

Dokumentation

Redaktörsmanual

Vår referens

Andreas Cederbom
andreas.cederbom@funkanu.se
08 555 770 64

Datum

Senast uppdaterad: mars 2013

Funka Nu.

Om manualen

Tanken med denna redaktörsmanual är att den ska vara ett stöd till alla redaktörer som publicerar information på internet, oavsett publiceringsverktyg. Eftersom olika publiceringsverktyg fungerar på olika sätt kan vi inte ange exakt vad olika inställningar heter i just ditt publiceringsverktyg. En del av det vi pratar om och rekommenderar kan också vara svårt eller omöjligt att göra i enstaka publiceringsverktyg.

Redaktörsmanualen består av två delar:

1. En fördjupande del där vi i detalj beskriver olika tillgänglighetsaspekter med detaljerade exempel.
2. En checklista som du som redaktör kan ha med dig vid datorn som stöd samtidigt som du arbetar.

Det underlättar mycket för besökaren om ni är konsekventa på er webbplats. Därför ska ni alltid följa er organisations egna fastställda regler för publicering. Om de reglerna är motstridiga mot rekommendationerna i denna manual så kan det finnas skäl att se över vilken rekommendation som ska gälla hos er. I så fall måste det fattas som ett centralt beslut i organisationen.

Alla länkar i detta dokument leder till webbsidor eller e-postadresser som öppnas i din webbläsare eller i ditt e-postprogram.

Om du har tips eller förslag på förbättringar tar vi tacksamt emot dessa. Kontakta i så fall:

Andreas Cederbom
andreas.cederbom@funkanu.se
08-555 770 64

Innehåll

Om manualen	2
Tillgänglighet.....	4
Informationsstruktur.....	5
Text	7
Länkar	11
Bilder.....	20
Tabeller	25
Pdf och andra dokument.....	28
Färg och form.....	29
Redaktörens checklista.....	31
Användarnas olika förutsättningar och behov.....	33
10 tips för en tillgängligare webbplats	38
Funka Nu AB.....	39

Tillgänglighet

Tillgänglighet på webben handlar om att alla människor, oavsett förmåga, ska kunna ta till sig information och använda tjänster. Vårt arbete baseras på internationella riktlinjer från [W3C \(World Wide Web Consortium www.w3.org\)](http://www.w3.org), och hela vår metodik är utprovad tillsammans med användare med skiftande förmåga och i nära samarbete med handikapprörelsen.

En väl fungerande webbplats gör det enkelt för användaren. Genom att utgå från konceptet Design för alla gynnar du särskilt användare med funktionshinder, äldre, teknikovana och besökare med svenska som andraspråk. Funkas långa erfarenhet visar att en webbplats som utgår från dem som har det svårast blir bättre för alla användare.

Tillgängligheten handlar om flera olika delar, teknik, pedagogik och språk. Alla delarna måste vara på plats för att användaren ska lyckas på webbplatsen.

Om en person med dåligt korttidsminne klarar av att navigera och söka på din webbplats så är det ett exempel på pedagogisk tillgänglighet. Många användare ägnar mer tid åt att hitta till rätt sida än på att ta del av den information de söker.

Om webbplatsens texter är begripliga för personer som har svårigheter att läsa så blir det mindre missförstånd och färre frågor. En "normalsvår" nyhetsartikel kan i genomsnitt begripas av 75% av alla vuxna. Många texter ligger kring 50-60%.

Om webbplatsen har en bra teknisk konstruktion gynnas både Google och blinda. Sökmotorer är i princip lika beroende av en tillgänglig teknik som de hjälpmedel blinda personer använder.

Webbplatsens tillgänglighet är beroende av många faktorer, dels publiceringssystemet, dels utvecklarna och dels dig som redaktör. Oavsett hur bra webbplatsens grund är hänger det i slutänden på hur du som redaktör hanterar innehållet.

Det finns två grundregler du bör tänka på:

1. Utgå ifrån organisationens interna riktlinjer. För användaren är det viktigt med igenkänning. Om du anser att riktlinjerna är felaktiga så behöver de ändras centralt.
2. Överväg alltid om den information du står i begrepp att publicera verkligen behövs. Att bara slänga upp några sidor för att du har informationen och "den kan vara bra att ha" skapar oftast mer problem. Publicera information som är viktig för användaren. Se till att informationen är lätt att hitta och ordentligt genomarbetad.

Informationsstruktur

Webbplatsen blir enklare att hantera om det finns en genomtänkt informationsstruktur. För att webbplatsen ska fungera bra måste informationen struktureras ur användarens perspektiv. Dina besökare kan inte och ska inte behöva veta hur ni är organiserade eller vilka interna begrepp ni använder.

Bygg inte ut din struktur planlöst. Ditt publiceringsverktyg gör det lätt att skapa nya sidor. Överväg noga om nya sidor verkligen behövs. Ställ dig själv de här frågorna:

- Vilket informationsbehov ska den nya sidan täcka?
- Vem behöver informationen?
- Är det bättre att göra om befintliga sidor?
- Om en ny sida behövs, var i strukturen ska den då ligga?

Menyformuleringar

Hur du formulerar och sorterar menyer kan vara avgörande för om besökaren hittar rätt information. På Funka har vi de senaste åren gjort omfattande tester av hur användare läser och letar i menyer. Vi har sett att de flesta som letar i en meny läser menyn uppifrån och ner (eller från vänster till höger). De läser oftast bara tills de kommer fram till ett tänkbart alternativ och då klickar de. Få läsare går igenom hela menyn innan de bestämmer sig. Många läsare använder undermedvetet en slags uteslutningsmetod. Ber man en person "tänka högt" när de letar information som mumlar de ofta "det kan inte vara den och inte den, men den!"

Testerna har lärt oss att:

- Användarna bör kunna använda uteslutningsmetoden
- Det som är viktigt bör komma först/högst upp
- Det som hör ihop bör grupperas så att det ligger nära varandra
- Man kan blanda äpplen och päron. (Om det ger en effektivare informationsstruktur)
- Det särskiljande ordet bör helst komma först.
- Enkelt ord bör komma före svårt ord
- Externt ord bör komma före internt ord
- Formuleringar bör vara lagom precisa (mer om detta nedan)

Vad ska du inte göra i menyer?

Det finns vissa saker som kan förvirra användaren. Undvik exempelvis att:

- Länka direkt från menyn till extern webbplats.
- Länka direkt från menyn till sida i annan del av strukturen på din egen webbplats.

- Länka direkt från menyn till funktioner som är gemensamma (globala) för hela webbplatsen
- Lägga "Kontakt" som en del av strukturen

Lagom precisa menyformuleringar

Är inte det en konstig rekommendation? Nej, ibland visar det sig att allt för precisa formuleringar skapar problem. Ett sådant problem är att webbplatser som har allt för precisa formuleringar ofta har väldigt många menyalternativ på varje nivå. Då är det ofta bättre att vara mindre precis och lägga in mer information under varje alternativ.

Väldigt precisa formuleringar kräver ofta mer underhåll. Om formuleringen innehåller datum/årtal måste man kanske gå in och ändra dem för att menyerna ska vara aktuella.

Spegling av information eller förflytta användaren?

En mycket viktig sak att fundera på är om du ska "hämta in" relevant information till din sida eller om du ska "släppa iväg" användaren till en ny sida.

Exempel

Tänk dig att du har en sida som handlar om stadens hamnar. Sidan ger information om vilka hamnar som finns, vilken grad av service de har samt priser och liknande. På en annan del av webbplatsen finns information om att Räddningstjänsten lånar ut flytvästar.

Det är ganska troligt att den som läser informationen på sidan om hamnar också skulle ha nytta av att känna till möjligheten att låna flytvästar. Det traditionella sättet att lösa det här problemet har varit att antingen:

Göra en länk eller en banner/puff som flyttar användaren från din sida om hamnar till sidan om flytvästar.

Skriva en egen text eller kopiera in Räddningstjänstens text om flytvästar på din sida om hamnar.

Båda lösningarna har problem. Vi vet att ganska få användare klickar på länkar av den karaktären och de som gör det riskerar att "tappa tråden" och inte komma tillbaka till sidan om hamnar. Om du skriver en egen text eller kopierar in texten så kommer du inte att märka om Räddningstjänsten gör en ändring på sin sida. De kanske till exempel har börjat ta ut en avgift för flytvästarna. Då är risken att din text säger att det är gratis medan deras text säger att det kostar pengar. Användarna vet inte riktigt vad de ska tro.

Här finns en ny möjlighet. Allt fler publiceringsverktyg har en möjlighet att spegla information (det kan kallas olika saker i olika publiceringsverktyg). Grundtanken är att informationen kan ha sin hemvist på ett ställe men visas på flera. I sin enklaste form speglar man hela sidor men det börjar också finnas möjlighet att spegla delar av sidor.

På så sätt skulle din sida om hamnar kunna hämta in Räddningstjänstens text om flytvästar. Så fort Räddningstjänsten ändrar i sin text så slår ändringen igenom på din sida.

För användaren är fördelen att all information finns på en sida.

OBS! För att kunna arbeta på det här sättet måste ni kanske utveckla mallar och funktionalitet i ert publiceringsverktyg.

Det finns ingen universalregel för hur du som redaktör ska göra, men du bör alltid vara medveten om de olika problemen och fråga dig vilket sätt som är smidigast i det här fallet.

Text

För att underlätta för användaren är det viktigt att använda en tydlig och konsekvent typografi och att ge texten en god struktur. Det ska vara lätt att skilja menyer och länkar från rubriker och löpande text. Det ska också vara lätt att skilja olika typer av länkar från varandra.

Den löpande texten ska vara tillräckligt stor för att de flesta ska klara att läsa på skärmen. Raderna ska inte vara för långa eller ligga för tätt. Det mesta av detta sköts redan av de sidmallar och stilmallar som används på er webbplats, så det är normalt ingenting som du som redaktör behöver tänka på.

Om läsaren har lässvårigheter (vilket 25 procent av den vuxna befolkningen har i Sverige) så kan en välstrukturerad text underlätta läsningen. Webbplatsens mallar och stilmallar kan avgöra hur presentationen blir och de kan ibland behöva justeras så att läsbarheten blir bättre. Som redaktör kan du undvika att skriva långa stycken och du kan arbeta med rubriker och underrubriker för hjälpa läsaren igenom texten.

Skriv korta texter. Långa texter är avskräckande både för vana och ovana läsare. Är din text lång ska du i så fall dela in den i korta och tydliga stycken. Styckemellanrum är att föredra framför indrag. Men tänk på att inte korta ner texterna så mycket att viktig information försvinner, då är det bättre att texten blir lite längre och att informationen är korrekt.

Använd ingresser och mellanrubriker så hjälper du läsaren att få en översikt av din text.

Sidor blir ofta mer lättlästa om det finns bilder som hjälper texterna att förmedla informationen. Detta hjälper de flesta användare och speciellt användare med lässvårigheter. Självklart ska alla bilder beskrivas med hjälp av en alternativ text.

Ett vanligt problem när man hanterar texter i publiceringssystemen är att dessa ofta är dåliga på att rensa formateringskod från exempelvis Word. Det gör att Words formateringskod ligger kvar i bakgrunden. Ibland leder det till att sidan inte följer den grafiska profil som finns, och ofta skapar det praktiska problem för hjälpmedlen.

I första hand ska du när du klistrar in text från andra program försöka klistra in den oformaterad. Får du ändå med skräpkod kan du i vissa publiceringssystem markera din text och välja att ta bort formateringen. Går inte det kan du behöva klippa ut texten,

klistra in den i programmet Anteckningar (Notepad) och därifrån kopiera texten till publiceringssystemet, då är du säker på att all formatering har försvunnit. Skapa sedan de rubriker, listor och formateringar du har behov av direkt i publiceringssystemet.

Begriplighet

Det finns en omfattande litteratur på detta område för dig som vill fördjupa dig i hur man skriver bra webbtexter. Din organisation kan dessutom ha tagit fram egna skrivregler. Här presenteras några grundläggande råd, som gör din text lättare att läsa och förstå.

Skriv så enkelt som möjligt

Försök att formulera innehållet så enkelt och tydligt som möjligt. Tänk på att många olika grupper av användare kanske ska läsa och förstå samma texter. Ibland kan samma information behövas i flera olika versioner. Det här rådet betyder inte att du ska låta bli att skriva om sådant som är svårt eller komplext. Det betyder däremot att du hela tiden bör fundera på hur du ska formulera dig så att dina läsare förstår det du skriver om.

Skriv det viktigaste först

Skriv alltid det viktigaste först i texten. Det hjälper användaren att snabbare kunna avgöra om han eller hon ska fortsätta läsa det aktuella dokumentet eller leta vidare i andra dokument.

Många användare läser heller inte hela texten i ett dokument. Det är till exempel vanligt att användaren inte förflyttar sig nedåt i ett dokument utan 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. Ovana läsare tycker ofta att långa texter känns problematiska.

Tilltala din läsare med du-tilltal

Vill du göra dina texter mer begripliga och engagerande ska du tänka på att ha en synlig författarröst och ett trevligt och direkt tilltal till den du skriver.

Det direkta tilltalet, som du-tilltal, skapar relationer och relationer är viktiga för oss människor. När vi läser en text vill vi veta vem vi är i förhållande till textens avsändare, var vi passar in, hur texten berör oss eller vad det är vi ska kunna göra efter att ha läst den.

När vi använder ett direkt tilltal får vi också ofta automatiskt flera bonuseffekter:

- språket blir mer modernt
- meningarna blir kortare
- det blir fler verb i texten (vilket är lättare att förstå än substantiv)

De flesta webbtexter riktade till allmänheten gör sig därför bäst med ett direkt tilltal.

Men det gör även de texter du skriver till en snävare målgrupp, som du tror kanske inte ens läses av målgruppen utan av ombud för målgruppen. Exempelvis en text om

Samhällsintroduktion för nyanlända flyktingar, då kanske en anhörig eller god vän läser upp texten högt. Naturligtvis är det minst lika viktigt i det fallet att läsaren ska kunna läsa "du", och inte "den som".

Förklara svåra och ovanliga 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.

Om det finns enklare ord som betyder samma sak som ett svårare ord så bör du använda det enklare ordet.

Skriv helst ut förkortningar och akronymer

Förkortningar och akronymer kan skapa problem. En akronym är en förkortning som man kan läsa som ett eget ord. Det är inte säkert att användaren förstår en förkortning och för många läsare kan en förkortning bli ett så kallat tröskelord, 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. Det finns flera sätt att göra det:

- Skriv ut förkortningen i klartext. Det bör du göra den första gången förkortningen förekommer i en text.
- Skapa en ordlista där du förklarar både förkortningar och svåra ord och begrepp.

Datumformat

Hjälpmiddel som läser upp text från användarens dator kan ha svårt att hantera datum. Vilken användare som helst kan ha problem med att förstå vilket datum som betyder vad om datumen presenteras på olika sätt på olika delar av webbplatsen. Därför bör alla datum, både de som skapas automatiskt av publiceringssystemet och de som skapas manuellt av dig som redaktör skrivas på samma sätt. Det ger användaren en bättre möjlighet att förstå och hantera datum.

När datum skrivs ut automatiskt av publiceringssystemet eller används i exempelvis formulär bör de skrivas: år-månad-dag. I löpande text är det bättre att skriva ut månaden med bokstäver, 21 oktober 2010, då behöver ingen fundera över vilken månad eller dag det handlar om.

Rubriker

Tydliga och bra formulerade rubriker gör dina sidor lättare att läsa. Det är särskilt viktigt för personer med lässvårigheter. Det blir också lättare för läsaren att snabbt bilda sig en uppfattning om texten. Dessutom kan din sökmotor ha lättare att indexera sidor på ett bra sätt om det finns rubriker.

En bra rubrik beskriver innehållet i texten som följer i en aktiv mening med minst ett nyckelord och ett verb. Rubriken är viktig och avgör om användaren läser texten eller inte. Rubriken ska väcka intresse och ge information om texten som följer.

För kortare texter kan det räcka med att texten har en huvudrubrik. Mer omfattande texter kan behöva både huvudrubriker och underrubriker. Tänk på att rubriker och underrubriker skapar en hierarki i texten. För att kunna använda en underrubrik måste det finnas en huvudrubrik.

Det är viktigt att de rubriker du behöver finns som rubrikformat i publiceringssystemet. Skapa inte rubriker genom att exempelvis använda fetstil. Hjälpmedel och sökmotorer kan inte förstå att det ska vara en rubrik.

Ingresser

Skriv gärna ingresser. Ingresser ger användaren en direkt uppfattning om vad din text handlar om. Ingressen är den första texten efter rubriken. Ingressen bör vara en kort sammanfattning av texten och beskriva textens huvudinformation. Ingressen ska helt enkelt bekräfta för läsaren att det är rätt text att läsa vidare i. Ingressen skiljer sig visuellt från den löpande texten, vilket är ytterligare en hjälp för användaren att få överblick över texten. Tänk på att du verkligen använder formatet för ingress i ditt publiceringsverktyg, annars kan inte hjälpmedlen tolka att det är en ingress.

Punktlistor och numrerade listor

Listor är bra när du radar upp information. Använd listfunktionerna i publiceringssystemet, då skapas korrekta listor. Om du klipper in information från en ordbehandlare måste du göra om listorna inne i publiceringssystemet för att det ska bli rätt. Gör punktlistor om innehållet är separerat utan någon inbördes ordning och sifferlistor om punkterna följer en logisk ordning.

Rent tekniskt blir det inga listor om du gör listor av vanliga streck eller punkter och radbrytningar. Då kan en användare med ett hjälpmedel inte förstå att det är en lista, vilket ofta gör informationen svårbegriplig.

Länkar

Länkar ska du använda för att leda besökaren vidare till närliggande eller fördjupande information. Att ha för många länkar skapar en känsla av att det är rörigt och komplext och därför bör du alltid motivera varje länk för dig själv.

Gör inte länkar i löpande text. Det minskar läsbarheten och gör det ofta svårt att formulera bra länktexter. Dessutom ökar risken för att användaren lämnar sidan för tidigt och därmed missar den väsentliga informationen. Lägg hellre länken på en egen rad efter stycket, eller samla dem på ett ställe. Ur ett tillgänglighetsperspektiv är det viktigt att ni har ett konsekvent manér.

Länkar ska ge tydlig information om vart de leder. Tydligt formulerade länktexter hjälper alla användare att hitta rätt länk och är ofta en förutsättning för att personer med funktionsnedsättning ska kunna hitta den information de söker.

Hur ska länkarna se ut?

Viktigast av allt: var konsekventa med hur ni utformar länkarna. Det bör finnas gemensamma regler för hur ni ska arbeta med länkar på din webbplats. Om det finns sådana regler är det viktigt att du följer dem. Om alla som jobbar med er webbplats hittar på egna sätt att hantera länkar blir det väldigt svårt för användaren att förstå hur det fungerar. Så diskutera gärna hur ni ska kunna utveckla ert sätt att hantera länkar, men gör sådana förändringar gemensamt genom att uppdatera ert eget regelverk.

Det finns ofta skäl att ha flera olika utseenden på länkar, exempelvis för att skilja externa länkar från interna, men då ska det göras konsekvent över hela webbplatsen och i första hand styras av webbplatsens mallar.

Hur ska länkar formuleras?

Vi använder oss av en viktig grundregel: **Länken ska vara begriplig uttagen ur sitt sammanhang.** Länkens formulering ska i sig själv vara tillräckligt tydlig för att det ska gå att förstå vart den leder. Då kan läsaren fatta beslut om att:

- Följa länken och komma till en ny sida.
- Ignorera länken och fortsätta läsa på den befintliga sidan.

En länk ska innehålla information om:

- Vart länken leder, vilken information man kommer till när man följer länken.
- Om länken leder till en fil, och i så fall i vilket format filen är i och hur stor den är.
- Om sidan öppnas i nytt fönster.
- Om det är en e-postlänk ska själva e-postadressen framgå liksom information om mottagaren, exempelvis funktion och/eller namn om det inte är självklart utifrån själva e-postadressen.
- Om länken leder till en annan webbplats.

Undvik att på en och samma sida skapa flera länkar som leder till samma mål. Om flera länkar leder till samma mål ökar det komplexiteten och försvårar för användarna. I vissa fall kan det finnas skäl att ha flera länkar till samma mål. I så fall ska de också ha samma länktext om det är möjligt. Det underlättar för alla användare, men extra mycket för en del användare med hjälpmedel. Hjälpmedlen presenteras det som två olika länkar, men det blir lättare att identifiera att det är dubletter.

Inled med nyckelord

Oavsett om du har en funktionsnedsättning eller ej har du nytta av att länkar inleds med nyckelord, det ger snabb information om länken är rätt eller ej. Att skriva "Läs mer om..." eller "Klicka här för att..." ökar bara mängden onödig text och gör det lite svårare att snabbt få en överblick. I hjälpmedel som lyfter ut länkarna ur sitt sammanhang och listar dem är det direkt olyckligt eftersom användaren då riskerar att få 20 länkar som alla inleds med "Läs mer om...".

Länkar och hjälpmedel

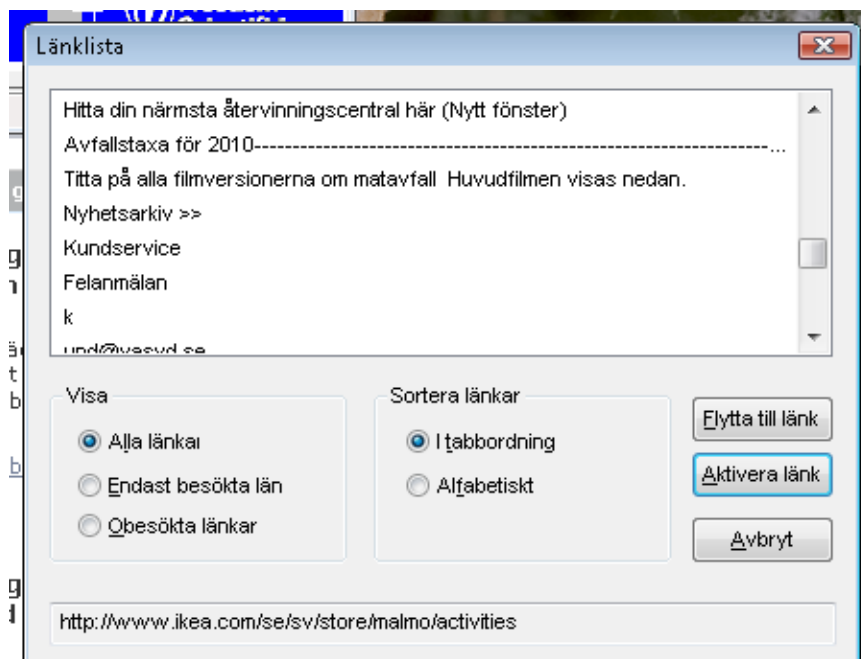
Bra länkar är viktigt för alla användare, men i synnerhet för många med funktionsnedsättning. Du kan läsa mer om olika typer av funktionsnedsättning längre bak i det här dokumentet, under rubriken "Användare med olika förutsättningar".

Många användare med funktionsnedsättning använder olika typer av hjälpmedel, exempelvis olika hjälpmedel för att styra datorn. Då kan det vara svårt att klicka på små ytor. En länk som då bara lyder "här" blir svårare att klicka på än en länk som har en mer utförlig länktext. I stället för att bara länka ">>" för att skapa en länk till nästkommande dokument i en listning kan man länka texten "Nästa sida >>", sträva efter lite mer utförliga länktexter.

Gravt synskadade användare har hjälpmedel som ställer större krav på gränssnittet. För en person som inte ser webbsidan är det omöjligt att få en visuell överblick av var olika objekt ligger. Det innebär att det inte heller med ett snabbt ögonkast går att identifiera de länkar som finns på sidan och till vilka textstycken de är kopplade. Gravt synskadade användare får i stället navigera runt på sidan och se vad som finns. Hjälpmedlen presenterar då bara den information som hjälpmedlet just då har fokus på. Är fokus på en länk så läses bara länken, inte texten runt om. Användaren har inte heller det visuella stödet som gör att man eventuellt kan koppla länken till någon text i närheten. 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.

Många hjälpmedel har även ett verktyg som lyfter ut länkarna ur sitt sammanhang och presenterar dem i en lång lista för användaren. Detta snabbar upp navigationen och gör det möjligt att snabbt hitta specifika länkar, så som "Till kassan" eller "Logga in". För att underlätta för användaren är det därför bra att inleda länken med ett nyckelord. Undvik att skriva länktexter som börjar med "Länk till...", "Klicka här för att..." och liknande. Den här typen av verktyg ger oftast användaren möjlighet att välja om länkarna ska listas i bokstavsordning eller i tabbordning (den ordning de ligger i sidans struktur). Det som skrivs i listan är länktexten om inte användaren gjort ändringar i hjälpmedlets inställningar, då kan det i stället vara title-texten (kallas i en del publiceringssystem för

beskrivning eller tooltip), men det är ovanligt. I bilden nedan visas en skärmläsares länklista för en webbsida:



Uppläsande hjälpmedel ger normalt sett enbart länktextern till besökaren, oavsett vad det är för länk, oavsett om den leder till en fil eller en webbsida. När bilder är länkade fungerar bildens alt-text¹ som länktextern. Länkens title-text läses enbart om användaren ställt in sitt hjälpmedel manuellt på detta och då återges inte länktextern (om det saknas en title-text återges länktextern, men du får aldrig både title-text och länktextern). Detta är en av anledningarna till att vi inte rekommenderar att title-texter används. De flesta användare kommer aldrig ens att få veta att texten finns.

Om en bild är länkad och saknar alt-text så återges bildens filnamn. Denna situation ska du dock aldrig hamna i eftersom du alltid ska skriva en alt-text på de bilder du lägger in.

Exempel

I en text som handlar om älgjakt behövs länkar till en blankett för att ansöka om tillstånd, en blankett för att redovisa jaktresultat, information om avgifter och en länk till livsmedelsverkets webbplats med information om vad som gäller när man tar hand om en skjuten älg. Dessa kan skrivas:

”Avgifter för älgjakt 2010”

”Ansökan om tillstånd för att jaga älg 2010, pdf-fil: 768Kb (öppnas i nytt fönster)”

”Redovisning av jaktresultat efter jakten 2010, pdf-fil: 1,5Mb (öppnas i nytt fönster)”

”Hantering av skjuten älg, information på Livsmedelsverkets webbplats (öppnas i nytt fönster)”

¹ Alt-text kallas ibland för beskrivning i publiceringssystemen och används för att kort beskriva bildens motiv. Se mer under rubriken ”Bilder”.

Title-text/länkbekrivning

Lägg inte in någon title-text (kallas ibland för beskrivning eller tooltip) på länkar. Länktextern ska ge användaren all relevant information om länken. Tidigare har en del webbplatser kompletterat länktextern med en title-text som visas när besökaren håller muspekaren över länken, men detta är ingen bra teknik för användarna. Få användare får informationen som ges i en title-text. Exempelvis har användare med smartphones ingen möjlighet att läsa title-texten.

Nya fönster

Följ din organisations riktlinjer för när nya fönster ska användas.

Vår rekommendation är att använda nya fönster till

- filer (exempelvis länkar till pdf-filer)
- externa webbplatser

Man kan även tänka sig att använda nya fönster för enstaka interna länkar när dessa leder till avvikande gränssnitt eller avgränsade funktioner, exempelvis ett betalningsflöde. Beslut om detta måste tas från fall till fall.

Länka aldrig till ett nytt fönster direkt från menyn och meddela alltid tydligt i länktextern när en länk leder till ett nytt fönster.

Länkar till andra webbplatser

Länkar till andra webbplatser bör visa att de öppnar en annan webbplats tydligt, det kan exempelvis vara genom att inkludera domännamnet i länktextern eller genom att skriva att det är en extern webbplats.

Att använda en url som en del av en länktextern är bra om den är kort och begriplig. Det funkar om det bara är domännamnet eller om det är en kort "friendly url", exempelvis "funkanu.se/ikoner", men mer komplexa url:er ska inte skrivas ut.

Exempel:

"Regler kring fyrverkerier (Myndigheten för samhällsskydd och beredskap - [msb.se](https://www.msb.se), öppnas i nytt fönster)"

Det vore här acceptabelt att utelämna "msb.se" och i stället skriva:

"Regler kring fyrverkerier (Myndigheten för samhällsskydd och beredskaps webbplats, öppnas i nytt fönster)"

Men när det är korta adresser kan de utgöra en hjälp till användaren. Vilken variant du ska använda bör i första hand avgöras av organisationens interna riktlinjer, var konsekvent.

Länkar till filer i andra format

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.

När du länkar till filer i andra format, exempelvis pdf, måste detta alltid tydligt meddelas användaren.

Länkar i andra format måste inkludera:

- Vad är det för information
- Vilket format handlar det om (pdf, Excel, PowerPoint)
- Hur stor är filen

Länkar till andra format ska öppnas i nytt fönster och detta bör som regel anges direkt i länktextern, exempelvis:

”Regleringsbrev från Riksdagen (pdf-fil, 1,4Mb – öppnas i nytt fönster)”.

Undantag kan accepteras främst om det är en längre lista med länkar som alla öppnar nya fönster, då kan informationen om att de öppnas i nytt fönster ges ovanför listan. Är det enstaka länkar finns det oftast inte skäl att göra något annat än att inkludera informationen i länktextern.

Länkade bilder

Det kan finnas skäl att länka bilder, exempelvis då bilder används som banners, men det måste göras tydligt för användaren, både visuellt och i beskrivningen.

När du länkar en bild blir bildens alt-text också länktextern. Det är denna text som först och främst beskriver länken i hjälpmedlen. Därför ska en länkad bilds alt-text först och främst redogöra för länkens mål och funktion, först därefter för bildens motiv (det viktigaste är länken).

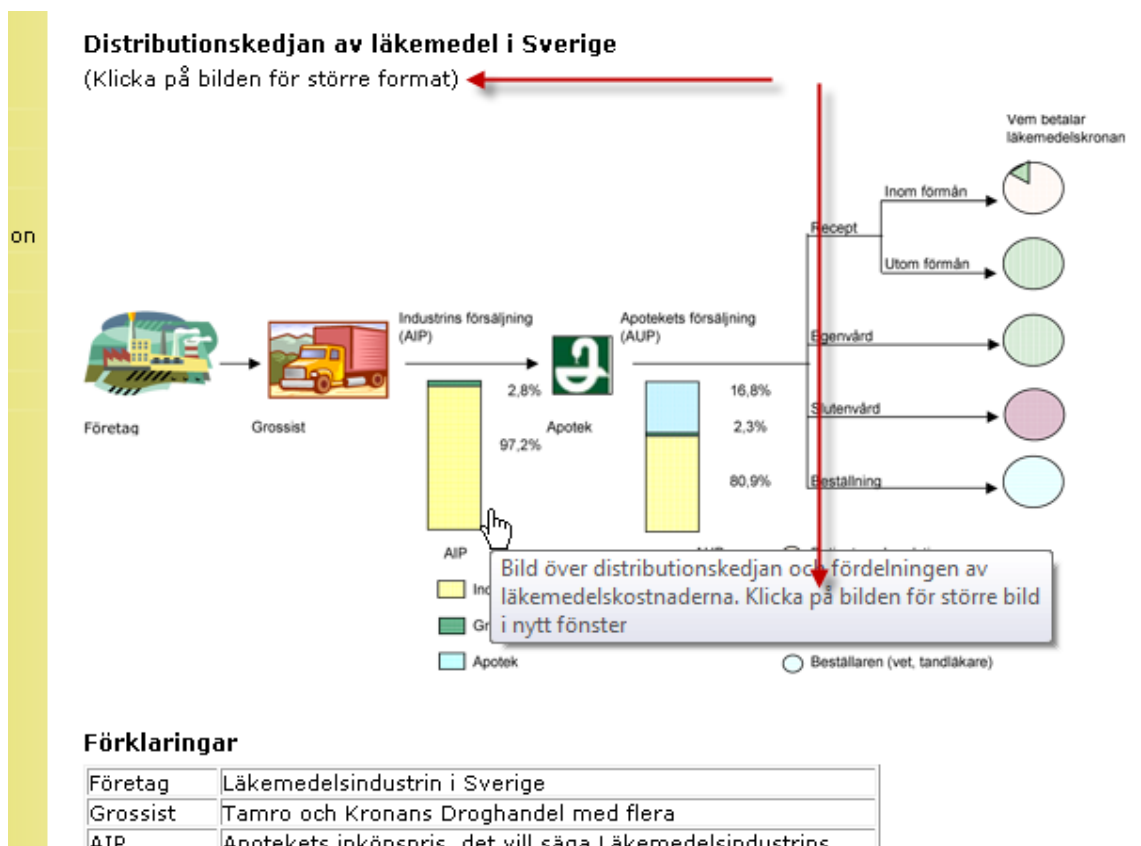
Det finns ett undantag. Om bilden enbart är länkad för att användaren ska kunna få en större version av bilden, då bör denna information läggas sist i alt-texten. Då blir bildens innehåll viktigare att förmedla för en person som inte kan se bilden, än det faktum att man kan få en större version av samma bild. Alt-texten ska användas för att ge bästa möjliga stöd till en person som inte ser bilden.

Exempel

Den första bilden används som banner, den har dels en alt-text som anger vart länken leder och dels en visuell markering i form av en pil i nedre högra hörnet som antyder klickbarhet:



Bilden nedan har en alt-text som i slutet anger att den är länkad till en större version. Notera också texten ovanför bilden. Många seende användare läser aldrig alt-texten, därför ska denna typ av information också ges i vanlig text i direkt anslutning till bilden:



E-postlänkar

Det finns framför allt två saker att tänka på när du skapar e-postlänkar.

1. E-postadressen måste framgå tydligt. En del användare som surfar på er webbplats sitter inte vid sin vanliga dator. De kan kanske inte mejla därifrån de sitter utan vill enbart skriva ner adressen för att kunna skicka ett mejl senare.
2. E-postlänkar bör inkludera även personens funktion. Många användare letar inte efter en e-postadress till en viss person utan snarare till en funktion. På en faktasida om Sven Svensson räcker det med att e-postlänken anger att det är till Sven Svensson och vad hans e-postadress är, men på en kontaktsida finns det oftast behov av mer.

Ni bör använda er av funktionsadresser eftersom dessa blir oberoende av personer. Det underlättar ert arbete när en medarbetare exempelvis slutar eller blir sjuk. Exempel på en funktionsadress skulle vara "vd@myndigheten.se" eller "presschef@myndigheten.se".

Exempel

I avdelningen "Press" finns kontaktinformation till flera personer, exempelvis:

"E-post till presschef Ida.Andersson@myndigheten.se"

"E-post till pressekreterare Anders.Andersson@myndigheten.se"

I det här fallet är dock en bättre lösning att ha funktionsbrevlåder, exempelvis:

"E-post till presschef@myndigheten.se"

"E-post till pressekreterare@myndigheten.se"

Problem med spam

Spam är ett stort problem för många organisationer. Därför finns det en mängd olika sätt att försöka "dölja" e-postadresser på nätet. Exempelvis kan man undvika att göra e-postlänkar och i stället skriva i text att: "e-post skickas till fornamn.efternamn@myndigheten.se" eller så skriver man texten "sven.svensson (AT) myndigheten.se" och liknande. Detta ser vi gång på gång skapa problem för användarna och är något vi avråder ifrån. E-postadresserna behövs i den form de ska användas annars skapar ni ett hinder som många användare inte kan ta sig förbi. Det löser inte heller problemet med spam, moderna program som fångar e-postadresser klarar av att komponera och testa adresser utifrån namn som återfinns på en webbsida och har väl ett program "hittat rätt" så säljs adressen vidare och ni har snabbt samma mängd spam igen.

Det finns en del lösningar där e-postadressen ser korrekt ut och fungerar men där koden döljer den. En del av dessa lösningar fungerar relativt väl, men ingen är helt utan problem för användarna.

Informationspuffar/länkar på startsidan

På startsidan används ofta korta informationspuffar för olika aktuella ämnen. De består oftast av en rubrik följt av ett kort textstycke och en länk. Vår rekommendation är att inte länka rubriken i dessa lägen utan att lägga tid på att formulera en bra länk nedanför texten. Det finns flera skäl till detta:

- Att länka rubriken funkar många gånger dåligt. Rubriken och länken har två olika syften. Rubriken ska fånga besökarens intresse, men länken ska entydigt och klart redogöra för målet med länken.
- Det går sällan att vara helt konsekvent och alltid länka rubriker, då får man både en visuell inkonsekvens och ett rörigt intryck på sidan när rubrikerna har olika utseende.
- En länkad rubrik måste tydligt visa att den är länkad. Det gör att de inte bara kan vara diskret svarta utan att de helst bör avvika i färg från andra, icke länkade rubriker och ha en understrykning eller ikon som visar att det är en länk. Det blir snabbt ett rörigt intryck på sidan.
- Om du lägger länkar i slutet av texten har du möjlighet att lägga in flera länkar till samma informationspuff, det kan ibland vara användbart när det finns intressant information hos flera källor.

Exempel

Några exempel på startsidepuffar där rubrikerna inte är länkade:

 <h3>Välkommen att flytta hit</h3> <p>Katrineholm är en vacker plats att bo på. Läs mer om vår stad och landsbygd och hitta dina smultronställen i Sveriges Lustgård. Flytta hit</p>	 <h3>Bara människa?</h3> <p>Vad är en man, en kvinna och varför bryr vi oss så mycket om det? Fotografen Linda Forsell vänder upp och ned på begreppen. Välkommen att besöka utställningen på Kulturhuset Ängeln, Katrineholms Konsthall. Utställning på Kulturhuset Ängeln</p>
---	---

Den vänstra puffen använder rubriken för att välkomna användaren men själva länken hålls mycket kort och lättolkad. I den högra puffen används rubriken för att fånga besökarens uppmärksamhet medan länken sedan ger saklig information om vad sidan man kommer till handlar om.

I exemplet nedan fångar rubriken läsarens intresse medan puffen sedan innehåller tre separata länkar till olika texter:

TJÄNADE 1,2 MILJARDER – PÅ EN DAG



- ▶ [Rekordkyla – då pressar eljättarna upp priset till extrema nivåer](#)
- ♥ [Lista: Billigaste elbolagen](#) ♥ Så enkelt byter du 🗨️ 45
- ➕ [Halvera din elnota – här är bästa tipsen](#) Stora [elspararguiden](#).
- ▶ [Notan för köldskadorna: Miljoner för villaägarna](#) 🗨️ 1

Ikoner

Ikoner kan användas för att förstärka budskapet att en länk leder till en speciell typ av information. För besökaren är det viktigt att ni använder gemensamma ikoner inom organisationen. Annars uppstår en osäkerhet kring innebörden i ikonerna. Användaren vet exempelvis inte om två olika pdf-ikoner på länkar har en innebörd eller ej. Du som redaktör ska alltid använda de ikoner som rekommenderas internt, du ska aldrig introducera egna ikoner även om det finns ett behov av ikoner. Det måste göras centralt i organisationen.

Ikoners styrka är alltså igenkänning. För att en ikon skall fylla sin funktion är det viktigt att användaren känner igen ikonen. Ikoner bör därför också förklaras med text (se exemplen nedan).

Det finns idag flera olika ikoner för vanligt förekommande funktioner på offentliga webbplatser. Flera av ikonerna har visat sig svåra att använda på nya webbplatser då de inte passar in i grafiska profiler och så vidare. När riksdagen lanserade sin nya webbplats tog de därför fram ett antal nya ikoner tillsammans med EU-upplysningen. Dessa ikoner är fria att använda för andra.

Eftersom det inte finns några officiella ikoner i Sverige har vi på Funka ställt oss bakom riksdagens ikoner och rekommenderar att dessa används på fler webbplatser. De [ikoner vi rekommenderar finns på vår webbplats: www.funkanu.se/ikoner](http://www.funkanu.se/ikoner).

Det finns också ett antal standardikoner som ofta används för exempelvis pdf-filer, rss och nya fönster. Det är alltid bättre att använda standardikoner än att hitta på egna varianter.

Hur du använder ikoner

Om en ikon läggs in tillsammans med en länktext så ska ikon och länktext tillsammans utgöra en och samma länk. Om ikonen inte ger mer information än själva texten så ska ikonen ha en tom alt-text. (alt="").

I vissa situationer kan en ikon användas för att ersätta en del av informationen i länktexten. Det gäller exempelvis en pdf-ikon på länkar till pdf-filer. Det är då viktigt att komma ihåg att informationen om att det handlar om en länk till en pdf-fil inte enbart kan ges visuellt, det måste stå i klartext på något sätt i länken. En lösning som fungerar är att skriva ut det i länktexten som vanligt och att enbart använda ikonerna som visuell förstärkning, då ska ikonen ha en tom alt-text. En annan lösning är att lägga ikonerna sist i länken och att i ikonens alt-text ange "pdf-fil, öppnas i nytt fönster". Ikonens alt-text blir en del av länktexten i hjälpmedlen och läses korrekt. Då bör länken kompletteras med en title-text som dels upprepar länkens mål och funktion och dels kompletterar med information om att det är en pdf-fil som öppnas i nytt fönster. Normalt sett bör du vara restriktiv med title-texter men eftersom ikonens budskap inte är självklart för alla besökare och alt-texten inte visas i alla webbläsare måste du komplettera i detta fall. Det fungerar inte med en alt-text på ikonerna om ikonerna ligger först i länken eftersom alla länkar då skulle inledas "Pdf-fil öppnas i nytt fönster...", vi vill att länkar så långt möjligt ska inledas med en nyckelfras.

En del publiceringssystem skriver automatiskt ut dokumentikoner i slutet av länken, då måste du som redaktör veta vad denna ikon har för alt-text. Om alt-text saknas måste du skriva all information i länktexten. Om ikonens alt-text anger att det är en pdf-fil kan du klara dig utan att skriva detta, men du bör skriva storleken och att filen öppnas i nytt fönster (om inte ikonerna har denna information också).

Exempel

Här används ikonerna tillsammans med text, här ska dels ikon + text vara en enda länk och dels ikonerna ha en tom alt-text:



Skriv ut



Tipsa en vän

I exemplet nedan används ikonerna som visuell förstärkning men har en tom alt-text, i stället används länktextern för att ge samma information i text.



Handlingsplan för tillgänglighet
2006-2008 (PDF 1,5MB - Nytt
fönster)

Noter att pdf ska skrivas med gemener i Sverige, det borde alltså ändras i exemplet ovan.

Bilder

Bilder är ett bra redskap för att hjälpa användaren att förstå informationen. Du bör sträva efter att lägga in tydliga illustrationer och bilder som förstärker sidans budskap.

När du lägger in en bild ska den alltså ha en funktion. Om du vill lägga in en bild som egentligen inte har anknytning till textens innehåll, exempelvis en blomma för att göra sidan lite mer "attraktiv" så är det viktigt att den inte förvirrar läsaren. Det är exempelvis olämpligt att lägga in en bild på en ko på en sida där texten handlar om hästar.

De bilder du som redaktör lägger in är meningsbärande. Du får alltså aldrig lägga in en bild som är enfärgad i samma färg som bakgrunden bara för att du vill skjuta texten åt ena eller andra hållet, inte lägga in avskiljande streck eller liknande.

Placeringen av en bild ska inte skötas med hjälp av tabeller. Ska bilden ligga till höger eller vänster om texten ska attributet align användas för att styra positionen.

De 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 själva bilden. Alt-texten läses upp av hjälpmedlen och förmedlar på så sätt bildens innehåll till besökare som inte kan se den. Alt-texten ska redogöra för informationen och motivet, inte för sidans namn eller avdelningen. Att det är en bild ska hjälpmedlen klara av att ange för användaren, du bör därför undvika att inleda alt-texten med "Bild..." däremot kan det finnas en vits att inkludera information om det är ett fotografi eller en illustration. I så fall ska detta ligga sist. Om ni måste ange fotografens namn i alt-texten bör det ligga allra sist sett ur ett tillgänglighetsperspektiv. Observera dock att ni måste komma överens med fotografen om vad som ska gälla.

Bildhantering

Att lägga in bra bilder är ett måste för en tillgänglig webbplats, men det kan inte göras hur som helst. Dels ska du alltid tänka efter vilken bild som behövs för den aktuella texten, men sedan är det också viktigt att lägga in bilden på rätt sätt. Ofta finns interna riktlinjer för hur bilder ska beskäras, vilka format som ska användas osv. Detta ska följas. Tänk också på att inte använda för tunga bilder, alltså bilder med stor filstorlek. Det tar lång tid att ladda sidan om den innehåller många, tunga bilder.

Enkla bilder

Enkla bilder ska ha en alt-text som kortfattat redogör för bildens motiv.

Exempel

Följande bild presenteras på sidan "Press" och tillför inget direkt till informationen:



Här kan en lämplig alt-text vara:

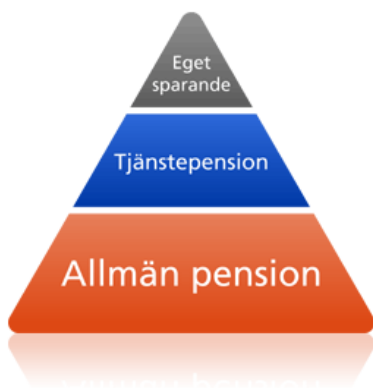
"Skogsväg i solnedgång, foto".

Bilder med information

Ju mer informationsrik bilden är desto viktigare blir alt-texten. I en bild som inte bara är dekorativ måste den visuella informationen framgå i alt-texten.

Exempel

Följande klassiska bild beskriver pensionssystemet:



Denna bild innehåller en del information som behöver förmedlas. Här kan en alt-text exempelvis vara:

"Pensionspyramiden består av tre delar. Basen utgörs av Allmän pension, mellanskiktet av Tjänstepension och toppen av Eget sparande. Läs mer om delarna nedan".

Notera hänvisningen till texten efter bilden. Där bör sedan de olika delarna beskrivas mer i detalj.

Innehållsrika bilder

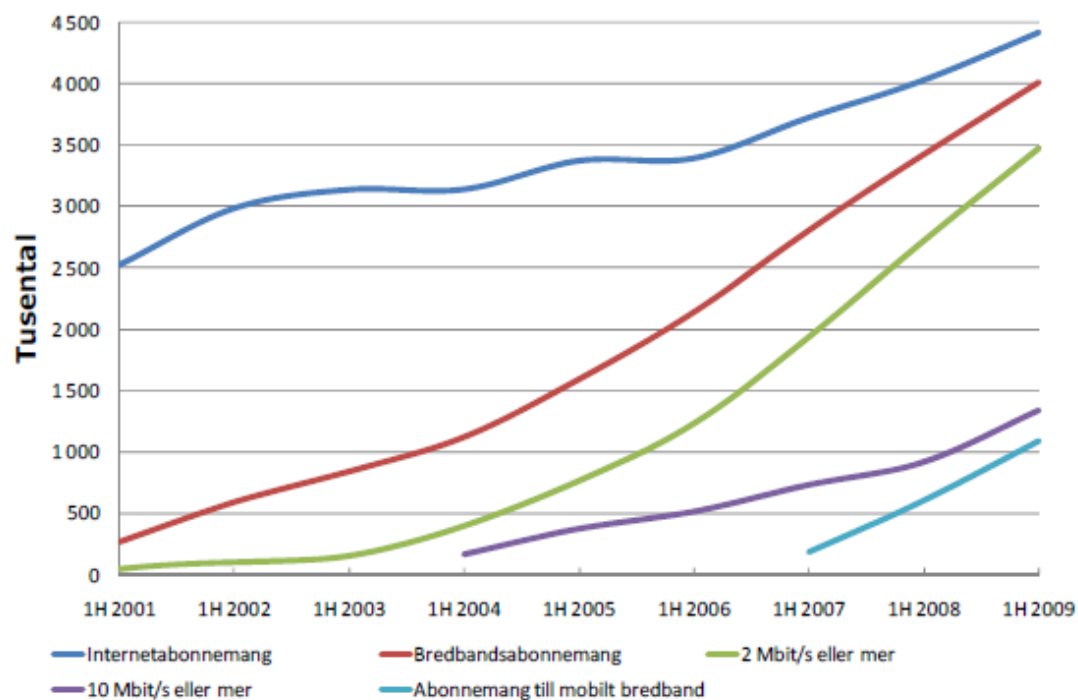
En del bilder blir så komplexa att alt-texten inte kan återge allt som bilden visar. Då måste samma information som bilden visar visuellt gå att nå i form av text på något annat sätt. Det kan exempelvis vara genom att lägga in en tabell med samma data som ett diagram visar, eller en utökad textbeskrivning på en egen sida som länkas till via bilden.

Undvik att enbart använda attributet longdesc. Longdesc är avsett att användas för att ange en url till en utökad textbeskrivning av bilden. Tyvärr hanterar många hjälpmedel inte detta attribut och man kan därför inte förlita sig på det. Använd det gärna som komplement, men tillhandahåll då också en mer traditionell länk till denna information.

Exempel

Bilden nedan är ett diagram över antalet internetabonnemang i Sverige:

Figur 3 Antal Internetabonnemang



Här kan inte en alt-text ge all information. En sådan här bild måste kompletteras med text i nära anslutning till bilden, eller inlänkad i nära anslutning till bilden. Ett bra komplement här är att lägga in en tabell med de värden som diagrammet visar visuellt. En sådan tabell är bra för alla användare eftersom det kan vara svårt att se vad de olika värdena är i diagrammet. Alt-texten här kan vara:

”Diagram över antalet internetabonnemang från 2004 till 2009. Alla kurvor är stigande, se tabell efter bilden för exakta värden.”

Bilder som innehåller text

Bilder är viktigt för läsbarheten, men de ska inte användas för att representera text. Ska du lägga ut text i webbsidans innehåll, menyerna eller på andra ställen på sidorna, så ska texten läggas ut som ren text. Bilder av text skapar många gånger kraftiga tillgänglighetsproblem.

När bilder förstoras (oavsett om det är i webbläsaren eller via ett hjälpmedel) blir varje bildpunkt större vilket gör att man snabbt kan se att bilden byggs upp av fyrkantiga block i olika färger, och det blir svårt att se vad de färgade fyrkanterna ska föreställa. Vanlig text är däremot inlagd som vektorer. Vektorer är formler som ange linjer och ytor. När en bokstav förstoras kan förstoringsfunktionen räkna ut hur linjerna och ytorna ska se ut, det gör att varje strecks ritas med fler bildpunkter när texten förstoras. Skillnaden blir då att bilden av text blir kantig och ofta upplevs som suddigare medan vanlig text förblir skarp. Detta blir extra tydligt i förstorande hjälpmedel.

Bilden nedan visar hur en bild av text ser ut när den förstoras 4ggr (många användare med förstorande hjälpmedel förstorar upp till 32gänger):



Nedan syns vanlig text från samma sida, förstorad på samma sätt:

ras, reproducera
n, fotografen oc
ia med yngel.]

Ett annat problem med bilder av text är att texten i en bild inte kan anpassas av hjälpmedel för dyslektiker. Exempelvis kan man inte förändra färger och typsnitt. Den kan inte heller kopieras, något som en del hjälpmedel för denna grupp kräver. Även om man sätter en alt-text på bilden av text så är det inte säkert att ett hjälpmedel för dyslektiker kan hantera detta.

I vissa situationer kan det vara berättigat att använda text i en bild. Det kan exempelvis gälla för organisationsscheman eller olika typer av flödesscheman där texten måste vara en del av bilden. Om du använder text i sådana bilder måste du göra texten minst dubbelt så stor som den vanliga texten på webbplatsen (detta eftersom texten i bilden inte kan förstöras på något bra sätt av webbläsare och hjälpmedel). Samtidigt måste kontrasterna vara bra, och bilden måste innehålla en alt-text. Om inte alt-texten kan hålla all information som bilden visar så måste det finnas en utförlig beskrivning i anslutning till bilden. Om det exempelvis rör sig om ett organisationschema så kan organisationen med dess olika avdelningar beskrivas i text under bilden. Använd rubriker och listor för att strukturera informationen på ett så tydligt sätt som möjligt.

Exempel

I första hand bör text läggas in som ren text. Det går ofta att åstadkomma en önskad visuell effekt genom att använda en bakgrundsbild och lägga text på snarare än att lägga in texten direkt i bilden.

I bilden nedan visas en informationspuff om barndiabetes. För att visa att texten är ren text har vi markerat de första bokstäverna. Hela puffen, bild och text är här länkad som om det enbart vore en bild.



Observera att denna text inte är optimal som länktext betraktad. Vi använder detta som exempel på hur bild och text kan samverka.

Bildtext

En bildtext kan vara bra för att förklara bilden, speciellt om det är en illustration som kan vara svår att tolka. Alt-texten ska först och främst beskriva bildens motiv, vad bilden föreställer. Bildtexten ska snarare användas för att hjälpa användare att tolka bilden om det är nödvändigt. Alt-texten visas inte i moderna webbläsare utan ska presenteras i stället för bilden. Bildtexten å andra sidan ska presenteras tillsammans med bilden.

Hjälpmiddel för blinda presenterar informationen på sidan i den ordning den ligger i koden. Normalt sett ska bildtexten vara inlagd tillsammans med bilden och då kommer bildtexten att presenteras i hjälpmedlet direkt efter bildens alt-text. De flesta hjälpmedel anger att det är en bild när alt-texten presenteras, däremot finns det inget som talar om för användaren att bildtexten är något annat än vanlig text. Detta kan du behöva ha i åtanke när du skriver en bildtext och lägger in den. Var hamnar den i innehållet och hur tolkas informationen om man inte ser att det är en bildtext.

Det är alltid olämpligt att lägga in en bild mitt i en mening eller i ett ord. Tekniskt sett kan du göra det och ange att bilden ska vara högerjusterad, då ligger den till höger om texten, men strukturellt är då bilden placerad mitt i ett ord och alt-texten (och eventuell bildtext) läses då där. Lägg i stället bilden i början eller slutet av stycket.

Tabeller

Tabeller är en av de mest komplexa tekniker som finns för att presentera data inom html. För att en användare ska ha en möjlighet att förstå tabellen måste det finnas tydliga tabellrubriker som ger vägledning till vad kolumnen eller raden har för information. Dessa rubriker ska inte bara vara visuellt tydliga, de måste också vara strukturellt rätt gjorda med elementet th.

Th talar om att cellen är en "Table Header", alltså en tabellrubrik, till skillnad från elementet td som anger att cellen är en "Table Data cell", alltså en datacell. Alla tabellrubriker ska läggas in med elementet th.

Tabellrubrikerna måste även knytas korrekt med de dataceller (och eventuella under-/mellanrubriker) som är underordnade rubriken. För enkla tabeller räcker det om tabellrubriken i attributet scope anger att den avser kolumnen (värdet "col") eller raden (värdet "row"). För tabeller i mer än två logiska nivåer krävs en mer avancerad uppmärkning (se längre fram i manualen).

Om det inte finns särskilda skäl ska elementet caption användas för att lägga in en överskrift/rubrik till tabellen. Denna rubrik ska kortfattat förklara vad tabellen innehåller för information.

Tyvärr är stödet för de här teknikerna varierande i publiceringssystemen. Som redaktör måste du förlita dig på att formatmallarna är gjorda så att tabellerna blir tydliga. Det du ska göra (om det är möjligt) är att ange vad som är rubriker och hur de är kopplade till datacellerna. Ofta måste du skapa tabellen först och i efterhand gå in och välja cellegenskaper för att ange att en viss cell ska vara en rubrik och vilket scope/omfång den ska ha. Detta kan ibland ligga under flikar som heter "Accessibility" eller "Avancer

Exempel

Här följer ett exempel på en enkelt uppbyggd tabell:

Vad avser fakturan?	Skickas från SPV	Inbetalningsunderlag	Inbetalningsdatum	Plusgiro
PA 03-Premie »	Senast den 4:e varje månad	Faktura	Den sista i varje månad	413 05 00-4
PA-91 Preliminär premie »	En gång per år	OCR-underlag	17 januari, därefter den 12:e varje månad	476 60 01-4
PA-91 Slutlig premie »	30 april	Slutlig avstämning Faktura/kred.faktura	31 maj	476 60 01-4

Cellerna i den översta raden har gjorts om till tabellrubriker (i html används då elementet th) och scope har satts till "col" för att indikera att de avser kolumnen.

Tabellen har en sammanfattning i attributet summary. Detta kan användas för att ge dold information om tabellen och bör i första hand användas för att ge information som kan vara bra för icke seende användare som ska tolka innehållet.

Tabeller i layoutsyfte

Undvik helt att lägga in tabeller i layoutsyfte, exempelvis för att placera en bild till höger om en text. Det ska finnas färdiga verktyg i publiceringssystemet för att åstadkomma önskad effekt. Finns inte det bör det i så fall läggas in centralt.

Exempel:

Så här ska du **inte** göra:

Blanketterna nedan är skrivna i pdf-format. PDF-format kräver Adobe Acrobat Reader. Har Du inte det installerat – ladda hem här	
---	---

Komplexa tabeller

Komplexa tabeller med delsummeringar och rubriker i flera nivåer behöver ha mer avancerade kopplingar mellan rubriker och dataceller än enkla tabeller. Det räcker då inte med scope utan varje datacell måste ange exakt vilka rubriker denna cell har. Det kan du göra genom att varje rubrikcell förses med ett unikt id (leta efter ett textfält som heter ID eller liknande) och att varje datacell sedan i attributet "headers" anger id-värdena på de rubriker som denna cell har.

Exempel:

Bilden nedan visar en tabell med rubriker i flera nivåer. Vi har markerat med röda ramar de celler som ska vara tabellrubriker (i publiceringssystemet behöver du troligen ta fram cellegenskaperna för varje cell):

Nyckeltal för Sverige

	Värde	Förändring från f.g. period	Förändring från motsv. period f.q. år	Period
Arbetsmarknad				
Arbetslösa	390 (1000-tals pers.)	..	28,4 %	november 2009
Arbetslösa (15-24 år)	132 (1000-tals pers)		10,2 %	november 2009
Månadslön för tjänstemän privat sektor	32 840 (Kronor)	0,2 %	2,7 %	Oktober 2009
Relativt arbetslöshetstal	8,0 (Procent)	..	1,8 %-enheter	november 2009
Relativt arbetslöshetstal (15-24 år)	22,9 (Procent)	..	2,4 %-enheter	november 2009
Sysselsatta	4469 (1000-tals pers.)	..	-2,0 %	november 2009
Timlön för arbetare privat sektor	138,70 (Kronor)	0,3 %	2,7 %	Oktober 2009
Befolkning				
Folkmängd	9 331 523	0,07 %	0,90 %	31 oktober

Rubrikerna med mörk, grön bakgrund, som sträcker sig över hela tabellens bredd, exempelvis "Arbetsmarknad" och "Befolkning" ska ta hela tabellraden i anspråk. I stället för att göra fem rubriker där fyra är tomma, ska det alltså vara en och samma rubrik. I en del publiceringssystem kan man ange att en cell ska sträcka sig över flera kolumner genom att ange "colspan". I det här fallet ska då colspan vara 5.

Här måste samtliga tabellrubriker förses med ett unikt id-värde, och de olika datacellerna i tabellen ska lista de rubriker den har i attributet headers. Cellen med siffran 0,2 % (tredje kolumnen, 3 raden under den första gröna rubriken) skulle då i headers behöva hänvisa till tre rubriker, i tur och ordning "Förändring från f.g. period", "Arbetsmarknad" och "Månadslön för tjänstemän privat sektor".

Nedan ett korrekt exempel på hur en avancerad tabell byggs upp:

Flygpriser Stockholm-Luleå						
	Far och Flyg Airlines			Flygande faran		
	2007-12-23	2007-12-24	2007-12-25	2007-12-23	2007-12-24	2007-12-25
Morgonflyg	1125:-	422:-	1533:-	1099:-	650:-	1701:-
Middagsflyg	1425:-	Ingen avböring	1619:-	1128:-	130:-	2000:-

Pdf och andra dokument

Att använda andra format än html för att förmedla information har både fördelar och nackdelar. Några fördelar är att exempelvis pdf-filer kan läsas på ett helt annat sätt än en html-sida. Excel-ark kan ge användaren möjlighet att göra egna komplexa uträkningar i färdigställda mallar.

Samtidigt skapar man en extra dimension av svårigheter. Det krävs att besökaren har rätt programvara installerad och att den fungerar korrekt. Risken för fel och problem ökar när fler och komplexare program ska dras igång.

När är det bra att lägga information som bifogade filer?

I första hand ska du använda vanliga webbsidor för att förmedla information. Det kan dock finnas skäl att i stället använda filer i andra format. Vanligast är pdf, men man kan också tänka sig exempelvis Excel och PowerPoint.

Pdf

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

Excel lämpar sig främst för uppställningar och dokument som användaren ska kunna redigera själv, exempelvis checklistor och uträkningsmallar.

PowerPoint

PowerPoint används främst för presentationer och kan då också läggas ut om tanken är att besökaren ska kunna ladda ner och läsa/använda presentationen.

Tillgängligheten i filen

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

Om du skapar filer utan att tänka på tillgänglighet blir de ofta mer otillgängliga än html-sidor som skapats utan tanke på tillgänglighet. En pdf-fil kan med okunskap bli helt oanvändbar för användare med hjälpmedel. Det är därför viktigt att ni internt har rutiner för hur dokument ska hanteras och tillgänglighetssäkras.

Filer som kommer utifrån och som ska publiceras ska också tillgänglighetssäkras. Ställ krav på leverantören att de dokument som produceras är tillgängliga.

Filnamn

Ur ett tillgänglighetsperspektiv är det viktigt att sträva efter att skriva filnamn som kortfattat redogör för filens innehåll. Filnamnet återges ofta i sökfunktionerna och då är filnamn i stilen "AX751.pdf" helt omöjliga att tolka.

Vi rekommenderar att du:

- Skriver begripliga filnamn utan specialtecken.
- Ersätter å, ä och ö med a, a och o.
- Ersätter mellanslag med bindestreck, eller understreck om ni använder det i stället i organisationen.

Gemener och versaler

En del operativsystem, exempelvis Unix gör skillnad på stora (versaler) och små (gemener) bokstäver. Du kan då ha två olika filer som du döper samma sak, men skiljer med en versal, exempelvis "Funka.pdf" respektive "funka.pdf". Vi har sett information om att det i dessa operativsystem kan bli svårigheter om man blandar gemener och versaler i filnamnen på webben, men vi vet inte hur stor den risken är idag. Tillgänglighetsmässigt är det en viss fördel att använda versaler där det är lämpligt, och därför vill vi här undvika att rekommendera att enbart använda gemener. Det måste vara ett beslut ni fattar inom organisationen.

Färg och form

Som redaktör ska du egentligen inte kunna påverka så mycket av webbplatsens färgsättning och utseende. På en webbplats som beaktar krav på tillgänglighet har man från början gått igenom hur webbplatsen ska vara uppbyggd och vilka färger som ska användas. Detta byggs in i webbplatsens stilmallar.

Det finns flera starka skäl till varför du som redaktör inte ska ta ut svängarna på egen hand. Om layout och färg plötsligt avviker från organisationens regler blir besökaren ofta osäker på informationen, är det rätt avsändare, håller informationen samma kvalitet som i övrigt? En del användare tolkar det också som att det kan vara någon som försöker se ut som er webbplats men inte lyckas, att det alltså kan vara ett bedrägeriförsök.

Som redaktör ska du bara använda de färger som är godkända. Så fort du börjar försöka manipulera systemet för att skapa egna färger så riskerar du att:

- Bryta den logik som kan finnas i färgsättningen.
- Skapa färger som inte har tillräckliga kontraster mot bakgrunden.
- Skapa bristande kodning av olika element

Därför ska du till exempel inte försöka göra röda rubriker om det inte finns ett sådant val "färdigpaketerat" i publiceringssystemet. Dels kan den röda färgen ha för lågt kontrastvärde och dels blir det ingen h-tag och då är det tekniskt sett ingen rubrik. Dessutom kan "röd" signalera något till användaren som inte alls är meningen (arg, förbjudet, fel, jul, kärlek).

Du ska inte heller börja bygga upp egna sidlayouter med exempelvis tabeller. Förutom att skapa osäkerhet hos användaren skapar det tekniska svårigheter för hjälpmedlen. Tabeller ska enbart användas för tabelldata.

Om du tycker att du behöver kunna använda fler färger eller har behov av en ny sidmall, så är det något ni behöver diskutera i organisationen och sedan utveckla så att det fungerar på rätt sätt.

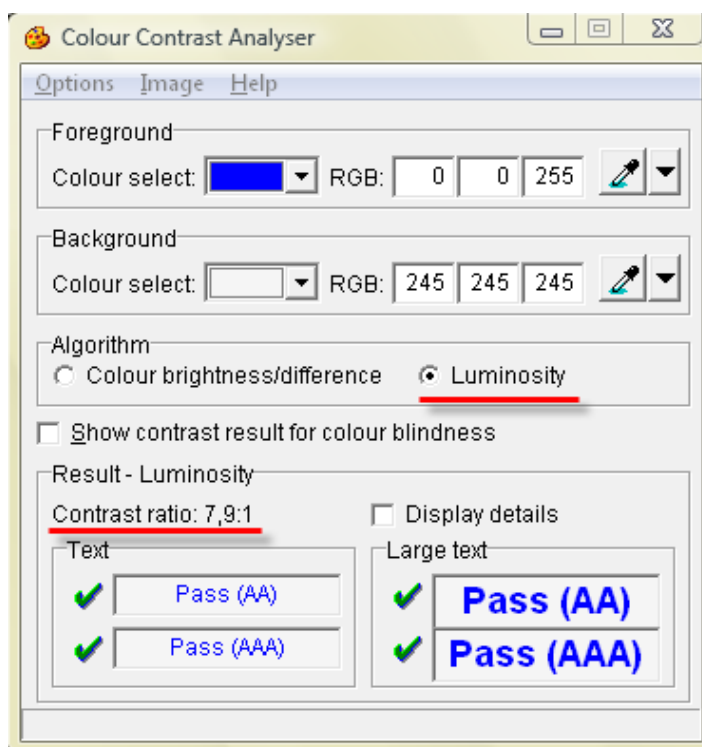
Om du skapar bilder och lägger in text i bilder så måste du säkerställa att texten går att läsa. Läs mer om det under rubriken "Bilder som innehåller text". Här måste du givetvis också säkerställa att kontrasterna är bra.

Att bedöma kontraster

Sunt förnuft räcker ofta långt, men om du vill mäta kontraster och få en indikation på hur kontrasterna bedöms i de internationella riktlinjerna för tillgänglighet WCAG (Web Content Accessibility Guidelines), så finns det en del gratisverktyg du kan ladda hem och använda. Ett sådant är [Colur Contrast Analyser som du kan ladda ner från www.paciellogroup.com/resources/contrast-analyser.html](http://www.paciellogroup.com/resources/contrast-analyser.html).

När man mäter kontraster är det Luminosity contrast ratio som är det du ska titta på. Här är gränsen för godkänt 4,5:1 för vanlig text och 3:1 för stor text, exempelvis huvudrubriker.

Bilden till höger visar vilken algoritm du ska välja och var du ser kontrastvärdet. Maximal kontrast är 21:1.



Redaktörens checklista

Text

- Skriv det viktigaste först.
- Skriv så enkelt som möjligt.
- Skriv med du-tilltal till din läsare
- Förklara svåra ord och begrepp.
- Skriv ut förkortningar.
- Använd rubriker för att strukturera texten.
- Skapa rubriker med de inbyggda formaten i publiceringssystemet.
- Inled texten med en ingress som ger en kort sammanfattning av sidans innehåll.
- Använd listor för uppräknings, använd publiceringssystemets inbyggda verktyg för listor.
- Undvik att klistra in direkt från Word om det finns en risk att Words formatering följer med. Klistra i första hand in text oformaterad.

Länkar

- Skriv länkar som anger vart länken leder och vad som händer när användaren följer länken.
- Ange direkt i länktextern om länken öppnar ett nytt fönster, leder till en extern webbplats eller leder till en fil (exempelvis en pdf-fil).
- 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.
- Använd inte title-text, skriv alltid all relevant information om länken direkt i länktextern.
- Använd ikoner i enlighet med organisationens regler.

Bilder

- Skriv en alternativ text, alt-text, till i stort sett alla bilder du publicerar. 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.
- Lägg in text som text, inte text som en bild.
- 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.

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 rubrik ska ange om den avser rad eller kolumn med attributet "scope". Även detta görs i cellegenskaperna.
- Om tabellen är komplex med flera nivåer med rubriker måste varje rubrik ha ett unikt id-värde och varje datacell hänvisa till sina rubriker med attributet headers.

Pdf och andra format

- Använd pdf och andra alternativa format sparsamt.
- Se till att dokumentet är tillgängligt innan du lägger upp det.
- Skriv filnamn som beskriver filens innehåll, men undvik specialtecken så som å, ä och ö, ersätt dessa med a, a och o i stället. Använd – eller _ i stället för mellanslag.

Färg och form

- Använd de färgkombinationer som är godkända i organisationen.
- Följ mallar och grafiska riktlinjer.

Menyer

- Var sparsam med att lägga in nya sidor
- När du lägger in en ny sida i menyn tänk efter så att den:
 - får ett namn i menyn som tydligt beskriver sidans innehåll
 - läggs in i rätt undermeny, där användaren förväntar sig att hitta informationen
 - hamnar i rätt ordning i undermenyn

Användarnas olika förutsättningar och behov

Alla människor är olika. Vi har olika bakgrund, egenskaper och behov. Olikheterna beror dels på våra fysiska förutsättningar och dels på situationen. Detta ställer stora krav på utformningen av olika typer av gränssnitt, exempelvis bankomater, biljettautomater och webbaserade gränssnitt. Sitter du vid din vanliga dator har du förhoppningsvis ställt in datorn så att du har goda möjligheter att se, läsa och ta till dig information. Är du ute och reser och surfar med din mobiltelefon har du helt andra förutsättningar. Många gånger blir det då stora problem att se och förstå gränssnittets uppbyggnad och funktion.

Genom att bygga tillgängliga webbplatser fungerar webbplatserna också bättre i alla situationer du kan hamna i.

Det finns en rad olika situationer och förutsättningar som en användare kan ha eller hamna i som påverkar förmågan att ta del av gränssnittet. Här redogör vi bara för några av alla dessa.



Hur många berörs?

Det är svårt att exakt säga hur många personer som har problem att använda en webbplats på grund av bristande tillgänglighet. Dessutom kan problemen innebära allt från att det tar längre tid eller är lite, lite krångligt till att det tar helt stopp och besökare utestängs.

Många människor upplever problem utan att ha en funktionsnedsättning. Men om vi ändå utgår från personer med funktionsnedsättning handlar det om någonstans mellan 1,3 och 1,8 miljoner människor. Siffrorna varierar beroende på att vi i Sverige av integritetsskäl inte får registrera funktionsnedsättning. Dessutom går det att mäta på olika sätt. Vissa funktionsnedsättningar är svåra att diagnosticera, andra påverkar bara vissa delar av livet. Differensen beror på om det är individens subjektiva bedömning, medicinska diagnoser, arbetsförmåga eller något annat som ligger till grund för beräkningen.

Nedanstående siffror har vi samlat in från Statistiska Centralbyrån, Hjälpmedelsinstitutet, de ideella handikapporganisationerna och andra offentliga källor. Där det föreligger stor skillnad mellan olika källor har vi valt att presentera den lägre siffran.

9,5 procent av befolkningen använder någon typ av hjälpmedel.

Användare med problem att styra datorn

En användare kan ha problem med att styra datorn. Problemet kan bero på en funktionsnedsättning, exempelvis reumatism, men det kan också bero på utrustningen. En del mobiltelefoner på marknaden ger inte användaren möjlighet att "klicka". I stället använder man ett sorts tangentbordsliknande navigeringssätt, där man tar sig från länk till länk med tryck på en speciell knapp. Samma knapp finns på ditt vanliga tangentbord och heter där tabb. Webbplatsen ska gå att styra oberoende av om du har en mus att klicka med eller ett tangentbord att navigera med. Det kallas för "Input Device Independence".



Det finns en rad olika styrhjälpmedel till datorn. Exempelvis talstyrning, huvudstyrda möss och fotnavigering. Fungerar gränssnittet "Input Device Independent" fungerar det även för dessa hjälpmedel.

Många användare har problem med precisionen. Därför är det viktigt att det inte krävs onödigt stor precision för att klicka rätt i gränssnittet. Problemen kan bero på darrhänthet eller att du sitter på ett skumpande tåg. Till denna kategori hör också en stor grupp med personer som har arbetsskador, exempelvis personer med förslitningsskador, belastningsskador eller andra typer av arbetsrelaterade skador.

Hur många berörs?

Egentligen alla, särskilt när allt fler surfar med mobilen i alla möjliga och omöjliga situationer. Om vi fokuserar på funktionsnedsättningar ser siffrorna ut så här:

- 560 000 personer över 16 år har en rörelsenedsättning.
- 1 330 000 personer har nedsatt rörlighet i armar eller händer.
- Sjukdomar i skelettet och rörelseorganen är en av de vanligaste orsakerna till längre sjukskrivning.
- Det finns över en miljon reumatiker i Sverige – men många dör utan diagnos.

Användare med problem att tolka och förstå

För att besökaren ska kunna använda gränssnittet krävs det att han eller hon förstår vad man ska göra i webbtjänsten. En ovan användare har ofta stora problem med detta eftersom denne kanske inte har sett samma typ av tjänster/lösningar tidigare. Det kan vara svårt att navigera, man glömmer kanske scroll-listor och har svårt att förstå hierarkier på nätet. Därför är det viktigt att gränssnittet fungerar konsekvent och att länkar och menyer är bra utformade.



Sitter du vid skärmen på en bärbar dator i en mycket ljus miljö är det ofta svårt att uppfatta olika färgskiftningar. Därför är det viktigt att informationen inte är färgkodad så att du måste uppfatta olika nyansskillnader för att göra rätt. Även personer med kognitiva funktionsnedsättningar och personer som befinner sig i stressade miljöer har ett stort behov av enkla, tydliga och pedagogiska gränssnitt.

Hur många berörs?

Egentligen alla, men i olika grad och olika ofta. Många av oss har svårt att tolka och förstå information i vissa sammanhang. Stress och tidsbrist, att ämnet är okänt för oss, eller att utseende, navigation eller något annat är ovant för oss bidrar till problem att tolka och förstå. Dessutom finns det en ganska stor grupp som inte använder datorer och internet regelbundet. Personer som använder internet sällan kan ha en högre tröskel vad gäller att tolka och förstå hur en webbplats fungerar.

Om vi fokuserar på funktionsnedsättningar ser siffrorna ut så här:

- Cirka 0,5 procent har diagnosen utvecklingsstörning (ungefär 40 000 personer).
- 6-7 procent av befolkningen har låg begåvning.
- 2 procent har mycket låg begåvning.

Användare med problem att läsa och tolka skriftlig information

För att hjälpa användare som har svårt att läsa krävs att texterna struktureras och formateras väl. Att använda ett begripligt språk och förklara svåra ord, inte använda förkortningar och liknande skrivregler är extra viktigt för personer som har svårt att läsa. En ren, pedagogisk och anpassningsbar visning i gränssnittet hjälper också många. Men det viktigaste är kanske att inte bara förlita sig på text! På webben finns stora möjligheter att få ut information genom att använda bilder, film, ljud och illustrationer. På det sättet når man många fler än genom enbart text.



För personer med läs- och skrivproblem finns hjälpmedel som läser upp texten, förklarar svåra ord, ger möjlighet att använda läslinjal, att förändra textens utseende och mycket annat som hjälper användaren. För att hjälpmedlen ska fungera krävs att webbplatsen är tekniskt tillgänglig.

Men inte alla som har behov av dessa hjälpmedel får dem i Sverige. I dag är det bara 4 av 21 landsting som beviljar hjälpmedel till personer med läs- och skrivsvårigheter. Personer med annat modersmål än svenska kan inte ens ansöka om att få hjälpmedel, eftersom det inte räknas som funktionsnedsättning att ha annat modersmål.

En annan grupp som kan ha svårt att läsa och förstå information är barndomsdöva. Personer som är födda döva har teckenspråk som sitt modersmål och ofta svårt att läsa offentlig svenska. Barndomsdöva har rätt till information på teckenspråk.

Hur många berörs?

Egentligen alla, för även vana läsare läser både fortare och bättre om texten är välstrukturerad, raderna inte är för långa och så vidare.

Om vi fokuserar på funktionsnedsättningar ser siffrorna ut så här:

- 25 procent av Sveriges vuxna befolkning har problem med att läsa.
- 4-5 procent beräknas ha dyslexi.
- Varje år drabbas 12 000 personer av afasi. En tredjedel av dessa är i yrkesverksam ålder.
- 10 000 är barndomsdöva, det föds cirka 70 döva barn per år.

Det bor cirka 1,4 miljoner utlandsfödda i Sverige, cirka 15 procent av befolkningen. De flesta kommer från Finland, följt av Irak och Jugoslavien som vanligaste födelseland. Det finns en enorm spridning i de språkliga svårigheterna för personer med så olika förutsättningar, utbildning och ålder vid flytten från hemlandet.

Användare med problem att se

Många människor har någon form av synproblem. De flesta kan korrigeras synproblemen med glasögon eller linser, men det finns situationer där det ändå inte fungerar. En tillgänglig webbplats ger besökaren möjlighet att ställa in visningen, exempelvis textstorleken. Det är väsentligt för en person med synproblem.

Även om man har perfekt syn kan det ibland vara svårt att se, till exempel om man använder en mindre enhet, exempelvis mobiltelefon eller surfplatta, sitter i en dålig ljusmiljö eller är trött och stressad.



För personer med synnedsättning finns det förstora hjälpmedel som kan förstora upp till 32 gånger. Det gör att användaren ser en mycket liten del av skärmen åt gången, men i kraftig förstoring. Det ställer stora krav på en konsekvent design och bra stödlinjer.

För personer med kraftigare synskador finns det olika typer av hjälpmedel. Till exempel skärmläsare som förmedlar det som visas på skärmen via en talsyntes och/eller en punktskriftsdisplay vilket gör att användaren kan "lyssna" eller "känna" på webbplatsen. Skärmläsare för synskadade skiljer sig från skärmläsare för dyslektiker. En gravt synskadad behöver få struktur, bilder och grafiska objekt presenterade genom skärmläsaren. För att det ska fungera krävs det att webbplatsen är tekniskt tillgängligt konstruerad.

Hur många berörs?

Egentligen alla. När vi blir äldre ser många av oss allt sämre och se dig omkring: i den vuxna befolkningen har en majoritet någon form av synkorrigering, kontaktlinser eller glasögon.

Om vi fokuserar på funktionsnedsättningar ser siffrorna ut så här:

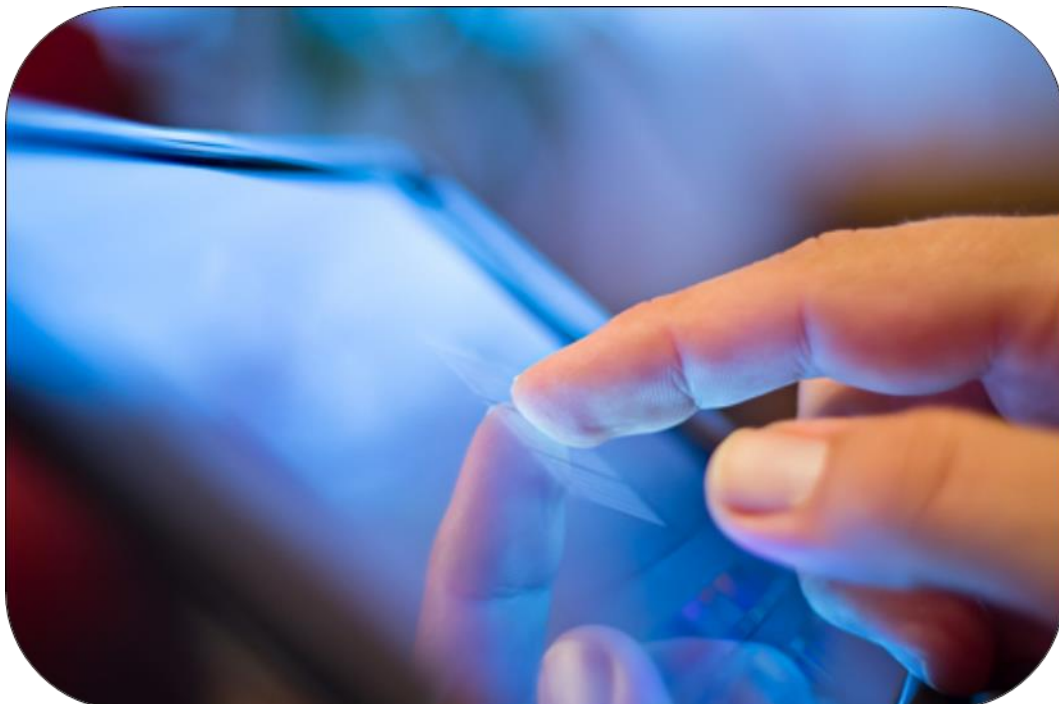
- Det finns cirka 100 000 medicinskt synskadade
- 10 000 är gravt synskadade eller helt blinda
- 800 läser punktskrift
- Några procent av befolkningen är färgblinda

10 tips för en tillgängligare webbplats

1. Komplettera dina texter med bra bilder. Var noga med att de är meningsbärande och märk upp dem på rätt sätt. Prova också att ta bort text. Less is more!
2. Be en elev i årskurs fyra förklara innehållet på en godtycklig sida på din webbplats (är språket begripligt?).
3. Välj och följ aktuella standarder uppsatta av W3C med omsorg.
4. Be din inte alls datavana pappa/mamma/granne utföra en uppgift på din webbplats utan hjälp utifrån (är strukturen begriplig?).
5. Följ etablerade konventioner på webben (alltså sätt att förstå) hellre än att försöka lära användaren något nytt och unikt för just din webbplats.
6. Använd relativa mått för att definiera textstorlekar.
7. Läs länkarna på webbplatsen – bara själva länktextern (kommer användaren att förstå vart länken leder?).
8. Skriv ut webbplatsen i svart-vitt och be någon som inte sett den förut peka ut alla länkar.
9. Navigera enbart med hjälp av tangentbordet.
10. Surfa med mobiltelefonen på din webbplats!

Och det kanske viktigaste:

Avtala med leverantören att den detaljerade kravspecifikationen ska följas och se till att detta kontrolleras av en oberoende part före acceptans och betalning.



Funka Nu AB

Funka startades som ett projekt inom handikapprörelsen 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 handikapprörelsen innebär en unik kvalitetskontroll som ofta resulterar i olika forskningsprojekt. Vi har kontor i Stockholm och Oslo.

Vi har en unik bredd inom tillgänglighetsområdet. Vi arbetar med digital information och kommunikation likväl som analog. Lite mer konkret betyder det att vi arbetar med webb, system, appar, trycksaker, skyltar med mera.

Vi arbetar också med byggnader och fysiska miljöer samt med verksamhetsprocesser och strategiskt stöd för att integrera tillgänglighetsfrågor i ordinarie processer. Dessutom är vi experter på användbarhet.

Våra djupa expertkunskaper gör att vi ofta deltar i projekt, eller får utrednings- eller förtroendeuppdrag. Genom förtroendeuppdrag och standardiseringsarbete sätter Funkas arbete normer för utveckling och analys samt utformning av krav vad gäller tillgänglighet. På uppdrag av EU-kommissionen utarbetar vi metodik och mäter status på webbtillgänglighet i samtliga EUs medlemsländer plus Norge, USA, Kanada och Australien. Vi finns representerade i regeringens Användningsforum, Standard Norge, Svensk Standard och Mandat 376, som på uppdrag av EU-kommissionen tar fram gemensamma krav på tillgänglighet vid offentlig upphandling.

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: Jan Friedman (ordförande),
Lennart Engelhardt och Mats Wennberg.

Antal anställda: 24

Omsättning 2011: 22 MSEK

Kontaktinformation

Funka Nu AB
Döbelnsgatan 21
111 40 Stockholm

Tel: 08-555 770 60

Fax: 08-551 132 36

E-post: kontakt@funkanu.se

Webb: www.funkanu.se

Funka Nu.