



## МОДУЛ 14

Популяризирам своя зелен бизнес

### Очаквани резултати от обучението

Тук ще научите:

- Как да идентифицираме нуждите на хората и да изберем лесни начини за персонализиране на цифровите среди към тези нужди
- Как да редактирате и създавате достъпно зелено съдържание в различни формати
- Как да изберем цифрови технологии за взаимодействие с хората и за споделяне на цифрово съдържание

Но първо ще научите защо цифровата достъпност е важна за вашия бизнес.



Фигура 1: Бизнесмен в инвалидна количка, работещ на бюро, снимка на Microsoft

## Основна информация



В този модул ще научите какво ви е необходимо за вашата зелена бизнес идея.



Този модул съдържа три упражнения .



Ще ви трябват 15 часа, за да завършите модула.



Необходими са ви 66% верни отговори, за да преминете през този модул.



Вашият лектор е Климент.

### ОТКАЗ ОТ ОТГОВОРНОСТ ЗА ВЪНШНИ ВРЪЗКИ

Този модул съдържа хипервръзки към външни уебсайтове.

Тези външни връзки се предоставят за удобство и с информационна цел.

Само; те не представляват потвърждение или одобрение от Go4DiGREEN на който и да е от продуктите, услугите или мненията на корпорацията, организацията или физическо лице.

Go4DiGREEN не носи отговорност за точността, законността или съдържанието на външните.

Сайт или за този на следващите връзки. Използвайте на свой собствен риск.

2020-1-AT01-KA226-VET-092693



Подкрепата на Европейската комисия за изготвянето на тази публикация не означава одобрение на съдържанието, което отразява само възгледите на авторите, и Комисията не може да носи отговорност за каквото и да е използване на информацията, съдържаща се в него.



# Съдържание

<b>ОЧАКВАНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ ОБУЧЕНИЕТО .....</b>	<b>0</b>
<b>ОСНОВНА ИНФОРМАЦИЯ .....</b>	<b>0</b>
<b>ДОБРЕ ДОШЛИ В МОДУЛ 14 .....</b>	<b>3</b>
<b>ЗАЩО ДОСТЪПНОСТТА Е ВАЖНА ЗА БИЗНЕСА.....</b>	<b>3</b>
<b>НУЖДИТЕ НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ .....</b>	<b>4</b>
<b>Какво е увреждане?.....</b>	<b>4</b>
<b>Какво е цифрова достъпност?.....</b>	<b>5</b>
<b>Нуждите на различните потребители и как да ги посрещнем .....</b>	<b>6</b>
Възприемайте .....	7
Разберете .....	8
Навигирайте, взаимодействайте и допринасяйте.....	10
<b>РЕДАКТИРАНЕ И СЪЗДАВАНЕ НА ДОСТЪПНО ЗЕЛЕНО СЪДЪРЖАНИЕ В РАЗЛИЧНИ ФОРМАТИ:.....</b>	<b>10</b>
<b>Изображения .....</b>	<b>11</b>
Пример за алтернативен текст.....	13
<b>Структура .....</b>	<b>16</b>
Заглавия .....	17
Списъци.....	20
<b>Контрасти.....</b>	<b>20</b>
<b>Връзки .....</b>	<b>24</b>



<b>ИЗБИРАЙТЕ ЦИФРОВИТЕ ТЕХНОЛОГИИ ЗА ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ХОРАТА И ЗА СПОДЕЛЯНЕ НА ЦИФРОВО СЪДЪРЖАНИЕ:</b> .....	<b>25</b>
<b>УЕБСАЙТОВЕ</b> .....	<b>26</b>
<b>Онлайн платформи</b> .....	<b>28</b>
Социална медия .....	28
Видео хостинг услуги .....	31
<b>Имейли</b> .....	<b>32</b>
<b>РЕФЕРЕНТЕН СПИСЪК</b> .....	<b>33</b>
<b>ДОПЪЛНИТЕЛНИ РЕСУРСИ</b> .....	<b>33</b>
<b>СПИСЪК С ФИГУРИ</b> .....	<b>33</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ</b> .....	<b>35</b>
<b>Упражнение 1 – Решение</b> .....	<b>35</b>



## Добре дошли в Модул 14

Стигнахте почти до края на последния тренировъчен блок. Този модул е за достъпност. Обсъдихме накратко достъпността в предишния модул в главата „Как да подобрим и интегрираме ново съдържание и информация, за да създадем ново и достъпно зелено съдържание“. Сега искаме да навлезем в много повече подробности.

Ще ви дадем определения за увреждания и достъпност. След това ще говорим за различните нужди на потребителите и как да ги посрещнем.

В следващия раздел ще ви запознаем с редактирането и създаването на достъпно зелено съдържание в различни формати.

Последният раздел ще се фокусира върху избора на цифрови технологии за взаимодействие с хора и споделяне на цифрово съдържание.

## Защо достъпността е важна за бизнеса

*„Уеб достъпността означава, че уебсайтовете, инструментите и технологиите са проектирани и разработени така, че хората с увреждания да могат да ги използват.“*

Това определение идва от World Wide Web Consortium (W3C).

Има няколко причини, поради които достъпността има значение за бизнеса.

- Около 15% от световното население има едно или няколко увреждания. Като правите цифровото си съдържание достъпно, вие гарантирате, че можете да достигнете до повече потенциални клиенти.



- Ако имате достъпно цифрово съдържание, можете да го рекламирате. Това ще подобри имиджа на вашата марка. Имиджът на вашата марка е начинът, по който хората възприемат вашия бизнес.
- Европейският закон за достъпност, европейски закон, гласи, че фирмите, които продават услуги и продукти онлайн, ще трябва да направят съдържанието си достъпно до края на юни 2025 г. Така че, нека се подготвим!
- Функциите за достъпност често решават непредвидени проблеми и следователно могат да стимулират иновациите.
- Вашите партньори, служители и вие може да имате едно или повече увреждания и затова се нуждаете от достъпност. Не забравяйте, че някои увреждания са невидими.

Повече подробности за W3C Business Case за цифрова достъпност. уеб страница.

## Нуждите на потребителите

Преди да говорите за конкретни нужди, ще трябва да знаете някои важни определения:

- Какво е увреждане?
- Какво е цифрова достъпност?

### Какво е увреждане?

Това е взаимодействието между личното увреждане и бариерите, които пречат на лицето да участва пълноценно в обществото.

Например:

Човек в инвалидна количка пред стълбите не може да премине отвъд.

Тази дефиниция следва социалния модел на увреждането, според който увреждането идва от недостъпната среда, а не от увреждането на човека.

Това също означава, че концепцията за увреждане е социална конструкция, създадена от социални бариери, които могат да бъдат премахнати чрез осигуряване на достъпност.

Това се отнася както за физическия, така и за цифровия свят.

Можете да намерите определението на ООН за увреждане в Конвенцията за правата на хората с увреждания .

## Какво е цифрова достъпност?

Както казахме във въведението:

*„Уеб достъпността означава, че уебсайтовете, инструментите и технологиите са проектирани и разработени така, че хората с увреждания да могат да ги използват.“*

Това определение идва от World Wide Web Consortium (W3C) .

Целта на цифровата достъпност е да предостави достъп до онлайн съдържание на потребители с увреждания, но това е от полза за всеки потребител.

Определението гласи „ проектирано и разработено “.

Важно е да вземете предвид достъпността от първите стъпки и по време на целия процес на създаване .

Това спестява време и ресурси и гарантира достигане до възможно най-голям брой потребители.

## Нуждите на различните потребители и как да ги посрещнем

Цифровата достъпност помага да се гарантира, че хората с всякакви увреждания

могат да правят следното по отношение на онлайн съдържанието:

- Възприемайте
- Разберете
- Навигирайте
- Взаимодействайте
- Допринесете

Всеки потребител има уникални нужди и може да използва помощни технологии,

инструменти, които им помагат да компенсират своето увреждане.

Очилата и инвалидните колички са пример за помощни технологии.

Екранните четци, софтуер, който чете на глас цифрови текстове, също са помощни технологии.

Създателите на съдържание трябва да произвеждат съдържание, което е съвместимо с помощни технологии, за да осигурят благоприятна среда за потребителите да го навигират.

Това видео, създадено от W3C, представя различни нужди за достъпност: „[Перспективи за уеб достъпност](#)“.

Това показва, че достъпността е от полза и за хората без увреждания.

Може да бъде полезно за всички ваши клиенти.

Ще опишем подробно тези нужди, като същевременно посочим целевите потребители, възможните условия за настаняване и помощните технологии, от които може да се нуждаят.



## Възприемайте

### Целеви групи:

Хората използват главно зрението и слуха, за да възприемат цифрово съдържание.

Така че трябва да направите съдържанието видимо за две основни целеви групи.



Хората със зрителни увреждания включват:

- Различни видове слепота
- Цветна слепота
- Състояния, свързани с чувствителност към цветовете и светлина



Хората със слухови увреждания включват:

- глухота
- Частична загуба на слуха

### Помощни технологии и настаняване:

За онлайн визуално съдържание потребителите имат помощни технологии като:



- Екранни четци: инструмент, който вокализира текстовото съдържание на документ или страница.
- Обновяем брайлов дисплей: инструмент, който предоставя писмена алтернатива на брайлово писмо на съдържанието на документ или страница.
- Софтуер за мащабиране: инструмент, който позволява на потребителите да увеличават съдържанието на своя екран.
- Софтуер за обратен контраст: инструмент, който позволява на потребителите да контролират нивото на контраст на своите екрани и да го обръщат, ако е необходимо.

За онлайн аудио съдържание потребителите се нуждаят от следното:



- Превод на жестомимичен език.
- Затворени надписи.
- Писмени преписи.

Затворените надписи също позволяват на хората да гледат вашите видеоклипове, например промоционални видеоклипове, в шумна среда или на места, където трябва да са тихи.

## Разберете

### Целеви групи:

- Учебни и когнитивни увреждания като дислексия, аутизъм и ADHD ( разстройство с дефицит на вниманието и хиперактивност р страница в Wikipedia ).
- Интелектуалните увреждания се определят, наред с други критерии, от нивото на IQ на дадено лице (по-ниско от 70).

### Помощни технологии и настаняване:

# Аа

Шрифтовете Sans Serif обикновено осигуряват по-удобно изживяване

при четене на читатели с дислексия. Препоръчваме да използвате тези шрифтове:

- Luciole - изтеглете този шрифт от [www.luciole-vision.com](http://www.luciole-vision.com)
- Calibri - изтеглете този шрифт от [learn.microsoft.com](http://learn.microsoft.com)
- Comfortaa - изтеглете този шрифт от [fonts.google.com](http://fonts.google.com)
- Lato - изтеглете този шрифт от [fonts.google.com](http://fonts.google.com)
- Roboto - изтеглете този шрифт от [fonts.google.com](http://fonts.google.com)



Използването на по-прост език може да помогне на хората с интелектуални затруднения да имат достъп до цифрово съдържание.

- Обикновеният език е по-прост език без конкретно правило
- Лесно за четене има специфични правила, които са описани подробно в отделен документ произведени по проекта Inclusion Europe.

Има и специфично лого.



*Фигура 2: Лесно за четене лого, Inclusion Europe.  
© Европейско лесно за четене лого: Inclusion Europe. Повече информация на [www.inclusion-europe.eu/easy-to-read](http://www.inclusion-europe.eu/easy-to-read)*

Сред тези правила:

- Използване на изображения за онагледяване на текста.
- Писане на кратки ясни изречения.
- Лице с интелектуално увреждане трябва да провери и потвърди съдържанието.

По-простият език също може да ви позволи да достигнете до евентуални чуждестранни клиенти, които имат затруднения с разбирането на езика.

## Навигирайте, взаимодействайте и допринасяйте

### Целевите групи включват:

- Хора с физически увреждания, особено тези, които засягат двигателните умения на горната част на тялото.
- Хора, които имат тремор
- Неврологични състояния, като фоточувствителна епилепсия

### Помощни технологии и настаняване:

Някои потребители не могат да използват мишка, клавиатурата е единствената алтернатива, с която разполагат, за да навигират в документ или страница.

Всяка страница или документ трябва да са съвместими с навигацията от клавиатурата, за това...

- Документът трябва да има правилна структура.
- Кодът на уебсайт трябва да спазва правилата за цифрова достъпност.

Някои потребители използват гласа си, за да навигират в документи и страници, тъй като не могат да използват нито мишка, нито клавиатура.

## Редактиране и създаване на достъпно зелено съдържание в различни формати:

Вече знаете основните нужди на потребителите с увреждания. В този раздел можете да намерите основните правила за цифрово достъпно съдържание.

## Изображения



Изображенията често се използват в онлайн съдържание, за илюстриране на писмен текст или за съобщаване на важна информация.

Както беше посочено по-горе, има 2 вида снимки. Първият тип са декоративни изображения. Те се използват за добавяне на визуален елемент към документа, но не съдържат никаква информация.

Тези изображения трябва да бъдат маркирани като декоративни, така че екранният четец да може да ги игнорира, докато озвучава съдържанието.

Например изображението по-долу е чисто декоративно в контекста на тази статия.



Фигура 3: Екранна снимка на онлайн статия с декоративно изображение, UNHCR

Вторият тип са изображения, съдържащи информация.

Тези изображения ще се нуждаят от текстова алтернатива, която екранният четец може да прочете като част от документа.

Например изображението по-долу съдържа текст.



Фигура 4: Изображение с текст

За да разграничите тези 2 типа изображения, трябва да си зададете един въпрос:

**Може ли читателят да получи достъп до цялата информация, дори ако изображението е изтрито?**

- Ако отговорът е да, изображението е декоративно, трябва да се игнорира.
- Ако отговорът е не, трябва да добавите алтернативен текст към изображението.

**За да напишете подходящи текстови алтернативи на изображения**

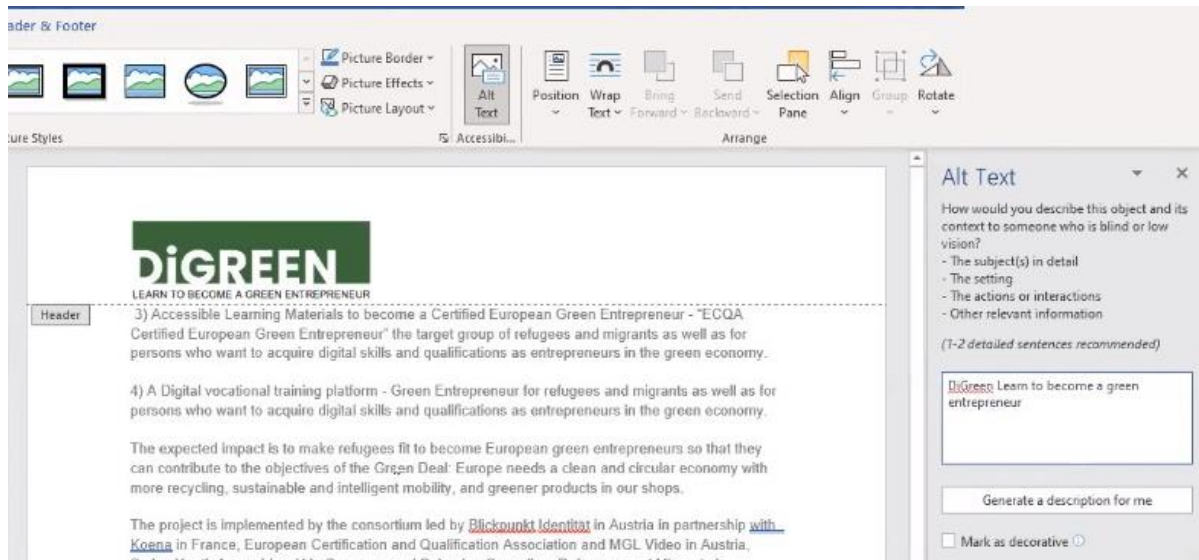
- Бъдете кратки и конкретни
  - Ако изображението е сложно и изисква подробно и задълбочено обяснение, можете да го добавите като част от текста или в отделен документ/страница.
- Имайте предвид контекста на статията
- Избягвайте да започвате с „изображение/снимка на“, тъй като екранният четец вече посочва, че има изображение

- Ако изображението съдържа текст, включете го в алтернативата.
- Изображенията с надпис ТРЯБВА да имат алтернатива.
- Няма един правилен отговор, когато става въпрос за алтернативен текст. Крайната цел е да се осигури достъп до информацията.

Алтернативните текстове също помагат на търсачките да индексират вашето съдържание, което помага за популяризирането на вашето съдържание.

## Пример за алтернативен текст

Ето пример от Microsoft Office Word. В този документ има лого, което представлява изображение с текст върху него.



Фигура 5: Екранна снимка на интерфейс на Word с настройка за алтернативен текст за изображение

Картината не е декоративна в контекста на тази статия, така че е необходима текстова алтернатива.

- Когато изображението е избрано, прегледайте настройките на изображението, за да напишете алтернативния текст.
- Ако изображението е декоративно, поставете отметка в квадратчето „Маркиране на изображението като декоративно“.

Алтернативният текст за тази снимка може да бъде:

„DiGreen: научи се да станеш зелен предприемач“.



## УПРАЖНЕНИЕ 1



**Създаване на алтернативен текст**

**Отворете програма за писане или вземете лист хартия. Най-отгоре напишете номера на модула и номера на това упражнение .**

Какво да правим с тази група изображения?



*Фигура 6: Група изображения, използвани за упражнението*

Това са пет изображения на звезди. За да се намери алтернативата за всеки от тях,

може да се определи глобалното значение, след което да се използва.

Направихме предложение за корекция в края на документа.

Когато завършите упражнението, наименувайте своя цифров документ с номера на това упражнение и го запазете в папката към Модул 14!

Ако сте направили упражнението на хартия, направете четливи снимки и ги запазете.

## Структура

Добре структурираните документи помагат за удобно четене и навигация с помощта на екранен четец. Това е полезно и за създателите на съдържание, тъй като добре структурираните документи и страници привличат читатели и потребители.

От визуална гледна точка:

- Повишава комфорта при четене за потребителите.
- Позволява на хора с всякакви неврологични, когнитивни или интелектуални заболявания да поддържат фокуса си върху информацията.

От гледна точка на навигацията:

- Потребителите, навигиращи с помощта на екранен четец, ще имат гласова информация, която им помага да разберат къде се намират на страницата или документа.
- Потребителите на екранни четци също ще имат лесен достъп до информацията, която търсят, вместо да преминават през целия документ или страница.

Цифровото съдържание може да бъде структурирано с помощта на 2 основни елемента, заглавия и структура.

## Заглавия

Използването на заглавия означава да поставите заглавията в йерархичен и логичен ред.

Той също така ви предоставя съдържание, което потребителите могат да използват, за да намерят конкретната тема, която ги интересува.

Екранният четец ще огласи нивото на заглавието, ще помогне на потребителите да се намерят в целия документ или страница.

Например Wikipedia има структурирани страници, както се вижда на изображението по-долу:

- „Функция“ е заглавие, зададено е като ниво на заглавие 1.
- „Мандат за палестинските бежанци“ е заглавие, зададено е като ниво на заглавие 2.



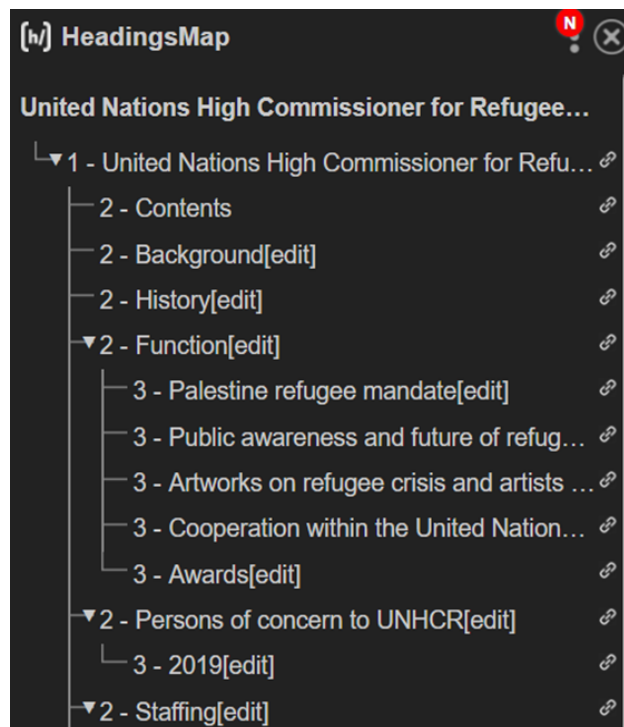
Фигура 7: Екранна снимка от Върховния комисариат на ООН за бежанците в Уикипедия

HeadingsMap е разширение за браузър, достъпно за Chrome Firefox и

Ръб . Това е полезен инструмент, който може да се използва за проверка на структурата на уеб страница.

С инсталирането му е възможен достъп до структурата на уеб страницата, както е зададена в нейния код.

Например, за страницата на Уикипедия по-горе, ето структурата на нейните заглавия, получени с HeadingsMap.



Фигура 8: Екранна снимка на интерфейса HeadingsMap, показваща структурата на заглавията

Необходимо е да се спазва правилната йерархия на заглавията. Също така е важно да не пропускате заглавия или нива.

## УПРАЖНЕНИЕ 2



### Проверка на структурата на заглавията

Отворете програма за писане или вземете лист хартия. Най-отгоре напишете номера на модула и номера на това упражнение .

Инсталирайте разширението HeadingsMap на вашия уеб браузър.

В браузъра ви трябва да се появи нова икона.

Изображението по-долу е пример с Chrome.



Фигура 9: Екранна снимка на интерфейс на Chrome с иконата HeadingsMap.

Изберете уеб страница, активирайте HeadingsMap и проверете заглавията на уеб страницата.

Какво мислите за структурата на заглавията на страницата?

Моля, коментирайте писмено!

Когато завършите упражнението, наименувайте своя цифров документ след номера на това упражнение и го запазете в папката към Модул 11!

Ако сте направили упражнението на хартия, направете четливи снимки и ги запазете.

## Списъци



Големите текстови блокове могат да бъдат объркващи или непосилни за читателите.

Използването на списъци може да помогне на читателя да прави разлика между различните елементи.

Екранният четец ще обяви наличието на списък, ако е създаден с помощта на подходящите инструменти, а не с помощта на тире или тире.

Ето пример за неправилен списък:

- Идентификация на Blickpunkt
- Коена
- ECQA

Ето пример за правилен списък:

- Blickpunkt Identit ä t
- Коена
- ECQA

## Контрасти



Съдържанието трябва да има добър контраст, за да бъде достъпно.

Някои хора с ниска чувствителност към контрасти могат да пропуснат важна информация, ако тя не е видима за тях.

Цветът на текста трябва да бъде достатъчно контрастиращ с цвета на фона.

Полезен онлайн инструмент за проверка на контраста между 2 цвята е „Проверка на контраста“. Минималното съотношение между 2 цвята е зададено на 4,5, ако съотношението е по-малко, тогава съдържанието е недостъпно.



Например, текст в светло сиво не е достатъчно контрастиран с белия фон, което прави надписа недостъпен.

Това е пример за недостъпен текст.

## УПРАЖНЕНИЕ 3



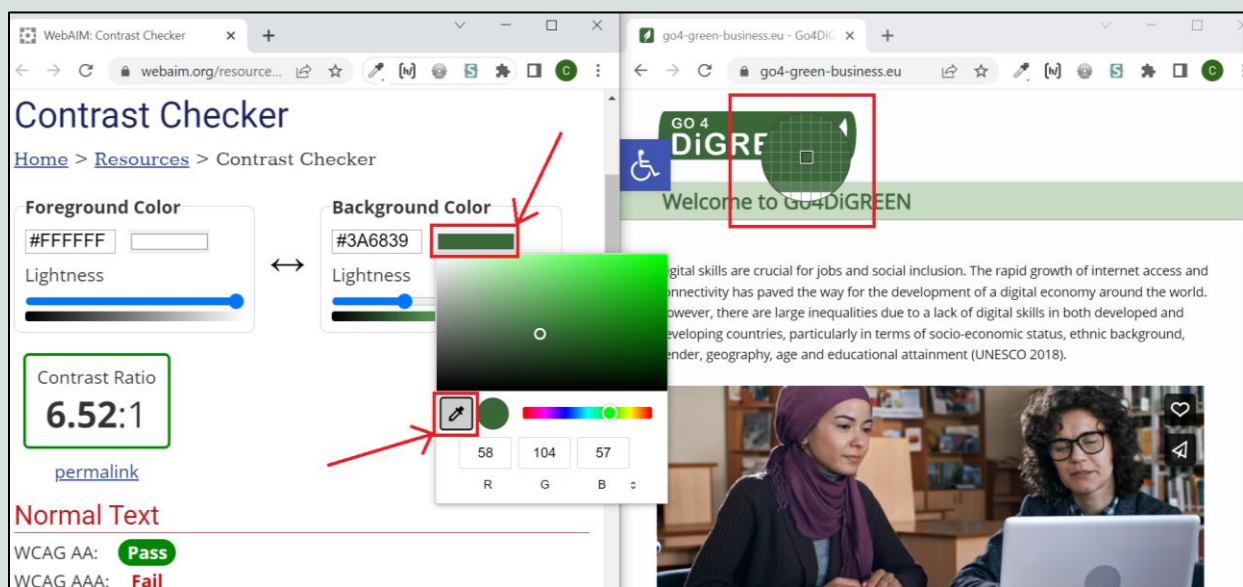
### М 14\_Е 3: Използване на инструмент за проверка на контраста

Отворете програмата за писане или вземете лист хартия. Най-отгоре напишете номера на модула и номера на това упражнение .

Отидете на уеб страницата за проверка на контраста .

Опитайте различни комбинации от цветове, за да видите дали са достатъчно контрастни.

Можете да използвате инструмента за избор на цвят в страницата, за да сравните цветовете на съществуващото съдържание.



Фигура 10: Интерфейс на Contrast Checker с функцията за избор на цвят.



За да използвате инструмента за избор на цвят, щракнете върху цветния правоъгълник под „Цвят на преден план“ или „Цвят на фона“, щракнете върху иконата за избор на цвят и щракнете върху пиксела, който цвят искате да тествате.

Може да се наложи да преоразмерите прозореца на браузъра си, за да можете да изберете цвят на друг прозорец, както беше направено на изображението по-горе.

Достатъчно контрастни ли бяха цветовете, които тествахте?

Запишете опита си с уеб страницата Contrast Checker

Когато завършите упражнението, наименувайте своя цифров документ след номера на това упражнение и го запазете в папката към Модул 11! Ако сте направили упражнението на хартия, направете четливи снимки и ги запазете.

## Връзки



Връзка позволява навигиране между различни веб страници или дори в една и съща веб страница.

Той е достъпен, когато:

- Има ясна дестинация,
- това не е дълъг URL адрес

Потребителите на екранни четци имат достъп до списък с връзки на страница, поради което връзките трябва да са изрични извън контекста на изречението.

Ако поставите URL, екранният четец ще прочете всяка буква и символ, което прави съдържанието неразбираемо.

Ето пример за достъпна връзка:

Страница на Уикипедия на Върховния комисариат на ООН за бежанците

Ето пример за недостъпна връзка:

Страница в Wikipedia на Върховния комисариат на ООН за бежанците:  
[en.wikipedia.org/wiki/United\\_Nations\\_High\\_Commissioner\\_for\\_Refugees](https://en.wikipedia.org/wiki/United_Nations_High_Commissioner_for_Refugees)

Някои допълнителни инструкции включват:

- Ако едно изображение може да се кликне (т.е. съдържа връзка), никога не го маркирайте като декоративно, тъй като връзката ще бъде игнорирана от екранния четец
- Ако връзката води към документ за изтегляне, посочете заглавието, формата и размера на документа. Ако езикът на



документа не е същият като в уебсайта, посочете го.

Например:

[Изтеглете PDF версията на Лесните за четене правила на английски език](#)

## Избирайте цифровите технологии за взаимодействие с хората и за споделяне на цифрово съдържание:

Взаимодействието и комуникацията с потребителите е важен аспект от онлайн присъствието на всяка структура.

Потребителите ще имат достъп до вашето онлайн съдържание по различни начини.

Ще имаме общ преглед на техните опции и настройки за достъпност.



*Фигура 11: Възрастен мъж във видео разговор*

Онлайн присъствието и комуникацията обикновено се установяват чрез:

- уебсайтове
- Хостинг услуги
- Имейли

## Уебсайтове

Можете да използвате 2 вида инструменти за създаване на уебсайтове:

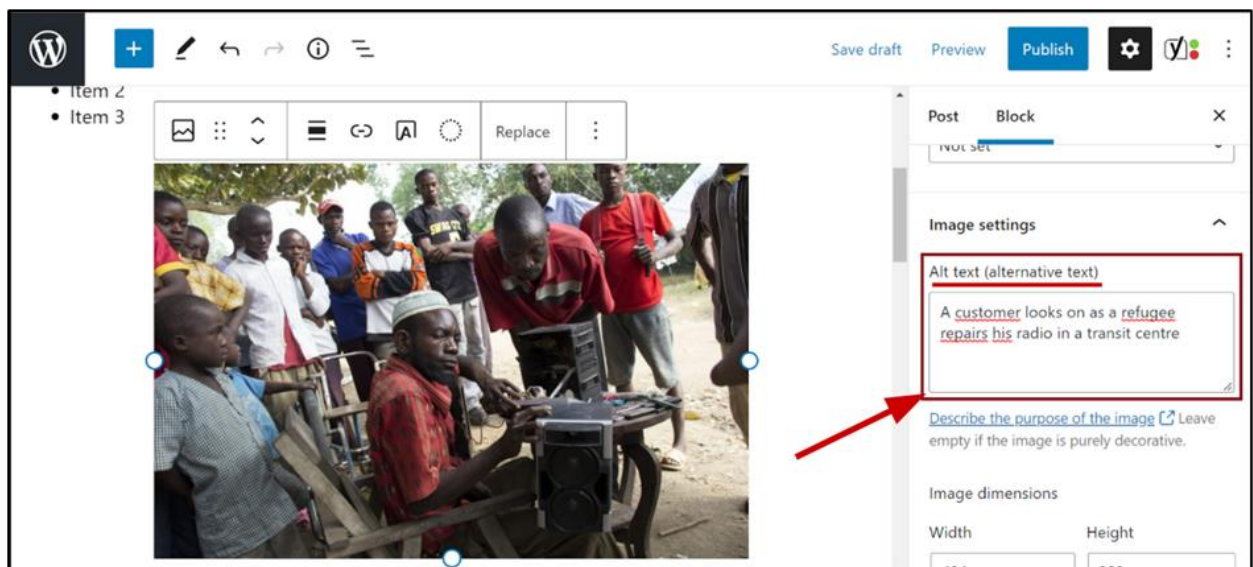
1. Система за управление на съдържанието (съкратено CMS)
2. HTML, CSS и JavaScript

При CMS като WordPress трябва да вземете предвид следните елементи за дигитална достъпност, така че уебсайтът да може да бъде достъпен:

- цветови контрасти
- структура на страницата
- използване на заглавия
- алтернативен текст за изображения
- достъпни връзки

Ето примери от WordPress за алтернативен текст и структуриране на страница със заглавия.

### Първи алтернативен текст



Фигура 12: Интерфейс на WordPress с настройка за алтернативен текст за изображение от UNHCR

Картината в контекста на тази статия не е декоративна, следователно е необходима текстова алтернатива.

Когато изображението е избрано, прегледайте настройките на изображението, за да напишете алтернативния текст.

Ако изображението е декоративно, можете да оставите текстовото поле празно.

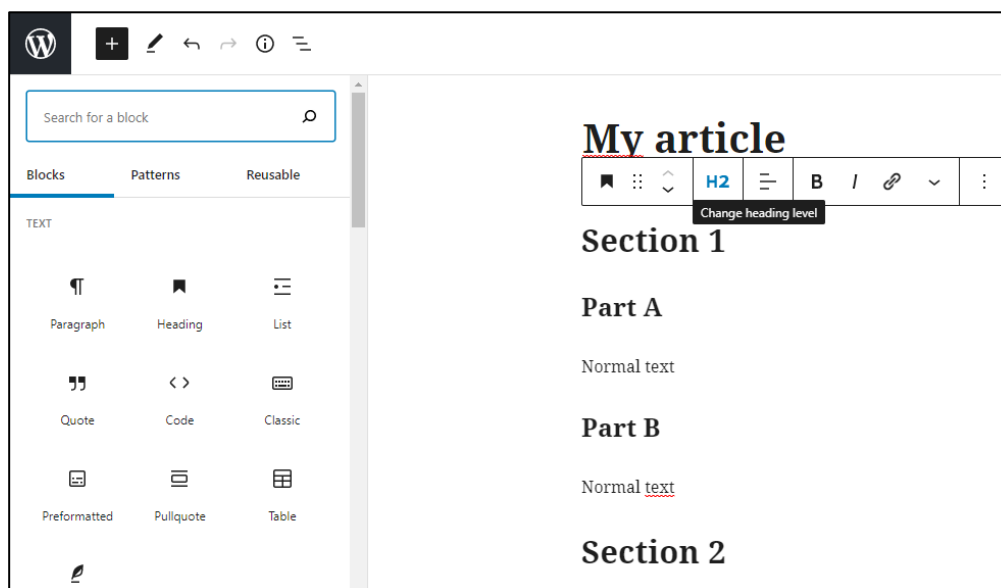
Алтернативният текст за тази снимка може да бъде: „Клиент гледа как бежанец поправя радиото си в транзитен център“.

### Сега структурата на страницата

В WordPress е възможно да се структурира страница с помощта на заглавия и да се зададе ниво на заглавие.

Можете да добавите до 6 нива на заглавие.

Както е показано по-долу, заглавието „Раздел 1“ е заглавие от ниво 1 (H1), последвано от заглавието „Част А“, което е заглавие от ниво 2 (H2).



Фигура 13: Интерфейс на WordPress с параметри за заглавия за текст

## Онлайн платформи

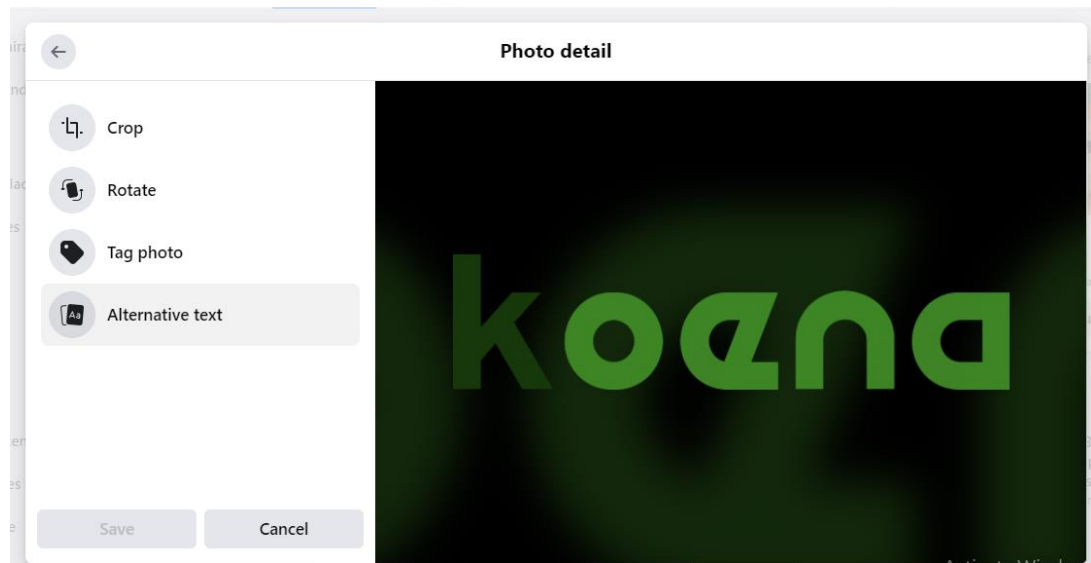
### Социална медия

Както беше обяснено по-горе, текстовите алтернативи на изображенията, съдържащи информация, са необходимост. Той също така помага на търсачките да индексират вашето съдържание, което спомага за популяризирането на вашето съдържание.

Различни социални медийни платформи позволяват на създателите на съдържание да добавят алтернативен текст към изображения и GIF файлове. Тези платформи включват Facebook, Twitter, LinkedIn и Instagram.

Ето пример от Facebook:

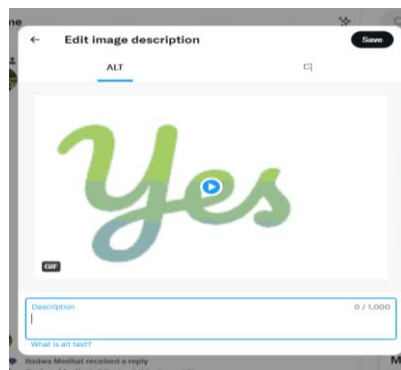
- След като качите изображение, което изисква алтернативен текст, щракнете върху бутона "редактиране".
- Ще бъде възможно да се добави алтернативен текст, описващ изображението.
  - В този случай алтернативният текст може да бъде „лого на Коепа“.



Фигура 14: Екранна снимка на интерфейс на Facebook с настройка за алтернативен текст за изображение

Ето пример от Twitter:

- След като публикувате изображение или GIF, можете да добавите алтернативен текст, като щракнете върху „Добавяне на описание“.
- Както е показано по-долу, описанието трябва да бъде 1000 знака или по-малко.
  - В този случай алтернативният текст за GIF може да бъде „Да“.



Фигура 15: Екранна снимка на интерфейс на Twitter с настройка за алтернативен текст за изображение

### **Какво ще кажете за хаштаговете?**

Хаштаговете могат да бъдат достъпни за потребителите на екранни четци, ако всяка дума започва с главна буква. По този начин екранният четец ще може да различи няколко думи. Това се нарича хештаг на камила.

Ето пример за достъпен хаштаг: #ScreenReaderDemo

Ето пример за недостъпен хаштаг: #screenreaderdemo

### **А емотикони?**

Има важна разлика между емотикони и емотикони, която е, че първите могат да бъдат достъпни, докато вторите не могат.

Това е достъпно емоджи 😊

Това емоджи с усмихнато лице вече съдържа алтернативен текст, който може да бъде прочетен от екранен четец.

Това е недостъпен емотикон :-) Емотиконът му с усмихнато лице може да бъде прочетен от някой екранен четец като неговите 3 знака, двоеточие, тире и скоба, което не предава правилното значение.

За предпочитане е да използвате емотикони, за да избегнете объркване на потребителите.

Ето някои добри практики при използване на емотикони:

- Поставете вашите емотикони в края на публикацията, така че да не пречи на потребителите на екранни четци.
- Избягвайте да използвате твърде много емотикони, 3 е достатъчен брой.
- Не замествайте думите с емотикони.



- Например, не пишете „Аз ♥ 🍷 ” с емотикони, а вместо това напишете „Обичам фалафели” с букви.

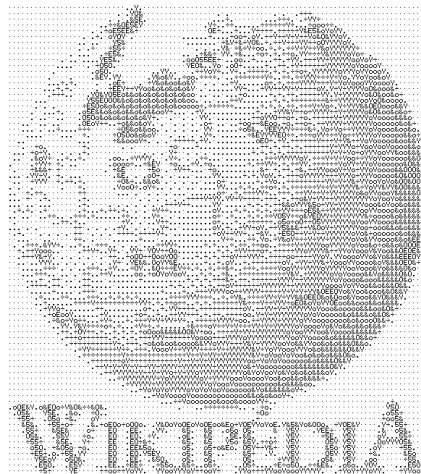
### Случаят на ASCII чл

ASCII art са изображения, направени със знаци.

Точно като емотиконите, всеки символ ще бъде прочетен поотделно от екранен четец, което ще доведе до неразбираемо съдържание.

Ако ASCII изкуство е от съществено значение, публикувайте го като екранна снимка или изображение и добавете към него текстова алтернатива.

Например, ето ASCII художествено изображение:



Фигура 16: ASCII art лого на Wikipedia, Wikipedia

### Видео хостинг услуги

Когато публикувате видеоклипове в хостинг услуги като YouTube и Vimeo, съдържанието трябва да бъде достъпно както визуално, така и звуково.

**За целта трябва да използвате затворени надписи и аудио описание.**



Затворените надписи предоставят писмена информация за всеки, който не може да има достъп до аудиото, независимо дали е резултат



от увреждане или просто средата, в която се намира човекът.

Достигането до хора, които гледат вашите рекламни видеоклипове на шумно място, със сигурност ще помогне на вашия бизнес!

Затворените надписи предоставят писмена алтернатива за вокални и музикални сигнали във видеоклип.

Можете също така да предоставите писмена транскрипция на видеото, което помага на потребителите да имат достъп до цялото съдържание на видеото.

Аудио описанието е „разказ, добавен към саундтрака, за да опише важни визуални детайли, които не могат да бъдат разбрани само от основния саундтрак“ (дефиниция от [уебсайта на WCAG](#)).

Те позволяват на потребителите със зрителни увреждания да разберат съдържанието на видеоклипа.

## Имейли

За да изпращате достъпни имейли, например бюлетините, които изпращате на клиентите си, трябва да следвате някои правила. Те са основно същите, които представихме за друго съдържание.

1. Изберете цветове с добър контраст
2. Направете вашите връзки достъпни
3. Избягвайте големи текстови блокове, като използвате списъци
4. Използвайте заглавия, когато пишете дълъг имейл



### Честито!

Завършихте Модул 14. Вече можете да вземете тест на платформата, за да проверите знанията си и да кандидатствате за сертификат с ECQA.



## Референтен списък

Европейска комисия (2019) Европейски акт за достъпност [онлайн]  
Наличен на: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1202>

Служба на Върховния комисар на ООН за правата на човека (2006 г.)  
Конвенция за правата на хората с увреждания [онлайн] Достъпно на:  
[https://www.ohchr.org/en/instruments-](https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention-rights-persons-увреждания)  
[mechanisms/instruments/convention-rights-persons -увреждания](https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention-rights-persons-увреждания)

[https://www.unhcr.org/innovation/10-refugees-who-will-change-your-](https://www.unhcr.org/innovation/10-refugees-who-will-change-your-perception-of-entrepreneurship/)  
[perception-of-entrepreneurship/](https://www.unhcr.org/innovation/10-refugees-who-will-change-your-perception-of-entrepreneurship/)

[https://en.wikipedia.org/wiki/United\\_Nations\\_High\\_Commissioner\\_for\\_Re-](https://en.wikipedia.org/wiki/United_Nations_High_Commissioner_for_Refugees)  
[fugees](https://en.wikipedia.org/wiki/United_Nations_High_Commissioner_for_Refugees)

World Wide Web Consortium Web Accessibility Initiative (2005) Въведение  
в уеб достъпността [онлайн] Налично на:  
<https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-intro/#what>

## Допълнителни ресурси

„Перспективи за уеб достъпност“, канал на WC3 за уеб достъпност в  
Youtube

Разстройство с дефицит на вниманието и хиперактивност Страница в  
Wikipedia

Inclusion Europe, Лесен за четене контролен списък (pdf, 225 Ko)

## Списък с фигури

Фигура 1: Бизнесмен в инвалидна количка, работещ на бюро, снимка на Microsoft

0

Фигура 2: Лесно за четене лого, Inclusion Europe. © Европейско лесно за четене  
лого: Inclusion Europe. Повече информация на [www.inclusion-europe.eu/easy-to-](http://www.inclusion-europe.eu/easy-to-read)  
[read](http://www.inclusion-europe.eu/easy-to-read)”

9



Фигура 3: Екранна снимка на онлайн статия с декоративно изображение, UNHCR	11
Фигура 4: Изображение с текст	12
Фигура 5: Екранна снимка на интерфейс на Word с настройка за алтернативен текст за изображение	13
Фигура 6: Група изображения, използвани за упражнение	15
Фигура 7: Екранна снимка от Върховния комисариат на ООН за бежанците в Уикипедия	17
Фигура 8: Екранна снимка на интерфейса HeadingsMap, показваща структурата на заглавията	18
Фигура 9: Екранна снимка на интерфейс на Chrome с иконата HeadingsMap.	19
Фигура 10: Интерфейс на Contrast Checker с функцията за избор на цвят.	22
Фигура 11: Възрастен мъж във видео разговор	25
Фигура 12: Интерфейс на WordPress с настройка за алтернативен текст за изображение от UNHCR	26
Фигура 13: Интерфейс на WordPress с параметри за заглавия за текст	27
Фигура 14: Екранна снимка на интерфейс на Facebook с настройка за алтернативен текст за изображение	29
Фигура 15: Екранна снимка на интерфейс на Twitter с настройка за алтернативен текст за изображение	29
Фигура 16: ASCII art лого на Уикипедия, Уикипедия	31



# Приложение

## Упражнение 1 – Решение

Значението на групата изображения е оценка, нещо като „4 от 5“.

Това значение трябва да е достъпно за хората, които използват екранни четци.

Възможно решение би било

- Да сложа „4 от 5“ като алтернатива за първа звезда
- За да маркирате другите звезди като декоративни, така че да бъдат игнорирани от екранните четци.