



Funkas tips för redaktörer



Innehållsförteckning

Om tipsen.....	3
Det viktigaste i texten har jag lagt först	4
Jag har valt bra bilder och beskrivit dem med en alternativtext, alt-text	4
Jag har formulerat länknamn som går att förstå	5
Jag har skapat struktur i texten med rubrik, ingress och stycken.....	5
Jag har förklarat svåra ord och komplexa begrepp	6
Jag undviker förkortningar och intern jargong	6
Jag har försökt att förstå den som ska läsa min text	6
Jag har lekt med tanken att ta bort eller korta ner texter	7
Jag har märkt upp rubriker och tabeller	7
Dokument på webbplatsen ska också vara tillgängliga.....	8
Funka Nu AB	9

Om tipsen

De här redaktörstipsen får du för att du är kund hos Funka. Vi kan garantera att din webbplats är tekniskt tillgänglig när du lanserar, men sen är det du som redaktör som avgör hur tillgänglig webbplatsen fortsätter att vara. Du kan göra stor skillnad, och därför vill vi hjälpa dig att göra rätt.

Det underlättar mycket för besökaren om du är konsekvent på webbplatsen. Därför ska du alltid följa de fastställda regler för publicering som finns i din organisation. Om de reglerna säger emot våra tips så kan det finnas skäl att se över vilken rekommendation som ska gälla. Den typen av beslut bör fattas centralt i organisationen.

För djupare information om tillgänglig publicering har vi tagit fram Funkas redaktörsmanual, en produkt vi tar betalt för.

Om du har tips eller förslag på förbättringar tar vi tacksamt emot dessa. Kontakta gärna

Jennifer Jordal

jennifer.jordal@funka.com

Tel: 08 - 555 770 81

Det viktigaste i texten har jag lagt först

Skriv alltid det viktigaste först i texten. Det hjälper användaren att snabbare kunna avgöra om han eller hon kommit till rätt information.

Många användare läser heller inte hela texten i ett dokument. Det är till exempel vanligt att användaren bara läser den text som ryms på skärmen. Andra användare kanske snabbt blir trötta eller ansträngda av läsningen eller de kanske inte har förmåga att behålla koncentrationen.

- Skriv så enkelt som möjligt
- Skriv med du-tilltal

Jag har valt bra bilder och beskrivit dem med en alternativtext, alt-text

Bilder är ett bra redskap för att hjälpa användaren att förstå informationen. Bild och illustration ska ha ett syfte och förstärka textens budskap. När du lägger in en bild ska den alltså ha en funktion, bilden ska hjälpa läsaren.

Alla bilder du lägger in ska beskrivas kort i en alternativtext, alt-text. Detta kan du i de flesta publiceringssystem göra samtidigt som du lägger in bilden. Alt-texten läses upp av hjälpmedlen och förmedlar på så sätt bildens innehåll till besökare som inte kan se den.

Alt-texten ska

- Alt-texten ska kortfattat beskriva vad bilden visar (motivet).
- Om bilden är komplex räcker inte bildens alt-text, då måste sidans innehåll eller en sida som länkas in i anslutning till bilden ge motsvarande information i text, exempelvis i form av en tabell eller fördjupande text.
- Visa tydligt om bilder är länkade, exempelvis med en ikonpil i nedre högra hörnet, och skriv en alt-text som i första hand anger länkens mål och funktion.
- Om du måste ange fotografens namn i alt-texten bör det ligga allra sist sett ur ett tillgänglighetsperspektiv. Observera dock att du som redaktör måste komma överens med fotografen om namn ska visas eller inte.
- Använd inte bilder som text. Bilder går inte att förstora på samma sätt som text. Det är inte heller möjligt att ändra färg eller typsnitt.

Jag har formulerat länknamn som går att förstå

En bra utformad länk signalerar till användaren vad som kommer att hända. Det vill säga om ett val av en länk leder till andra webbsidor, pdf-dokument eller filmer.

Ett sätt att göra länkar urskiljbara att samla dem och placera dem i ytor som tydligt signalerar att allt som finns i denna yta är länkar.

Uppläsande hjälpmedel, som används av gravt synskadade, ger normalt sett enbart länktextern till besökaren, oavsett vad det är för länk, oavsett om den leder till ett dokument eller en webbsida. Det gör att länken i sig måste ge all relevant information om vart den leder. Text som ligger i anslutning till länken, eller rubriker ovanför länken framgår då inte i hjälpmedlet. Därför är det viktigt att tänka på att länken ska kunna läsas utanför sitt sammanhang.

Några grundtips för länkar

- Skriv länkar som tydligt anger länkens mål.
- Ange direkt i länktextern om länken öppnar ett nytt fönster/flik, leder till en extern webbplats eller leder till ett dokument. Länkar till dokument ska också innehålla vilket format det handlar om (pdf, Excel, Word) och hur stor filen är.
- Länkar som leder till samma sida bör heta samma sak.
- Länkar som är bilder ska beskrivas i bildens alternativtext. Beskriv länkens mål eller funktion i första hand och sedan bildens motiv.
- Formulera länkar som i sig är så tydliga att de blir begripliga och möjliga att skilja från andra länkar. Om detta av någon anledning inte går ska länken förstärkas med en så kallad title-text (länkbeskrivning). Då är regeln att title-texten i sig själv ska utgöra en begriplig länk.

Jag har skapat struktur i texten med rubrik, ingress och stycken

Försök dela upp din text i kortare stycken så blir den lättare att läsa. Arbeta även med rubriker och underrubriker för hjälpa läsaren igenom texten. Se även hur du skapar rubriker på rätt sätt, under rubriken ” Jag har märkt upp rubriker och tabeller”.

- Använd ingress och mellanrubriker så hjälper du läsaren att få en översikt av din text.
- Om din text är lång, dela in den i korta och tydliga stycken. Styckemellanrum är att föredra framför indrag.

- Använd inte hårda radbryt för att skapa stycken eller mera avstånd. Inte heller tomma stycken för mer avstånd.

Jag har förklarat svåra ord och komplexa begrepp

Ord och begrepp som är självklara för dig och din verksamhet kan vara svåra att förstå för den som inte är insatt. Försök därför att hitta ett bra sätt att förklara svåra ord och ovanliga begrepp.

- Finns det enklare ord som betyder samma sak som ett svårare ord så bör du använda det enklare orden.
- Du kan också hjälpa läsaren genom att skapa en ordlista där du förklarar svåra ord och komplexa begrepp.

Jag undviker förkortningar och intern jargong

Förkortningar och akronymer, alltså en förkortning som man kan läsa som ett eget ord, kan skapa problem. Det är inte säkert att användaren förstår en förkortning och för många läsare kan en förkortning bli ett så kallat stoppord, det vill säga ett ord som stoppar upp läsningen helt eller tillfälligt.

Vi rekommenderar att du undviker förkortningar. De förkortningar som du trots allt använder kan du behöva förklara.

Skriv ut förkortningen i klartext. Det bör du göra den första gången förkortningen förekommer i en text.

Interna begrepp, lokala företeelser eller annat som läsare utanför organisationen inte känner till behöver du förklara första gången begreppet förekommer i texten.

Om din information innehåller många förkortningar eller interna begrepp kan du överväga att även skapa en ordlista där du förklarar förkortningar och termer.

Jag har försökt att förstå den som ska läsa min text

Låt någon utanför organisationen läsa din text innan du publicerar den, det är ett gammalt men mycket värdefullt tips. Försök få tid att arbeta med dina texter, helst i flera omgångar:

- Fundera över vad och varför du ska skriva

- Vad vill du att läsaren ska lära sig, tycka, tänka, kunna, förstå, göra?
- Fundera över vem som ska läsa
- Läs igenom igen, granska kritiskt
- Skriv om
- Låt någon annan läsa och granska
- Skriv om igen

Jag har lekt med tanken att ta bort eller korta ner texter

När du ska publicera ny information bör du fundera över:

- Finns det behov av att publicera det här?
- Vem har nytta av informationen?
- Hur informerar vi bäst? (text, bild, ljud ...?)
- Om en ny sida behövs, var i strukturen ska den då ligga?

Jag har märkt upp rubriker och tabeller

Rubriker

Det är viktigt att de rubriker du behöver finns som rubrikformat i publiceringssystemet. Tänk på att rubriker och underrubriker skapar en hierarki i texten.

Det måste finnas en huvudrubrik, H1 för att kunna använda underrubrik H2. Underrubrik till en huvudrubrik H1 ska vara en H2. Underrubriker till H2 ska vara H3. Om det är fler underrubriker till huvudrubriken H1 kan det vara fler H2. Det betyder att H2 inte alltid följs av H3 utan oftast är det nog en till H2.

- Skapa rubriker med de inbyggda formaten i publiceringssystemet. Då förstår hjälpmedel och sökmotorer att det ska vara en rubrik.
- För kortare texter kan det räcka med att texten har en huvudrubrik. Mer omfattande texter kan behöva både huvudrubriker och underrubriker.

Tabeller

- Använd bara tabeller för uppställningar av data, inte för layout
- Varje tabell du lägger in ska ha kolumn- och/eller radrubriker. Dessa ska skapas

med korrekt kod. Oftast behöver du gå in i cellegenskaperna efter att du skapat tabellen för att ange detta.

- Varje tabell du lägger in ska ha kolumn- och/eller radrubriker. Dessa ska skapas med korrekt kod. Oftast behöver du gå in i cellegenskaperna efter att du skapat tabellen för att ange detta.

Dokument på webbplatsen ska också vara tillgängliga

Var sparsam med att lägga in länkar till andra format, överväg alltid först om informationen inte kan läggas in som vanliga html-sidor eller om informationen överhuvudtaget behövs.

- **Pdf** - ska i första hand användas för längre rapporter och broschyrer. Det kan också användas för blanketter om ni inte har möjlighet att skapa motsvarande formulär som ett html-formulär.
- **Excel** - lämpar sig främst för uppställningar och dokument som användaren ska kunna redigera själv, exempelvis checklistor och uträkningsmallar.
- **PowerPoint** - används främst för presentationer och kan då också läggas ut om tanken är att besökaren ska kunna ladda ner och läsa/använda presentationen.

Det finns speciella riktlinjer för tillgänglighet i dokument i olika format. Dessa riktlinjer ska du följa när du skapar dokumenten.

- Skapa interna rutiner för hur dokument ska hanteras och tillgänglighetssäkras.
- Dokument som kommer utifrån och ska publiceras ska också tillgänglighetssäkras. Ställ krav på leverantören att de dokument som produceras är tillgängliga.

Funka Nu AB

Funka startade som ett ideellt projekt inom funktionshinderrörelsen och är idag marknadsledande inom området tillgänglighet med 80 % av Sveriges myndigheter som kunder. Sedan år 2000 är vi ett privatägt bolag och vår nära relation till brukarorganisationerna innebär en unik kvalitetskontroll och förankring.

Vi har kontor i Stockholm, Oslo och Madrid och kunder över hela världen. Funka är en av grundarna till den internationella branschorganisationen för tillgänglighetsexperter, IAAP.

Funka arbetar med tillgänglighet vad gäller information, webb och IT i alla tänkbara format, digitala gränssnitt, appar och automater. Vi har även en verksamhetsdel som fokuserar på tillgänglighet i byggd miljö, orientering, akustik och bemötandefrågor.

Våra rekommendationer bygger på praktisk erfarenhet och vetenskaplig grund. Ca 20 % av bolagets verksamhet finansieras av forskningsmedel. Vi samarbetar med flera ledande universitet och finansierar en industridoktorand i kognitiv tillgänglighet vid Kungliga Tekniska Högskolan, KTH.

Genom förtroendeuppdrag och standardiseringsarbete sätter Funkas arbete normer för utveckling och analys samt utformning av krav vad gäller tillgänglighet. På uppdrag av EU-kommissionen har vi bland annat utarbetat kontrollmetodik och mätt status på webbtillgänglighet i samtliga EUs medlemsländer plus Norge, USA, Kanada och Australien. Vi finns representerade i regeringens Användningsforum, Standard Norge, Svensk Standard och på EU-nivå har vi bland annat bidragit till gemensamma europeiska krav på tillgänglighet vid offentlig upphandling i EN 301 549.

Funka har på uppdrag av W3C genomfört den auktoriserade översättningen av WCAG 2.0 till svenska. Vi har drivit fram rekommendationer kring snabbkommandon och ikoner. Våra konsulter var med och tog fram Handikappombudsmannens riktlinjer för en tillgänglig statsförvaltning.

Funka är EPiServer Solution Partner, Microsoft Partner och Adobe Certified Training Provider. Vi står bakom Funkaportalen, en mötesplats för funktionshinderfrågor.

Bolagsfakta

Styrelsens säte: Stockholm

Styrelsen består av: Lennart Engelhardt (ordförande), Patrick Finch, Mats Fogelberg och Mats Wennberg.

Antal anställda: 2015: 36

Omsättning 2014: 32,5 MSEK