

Konrad Mielko Janusz Słotarski

Dostępność cyfrowa serwisów www



Dostępność cyfrowa serwisów www

Konrad Mielko • Janusz Słotarski

Dostępność cyfrowa serwisów www

Szczecin, 2023



Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój



**Rzeczpospolita
Polska**

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



Redakcja: Magdalena Krause

Ilustracje: Seweryn Fleischer

DTP: Studio Harmonia

*Projekt „Uniwersyteckie Centrum Wiedzy o Dostępności w Szczecinie”
(POWR.03.05.00-00-CW03/20-00) jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój 2014 – 2020
Oś III Szkolnictwo wyższe dla gospodarki i rozwoju
Działanie 3.5 Kompleksowe programy szkół wyższych*

Projekt rozwojowo-wdrożeniowy realizowany przez Wydział Prawa i Administracji Uniwersytetu Szczecińskiego w partnerstwie z Zachodniopomorskim Uniwersytetem Technologicznym w Szczecinie.



**UNIwersYTECKIE CENTRUM WIEDZY
O DOSTĘPNOŚCI W SZCZECINIE**

Spis treści

Wprowadzenie		8
Rozdział I	Omówienie standardu WCAG, jego poziomów i zasad stosowania	9
Rozdział II	Postrzegalność	17
Rozdział III	Funkcjonalność	28
Rozdział IV	Zrozumiałość	34
Rozdział V	Solidność	39
Rozdział VI	Audytowanie stron www	40
Rozdział VII	Deklaracja dostępności	50
Zakończenie		63
Wykaz źródeł		64

Wprowadzenie

Niniejsze opracowanie dotyczy eksploracji konceptu dostępności cyfrowej. Szczególnej uwadze poddane są w nim serwisy internetowe, czyli te obszary, które dzięki powszechnemu użytkowaniu stają się coraz bardziej dostosowane i przystępne dla każdego odbiorcy, bez względu na ograniczenia o charakterze fizycznym, sensorycznym czy kognitywnym. Podstawowym celem niniejszego podręcznika dobrych praktyk jest przedstawienie i analiza kluczowych aspektów, które są istotne w procesie dostosowywania stron internetowych i aplikacji mobilnych do wymogów, zawartych w standardach WCAG 2.1.

W opracowaniu tym zostaną Państwo zaznajomieni z zagadnieniami dostępności cyfrowej, z ideą standardów WCAG, z ich zastosowaniem oraz znaczeniem w kontekście projektowania stron WWW oraz aplikacji mobilnych. Lektura tego tekstu ma na celu wykazać jak bardzo kluczowe jest, uwzględniając różnorodność użytkowników Internetu, tworzenie serwisów dostępnych dla szerokiego spektrum odbiorców, w tym - dla osób z niepełnosprawnościami i szczególnymi potrzebami.

Ponadto w podręczniku znalazły się informacje na temat tego, na co należy zwrócić szczególną uwagę, podczas dostosowywania stron internetowych i aplikacji mobilnych do standardów WCAG 2.1.

Rozdział I

Omówienie standardu WCAG, jego poziomów i zasad stosowania

Zarówno osoby prywatne jak i organizacje, które korzystają z wytycznych WCAG 2.1 stanowią różnorodną grupę, obejmującą między innymi użytkowników projektujących serwisy internetowe, decydentów, nabywców usług, nauczycieli czy studentów. Aby sprostać różnym potrzebom tych grup odbiorców, stworzono kilka warstw wytycznych, w tym zasady ogólne, mierzalne kryteria sukcesu, bogaty zbiór wystarczających technik, technik dodatkowych oraz udokumentowane, często występujące błędy, poparte przykładami, odnośnikami do zasobów i fragmentów kodu źródłowego.

- Zasady — na szczycie hierarchii znajdują się cztery zasady, które stanowią fundament dostępności internetowej: postrzegalność, funkcjonalność, zrozumiałość i solidność. Więcej informacji w: *Understanding the Four Principles of Accessibility* (Zrozumienie czterech zasad dostępności);
- Wytyczne — na kolejnym poziomie znajduje się trzynaście wytycznych. Definiują one podstawowe cele, do których powinni dążyć autorzy, aby ich treści były bardziej dostępne dla użytkowników z różnymi niepełnosprawnościami. Wytyczne nie są mierzalne, ale stanowią ogólne ramy i cele do osiągnięcia. Mają pomóc autorom zrozumieć kryteria sukcesu i pozwolić na ich skuteczniejsze wdrażanie;
- Kryteria sukcesu — dla każdej wytycznej opracowano mierzalne

kryteria sukcesu. Pozwala to na zastosowanie WCAG 2.1 wszędzie tam, gdzie konieczne jest sprawdzenie zgodności z wytycznymi, np. przy specyfikacji projektu, zamawianiu usług internetowych, tworzeniu umów oraz w przepisach prawnych. Aby zaspokoić potrzeby różnych grup i różnych sytuacji, zdefiniowano trzy poziomy zgodności: A (najniższy), AA i AAA (najwyższy). Dodatkowe informacje na temat poziomów WCAG można znaleźć na stronie *Understanding Levels of Conformance* (Zrozumieć poziomy zgodności);

- Techniki wystarczające i dodatkowe — dla każdej wytycznej oraz każdego kryterium sukcesu WCAG 2.1, grupa robocza zebrała szereg technik (dokument ma charakter informacyjny, ale nie formalny). Podzielono je na dwie kategorie: techniki wystarczające, by spełnić kryteria sukcesu oraz techniki dodatkowe. Techniki dodatkowe wykraczają poza to, co jest wymagane przez dane kryteria sukcesu i pozwalają wykonawcom i autorom na jeszcze lepszą realizację wytycznych. Niektóre techniki dodatkowe dotyczą barier dostępności, które nie zostały ujęte w mierzalnych kryteriach sukcesu. Zostały tu również udokumentowane najczęściej występujące błędy. Więcej informacji znajduje się w *Understanding Techniques for WCAG Success Criteria* (Zrozumieć techniki dla kryteriów sukcesu WCAG).

Wszystkie powyższe warstwy (zasady, wytyczne, kryteria sukcesu, techniki wystarczające i dodatkowe) uzupełniają się wzajemnie i wskazują, w jaki sposób należy tworzyć bardziej dostępne treści internetowe. Wykonawcom i autorom treści doradza się stosowanie w miarę możliwości wszystkich warstw, w tym także technik dodatkowych, aby zaspokoić potrzeby jak najszerszej grupy użytkowników. Należy pamiętać o tym, że nawet treści, które są zgodne na najwyższym (AAA) poziomie, nie będą dostępne dla osób ze wszystkimi rodzajami i stopniami niepełnosprawności, w tym z niepełnosprawnością złożoną, szczególnie w zakresie problemów z uczeniem się oraz rozumieniem języka.

Zachęca się wykonawców i autorów treści do stosowania szerokiego zakresu

technik, w tym technik dodatkowych, ale także do poszukiwania najlepszych praktyk, stosowanych w danym momencie rozwoju Internetu tak, aby były one w możliwie największym stopniu dostępne dla osób z różnymi dysfunkcjami. Metadane mogą pomóc użytkownikom w znalezieniu treści najbardziej dostosowanych do ich potrzeb.

WCAG 2.1 opiera się na 4 zasadach:

- postrzegalności,
- funkcjonalności,
- zrozumiałości,
- solidności (w polskim i unijnym prawie określonej jako kompatybilności).

Wbrew pozorom, zasady te nie mają natury technicznej, skłaniają one raczej do myślenia o różnych użytkownikach, którzy np.:

- są niewidomi i chcą wiedzieć co znajduje się na załączonym zdjęciu;
- nie mogą korzystać z myszy, a jedynie z klawiatury;
- powiększają widok stron lub zmieniają jej kolory, żeby móc lepiej widzieć treść;
- zmieniają ustawienia przeglądarki, aby treść była bardziej czytelna.

Zasady te dotyczą wszystkich elementów strony i aplikacji - kodu, treści i sposobu ich działania. Żeby je wdrożyć, muszą zaangażować się wszystkie osoby, które są odpowiedzialne za te obszary na stronie lub w aplikacji.

Zasady WCAG 2.1 podzielone są na trzynaście wytycznych. Każda z nich z kolei podzielona jest na określone wymagania (kryteria sukcesu).

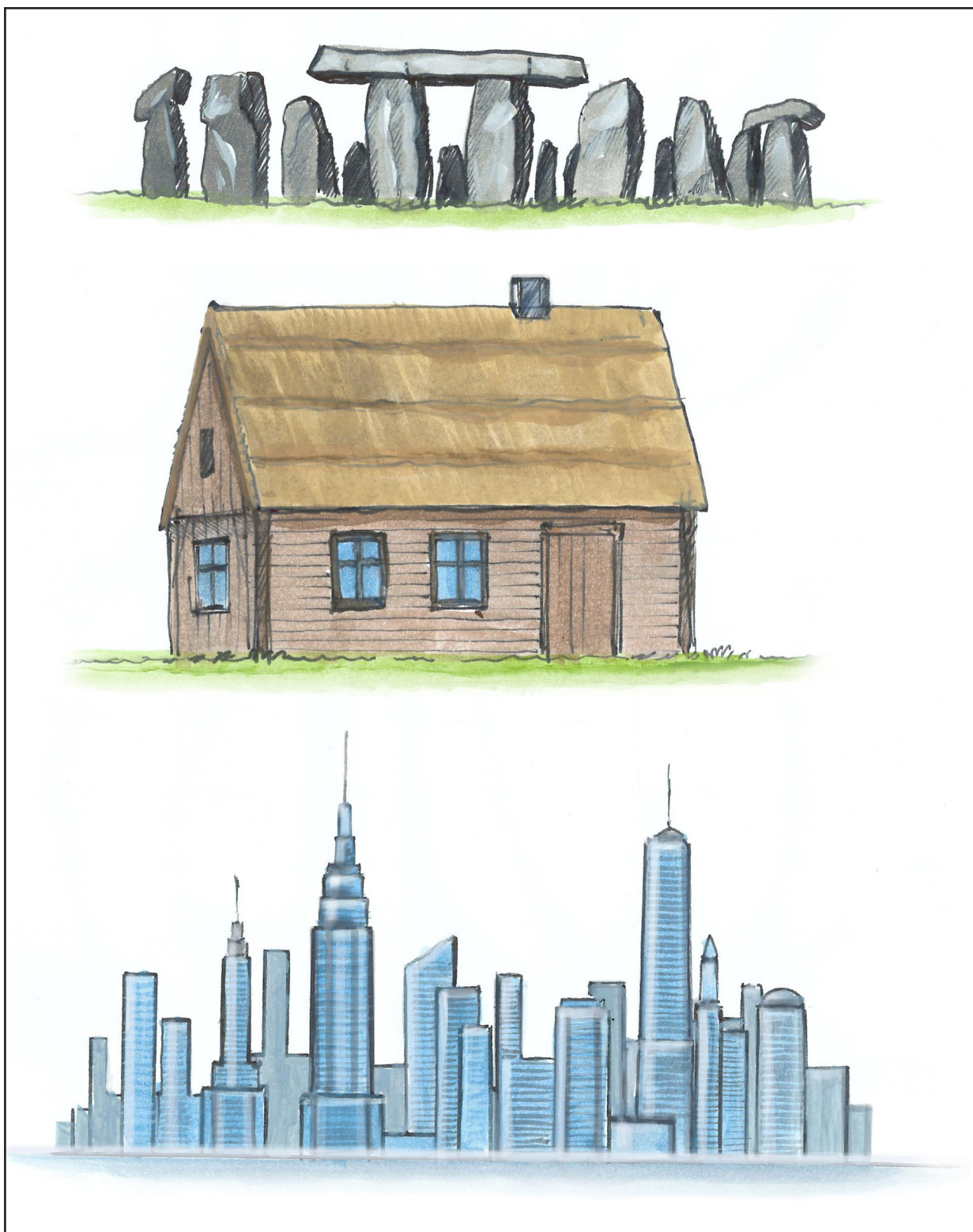
- Postrzegalność - informacje oraz komponenty interfejsu użytkownika muszą być przedstawione odbiorcom w sposób możliwy do odbierania przez ich zmysły.

- Funkcjonalność - komponenty interfejsu użytkownika oraz nawigacja muszą być funkcjonalne, czyli możliwe do użycia.
- Zrozumiałość - treść oraz obsługa interfejsu użytkownika musi być zrozumiała.
- Solidność - treść musi być na tyle rzetelna, by istniała możliwość jej poprawnej interpretacji przez wielu różnych klientów użytkownika, włączając technologie asystujące.

A, AA i AAA – czyli poziomy zgodności z WCAG

Podane wyżej wytyczne, dotyczące dostępności treści internetowych są podzielone na trzy poziomy zgodności. W każdym z nich opisane zostały elementy i procedury, które należy wdrożyć na stronie, aby można ją było uznać za zgodną z WCAG.

- Poziom A – to najbardziej podstawowe funkcje, które zapewniają minimalny poziom dostępności. Powinny je spełniać wszystkie strony internetowe;
- Poziom AA – niweluje największe i najczęstsze bariery, z jakimi spotykają się osoby z niepełnosprawnością w sieci. Do jego spełnienia dąży większość autorów stron internetowych;
- Poziom AAA – najwyższy (i najbardziej złożony) poziom dostępności w ramach WCAG. Jego osiągnięcie jest bardzo trudne, a dla niektórych witryn nawet niemożliwe.



Rysunek Stonehenge, drewnianej chaty i nowoczesnego miasta jako metafora kryteriów A, AA i AAA cyfrowej dostępności.

- Poziom A określa niezbędne minimum, które pozwala na uzyskanie dostępności, bez wykluczania jakichkolwiek grup użytkowników.
- Poziom AA zawiera kryteria zalecane, aby strona była jak najbardziej przyjazna użytkownikom o specjalnych wymaganiach.
- Poziom AAA natomiast wprowadza dostępność w pełnym zakresie, zapewniając komfortowe użytkowanie dla wszystkich osób.

Przykładem dostępności na różnych poziomach może być choćby wprowadzenie alternatywnych form prezentacji treści. Na poziomie A może się to odbywać poprzez nagranie audio, video lub dodanie rozszerzonych napisów. Na poziomie AA wprowadza się napisy rozszerzone albo audiodeskrypcję. Na poziomie AAA pojawiają się natomiast nagrania w języku migowym.

Jak wcześniej nadmieniono, istnieje trzynaście wytycznych dostępności, które uporządkowano według czterech zasad: postrzegalności, funkcjonalności, zrozumiałości i rzetelności. Zasady postrzegalności dotyczą czterech wytycznych, zasady funkcjonalności - pięciu wytycznych, zasady zrozumiałości - trzech wytycznych i zasady rzetelności - jednej wytycznej.

W WCAG 2.0 było dwanaście wytycznych, natomiast w WCAG 2.1 dodano trzynastą wytyczną (do zasady funkcjonalności).

Kryteriów sukcesu w WCAG 2.1 jest łącznie siedemdziesiąt osiem (wcześniej było ich sześćdziesiąt jeden). Wśród siedemdziesięciu ośmiu kryteriów sukcesu można wymienić:

- 30 kryteriów na poziomie A (wcześniej było 25),
- 20 kryteriów na poziomie AA (wcześniej było 13),
- 28 kryteriów na poziomie AAA (wcześniej było 23).

Przydatne narzędzia

Color Contrast Analyser – darmowy program do analizy kontrastu.

<https://developer.paciellogroup.com/resources/contrastanalyser/>;

Narzędzie developerskie przeglądarki – (Ctrl+Shift+I - Chrome, Firefox, Opera);

NVDA (Non Visual Desktop Access) - darmowy i najczęściej używany przez osoby niewidome program asystujący. <https://www.nvda.pl/pobierz>;

Screen reader (NVDA);

WAVE (Web Accessibility Evaluation Tool) - darmowy walidator, umożliwiający analizę pojedynczej strony internetowej pod kątem WCAG 2.1. <https://wave.webaim.org/>, lub rozszerzenie do przeglądarki Google Chrome <https://chrome.google.com/webstore/detail/wave-evaluation-tool/jbbplnpkjmmeebjpijfedlgcdiloafh?hl=pl>.

Przykładowe skróty klawiaturowe:

Tab, Spacja, ↑, ↓, ←, →, Enter;

H – nagłówki (+ klawisze 1-6);

K – linki (+ klawisze U, V);

B – przyciski T – tabele;

G – grafiki;

L – listy (+ klawisz I);

D – landmarki F – formularze E – pole edycji;

X – pole wyboru;

C – pole rozwijane R – pole opcji.

Rozdział II

Postrzegalność

Opisy alternatywne dla grafik i zdjęć

Można wyróżnić kilka najczęściej spotykanych funkcji, które mogą pełnić grafiki na stronie:

- Obrazy przekazujące informacje (zdjęcia, wykresy, schematy itd.);
- Obrazy tekstu (tekst w postaci pliku graficznego);
- Obrazy dekoracyjne (które nie przekazują żadnej informacji);
- Obrazy pełniące określone funkcje (odnośniki i przyciski graficzne).

Oto jak wygląda tekst alternatywny:

```

```

- atrybut `src` wskazuje w HTML nazwę lub adres pliku, który ma być wyświetlony na stronie;
- atrybut `alt` przekazuje w postaci tekstu, co jest treścią zdjęcia.

Każdy obrazek, plik graficzny opublikowany za pomocą znacznika `<img>` powinien mieć atrybut `alt`. Treść tego atrybutu powinna adekwatnie opisywać zawartość lub funkcję obrazka. W niektórych sytuacjach atrybut `alt` może być pusty `<img ...`

alt="">Alternatywny dostęp do materiałów audio i video.

Transkrypcja nagrania audio/video polega na wiernym zapisie przebiegu zarejestrowanej rozmowy w dowolnym programie zapisu tekstowego.

Napisy rozszerzone albo, inaczej - napisy dla osób Głuchych i słabosłyszących to nie tylko transkrypcja tekstowa tego, co zostało powiedziane, ale również informacja o innych istotnych dźwiękach.

Audiodeskrypcja jest usługą skierowaną do osób niewidomych i słabowidzących. Polega ona na wpleceniu komentarza, opisującego obraz w ścieżkę dźwiękową. Przerwy w dialogach wykorzystuje się, by opowiedzieć, co dokładnie dzieje się na ekranie, opisać bohaterki i bohaterów, miejsce akcji, kostiumy, gestykulację i mimikę aktorów. Dzięki audiodeskrypcji przekaz i odbiór filmu są bardziej zrozumiałe dla osób niewidzących i niedowidzących.

Istotne jest sprawdzenie transkrypcji opisowej nagranych dźwięku dla wszystkich nagranych (nieprzekazywanych na żywo) materiałów dźwiękowych i wideo publikowanych na stronie, takich jak np. podcasty dźwiękowe, pliki audio np. mp3, itp.

Ważne jest również sprawdzenie opisu tekstowego lub dźwiękowego dla materiałów wideo (nieprzekazywanych na żywo), które nie zawierają ścieżki dźwiękowej.

Alternatywa dla audio: zapewniony jest tekst alternatywny dla nagrań dźwiękowych, przedstawiający tę samą treść, co nagranie audio.

- Alternatywa dla wideo: zapewniony jest tekst alternatywny albo audiodeskrypcja dla nagrań, zawierających tylko wideo. Przedstawiają one tę samą treść, co nagranie wideo.

Do wszystkich nagrań audio w multimedialach zsynchronizowanych (dźwięk i obraz), z wyjątkiem sytuacji, kiedy są one alternatywami dla tekstu i w taki też sposób są oznaczone, zapewnione są napisy rozszerzone.

Filmy i materiały audio

W jaki sposób można sprawić, by filmy były dostępne dla osób niesłyszących?



Rysunek przedstawiający osobę starszą z aparatem słuchowym oglądającą film z napisami w telewizji.

- Po pierwsze, każdy film, który zawiera treści mówione (przez lektora czy osoby uczestniczące w filmie) powinien być opatrzony napisami. Napisy mogą być domyślnie wyłączone, jednak ich włączenie nie powinno sprawiać kłopotu. Dobrym zwyczajem jest umożliwienie wyłączenia napisów, jeśli domyślnie są włączone - niektórzy użytkownicy słyszący, po prostu ich nie lubią.
- Po drugie, jeśli jest to możliwe, transkrypcja tekstowa (do napisów lub

do oddzielnego pliku) powinna być uzupełniona o deskrypcję tekstową, zawierającą tekstowe przedstawienie istotnych dźwięków tła, lub nawet dźwięków pozawerbalnych, wydawanych przez osoby mówiące w filmie np. [yhm].

Kontrola odtwarzania dźwięku. Poziom A

Należy sprawdzić, czy zaraz po wczytaniu strony www odtwarzany jest dźwięk np.: czy zaczyna grać muzyka lub inny podkład dźwiękowy, czy automatycznie odtwarzany jest film reklamowy, itp. Dla użytkowników niewidomych, dźwięki odtwarzane na stronie będą nakładać się z głosem lektora programu czytającego, utrudniając jego zrozumienie.

Jeśli dźwięki trwają dłużej niż 3 sekundy, powinno się sprawdzić, czy istnieje mechanizm, dzięki któremu użytkownik będzie mógł je zatrzymać, wyciszyć lub zmienić ich głośność.

Logiczna struktura treści

Informacje, struktura oraz relacje między treściami przekazywane poprzez prezentację mogą być odczytane przez program komputerowy lub widnieć w postaci tekstu.

Należy zweryfikować sposób zastosowania semantycznych znaczników HTML, dzięki którym technologie asystujące takie jak np. czytniki ekranu (screen readers), używane przez osoby niewidome i niedowidzące, mogą w prawidłowy sposób zinterpretować i odczytać treść strony.

Główny nacisk należy położyć na sprawdzenie zastosowania:

- nagłówków w odpowiedniej hierarchii,
- list numerowanych, punktowych i ich właściwego zagnieżdżenia,

- semantycznych znaczników wyróżniania tekstu,
- tytułów i nagłówków dla tabeli.

Nagłówki

Oto kilka zasad, związanych z nagłówkami i ich działaniem na rzecz dostępności:

- Powinny być stosowane konsekwentnie w całym serwisie, na każdej stronie.
- Powinny być używane do tytułowania rozróżnialnych sekcji strony. Nie wolno ich stosować do pozycjonowania w wyszukiwarkach.
- Powinny być ustawione hierarchicznie — pomaga to osobie niewidomej wyobrazić sobie układ strony, z uwzględnieniem tego, co ważne i mniej ważne na danej stronie.

W języku HTML mamy możliwość skorzystania z sześciu poziomów nagłówków, zaczynając od `<h1>` (h od heading, z ang. nagłówek) kończąc na `<h6>`. Cyfra nagłówka oznacza jego miejsce w hierarchii dokumentu.

Redaktor serwisu internetowego ma zwykle do dyspozycji edytor wizualny, który pozwala na formatowanie tekstu (jak w Wordzie). Może dzięki temu wygodnie oznaczyć poszczególne fragmenty tekstu jako elementy kodu HTML, nie będąc zmuszonym do zaglądania do kodu. Wspomniane rozwiązania pozwalają zwykle „ustawić nagłówki”.

Listy punktowe i numerowane

Listy wypunktowane są czytelnym i estetycznym sposobem przedstawienia treści. Stosowane we właściwy sposób, poprawiają czytelność i zrozumiałość tekstu. Niektóre jego fragmenty wręcz proszą się o to, by uporządkować je za pomocą listy.

Najczęściej spotyka się następujące rodzaje list:

- Listę nieuporządkowaną, w której każdy element zaczyna się od punktów, strzałek, czy innych graficznych wyróżników.
- Listę uporządkowaną, w której każdy punkt zaczyna się od liczby, np. 1, 2, 3 lub I, II, III.

Podstawowe wytyczne tworzenia prawidłowych list:

- Należy nauczyć się odróżniać treści, które powinny być listą nieuporządkowaną od tych, które należy przekazywać przy użyciu listy uporządkowanej.
- Nie należy tworzyć list jednoelementowych.
- Nie wolno tworzyć listy tylko po to, by sformatować tekst. Takie nadużycie wprowadza w błąd zarówno czytelników widzących, jak i niewidomych.

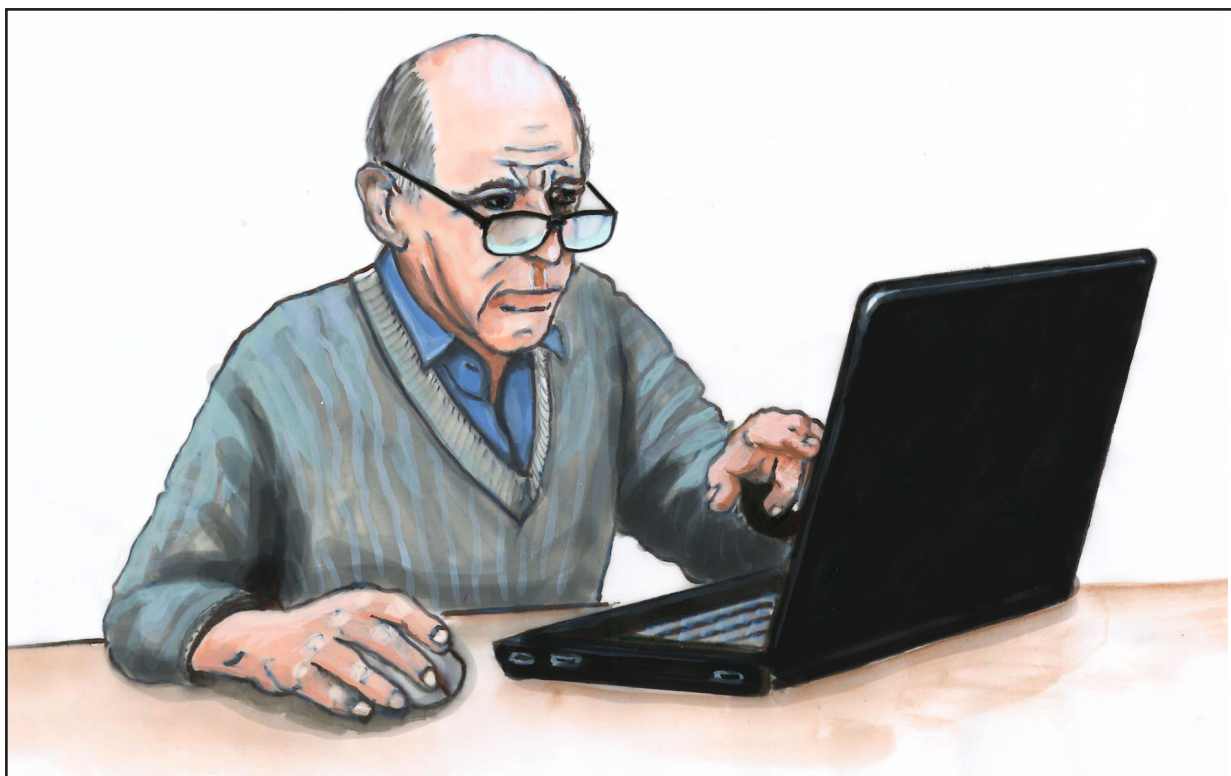
Znaczniki do formularzy i tabel

Programista powinien udostępnić redaktorowi moduł do tworzenia tabel, który uwzględnia wytyczne dostępności i umożliwia m.in. zdefiniowanie nagłówków.

Redaktor zaś powinien umieć tworzyć dostępne tabele, oznaczać nagłówki i stosować tabele tylko wtedy, gdy jest to uzasadnione — do zamieszczania danych i innych treści, które powinny znaleźć się w takiej postaci na stronie internetowej.

Nagłówki nie wyczerpują problemu dostępności tabel. Szczególnie ważny dla dostępności jest podpis tabeli (<caption>). Poniżej znajdują się pozostałe istotne dla dostępności elementów tabel:

- Zasięg komórki nagłówka — atrybut scope.
- Skrócone nazwy nagłówków — atrybut abbr.



Rysunek starszego mężczyzny w okularach przy biurku, korzystającego z laptopa.

Należy sprawdzić czy w tekstowych polach formularza, w których zbierane są określone informacje o użytkowniku (jak np. imię, nazwisko, telefon, e-mail, itp.) zdefiniowano atrybut autocomplete z odpowiednią wartością, np. dla pola:

- Imię: given-name
- Nazwisko: family-name
- Adres e-mail: email
- Telefon: tel
- itd.

```
<input type="text" id="user_email" name="user_email" autocomplete="email">
```

Formatowanie – kolor, wyróżnienia, czcionki

Rozmiar czcionki — W przypadku tekstów na stronach internetowych warto zastanowić się nad większą czcionką np.: 16 px.

PX vs EM

Co prawda jednostek miary, jeśli chodzi o czcionkę, jest całe mnóstwo: em, px, % ex pt, cm, mm, in, pc jednak w powszechnym użyciu mamy do czynienia z pierwszymi dwiema.

EM vs REM

Jednostka REM to nic innego jak root em, czyli znana jednostka em, której wielkość liczona jest bezpośrednio od roota naszego dokumentu (czyli zazwyczaj od html), a nie od elementów nadrzędnych.

Oznacza ona odstęp między poszczególnymi wierszami w tekście. To, w jaki sposób jest ona ustawiona, ma duży wpływ na odbiór tekstu i jego przejrzystość. Powinna być ustawiona na 1,2-1,5 (120-150%) rozmiaru fontu. Bardzo istotne jest to, żeby poszczególne linijki tekstu nie zlewały się w całość, lecz aby były wyraźnie od siebie oddzielone.

Wyrównanie i długość tekstu

Zwykle stosuje się wyrównanie do lewej. Wyjustowanie w Internecie może powodować różne trudności. Pełne justowanie ma to do siebie, że na ogół sprawdza się przy szerokich kolumnach. Im węższa kolumna, tym większy problem ze światłami międzywyrazowymi i konieczność dobrego dobrania wysokości kroju i kerningu.

Długość wersów

W tym przypadku należy zachować zdrowy rozsądek. Długość wiersza powinna być dopasowana m.in. do rozmiaru czcionki. Nie powinny być one ani zbyt długie, ponieważ czytanie takich tekstów jest męczące, ani zbyt krótkie.

Długość akapitów

Im krótsze, tym lepsze. Oczywiście cały tekst, składający się z akapitów, mających zaledwie dwie linijki może być trudny w odbiorze. Jednocześnie nie powinno się tworzyć akapitów dłuższych niż osiem wiersów. Obecnie, przy tak częstym i powszechnym skanowaniu tekstów, krótkie akapity stanowią duże ułatwienie.

Layout

Tekst lub grafiki tekstowe powinny posiadać kontrast w stosunku 4,5:1. Stworzenie layoutu serwisu, w którym tło jest jasne, a tekst ciemny, sprawia mniej problemów z odbiorem niż w układzie odwrotnym (w tzw. kontrze).

Należy pamiętać o kolorystyce linków. Jeśli chcemy wyróżnić link lub zastosować kolor inny od standardowego, przypisanego linkom, nie należy wybierać kolorów z przeciwnych przedziałów palety kolorów np.: czerwonej czcionki i niebieskiego tła. W takim bowiem przypadku obraz zacznie migotać (złudzenie optyczne).

Warto jest również sprawdzić, czy po powiększeniu rozmiaru czcionki do 200% w przeglądarce lub za pomocą udostępnionych na stronie kontroltek nie następuje utrata zawartości lub funkcjonalności strony internetowej serwisu, np.:

- czy nie są obcinane fragmenty tekstów,
- czy funkcjonalne elementy nie wychodzą poza krawędzie przeglądarki.

Jeśli wykorzystywane technologie mogą przedstawiać treść w sposób wizualny, wówczas do przekazywania informacji preferowane jest wykorzystanie tekstu, a nie obrazu tekstu. Wyjątkiem mogą być następujące sytuacje:

- kiedy obraz tekstu może być **dostosowany** wizualnie do wymagań użytkownika;
- gdy prezentacja tekstu w postaci graficznej jest **istotna** dla zrozumienia przekazywanej informacji.

Uwaga: Logotyp (tekst, który jest częścią logo lub nazwy własnej produktu) jest uznawany za istotny!

Dopasowanie do ekranu Poziom AA (Dodane w 2.1)

Istnieje potrzeba weryfikacji, czy nie następuje utrata treści, funkcjonalności oraz czy treść nie jest przewijana w poziomie, kiedy szerokość ekranu wynosi 320 pikseli.

Wyjątkiem są treści, wymagające przewijania w poziomie takie jak np.: tabele danych, złożone obrazy (mapy, wykresy), paski narzędzi, itp.

Należy również upewnić się, czy przy zwiększeniu odstępów w tekście pomiędzy literami i wierszami nie następuje utrata treści lub funkcjonalności.

- Wysokość linii (odstęp między wierszami) powinna być co najmniej 1,5 razy większa niż rozmiar czcionki.
- Odstępy pomiędzy akapitami powinny być co najmniej 2 razy większe niż rozmiar czcionki.
- Odstępy między literami (rozstrzelenie) powinny być co najmniej 0,12 razy większe niż rozmiar czcionki.
- Odstępy między wyrazami powinny być co najmniej 0,16 razy większe niż wielkość czcionki.

W sytuacji, gdy po najechaniu kursorem myszy lub umieszczeniu fokusa klawiatury na elemencie pojawia się dodatkowa treść (np. tooltip, okienko dialogowe) należy sprawdzić czy:

1. Pokazaną treść można odrzucić (zazwyczaj za pomocą klawisza Esc) bez przesuwania kursora myszy lub fokusa klawiatury, chyba że treść zawiera błąd lub nie zasłania ani nie zakłóca odczytania pozostałej treści strony.
2. Pokazana treść pozostaje widoczną, dopóki:

- a. kursor myszy lub fokus klawiatury nie zostaną odsunięte od elementu, który nową treść wywołał,
- b. treść nie zostanie odrzucona lub nie będzie już istotna.

Responsywność

Istotne jest sprawdzenie, czy nie następuje utrata treści, funkcjonalności oraz czy treść nie jest przewijana w poziomie, kiedy szerokość ekranu wynosi 320 pikseli.



Rysunek przedstawiający trzech użytkowników ze smartfonem, tabletem i komputerem.

Wyjątkiem są treści, wymagające przewijania w poziomie takie jak np.: tabele danych, złożone obrazy (mapy, wykresy), paski narzędzi, itp.

Rozdział III

Funkcjonalność

Nawigacja klawiaturą

Klawiatura Poziom A

Należy sprawdzić, czy każdy element strony internetowej i jego funkcjonalność dostępny jest przy użyciu klawiatury. Wyjątkiem są te elementy, które konwencjonalnie nie mogą być wykonane klawiaturą (np. rysunek odręczny).



Rysunek starszego mężczyzny obsługującego stronę internetową na komputerze za pomocą klawiatury.

Brak pułapki na klawiaturę Poziom A

Ważne jest, by zweryfikować, czy użytkownik może poruszać się po wszystkich elementach nawigacyjnych strony, używając jedynie klawiatury oraz czy istnieje blokada, która wymusi na użytkowniku wykonanie jakiejś akcji myszką, aby przejść do następnego aktywnego elementu.

W sytuacji, gdy zostały zaimplementowane na stronie skróty klawiaturowe oparte tylko o litery, liczby, symbole lub znaki interpunkcyjne należy sprawdzić czy:

- można wyłączyć skrót,
- można zdefiniować skrót na dodatkowy klawisz niedrukowalny (Ctrl, Alt, itp.),
- skrót jest aktywny tylko wtedy, gdy powiązany z nim element jest sfokusowany.

Ustawienia video, audio i animacji

Trzy błyski lub wartości poniżej progu Poziom A

Dobłą praktyką będzie sprawdzenie, czy istnieją treści, które migają więcej niż trzy razy na sekundę i zawierają dużo czerwieni. Mogą one bowiem zwiększyć u niektórych osób ryzyko napadu padaczki poprzez oddziaływanie na układ nerwowy.

Wyjątek: błyski mogą się pojawiać na 10 stopni widzenia powierzchni ekranu. Czyli np. dla 1024×768 będzie to obszar 341×256 pikseli przy standardowej odległości. Zatem chodzi o efekt stroboskopu i błysków czerwonych.

Hiperłącza – opis i funkcja

Linki, przyciski formularza czy też obszary aktywne map odnośników nie powinny być dwuznaczne dla użytkowników. Ich opis musi zawierać informację, dotyczącą

swojego celu bezpośrednio z tekstu linkowanego lub w pewnych przypadkach, z linku w swoim kontekście (np. w paragrafach, które go otaczają, elementach list, komórkach lub nagłówkach tabeli, itd.). Linki lub przyciski graficzne formularzy o tym samym celu, powinny mieć te same opisy (być spójne), a linki o różnych celach powinny posiadać różne opisy.

Użyteczność i dostępność serwisów internetowych są najlepiej wspierane przez wykorzystanie odnośników tekstowych. Teksty odnośników powinny w jasny, jednoznaczny i opisowy sposób informować o ich funkcji i docelowej stronie (zasobie). Ponadto odnośniki poza etykietą (tekstem) powinny być opisane za pomocą „tytułów”, widocznych po umieszczeniu kursora myszki nad etykietą (znajdują również zastosowanie w przypadku korzystania z technologii pomocniczych).

Idealna sytuacja zachodzi wtedy, gdy etykieta odnośnika jest zgodna z tytułem strony (zasobu), do której prowadzi. Jednocześnie należy jednak kontrolować rozsądną długość linków tekstowych. Powinny one być odpowiednio długie, aby zapewnić zrozumiały opis i jednocześnie na tyle krótkie, aby zmieścić się w pojedynczej linii tekstu. Za złą praktykę uznać należy opisywanie linków przy pomocy fraz takich jak „kliknij tutaj”, które tracą znaczenie, kiedy są pozbawione kontekstu.

Co to znaczy, że odnośnik jest zrozumiały? Oznacza to, że w oparciu o jego tekstową treść, jesteśmy w stanie zrozumieć, dokąd on nas poprowadzi. Czasem oczywiście może być potrzebne wejrzenie w kontekst, w którym odnośnik się znajduje, ale nie powinno to być regułą. Poniżej zaprezentowano najprostszy przykład jakości odnośników:

„Pan prezes naszego stowarzyszenia opublikował dostępny tutaj protest, dotyczący sprawy wycinki drzew w gminie Dobra Wieś. Kliknij tutaj, żeby dowiedzieć się więcej.”

„Pan prezes naszego stowarzyszenia opublikował protest, dotyczący sprawy wycinki drzew w gminie Dobra Wieś.”

Osoby widzące mogą bez trudu domyślić się, jakie jest przeznaczenie niezrozumiałego odnośnika w postaci „kliknij tutaj”. Natomiast osoby niewidome będą już z tym miały większy kłopot. Szczególnie, jeśli takich odnośników jest na pojedynczej podstronie wiele. Wartościowym wzbogaceniem nawigacji na stronie internetowej będzie zatem umieszczenie na poszczególnych stronach odnośników do pokrewnych treści oraz do innych zasobów pomocniczych, np. poszerzających wiedzę na dany temat. Wykorzystanie w tym celu linków śródtekstowych jest obecnie krytykowane, ponieważ może to powodować opuszczenie przez użytkownika danej strony przed zapoznaniem się z jej kompletną treścią.

Postulowane jest za to umieszczanie linków do zasobów pokrewnych na końcu danej strony lub na końcu spójnego fragmentu treści.

Należy sprawdzić, czy są linki, które umożliwiają ominięcie nawigacji i innych powtarzających się elementów na podstronach. Jeśli strona oparta jest na prawidłowej strukturze nagłówków, może to być wzięte pod uwagę jako technika wystarczająca, pozwalająca na ominięcie takich linków jak: „Przeskocz do treści głównej”.

```
<ul class="nav">
```

```
<li><a href="#mm">Przejdź do menu głównego</a></li>
```

```
<li><a href="#txt">Przejdź do treści</a></li>
```

```
<li><a href="#search">Przejdź do wyszukiwarki</a></li>
```

```
</ul>
```

Tytuły stron i nagłówki

Każda podstrona serwisu internetowego powinna mieć unikatowy i sensowny tytuł. Wbrew pozorom, spełnia on kilka ważnych funkcji:

- Jest to pierwszy tekst, z którym stykają się osoby, korzystające z programów czytających;
- Stanowi on nazwę otwartego okna przeglądarki, dzięki czemu można w łatwy sposób skojarzyć okno z określoną podstroną;
- Jest istotny dla pozycjonowania; np. Google wyżej punktuje szukane słowo kluczowe, jeśli występuje w tytule strony oraz wyświetla je w wynikach wyszukiwania;
- Nazwa pliku przy zapisie strony offline jest tytułem serwisu;
- W przeglądarce internetowej strona dodana do ulubionych lub do zakładek zapisana jest pod aktualnym tytułem.

Wymagane jest sprawdzenie czy nagłówki `<h>` stron i etykiety `<label>` elementów aktywnych formularzy są opisane.

Należy zweryfikować, czy nagłówki (np. „Galeria”) i etykiety tekstowe (np. „Imię”) nie są duplikowane, chyba że struktura pozwala na odpowiednie ich odróżnienie np. poprzez grupowanie `<fieldset>` i `<legend>`.

Często spotykanym błędem jest stosowanie takich samych tytułów artykułów, co w konsekwencji prowadzi do tego, że strona zyskuje taki sam tytuł.

Elementy interfejsu (jak np. linki, przyciski, itp.) zawierające tekst lub obrazy tekstu powinny posiadać dostępną nazwę (etykietę, tekst alternatywny, `aria-label`, itp.), która zawiera w sobie widoczny tekst. Powinna się ona pojawić na samym początku.

- Dostępna nazwa pasuje do widocznej etykiety: dostępna nazwa

i widoczna etykieta są takie same.

`<button>Wyszukaj</button>`

- Dostępna nazwa zaczyna się od widocznej etykiety: dostępna nazwa „Wyszukaj wartość” zaczyna się od tekstu widocznej etykiety „Wyszukaj”.
`<button aria-label="Wyszukaj wartość">Wyszukaj</button>`

Czas, a użytkownik

Użytkownik powinien mieć zagwarantowany wystarczający czas na wykonanie danych czynności. Nie powinno dokonywać się niespodziewanych zmian treści, będących wynikiem nałożonego limitu czasowego. Jeśli zaś strona lub aplikacja posiada limit czasowy na wykonanie danego zadania, należy sprawdzić, czy istnieje opcja jego wyłączenia, ustawienia lub zwiększenia.

Nie dotyczy to zdarzeń, zachodzących w czasie rzeczywistym (np. aukcje), gdzie limit czasowy jest absolutnie konieczny lub gdy okres czasu wynosi ponad 20 godzin. W powyższym przypadku należy upewnić się, czy wszystkie informacje są automatycznie przesuwane i widoczne dłużej niż 5 sekund lub czy automatycznie się aktualizują i przedstawiane są równolegle z inną treścią posiadają mechanizm, który pozwoli na ich zatrzymanie, wstrzymanie lub ukrycie. Wyjątkiem może być sytuacja, w której przesuwanie lub miganie jest integralną częścią wykonywanej operacji (np. animacja, która pojawia się w trakcie ładowania treści, ponieważ jej zatrzymanie zasugeruje, że ładowanie treści zostało przerwane). Ruch lub miganie mogą być użyte w celu zwrócenia uwagi użytkownika lub wyróżnienia treści pod warunkiem, że trwają krócej niż trzy sekundy.

Rozdział IV

Zrozumiałość

Prosty język

Język naturalny każdej części lub frazy zawartej w treści może zostać odczytany przez program komputerowy. Wyjątkiem są nazwy własne, wyrażenia techniczne, słowa w nieokreślonym języku oraz słowa i frazy, które stanowią część żargonu w bezpośrednio otaczającym je tekście. Stosowanie prostego języka to pisanie tekstów w taki sposób, żeby zrozumiał je po pierwszym przeczytaniu każdy, bez względu na swój wiek czy posiadane wykształcenie.

Wobec powyższego, nie należy stosować bogatego słownictwa, młodzieżowego slangu czy branżowego żargonu. Należy pisać tak, żeby tekst został zrozumiany przez jak najszersze grono odbiorców.

Czy oznacza to, że prosty język to język, który ogranicza? Oczywiście, że nie. Prosty język to język, który ma być przyjazny dla każdego odbiorcy.

Rezygnacja z długich i złożonych zdań

Należy dołożyć starań, by unikać zbyt długich i skomplikowanych zdań. Ich długość powinna mieścić się w granicach 15-20 słów. Jednocześnie warto zrezygnować z form gramatycznych, które mogłyby utrudnić przekaz. Pisząc o formach gramatycznych, należy mieć na myśli:

- imiesłowy zakończone na -ący, -ąca, -ące (na przykład: przynoszący);
- rzeczowniki odczasownikowe (na przykład: przyniesienie);
- stronę bierną (na przykład: została przyniesiona);
- formy bezosobowe (na przykład: przyniesiono).

Dlaczego nie powinno się ich używać? Odpowiedź jest prosta: utrudniają przekaz i rodzą wiele pytań. Poniżej przedstawiono kilka przykładów:

- „Zamawiając wodę, przyniesiemy ją od razu”. – Może tu pojawić się kilka wątpliwości. Czy oznacza to, że dostanę wodę w trakcie zamawiania? Kto ją zamówi? Ja, czy kelner podczas jej przynoszenia? O wiele lepiej brzmi: „Kiedy zamówisz wodę, przyniesiemy ją od razu”.
- „Przyniesienie wody nie nastąpi od razu”. - A może po prostu: „Nie uda nam się przynieść wody od razu”?
- „Woda nie została przyniesiona od razu” - Przez kogo nie została przyniesiona? Przez kelnera? Wobec tego lepiej jest użyć formy osobowej: „Kelner nie przyniósł wody od razu”.

Dzielenie tekstu na nagłówki i zwięzły styl pisania

O wiele łatwiej jest przeczytać artykuł, gdy zaopatrzony on jest w nagłówki. Bardzo trudno jest się zorientować i znaleźć rzeczy, które najbardziej nas interesują, gdy po wejściu w link widzi się jednolitą ścianę tekstu. Przygotowując tekst informacyjny, należy mieć świadomość, że jego odbiorca nie będzie nastawiony na docenianie jego walorów stylistycznych i napawanie się bogatą ornamentyką słów, lecz będzie po prostu chciał zapoznać się z najważniejszymi faktami. Jeśli zostaną one przysłonięte przez zbyt zawiłą składnię, może on się zniechęcić i już nie wrócić do czytania.

Skróty i akronimy

Jeśli w tekście stosowane są skróty, należy zapewnić opis ich znaczenia

w rozszerzonej formie. Zwłaszcza dla tych, które pojawiają się w treści po raz pierwszy. Możemy wykorzystać do tego znaczniki `<abbr>`, `<acronym>` wraz z atrybutem `title`, lub poprzez link do słownika terminów. Dzięki wyżej wymienionym znacznikom, programy czytające mogą odczytać użytkownikowi z atrybutu `title` znaczenie czy też rozwinięcie skrótu.

Przykład:

```
<acronym title="HyperText Markup Language">HTML</acronym>
```

```
<acronym title="Laughing Out Loud - głośno się śmieję">LOL</acronym>
```

```
<p>Obcy <abbr title="versus - kontra">vs</abbr> Predator</p>
```

Należy mieć na uwadze to, że jeśli ktoś nie używa myszki, a jedynie czytnika ekranu, będzie miał problem z odczytaniem skrótu. Większość przeglądarek internetowych wyświetla znacznik `abbr` jako zwykły tekst z delikatnym podkreśleniem. Taka forma skrótu bez zastosowania dodatkowych stylów, jest mało widoczna dla użytkownika i łatwo ją przeoczyć. Druga i chyba największa wada tego rozwiązania to fakt, że tag ten nie jest tak zwanym elementem fokusowalnym, co oznacza, że nie można bez użycia myszki przejść do tego elementu, aby wyświetlić jego szczegóły. Tym samym czytniki ekranu „nie zobaczą” opisu skrótu i go pominą.

Do objaśnienia skrótów, można zastosować lepszą metodę - zastosowanie atrybutów `aria`.

Na przykład:

```
Większość stron w Internecie wykorzystuje <span aria-hidden="true">JS (Java  
Script)</span><span class="sr_only">Java Script</span>
```

Zaletą tego rozwiązania jest niewątpliwie to, że typowy użytkownik nie zauważy żadnej różnicy – przeczyta zwrot JS, a czytnik ekranu pominie go i odczyta zawartość drugiego elementu. Jako wadę natomiast należy uznać to, że kod strony, na której tworzona jest kopia tagu span, jest czytelny tylko dla czytników ekranu. Może to nieznacznie wpłynąć na rozmiar naszej strony, jeśli stosujemy na niej dużo skrótów.

Jednym z lepszych rozwiązań jest stworzenie tak zwanego słownika skrótów i podlinkowanie go do naszego skrótu (wymaganie to jest opisane w *WCAG 3.1.3 Nietypowe słowa*). Tym samym spełnione zostaną oba wymagania (*WCAG 3.1.3* i *WCAG 3.1.4*).

Język strony

Główny język strony powinien zostać określony za pomocą atrybutu lang i/lub xml:lang w znaczniku HTML.

```
<html lang="pl">
```

```
<html lang="en">
```

Jeśli zaszła zmiana języka w elementach strony należy sprawdzić, czy język został określony za pomocą atrybutu lang i/lub xml:lang,.

```
<blockquote lang="en">
```

```
<p>
```

Mama always said life was like a box of chocolates. You never know what

you're gonna get.

</p>

</blockquote>

Spójność i zrozumiałość

Serwis będzie łatwiejszy w obsłudze, gdy wszystkie mechanizmy nawigacji, które powtarzają się na podstronach, będą pojawiały się w tym samym porządku za każdym razem, gdy będą ponownie prezentowane. Wyjątkiem oczywiście może być sytuacja, gdy w serwisie istnieje mechanizm, który daje użytkownikowi możliwość decydowania, co ma się na stronie pojawiać i w jakiej kolejności.

Dozwolone jest również umieszczanie dodatkowych informacji pomiędzy powtarzającymi się elementami, jak np. zagnieżdżane menu, czy pomijanie elementów w wyjątkowych sytuacjach, ale porządek pozostałych elementów w dalszym ciągu powinien pozostawać ten sam.

Rozdział V

Solidność

Poprawność kodu

Należy upewnić się, czy kod HTML jest poprawny semantycznie i wolny od błędów. W treści wprowadzonej przy użyciu języka znaczników, elementy powinny posiadać kompletne znaczniki początkowe i końcowe oraz być zagnieżdżane według swoich specyfikacji. Nie powinny również posiadać zduplikowanych atrybutów, a wszystkie ID powinny być niepowtarzalne, z wyjątkiem przypadków, kiedy specyfikacja zezwala na wyżej wymienione cechy.

Kod może zostać sprawdzony, przeanalizowany i zwalidowany na stronie:

<https://validator.w3.org/nu/#textarea>

Technologie asystujące

- NVDA (czytnik ekranu o tej samej nazwie),
- Narrator (czytnik ekranu wbudowany w system Windows),
- Chrome VOX (wtyczka do przeglądarki Google Chrome).

Rozdział VI

Audytywanie stron www

Strony internetowe i aplikacje mobilne podmiotów publicznych muszą spełniać prawne wymagania w zakresie dostępności cyfrowej. Potrzebna jest zatem wiedza w zakresie tego, czy strona lub aplikacja podmiotu spełnia wymogi dostępności cyfrowej. Służą temu badania, które dostarczają informacji na temat szeroko rozumianych problemów dostępności cyfrowej, określenia ich skali oraz planowania działań naprawczych.



Rysunek osoby w służbowym garniturze, która z lupą w ręku ogląda stronę www na monitorze.

Można skorzystać z różnych sposobów badania. Poniżej przedstawione zostaną ich zalety i wady.

Kto może wykonać badania i testy?

Wyszukiwanie błędów i badanie dostępności cyfrowej można wykonać zarówno samodzielnie, jak i zlecić je innym osobom. Do wykonania podstawowych testów, sprawdzających, czy strona internetowa lub aplikacja mobilna spełnia podstawowe wymogi dostępności, nie są wymagane specjalne umiejętności.

Jakie elementy tworzą dostępność cyfrową?

Do pełnej analizy i oceny zgodności strony internetowej lub aplikacji mobilnej z ustawą o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych (dalej: ustawa o dostępności cyfrowej) potrzebny jest ekspert od dostępności cyfrowej. Pomoże on nie tylko zidentyfikować problemy z dostępnością cyfrową, ale również podpowie, jak je rozwiązać.

Testy automatyczne

To najpopularniejszy sposób badania stron internetowych. Jest wiele programów i rozwiązań przeglądarkowych, które pomagają automatycznie wyszukać problemy dostępności cyfrowej. Istnieją również takie automaty, które testują tylko jeden element (na przykład WCAG Color contrast checker bada kontrast treści do tła) jak i takie, które testują jednocześnie kilkanaście różnych elementów (na przykład WAVE, Accessibility Insights). Narzędzi tych należy użyć oddzielnie na każdej badanej stronie.

Są także takie rozwiązania, które od razu testują automatycznie nawet kilkaset podstron (na przykład SortSite).

Zalety testów automatycznych:

- wynik otrzymywany jest od razu lub po kilku minutach – uwidocznione są miejsca, w których pojawiają się błędy, najczęściej są one graficznie oznaczone na widoku badanej strony internetowej;
- niektóre narzędzia testują wiele podstron jednocześnie – jest to przydatne, szczególnie gdy odpowiada się za wiele stron internetowych;
- umożliwiają ogólną orientację w stanie dostępności cyfrowej strony internetowej - nie trzeba płacić za zlecenie prostych działań ekspertowi od dostępności cyfrowej;
- można wykorzystywać je do okresowego sprawdzania dostępności cyfrowej - na przykład raz na miesiąc – i w łatwy sposób porównywać wyniki;
- są bezpłatne (większość rozszerzeń przeglądarkowych jest bezpłatna) lub za niską opłatą. Nawet rozbudowane, płatne automaty, część testów oferują nieodpłatnie.

Wady testów automatycznych:

- Można zbadać tylko wybrane elementy dostępności cyfrowej – na przykład nie pozyskamy informacji, czy treść tekstu alternatywnego pasuje do grafiki, gdyż testy weryfikują tylko to, czy grafika ma w kodzie atrybut <alt>, w którym taki tekst powinien się znaleźć. Z tego też względu nie należy poprzestawać wyłącznie na testach automatycznych: jeśli nie zleca się badań eksperckich, należy wykonać dodatkowe testy (informacja o dodatkowych, prostych testach zawarta zostanie poniżej);
- można ulec złudnemu wrażeniu dostępności cyfrowej – strona internetowa z dobrym wynikiem, uzyskanym po wykonaniu testu automatycznego może być niedostępna cyfrowo dla niektórych użytkowników, na przykład dla osób, które nawigują samą klawiaturą czy korzystają z czytników ekranu;
- nie można na ich podstawie stwierdzić, czy strona internetowa jest zgodna z wymaganiami dostępności cyfrowej dla podmiotów publicznych.

Badanie eksperckie

To drugi co do popularności sposób badania stron internetowych i aplikacji mobilnych pod kątem dostępności cyfrowej. Tylko w takim badaniu można określić zgodność strony internetowej lub aplikacji mobilnej z ustawą o dostępności cyfrowej. Takie badanie powinien przeprowadzić ekspert od dostępności cyfrowej.

Zalety badania eksperckiego:

- weryfikuje wiele elementów dostępności cyfrowej – szczegółowy zakres takiego badania należy ustalić wcześniej z ekspertem;
- pozwala stwierdzić, czy strona internetowa lub aplikacja mobilna jest zgodna z wymaganiami dostępności cyfrowej dla podmiotów publicznych – tylko po pozytywnym wyniku takich badań, można w deklaracji dostępności stwierdzić zgodność strony internetowej lub aplikacji mobilnej z ustawą o dostępności cyfrowej;
- raport z takiego badania może zawierać, oprócz opisu problemów, także odpowiedzi i rekomendacje – gdy zleca się takie badanie, należy pamiętać, by wprost wymagać takich odpowiedzi.

Wady badania eksperckiego:

- jest kosztowne – jego wycena będzie zależała od pojemności badanej strony internetowej lub aplikacji mobilnej (od jednego do nawet kilkunastu tysięcy złotych);
- zajmuje dużo czasu – w zależności od pojemności badanej strony internetowej lub aplikacji mobilnej może zająć (średnio) około dwóch tygodni;
- obecnie istnieje niewielu specjalistów od dostępności cyfrowej w Polsce – poszukiwanie specjalisty z odpowiednim doświadczeniem w badaniach eksperckich dostępności cyfrowej może znacznie wydłużyć

- czas oczekiwania na wyniki;
- może wystąpić trudność z wdrożeniem wszystkich rekomendacji z badania – zwłaszcza gdy badanie robi zewnętrzny specjalista, który nie zna specyfiki danego podmiotu, część rekomendacji może nie być dostosowana do możliwości i organizacji podmiotu.

Test z użyciem listy kontrolnej

Lista kontrolna to narzędzie do samodzielnego wyszukiwania błędów na stronie internetowej lub w aplikacji mobilnej. Pomaga ona przy ocenie stanu dostępności cyfrowej. Składa się z prawie stu pytań i instrukcji, które wyjaśniają, co należy zrobić, aby na każde z tych pytań rzetelnie odpowiedzieć.

Można w niej znaleźć również podpowiedzi, w jaki sposób dobrać strony internetowe do badania i jak ustalić, które błędy usunąć w pierwszej kolejności.

Zalety testów z listą kontrolną:

- samodzielnie można sprawdzić, czy wykonawca strony internetowej lub aplikacji mobilnej nie popełnił w niej błędów w dostępności cyfrowej – warto to zweryfikować, nim dokona się zapłaty za zamówioną stronę internetową lub aplikację mobilną;
- pomagają odnaleźć bariery w dostępności cyfrowej - nawet jedna bariera może sprawić, że niektórzy użytkownicy nie skorzystają z takiej strony lub aplikacji mobilnej;
- lista opisuje krok po kroku niezbędne działania – przy każdym pytaniu znajduje się lista zadań do wykonania wraz z możliwymi odpowiedziami;
- można na bieżąco badać wybrane nowe strony internetowe i nowe funkcjonalności na stronie internetowej lub w aplikacji mobilnej;
- można je wykorzystać do przygotowania i aktualizacji deklaracji dostępności.

Wady testów z listą kontrolną:

- wykonanie całego testu zajmuje dużo czasu – aby odpowiedzieć na każde z pytań, należy przeanalizować oddzielnie kilka czy nawet kilkanaście podstron;
- niektóre pytania wymagają wiedzy z zakresu tworzenia strony internetowej lub aplikacji mobilnych – pytania na drugim i trzecim poziomie listy wymagają wiedzy technicznej;
- nie można jednoznacznie stwierdzić, czy strona internetowa lub aplikacja mobilna jest zgodna z wymaganiami dostępności cyfrowej dla podmiotów publicznych – dopiero gdy pozytywnie przejdzie się przez całą listę można ocenić, czy strona internetowa lub aplikacja mobilna jest częściowo zgodna z wymaganiami ustawy o dostępności cyfrowej.

Badanie z użyciem technologii asystujących

Aby móc korzystać z rozwiązań cyfrowych, użytkownicy z niepełnosprawnościami bardzo często korzystają z wsparcia technologii asystujących. Wykorzystują między innymi czytniki ekranu, programy powiększające czy rozwiązania, które umożliwiają im nawigację bez użycia myszy i ekranu dotykowego. Niektóre z technologii asystujących zainstalowane są domyślnie na komputerze stacjonarnym, laptopie czy smartfonie.

Badanie stron internetowych i aplikacji mobilnych z wykorzystaniem tych technologii jest ważnym sprawdzianem dostępności cyfrowej. Więcej na ten temat można przeczytać w artykule *Jak badać dostępność cyfrową z użyciem technologii asystujących*.

Zalety testów z użyciem technologii asystujących:

- możliwość przetestowania strony internetowej lub aplikacji mobilnej za pomocą różnych sposobów nawigacji – jest ich znacznie więcej, niż

- użycie myszy i gestów na ekranie dotykowym;
- lepsze zrozumienie potrzeb użytkowników, którzy na co dzień korzystają z tych technologii – holistyczne spojrzenie na ten aspekt przydaje się szczególnie projektantom;
- pomoc w odnalezieniu barier, uniemożliwiających obsługę strony internetowej lub aplikacji mobilnej – wystąpienie choćby jednej bariery może sprawić, że niektórzy użytkownicy nie skorzystają ze strony internetowej lub aplikacji mobilnej.

Wady testów z użyciem technologii asystujących:

- przed wykonaniem testów, należy poznać sposób obsługi i specyfikę działania technologii asystujących – na przykład: włączenie czytnika ekranu na smartfonie zmienia sposób nawigacji po ekranie dotykowym;
- wykrywalność tylko wybranych błędów dostępności cyfrowej – głównie tych, które są ważne dla osób, korzystających z danej technologii asystującej;
- nie można jednoznacznie stwierdzić, czy strona internetowa lub aplikacja mobilna jest zgodna z wymaganiami dostępności cyfrowej dla podmiotów publicznych.

Badanie przeprowadzone z użytkownikami z niepełnosprawnościami

Ten sposób badania może dostarczyć cennych informacji, zwłaszcza wtedy, gdy kluczowym celem jest nie tylko sprawdzenie zgodności z prawem, ale i przyjazności strony internetowej lub aplikacji mobilnej dla użytkowników.

Na kim można wykonać takie testy?

Testerów można znaleźć przy pomocy lokalnych organizacji pozarządowych, które zrzeszają osoby z niepełnosprawnościami lub działają na ich rzecz.

Zalety przeprowadzania testów z użytkownikami:

- dają lepszy wgląd w potrzeby użytkowników z niepełnosprawnościami dzięki gromadzeniu danych od osób, które na co dzień korzystają z dostępności cyfrowej;
- pozwalają na monitorowanie całego procesu, a nie tylko jego wybranych części – można na przykład sprawdzić, czy użytkownik jest w stanie samodzielnie złożyć dany wniosek. Częściowa weryfikacja pozwalała jedynie dostrzec, czy pojedyncze pola we wniosku były dostępne cyfrowo;
- dają świadectwo prawdziwej wartości dostępności cyfrowej – dostępność cyfrowa nie jest tworzona jedynie po to, by spełniać wymogi ustawy o dostępności cyfrowej czy wytycznych WCAG (ang. Web Content Accessibility Guidelines), ale aby każdemu zapewnić równy dostęp do stron internetowych i aplikacji mobilnych (i tym samym usług) podmiotów publicznych.

Wady przeprowadzania testów z użytkownikami:

- wyniki wymagają interpretacji – nie każda uwaga, którą zgłosi użytkownik, będzie oznaczała błąd dostępności cyfrowej, czasem może ona wynikać z problemu z użytecznością (na przykład użytkownik nie zrozumie jakiejś funkcji);
- nie można stwierdzić, czy strona internetowa lub aplikacja mobilna jest zgodna z wymaganiami dostępności cyfrowej dla podmiotów publicznych, gdyż testy z użytkownikami nie odnoszą się wprost do wymagań ustawy o dostępności cyfrowej lub do wytycznych WCAG. Większość użytkowników nie zna tych wytycznych, a jedynie z nich korzysta.

Proste testy i analiza podstawowych błędów

Nie zawsze istnieje możliwość zrobienia pełnego audytu, na przykład ze względu na brak odpowiedniej wiedzy czy zbyt wysoki koszt takiego badania. Wówczas

należy wykonać proste testy. Dzięki nim, można dowiedzieć się, czy na stronie internetowej lub w aplikacji mobilnej występują błędy w dostępności cyfrowej.

Zalety prostych testów:

- jak sama nazwa wskazuje - są proste. Można więc samodzielnie rozpocząć działania, aby zwiększyć dostępność cyfrową, bez względu na brak pieniędzy (na przykład by wynająć ekspertów od dostępności cyfrowej), czasu czy wiedzy specjalistycznej;
- można małymi krokami zwiększać dostępność cyfrową - nie trzeba robić drogich i czasochłonnych badań, aby działać na rzecz zapewnienia dostępności cyfrowej. Gdy na przykład wystąpi problem z tekstami alternatywnymi grafik, można samodzielnie się tym zająć;
- można z ich pomocą przeprowadzać wstępne lub okresowe badania dostępności cyfrowej, by wynajdywać typowe problemy dostępności i na bieżąco je usuwać.

Wady prostych testów:

- oferują wąski zakres analizy, który nie pozwala na oszacowanie kosztów zapewnienia dostępności cyfrowej strony czy aplikacji mobilnej, gdyż znajdują tylko podstawowe błędy;
- po ich wdrożeniu nie można jednoznacznie stwierdzić, czy strona internetowa lub aplikacja mobilna jest zgodna z wymaganiami dostępności cyfrowej dla podmiotów publicznych. Jednak jest to wyjściowy sposób, aby poznać wytyczne i lepiej je zrozumieć.

Metody mieszane

Wymienione wyżej rodzaje badań i testów można ze sobą łączyć. Nie istnieją żadne przeszkody, żeby na przykład:

- zlecić ekspertowi zbadanie czterech najważniejszych lub najbardziej złożonych podstron, a samodzielnie przetestować te prostsze;
- przeprowadzić samodzielnie proste testy i następnie poszerzyć je o testy z użytkownikami;
- zacząć od badania eksperckiego, a potem regularnie przeprowadzać testy automatyczne.

Badania i testy to nie wszystko

Badania i testy weryfikujące dostępność cyfrową są ważne, ale najważniejsze są ich wyniki. Należy zwrócić uwagę, żeby koszty badań nie pochłonęły całego budżetu na zapewnienie dostępności cyfrowej. Wdrożenie rekomendacji, które z nich wynikają, też wiąże się z dodatkowymi kosztami.

Należy mieć na uwadze to, że bez względu na typ badania, jego wyniki zawsze będą pokazywały błędy oraz stan dostępności cyfrowej w danym momencie. Wystarczy, że na dostępnej cyfrowo stronie internetowej pojawi się niedostępny artykuł czy formularz i stan ten od razu ulegnie zmianie. Dobrze jest więc zawsze przestrzegać zasad dostępności cyfrowej i badać regularnie jej stan.

Rozdział VII

Deklaracja dostępności

Czym jest deklaracja dostępności?

Deklaracja dostępności to opis dostępności podmiotu publicznego dla osób z niepełnosprawnościami. Informuje te osoby o rozwiązaniach, ale też o problemach, jakie mogą napotkać na stronie internetowej, w aplikacji mobilnej i w budynkach danego podmiotu publicznego. Od 23 września 2020 roku taka deklaracja jest obowiązkowa dla każdej strony internetowej, a od 23 czerwca 2021 roku - dla każdej aplikacji mobilnej, która należy do podmiotu publicznego. Obowiązek ten wynika z Ustawy z 4 kwietnia 2019 roku o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych. Deklaracja opisuje stan dostępności. Nawet jeśli strona internetowa jest niedostępna, musi mieć w pełni dostępną deklarację, która opisuje ten stan.

Zanim zaczniemy przygotowywać deklarację

Przed rozpoczęciem pracy warto zobaczyć, jak wygląda przykładowa deklaracja dostępności. Spełnia ona zarówno wymagania treściowe jak i techniczne deklaracji dostępności.

Należy poznać wymagania dostępności cyfrowej dla podmiotów publicznych. Dostarczają one wiedzy na temat tego, co wymaga szczególnej uwagi, podczas przygotowywania deklaracji, które elementy strony muszą być zawsze dostępne, a które nie. Następnie należy zebrać dane o stanie dostępności cyfrowej strony

internetowej, dla której tworzy się deklarację. Ewentualne błędy i sposoby radzenia sobie z nimi trzeba opisać w deklaracji. Takie badanie najlepiej jest zlecić specjalście ds. dostępności cyfrowej (audytorowi dostępności), ale można także wykonać je samodzielnie, opierając się na dostępnych listach kontrolnych. Wymagane jest także zebranie informacji o dostępności architektonicznej siedziby podmiotu publicznego. Deklarację pisze się w języku, w jakim podawane są treści na stronie internetowej. Jeżeli istnieje kilka wersji językowych strony, należy przygotować dla każdej z nich deklarację we właściwym języku.

Jakie rodzaje informacji powinny znaleźć się w deklaracji dostępności?

Zawartość deklaracji dostępności jest dokładnie określona i wspólna dla całej Unii Europejskiej. Występują w niej trzy rodzaje treści:

1. takie, które powinny być odwzorowane ze zgodnością co do słowa i uzupełnione tylko np. nazwą podmiotu publicznego. Zostały one oznaczone w przykładzie jako „obowiązkowy format”;
2. takie, które można opisać własnymi słowami, ale przy uwzględnieniu w tym opisie konkretnych, wymaganych elementów. Zostały one oznaczone w przykładzie jako „konieczne”;
3. inne nieobowiązkowe treści, przydatne dla osób z niepełnosprawnościami, korzystających z informacji i usług danego podmiotu publicznego.

Tytuł deklaracji i informacje wstępne

Sporządzanie deklaracji koniecznie należy zacząć od tytułu „Deklaracja dostępności”. Tytuł ten jest obowiązkowym formatem. Tuż po nim należy umieścić zobowiązanie do przestrzegania dostępności i informację, jakiej strony dotyczy deklaracja. Mają one obowiązkowy format, podany w kolejnym akapicie. Powinno się go uzupełnić jedynie o nazwę podmiotu publicznego i nazwę strony internetowej, której dotyczy deklaracja. Nazwa strony powinna

być linkiem, prowadzącym do tej strony:

[Nazwa podmiotu publicznego] zobowiązuje się zapewnić dostępność swojej strony internetowej zgodnie z przepisami ustawy z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych. Deklaracja dostępności dotyczy strony internetowej [nazwa strony internetowej].

Następnie należy podać datę pierwszej publikacji strony internetowej (której dotyczy deklaracja) i datę ostatniej istotnej aktualizacji strony (która mogła wpłynąć na dostępność). Daty zapisujemy w formacie rrrr-mm-dd np. 2020-03-20. Podanie obu dat jest obowiązkowe.

Informacje o dostępności cyfrowej

W następnej kolejności należy napisać na ile strona internetowa jest zgodna z ustawą o dostępności cyfrowej. Istnieją trzy takie możliwości w obowiązkowym formacie:

1. Strona internetowa jest zgodna z ustawą z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych. - Jeśli strona spełnia wszystkie wymagania opisane w załączniku 1. do ustawy;
2. Strona internetowa jest częściowo zgodna z ustawą z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych z powodu niezgodności lub wyłączeń, wymienionych poniżej. - Jeśli strona spełnia większość wymagań, opisanych w załączniku 1. do ustawy;
3. Strona internetowa jest niezgodna z ustawą z dnia 4 kwietnia 2019 r. o dostępności cyfrowej stron internetowych i aplikacji mobilnych podmiotów publicznych. Niezgodność (niezgodności) lub wyłączenia wymieniono poniżej. - Jeśli strona nie spełnia większości wymagań

opisanych w załączniku 1. do ustawy.

Jak opisać błędy i ich proponowane rozwiązania?

Jeśli strona jest częściowo zgodna lub niezgodna z ustawą o dostępności cyfrowej, należy koniecznie opisać, czego dokładnie dotyczą problemy. Opis ten powinien być napisany w możliwie prosty i zrozumiały sposób.

Jeśli istnieje alternatywny sposób radzenia sobie z problemami lub gdy mamy świadomość tego, w jakim czasie te problemy zostaną rozwiązane, również powinniśmy zawrzeć to w opisie.

Jeśli niedostępność wynika z wykluczeń, dopuszczanych przez art 3 ust.2 ustawy, należy o tym napisać. Spis owych wykluczeń można sprawdzić w omówieniu wymogów dostępności cyfrowej dla podmiotów publicznych.

Do problemów, których usunięcie wiązałoby się z nadmiernymi obciążeniami, należy dodać link do analizy to potwierdzającej, zatwierdzonej przez kierownika jednostki/podmiotu. Ustawa dokładnie precyzuje, co powinna uwzględniać taka analiza.

Przykładowe opisy błędów i ich proponowanych rozwiązań

W części filmów nie ma napisów dla osób niesłyszących i Głuchych. Wszystkie nowe filmy, dodawane na naszej stronie mają już takie napisy. Do filmów sprzed 23 września 2020 roku planujemy dodać napisy do końca 2022 roku.

Formularz kontaktowy nie posiada etykiet tekstowych, powiązanych z polami i może sprawiać problem osobom, które korzystają z czytnika ekranu. Możesz skontaktować się z nami, pisząc na adres e-mailowy lub dzwoniąc do nas. Dane teleadresowe znajdują się obok formularza kontaktowego.

Dokumenty archiwalne, opublikowane na stronie przed 23 września 2018 roku nie są dostępne. Nie mamy prawnego obowiązku dostosowywania tych dokumentów. Jeżeli potrzebujesz dostępu do nich, skontaktuj się z nami i wskaż dokładnie, które dokumenty są Tobie potrzebne i jak powinniśmy je dostosować.

Pozostałe informacje

Po opisie zaistniałych problemów, konieczne jest podanie daty sporządzenia deklaracji. Datę należy zapisywać w formacie rrrr-mm-dd np. 2020-04-20.

Należy także napisać, na jakiej podstawie oceniana jest dostępność cyfrowa strony internetowej. Treść tej oceny ma obowiązkowy format, trzeba więc wybrać jeden pasujący:

- Deklarację sporządzono na podstawie samooceny, przeprowadzonej przez podmiot publiczny.
- Deklarację sporządzono na podstawie badania, przeprowadzonego przez podmiot zewnętrzny [nazwa podmiotu zewnętrznego].

Przy wyborze opcji, związanej z zewnętrznym podmiotem badawczym (np. specjalistą, firmą zewnętrzną) należy podać jego nazwę. Można także, pod tą informacją, umieścić link do raportu z badania dostępności strony internetowej, który jest podstawą tej deklaracji.

Raz do roku (do 31 marca) konieczne jest dokonanie przeglądu deklaracji dostępności, czyli sprawdzenie jej aktualności. Po pierwszym przeglądzie należy dodać w deklaracji datę ostatniego przeglądu nawet wówczas, gdy żadne informacje w deklaracji się nie zmieniły. Data ta aktualizowana jest co roku, przy kolejnych przeglądach. Jej zapis powinien przyjąć format rrrr-mm-dd.

Innym obowiązkiem jest umieszczanie informacji o skrótach klawiaturowych

w deklaracji o dostępności. Jeżeli na stronie internetowej użyte są specjalne skróty klawiaturowe, należy je opisać (np. Do wyszukiwarki można się przenieść za pomocą skrótu '/'). W przypadku, gdy specjalne skróty klawiaturowe nie są stosowane, należy umieścić informację: Używane są standardowe skróty klawiaturowe.

Informacje o sposobie kontaktowania się i procedurze rozpatrywania skarg

W kolejnej sekcji opisane zostanie to, w jaki sposób użytkownik może skontaktować się z podmiotem publicznym, którego dotyczy deklaracja w sprawach, związanych z dostępnością cyfrową strony internetowej.

Tytuł tej sekcji brzmi: „Informacje zwrotne i dane kontaktowe” i jest to format obowiązkowy.

Opis sposobu kontaktowania się

Należy opisać z kim i w jaki sposób można się skontaktować w tej sprawie oraz podać różne możliwości kontaktu np. numer telefonu, adres e-mail.

Kontakty mogą dotyczyć niedostępności cyfrowej całej strony internetowej lub jej konkretnego fragmentu (np. treści artykułu, dokumentu). W tym miejscu wskazać należy jakie dane powinien podać użytkownik, żeby jego zgłoszenie mogło zostać rozpatrzone. Zakres danych do zgłoszenia określony jest w ustawie.

Można opisać to np. w ten sposób:

Czy na tej stronie internetowej występują problemy, które wynikają z niespełnienia wymogów dostępności cyfrowej? Zgłoś to do [imię i nazwisko] – mailowo: [adres poczty elektronicznej] lub telefonicznie: [numer telefonu].

W zgłoszeniu należy podać swoje imię i nazwisko oraz dane kontaktowe (np.

numer telefonu, e-mail) oraz określić dokładny adres strony internetowej, na której jest niedostępny element lub treść. Preferowane jest opisanie na czym polega problem i jaki sposób jego rozwiązania byłby najkorzystniejszy.

Opis sposobu rozpatrywania wniosków i skarg

W dalszej części tej sekcji należy opisać, jak wygląda procedura rozpatrywania zgłoszeń.

Ustawa określa maksymalny termin na reakcję podmiotu publicznego jako „bez zbędnej zwłoki”, do 7 dni. W przypadku problemów z zapewnieniem dostępności cyfrowej w tym terminie, podmiot może wydłużyć go do maksymalnie 2 miesięcy.

Wyjaśnić należy wnioskodawcy, że jeśli nie będzie możliwa poprawa zgłoszonych błędów, to zaproponowany zostanie mu inny sposób dostępu do strony lub wskazanych jej elementów.

Można opisać to na przykład w ten sposób:

Na Twoje zgłoszenie odpowiemy najszybciej jak to możliwe, nie później niż w ciągu 7 dni od jego otrzymania. Jeżeli ten termin będzie dla nas zbyt krótki, poinformujemy Cię o tym. W tej informacji podamy nowy termin, w którym poprawimy zgłoszone przez Ciebie błędy lub przygotujemy informacje w alternatywny sposób. Nie będzie on dłuższy niż dwa miesiące.

Jeżeli nie będziemy w stanie zapewnić dostępności cyfrowej strony internetowej lub treści z Twojego zgłoszenia, proponujemy Ci dostęp do nich w alternatywny sposób.

Na koniec napisać należy, gdzie i w jaki sposób może się odwołać lub złożyć skargę osoba, która uzna, że udzielone jej wsparcie było niewystarczające. W tej części powinien zostać umieszczony link do strony internetowej Rzecznika

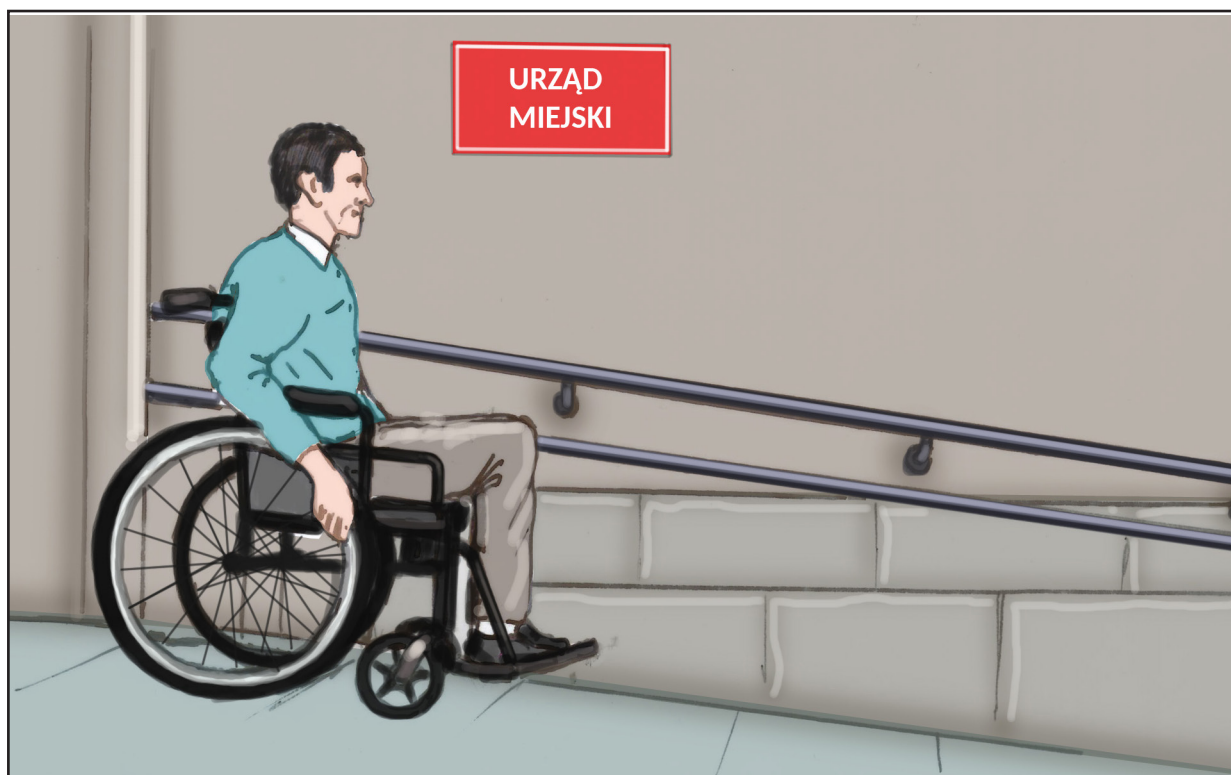
Praw Obywatelskich. Odpowiada on za ostateczne rozpatrywanie tego typu skarg.

Przykładowo:

Jeżeli nasze działania nie będą dla Ciebie zadowalające, możesz zgłosić skargę do [Nazwa podmiotu, link do danych kontaktowych lub bezpośrednio podane dane kontaktowe]. Jeżeli nadal będziesz mieć uwagi do naszych działań, związanych z dostępnością cyfrową możesz zgłosić je do Rzecznika Praw Obywatelskich.

Informacje o dostępności budynku

W kolejnej sekcji powinien znaleźć się opis dostępności architektonicznej siedziby podmiotu publicznego, którego dotyczy deklaracja.



Rysunek osoby na wózku inwalidzkim przed budynkiem urzędu miasta.

Obowiązkowym tytułem tej sekcji jest: „Dostępność architektoniczna”.

Należy w niej podać nazwę i adres podmiotu publicznego, a poniżej opisać kluczowe elementy dostępności architektonicznej konkretnego budynku:

- opis dostępności wejścia do budynku i przechodzenia przez obszary kontroli;
- opis dostępności korytarzy, schodów i wind;
- opis dostosowań, np. pochylni, platform, informacji głosowych, pętli indukcyjnych;
- informacje o miejscu i sposobie korzystania z miejsc parkingowych, wyznaczonych dla osób z niepełnosprawnościami;
- informacja o prawie wstępu z psem asystującym i o ewentualnych, uzasadnionych ograniczeniach;
- informacja o możliwości skorzystania z tłumacza języka migowego na miejscu lub online. Jeżeli nie ma takiej możliwości, także należy to uwzględnić.

Wprawdzie obowiązkowo trzeba opisać dostępność budynku siedziby podmiotu, ale warto rozważyć czy nie ma innych budynków, które również warto by opisać, choćby dlatego, że w jednym z nich znajduje się np. biuro obsługi klienta.

Przykładowy opis może brzmieć następująco:

Do budynku prowadzą dwa wejścia od [nazwa ulicy] oznaczone literami A i B. Do obu wejść prowadzą schody. Przy schodach do wejścia A znajduje się podjazd dla wózków. Dla gości przeznaczone jest wejście A. Recepcja znajduje się po prawej stronie od wejścia A. Dalsze przejście zabezpieczone jest bramkami, przez które może przejechać osoba na wózku. Dla osób na wózkach dostępny jest tylko korytarz i pomieszczenia na parterze. Do części korytarza prowadzą schody, które można pokonać za pomocą platformy przyschodowej. W budynku nie ma windy. Toaleta dla osób z niepełnosprawnościami znajduje się na parterze, na wprost klatki schodowej. Przed budynkiem wyznaczono dwa miejsca parkingowe dla osób z niepełnosprawnościami. Do budynku i wszystkich jego pomieszczeń można wejść z psem asystującym i psem przewodnikiem. W budynku nie ma pętli indukcyjnych.

Oprócz tego można dodać inne informacje, przydatne dla osób z niepełnosprawnościami, które będą korzystać z danego budynku, np. jak dojechać do budynku transportem publicznym.

Dobłą praktyką jest również dodanie fotografii budynku. Warto także rozważyć załączenie filmu z tłumaczem języka migowego, wyjaśniającym jak wygląda dostępność budynku oraz przygotowanie tej samej informacji w tzw. tekście łatwym do czytania i rozumienia - ETR (dedykowanym osobom z niepełnosprawnością intelektualną).

Informacja o dostępności aplikacji

Ostatnia część dotyczy tylko podmiotów publicznych, które posiadają i udostępniają aplikacje mobilne. Obowiązkowo dodaje się sekcję z tytułem „Aplikacje mobilne”. Pod tytułem wymienia się owe aplikacje wraz z linkami do ich pobrania, np. w sklepie z aplikacjami lub na innej stronie internetowej.

Wymagania techniczne deklaracji dostępności

Deklaracja dostępności musi być przygotowana i opublikowana w spójny sposób, także od strony technicznej. Dzięki temu osoby z niepełnosprawnościami będą mogły z łatwością ją odnaleźć i posługiwać się nią w analogiczny sposób na stronach internetowych i w aplikacjach mobilnych wszystkich podmiotów publicznych. Deklaracja dostępności musi być dostępna cyfrowo, nawet jeśli cała strona internetowa, której dotyczy, taka nie jest.

Format

Deklaracja dostępności powinna być przygotowana w formacie HTML (dowolnej jego wersji).

Umiejscowienia linku do deklaracji dostępności

Aby ułatwić użytkownikom odnalezienie deklaracji dostępności, link, który do niej przekierowuje powinien być umieszczony na stronie głównej strony internetowej lub w miejscu zawsze wyświetlanym na wszystkich podstronach np. w stopce lub nagłówku. Jeśli strona internetowa posiada kilka wersji językowych, deklaracja także musi mieć odpowiednie wersje językowe, (należy to uwzględnić, planując umieszczenie linku i „podpinając” pod niego konkretną treść). Link do deklaracji dostępności aplikacji mobilnej powinien zostać umieszczony na stronie internetowej podmiotu publicznego, najlepiej poświęconej jej aplikacji oraz w samej aplikacji mobilnej, na przykład w sekcji pomocy i w opisie tej aplikacji w sklepie. Jeżeli aplikacja mobilna nie jest przeznaczona do pracy online, to Deklaracja Dostępności powinna zostać umieszczona w całości (a nie jedynie w formie linku) w tej aplikacji.

Obowiązkowe identyfikatory

W kodzie HTML deklaracji należy obowiązkowo umieścić odpowiednie identyfikatory (id), połączone z treściami, do których się odnoszą. Powinny one zostać dodane do znaczników, w których zawarte są informacje lub w dodatkowych znacznikach <div> lub .

- a11y-wstep: obowiązkowe oświadczenie o dostępności;
- a11y-podmiot: nazwa podmiotu publicznego;
- a11y-url: adres strony internetowej lub aplikacji mobilnej do pobrania;
- a11y-data-publicacja: data opublikowania strony internetowej lub wydania aplikacji;
- a11y-data-aktualizacja: data ostatniej aktualizacji strony internetowej lub aplikacji mobilnej;
- a11y-status: status pod względem zgodności z ustawą o dostępności cyfrowej;
- a11y-ocena: link do dokumentu z analizą o nadmiernym obciążeniu. Identyfikator jest opcjonalny;
- a11y-data-sporzadzenie: data sporządzenia Deklaracji Dostępności;

- a11y-audyt: nazwa podmiotu zewnętrznego, który przeprowadził badanie dostępności. Identyfikator jest opcjonalny;
- a11y-kontakt: sekcja z danymi kontaktowymi;
- a11y-osoba: imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej za kontakt w sprawie niedostępności (osoba kontaktowa);
- a11y-email: adres poczty elektronicznej osoby kontaktowej – przykład:
dostepnosc@podmiot-publiczny.pl;
- a11y-telefon: numer telefonu do osoby kontaktowej;
- a11y-procedura: opis procedury wnioskowo-skargowej;
- a11y-architektura: sekcja z informacjami o dostępności architektonicznej.
- a11y-aplikacje: sekcja z informacjami o aplikacjach.

Powyższe identyfikatory są wymagane o ile treść, do której się odnoszą, jest zawarta w deklaracji dostępności. Oprócz nich można używać również innych znaczników klas czy identyfikatorów – nie zakłóci to działania narzędzi, wspomagających osoby z niepełnosprawnościami.

Struktura nagłówkowa deklaracji

Treść deklaracji dostępności należy podzielić na logiczne części za pomocą HTMLowych nagłówków <h...> na odpowiednim poziomie.

W deklaracji powinny znaleźć się minimum trzy obowiązkowe nagłówki, w odpowiedniej hierarchii nagłówkowej:

- Deklaracja dostępności – nagłówek tytułowy;
- Informacje zwrotne i dane kontaktowe – nagłówek sekcji, podrzędny względem nagłówka „Deklaracja dostępności”;
- Dostępność architektoniczna - nagłówek kolejnej sekcji, podrzędny względem nagłówka „Deklaracja dostępności”;

- Opcjonalnie może się pojawić jeszcze nagłówek sekcji „Aplikacje mobilne”, także podrzędnej względem nagłówka „Deklaracja dostępności”.

Nagłówki nie mają wymaganych poziomów, ale należy ułożyć je logicznie. Jeśli nagłówkiem tytułarnym będzie <h1>, wówczas nagłówkami podrzędnych sekcji powinny być <h2>. Jeśli nagłówkiem tytułarnym będzie <h2>, wówczas nagłówkami podrzędnych sekcji powinny być <h3>.

Zakończenie

Prezentacja zagadnienia *Dostępność cyfrowa serwisów WWW* miała na celu zapoznanie Państwa z kluczowym znaczeniem zastosowania standardów WCAG 2.1 w praktyce. Ponadto, ukazać miała pełny obraz tego, w jaki sposób dostępność cyfrowa kształtuje doświadczenie użytkowników oraz jak ważne jest tworzenie stron internetowych i aplikacji mobilnych, biorąc pod uwagę użytkowników z niepełnosprawnościami.

Należy pamiętać o tym, że projektowanie z myślą o dostępności to nie tylko kwestia przestrzegania regulacji prawnych, ale przede wszystkim umożliwienie korzystania z serwisów internetowych każdemu użytkownikowi, niezależnie od jego indywidualnych potrzeb. Stosując wiedzę, zdobytą dzięki temu podręcznikowi, możliwym będzie tworzenie serwisów, które są nie tylko bardziej użyteczne, ale także bardziej inkluzywne.

Wykaz źródeł

Źródła internetowe:

<https://www.w3.org/Translations/WCAG21-pl/>

<https://www.gov.pl/web/dostepnosc-cyfrowa/>

<https://sip.lex.pl/akty-prawne/dzu-dziennik-ustaw/dostepnosc-cyfrowa-stron-internetowych-i-aplikacji-mobilnych-podmiotow-18850316>

<https://widzialni.org/ustawa-o-dostepnosci-cyfrowej-w-pytaniach-i-odpowiedziach,new,mg,6,362>

<https://kinaole.co/jak-pisac-prostym-jezykiem/>