemeente Amsterdam, die in 2018 de *Regenboog Taaltips*¹³ uitbracht. Een recente toevoeging is *De incomplete stijlgids* van WOMEN Inc. Museumtekstschrijvers moeten het hier voorlopig mee doen maar alert blijven op de actualiteit: de discussie over lhbtqi+-woordgebruik blijft sterk in beweging.

Doe de realitycheck

Het moge duidelijk zijn dat het verstandig is om bij tentoonstellingen over beladen onderwerpen en/of gemarginaliseerde groepen altijd de betrokken community(s) te consulteren. Zo organiseerde Museum van Loon ter voorbereiding van hun tentoonstelling over de aandelen van de Van Loons in de 18de-eeuwse Surinaamse plantages bijeenkomsten met nazaten van de familie en slaafgemaakten. Schrijver Karin Amatmoekrim checkte als ‘gevoeligslezer’ de zaalteksten op ongewenst woordgebruik met betrekking tot de slavernij. Helaas waren de teksten niet doorgelicht op toegankelijkheid. Het wetenschappelijke taalgebruik met talloze namen en getallen maakte dat bezoekers zich moeilijk konden inleven. Een leermoment: uitsluiting heeft vele gezichten.

Diversiteit en inclusie

Aandacht voor woordgebruik is cruciaal in de communicatie met gemarginaliseerde groepen. Hoe belangrijk ook, dat alleen maakt je tekst nog niet inclusief. Door je te beperken tot de ‘juiste’ terminologie blijf je gericht op afzonderlijke groepen en hun verschillen. Bovendien lopen de begrippen diversiteit en inclusie in de cultuursector nogal eens door elkaar. Dit komt omdat hun definitie niet helder (genoeg) is bepaald, iets wat je vaak merkt bij subsidiegevers. Fondsen zijn sterk gefocust op culturele (etnische) diversiteit, wat resulteert in eenzijdige criteria. Musea gaan er op hun beurt te gemakkelijk van uit dat

¹¹ De meest recente afkorting volgens het COC: Lesbisch: vrouwen die op vrouwen vallen / Gay: mannen die op mannen vallen / Biseksueel: mensen die vallen op zowel mannen als vrouwen / Transgender: mannen die zich vrouw voelen, vrouwen die zich man voelen / Queer: paraplueterm tegen ‘hokjes-denken’ / Intersekse: mensen met mannelijke én vrouwelijke lichaamskenmerken / Aseksueel: mensen zonder seksuele behoefte / Panseksueel: mensen die niet vallen op sekse, maar persoonlijkheid.

¹² Advies in de handreiking *Waarden voor een nieuwe taal*, Code Diversiteit & Inclusie (10-3-2021).

¹³ O.a. op intelligente wijze gefileerd in [De Sniijtafel \(2018\)](#).

aanstelling van een ‘ervaringsdeskundige’ medewerker van kleur automatisch leidt tot inclusievere publieksteksten. Maar tekstuele inclusie is zoveel breder dan huidskleur alleen.

Denk breed

Even terug naar het begin van deze handreiking: daar noemde ik naast etnisch-culturele achtergrond ook leeftijd, opleiding, IQ, beperking, woonlocatie (stad/platteland), genderidentiteit, seksuele geaardheid, religie en sociaaleconomisch milieu. Om te komen tot een zo inclusief mogelijke tekst, zou je in gedachten deze ‘checklist’ moeten afgaan: je legt je tekst als het ware langs een inclusieve meetlat. De volgende praktische tips kunnen je hierbij wat houvast geven.

Wij-perspectief

‘Wij mensen...’ is de enige uitdrukking die je zonder nadenken kunt gebruiken. Verder is ‘wij’ vrijwel altijd een problematische persoonsvorm in publieksteksten, omdat onduidelijk is wie erbij hoort.

Is de tekst afkomstig van een museum, dan zal de lezer ‘wij’ opvatten als een institutionele autoriteit. Op deze manier gebruikt, komt ‘wij’ vaak wat bevoogdend over: ‘Hier zien we...’. Het is de vraag wie zich hierdoor aangesproken voelt. Ook bij ‘Wij denken dat dit werk van Rembrandt is’ blijft vaag wie die bewering doet en met welke autoriteit. Beter zou iets zijn als: ‘Onderzoekers / wetenschappers / archeologen denken...’.

Blijf je steeds bewust van de neiging om vanuit het wij-perspectief te schrijven. Dit kan de vorm aannemen van religieus ethnocentrisme (Zoals *wij* kerst vieren), geografisch ethnocentrisme (het Verre Oosten) of chronologisch ethnocentrisme (De eerste eeuw van *onze/de* jaartelling). Maak het liefst zo concreet mogelijk: Zoals christenen kerst vieren / Zuidoost-Azië / De christelijke jaartelling.

Tijd en plaats

Wat betreft perspectief van tijd en plaats is het aan te raden om je steeds af te vragen: waar wordt de tekst gelezen en door wie? Daar hangt namelijk vanaf hoe een veralgemenisering zoals ‘we’ of ‘mensen’ op te vatten is. Geldt je bewering voor alle mensen op aarde? Of alleen in West-Europa? Of alleen in Nederland? Voor een specifieke bevolkingsgroep? Ook de plek waar je de tekst leest, speelt een rol. Gebruik je ‘hier’ in een Utrechtse tentoonstelling, dan kun je er vanuit gaan dat elke bezoeker dit opvat als ‘hier in Utrecht/Nederland’. In een tekst op de website, met aanzienlijk groter bereik, is ‘hier’ diffuus begrip. Let ook op bij Engelse vertalingen, al dan niet op internet. Voor niet-Nederlanders zijn lokale begrippen, personen en plaatsen niet vanzelfsprekend duidelijk. Check vertalingen dan ook altijd met dit bewustzijn op de achtergrond.

Verborgene normen (m/v)

Ongeacht het onderwerp liggen aan elke museumtekst traditionele aannames ten grondslag – denk de witte heteroman en het gezin m/v + 2. Mannelijke én vrouwelijke medewerkers zijn opgeleid met kunsthistorische vakliteratuur waarin vrouwelijke actoren grotendeels ontbreken. Probeer je van zulke omissies bewust te zijn: zet vandaag nog het Vrouwenlexicon in je favorieten. Ook bij het gebruik van kunstenaarsnamen is gelijkwaardigheid ver te zoeken. Van beroemde mannen hoor je stevast alleen de achternaam, wat ook nogal impliciet is (‘iedereen’ kent hem). Vrouwen worden geïntroduceerd mét voor- en achternaam maar in de vervolgttekst vaak alleen bij de voornaam genoemd, denk aan ‘Rietveld en Truus’, in plaats van ‘Rietveld en Schröder’.

De Nederlandse taal als zodanig is nog altijd sterk magericht. De belangrijkste *male biases*¹⁴: a) in een opsomming komt de man altijd eerst, b) verwijzingen naar zaakwoorden zijn overwegend mannelijk en c) in beroepsnamen is de mannelijke variant leidend. Op a) kun je gemakkelijk alert zijn en voor b) kun je bij tweeslachtige (m/v) zaakwoorden standaard kiezen voor de vrouwelijke variant: de commissie, zij beslist; de community, haar kenmerken. Maar wat betreft c) zijn de meningen verdeeld. Voorstanders verwerpen

¹⁴ <https://www.frankwatching.com/archive/2020/02/12/male-bias-teksten-vrouwonvriendelijk/>

vervrouwingen zoals ‘kunstenares’ vanwege de neerbuigende ondertoon. Tegenstanders betogen juist dat het gebruik van de mannelijke beroepsnaam een vrouw alsnog onzichtbaar maakt. Recente tendens in veel musea is ‘vrouwelijke kunstenaar-schilder-fotograaf’; niet zo mooi maar voorlopig misschien het beste.

Vooringenomen toon

Daarbij past wel een waarschuwing. De toon waarop vrouwen, zowel makers als modellen en geportretteerden, in museumteksten worden ‘uitgelicht’ bevat vaak (voor)oordelen of genderstereotiepe aannames. Hoe je deze veelal onopgemerkte, want verholde, toon kunt herkennen, en daarmee voorkomen, is te lezen in een klein, maar veelzeggend (afstudeer)onderzoek in opdracht van het Drents Museum in Assen¹⁵. Hieruit alvast twee interessante aandachtspunten. Zo lijken bijvoeglijk naamwoorden over het werk van vrouwelijke kunstenaars regelmatig te verwijzen naar verwachtingspatronen over hoe het werk van vrouwen hoort te zijn – sensueel, aantrekkelijk, verleidelijk – of juist *niet* ‘hoort’ te zijn: uitgesproken, pittig, dreigend, schokkend. In teksten over ‘männerwerk’ beschrijven bijvoeglijk naamwoorden zonder uitzondering de waarde van het werk en de artistieke elementen.

Een ander verhelderend inzicht: typeringen die in museumteksten worden toegepast als *oplossing* voor de achterstelling van vrouwen, doen soms juist het omgekeerde: ze benadrukken niet-stereotiep (norm)gedrag. Bijvoorbeeld door te vermelden dat een vrouw tegen de verwachtingen over *genderrollen* in, presteert of als inspiratie dient, of juist de ‘enige’ vrouw, een uitzondering, een pioniersrol en het innemen van een ‘eigen’ plek of rol. Bij mannelijke kunstenaars ligt de nadruk in veel gevallen op vakmatige kwaliteiten: ‘populairste’ moderne kunstenaar, een ‘bekende’ kunstenaar en ‘meesterschilder’.

(x)

In het verlengde hiervan ligt de verwijsvorm van non-binaire personen, mensen die in het genderspectrum niet onder ‘man’ of vrouw’ vallen. Hiertoe zijn de voornaamwoorden *die*, (aan) *hen* en (van) *hun* geïntroduceerd, met name in musea en de journalistiek. Het gebruik vergt wel oplettendheid van de schrijver, omdat de koppeling van deze meervoudsvorm aan één persoon leesverwarring kan oproepen. Die is te voorkomen door dit gegeven aan het begin te benoemen, bijvoorbeeld in een interview of kunstenaarsbiografie. Praktischer vind ik zelf de non-binaire verwijsvormen in Vlaanderen. Daar is gekozen voor *die*, *die* en *diens*, dus bijvoorbeeld: Daar gaat Charlie, *die* wil *diens* fiets graag in de stalling zetten. Geef je *die* even jouw sleutel? Een snelle rondgang langs queer-jongeren in mijn omgeving leerde dat deze laatste oplossing in hun kringen al gangbaarder is dan de ‘Nederlandse’ variant.

Toegankelijk taalgebruik

Je zou het bijna vergeten, maar de basis van elke inclusieve tentoonstellingstekst is natuurlijk een prettig leesbare tekst, waarvan het taalniveau toegankelijk is voor zoveel mogelijk mensen. Ook hier geldt: hoe gemakkelijker je het de bezoekers maakt, hoe minder er zullen afhaken. Zorg dus voor zo min mogelijk obstakels waaraan het oog blijft haken. De belangrijkste tips: schrijf actief, vermijd naamwoordstijl, tangconstructie en voltooide tijd, waak voor herhalingen en wees spaarzaam met leestekens. Een handige wijzer voor het schrijven van duidelijke taal is de Schrijfwijzer Klare Taal van de gemeenste Oss i.s.m. Bureau Taal (niet speciaal voor de cultuursector).

Te laag of te hoog

Hoe inclusief je ook probeert te zijn, teksten voor de ‘gemiddelde’ bezoeker zullen qua leesniveau twee groepen slecht bereiken. De groep ver onder het intellectuele gemiddelde (laaggeletterden¹⁶) begrijpt de tekst niet goed en de groep ver daarboven voelt zich niet aangesproken door ‘Jip-en-Janneke-taal’. Zaalteksten zijn een compromis en deze twee extremen vallen daarbuiten. Maar waar de

¹⁵ Josephine Fey, *Ingesleten patronen*, Amsterdam 2023

¹⁶ shetb1.nl adviseert om te spreken van ‘mensen die moeite hebben met lezen en schrijven’.

verdiepingszoeker de catalogus heeft, kun je laaggeletterden (waaronder steeds meer jongeren!) bedienen door speciale teksten op B1-taalniveau online te zetten. Check daartoe je woordgebruik op ishetb1.nl. Je kunt ook overwegen om op zaal een QR-code te plaatsen met een aanbeveling als: 'Lees het in duidelijke taal'. Benoem in elk geval altijd op de museumwebsite – waar iedereen, ook met schaamte, ongezien terecht kan – dat je deze speciale zaalteksten aanbiedt.

4 OVERIGE OVERDRACHT

Tot zover de handvatten om teksten op zaal zo toegankelijk mogelijk te maken. Maar zaalteksten staan niet op zichzelf, ze zijn onderdeel van een publieksinformatie-structuur. Een zo breed mogelijk publiek bereik je het beste via differentiatie in overdrachtsmiddelen, zodat bezoekers in alle soorten en maten zelf de vorm, duur en diepgang van hun informatie kunnen bepalen. Niet alleen in het museum (bondige zaaltekst, gedetailleerd kijkblad, verhelderende film, meeslepende audio/multimediatour, interactieve rondleiding) maar ook thuis (diepgravende catalogus, aansprekende webpresentatie, wervende socials). Voor de noodzakelijke afstemming van én effectieve uitwisseling tussen al die media volgen enkele tips.

Spreekbuis

Naast de tentoonstellingsteksten kun je op zaal andere overdrachtsmiddelen inzetten als spreekbuis voor een ander geluid. Door mensen van buiten aan het woord te laten over onderwerpen in de tentoonstelling, bijvoorbeeld via een luistertour, nuanceer je de ‘neutrale’ zaaltekst. Enter subjectiviteit, emotie en luchtigheid (humor!) – waarmee je een divers publiek aanspreekt. Zo kun je een tentoonstelling gelaagdheid en meerstemmigheid geven ervaringen van ooggetuigen (Het Utrechts Archief), zoals opnamen uit interviews (*Aan de Surinaamse grachten*), citaten uit egodocumenten (*Vechten voor vrijheid*) of audiofragmenten in *spoken word*, waarin jongeren persoonlijk reageren op kunstwerken in de opstelling (YOUNG OFFICE, Bonnefantententoonstelling).

Laat zien wat je in huis hebt

Wat corona heeft laten zien is dat het zinvol is om digitale cross-overs te verkennen. Zo kun je door online-publicatie van je zaalteksten een veel grotere publieksgroep bedienen. Via QR-codes op zaal kunnen slechtzienden op de teksten en eventuele afbeeldingen inzoomen met hun speciale smartphone. Blinden laten de teksten op hun smartphone voorlezen door de voice-over. Ook andere bezoekersgroepen vinden het fijn om alles thuis nog eens na te lezen, zeker bij fysieke drukte of angst daarvoor. Dat geldt voor ouderen maar in het bijzonder voor mensen met prikkelverwerkingsstoornissen, zoals AD(H)D of ASS¹⁷. Maak audiotours toegankelijk voor doven en slechthorenden door de luistertekst in leestekst op de website te plaatsen. Bedien blinden en slechtzienden in de audiotour met objectbeschrijvingen voor de voice-over van hun smartphone (noviteit in het Rijksmuseum). Vergeet niet essentiële webpagina's, zoals bezoekersinformatie en programmering, in luistertekst aan te bieden.

Digitaal bereik

Mensen die niet naar het museum willen of kunnen komen, houd je betrokken via de website en sociale media; met een rondleiding of lezing, een kijkje achter de schermen (restaurant!) of (populair op Facebook) ‘de conservator vertelt’. Maar ook het belang van de digitale collectie is sterk toegenomen. Voorheen diende een plaatjesdatabase vooral als trigger om de objecten in het echt te gaan zien; tegenwoordig kan de online-collectie een volwaardig alternatief vormen voor het fysieke museum.

Hergebruik

Dat kan heel efficiënt door hergebruik: zet bestaande publieksteksten in bij de digitale objecten en ontsluit ze op die manier voor zoveel mogelijk mensen. Schermteksten zijn met hun pop-ups en links ideaal om context toe te voegen en verbanden te leggen. Zo bieden Lakenhal en Rijksmuseum bij objecten uit een audiotour het luisterbestand aan in de online-collectiedatabase. Denk ook aan digitaal lesmateriaal: online-opdrachten in combinatie met de gedigitaliseerde collectie zijn een ideale bron voor het onderwijs. Bereikbaar voor leerlingen in heel Nederland, in plaats van alleen in de regio.

¹⁷ Autisme Spectrum Stoornis.

5 DE BLIK NAAR BUITEN

Online-etalage

Zaalteksten kom je in beginsel pas tegen op zaal, oog in oog met het originele object. Maar voor het zover is, vormt de museumwebsite – met de sociale media die daarheen leiden – de enige kans op contact met potentiële bezoekers. Onderschat de mogelijkheden van deze digitale etalage dan ook niet!

Nu het oudere kernpubliek voorzichtiger is geworden en buitenlandse toeristen nog altijd en masse wegblijven, lijkt het realistisch om de inhoudelijke programmering, overdracht en communicatie actiever af te stemmen op Nederlandse jongeren, studenten en 25-50-jarigen, al dan niet met families¹⁸. Dat is niet alleen verstandig gezien de coronaendemie. De toekomst van de museumsector hangt af van jongere en meer diverse bezoekersgroepen – en dus zal zij haar relevantie bij die groepen moeten aantonen.

Iedereen aan boord

Wat niet wegneemt dat je ook contact moet houden met je vaste bezoekers die (nog) niet fysiek durven komen. Deze mensen stel je gerust met goede digitale communicatie over je coronamaatregelen. Informeer op de museumwebsite over je aanpassingen op het gebied van logistiek en hygiëne, laat bijvoorbeeld weten dat je audioteksten kunt beluisteren via de eigen smartphone. En maak het mensen gemakkelijk om na het bezoek via e-mail feedback te geven. Ook informatie voor mensen met een fysieke en/of zintuiglijke beperking mag op de website niet ontbreken. Waar kunnen mensen met een rolstoel precies naar binnen, waar zijn de toiletten voor mindervaliden en van welk speciaal aanbod (bv. rondleiding met tolk Nederlandse gebarentaal) kun je gebruik maken?

Prikkels

Een andere doelgroep met sterke behoefte aan voorbereidende informatie zijn mensen met een prikkelverwerkingsstoornis of -gevoeligheid, met name AD(H)D en ASS¹⁹. Zij oriënteren zich op de website om te bepalen of het fysieke museumbezoek haalbaar is en om te kunnen instellen op specifieke prikkels. Je kunt hen helpen met een (multi)sensoriële gids op de website, die aangeeft wat de bezoeker kan verwachten in het museum, maar ook welk gedrag daar van de bezoeker wordt verwacht (met name handig bij ASS). Ook leerkrachten kunnen hiermee hun voordeel doen.

Zo'n gids kan de vorm hebben van een pdf-document, een filmpje of een virtuele tour via Google Streetview. Tip: schrijf vanuit het perspectief van de lezer en zorg voor goede visualisatie met zowel (lees- én luister)tekst als foto's en pictogrammen. Houd rekening met vragen als: waar moet ik mogelijk in de rij staan / hoe herken ik de medewerkers / waar toon ik mijn ticket, etc.

De u/jij-kwestie

Bij schermtekst bestaat de neiging om de lezer direct aan te spreken, zeker in praktische instructies (bezoekersinfo) en wervende informatie. Dit betekent dat je moet kiezen tussen 'u' en 'jij'; tussen oud en jong. Door u voelen de meeste 60-minners zich niet aangesproken; door jij kunnen 70-plussers zich buitengesloten voelen. Het kan ook nog schelen of je met mensen van buiten de (Rand)stad te maken hebt. Om zoveel mogelijk mensen aan te spreken, kun je de websiteteksten het beste neutraliseren. Vaak is de directe aanspreekvorm prima vermijdbaar; de toon wordt dan wel iets afstandelijker ('Een ticket is te koop...'). Om dat te verzachten, kun je soms het voornaamwoord 'je' in algemene zin gebruiken, zoals voetballers doen: 'Dan denk je...' / 'Je kunt je voorstellen dat...' Of kies voor de gebiedende wijs ('Nog geen ticket? Wees er snel bij'). Pas wel op voor het bevelende reclametoontje.

NB In directe mails, bijvoorbeeld de beantwoording van een klacht hanteer je, zeker de eerste keer, natuurlijk de beleefsvorm 'u'.

¹⁸ Zie het Beerda-onderzoek: <https://www.cultuurmarketing.nl/content/uploads/2020/05/Onderzoek-effecten-coronacrisis-cultuurbezoek-mei2020.pdf>

¹⁹ Voor meer tips: raadpleeg de [Toolkit Prikkelarm Museum](#) van Sophie Hartman (2021), zie bijlage in mail.

De wervende website

Als de inhoud en overdracht van de tentoonstelling zijn bepaald, is het aan de marcommedewerkers om bezoekers te werven en daarbij het publieksaanbod slim in te zetten. Maak op de website dus niet alleen melding van onderwerp en inhoud, maar ook van je aanbod aan services en overdrachtsmiddelen. In het persbericht, in de website-agenda, maar ook direct op de intropagina van de tentoonstelling. Hoe beter mensen kunnen inschatten wat hun te wachten staat, wat ze krijgen voor hun geld en welke speciale aandacht er is voor hun doelgroep, hoe beter je ze zal kunnen overhalen tot een fysiek bezoek. Beeld en geluid zeggen vaak meer dan leestekst: bied een voorproefje van de audiotour, maak een thematische podcast of post een opname van een enthousiaste medewerker, die vertelt wat binnen te zien en doen is.

Interne afstemming

Ook in deze fase blijft interne afstemming het devies. De promotie voor de buitenwacht moet goed aansluiten op wat aan overdracht in het museum is gecreëerd. Een jong en divers publiek met een dynamisch filmpje enthousiasmeren voor een kunsttentoonstelling vol highbrow-zaalteksten gaat niet werken. Omgekeerd is het weer niet handig om het potentiële jonge en diverse publiek die via sociale media de website bereiken, daar aan te spreken met 'u'. Houd ook altijd de consequentie op de site in het oog: naast neutrale tentoonstellingsinfo komt het vreemd over als 'u' wordt uitgenodigd zich op de nieuwsbrief te abonneren. Check ook de kleine lettertjes in navigatiemenu's, *headers* en *footers* (en uitingen zoals de nieuwsbrief zelf!).

Socials

Sociale media zijn onontbeerlijk om bezoekers te trekken naar de website (info, tickets) en vandaar naar het fysieke museum. Twitter, de snelle, directe vorm van promotie en in gebruik bij jong én ouder. Instagram, waar de Kunstmeisjes kunst aantrekkelijk maken voor jonge doelgroepen en millennials culturele content opnemen in hun story's. Pinterest, waar jongeren hun uitjes voorbereiden via moodboards – zinvol om daar als museum met je collectie zichtbaar te zijn. En zelfs Facebook wordt (door millennials) gebruikt om op de hoogte te blijven van culturele evenementen, zoals maatschappelijk geëngageerde randprogrammering (debat!) in musea. Natuurlijk spreek je socials-gebruikers aan met 'je', maar wat gebeurt er als zij doorklikken naar een museumwebsite die zich richt tot 'u'?

(Zelf)reflectie

Inclusiever schrijven is behalve een streven vooral een reflectief proces. Het betekent dat je je moet inleven in anderen en je realiseren dat zij een heel andere kijk kunnen hebben op zaken die voor jou vanzelfsprekend zijn. Vergeet in dit proces vooral niet om te evalueren, al is het maar voor jezelf. Interne evaluatie en kwalitatief publieksonderzoek worden in musea vaak overgeslagen – geen tijd, er is alweer iets nieuws in de maak. Toch is dit van groot belang voor de ontwikkeling van je schrijfcapaciteiten. Doe dus navraag, bij suppoosten, gastmannen- en vrouwen, rondleiders of rechtstreeks bij bezoekers en bekenden: hoe zijn de teksten gelezen? Kwam de boodschap over en het object tot leven? Waren er klachten, zo ja welke (en van wie)? Onmisbare info om je volgende tekstproject nóg inclusiever te maken.