

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ
ΕΛΛΑΔΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ
ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
(ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΠΥΡΓΟΥ)**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΗΣ ΕΚΔΟΣΗΣ
ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ**



ΠΑΠΑΖΛΗ ΜΑΡΙΑ

ΛΥΓΕΡΟΥ ΙΩΑΝΝΑ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΔΡΟΣΟΣ ΛΑΜΠΡΟΣ

ΠΥΡΓΟΣ ΗΛΕΙΑΣ – 2015

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	2
ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ	4
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	5
ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗΣ ΑΚΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ	6
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	7
ABSTRACT	8
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	9
A. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ	11
A.1. – ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΙΣΤΟΥ;	11
A.2 – ΤΙ ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ – ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ.....	11
A.3 – ΠΟΙΟΥΣ ΑΦΟΡΑ Η ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΙΣΤΟΥ;	12
A.4 – ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑΣ.....	13
B. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΠΑΘΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ Η ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ	15
B.1 – ΣΩΜΑΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΗΡΙΕΣ	15
B.2 – ΜΥΟΣΚΕΛΕΤΙΚΕΣ ΠΑΘΗΣΕΙΣ.....	15
B. 3 - ΚΙΝΗΤΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΡΑΧΕΣ – ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΑΘΗΣΕΩΝ.....	16
B.4 – ΓΗΡΑΝΣΗ – ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΑΘΗΣΕΩΝ (AGEING)	16
B.5 - ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΑΘΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΓΝΩΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΙΣΘΗΤΗΡΙΑΚΕΣ ΑΝΑΠΗΡΙΕΣ.....	19
B.6 – ΣΩΜΑΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΗΡΙΕΣ (PHYSICAL DISABILITY).....	20
Γ. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - SECTION 504, SECTION 508 - WCAG 1.0/WCAG 2.0.....	21
Γ.1 – SECTION 504: ΠΡΩΤΗ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΗ ΠΡΑΞΗ SECTION 504	21
Γ.2 – SECTION 508: Η ΔΕΥΤΕΡΗ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΗ ΠΡΑΞΗ SECTION 508.....	21
Γ.3 – SECTION 508 – ΤΙ ΕΙΝΑΙ, ΠΟΤΕ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΘΗΚΕ ΚΑΙ ΠΟΙΟΥΣ ΚΑΛΥΠΤΕΙ;	21
Γ.4 – ΠΟΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ ΚΑΛΥΠΤΕΙ ΤΟ SECTION 508	22
Γ.5 – ΠΟΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ ΩΦΕΛΟΥΝΤΑΙ;	22
Γ.6 – ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ WCAG 1.0;	22
Γ.7 – ΟΔΗΓΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥ ΙΣΤΟΥ 2.0 - ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ..	24
Γ.8 – ΓΙΑ ΠΟΙΟΥΣ ΕΙΝΑΙ ΤΟ WCAG 2.0.....	24
Γ.9 – ΤΙ ΥΠΑΡΧΕΙ ΣΤΟ WCAG 2.0	25
Γ.10 – ΠΩΣ ΝΑ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΤΕ ΤΟ WCAG 2.0:	25
Γ.11 – ΟΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΟ WCAG 2.0:	25

Γ.12 – Η ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΤΟΥ WCAG 2.0:.....	25
Γ.13 – ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗΣ WCAG 2.0:	26
Γ.14 - WCAG 2.0 ΛΙΣΤΑ ΕΠΙΠΕΔΟΥ Α (ΑΡΧΑΡΙΟ ΣΤΑΔΙΟ)	26
Γ.15 - WCAG 2.0 ΛΙΣΤΑ ΕΛΕΓΧΟΥ ΑΑ (ΕΝΔΙΑΜΕΣΟ ΣΤΑΔΙΟ).....	51
Γ.16 - WCAG 2.0 ΛΙΣΤΑ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΑΑΑ (ΠΡΟΧΩΡΗΜΕΝΟ ΣΤΑΔΙΟ).....	62
Δ. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΑCHECKER (ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ.....	82
Δ.1 – ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΒΟΗΘΗΤΙΚΩΝ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑΣ.....	82
Δ.2 – ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΑCHECKER	83
Ε. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΛΑΘΗ ΠΟΥ ΕΝΤΟΠΙΣΤΗΚΑΝ ΣΤΟΝ ΙΣΤΟΤΟΠΟ ΚΑΙ Η ΕΠΙΛΥΣΗ ΤΟΥΣ	86
1.1 Text Alternatives: Provide text alternatives for all non-text content.....	86
Success Criteria 1.1.1 Non-text Content (A)	86
1.3 Adaptable: Create content that can be presented in different	89
ways without losing information or structure.....	89
Success Criteria 1.3.1 Info and Relationships (A).....	89
1.4 DISTINGUISHABLE: MAKE IT EASIER FOR USERS TO SEE AND HEAR.....	93
CONTENT INCLUDING FOREGROUND FROM BACKGROUND.	93
SUCCESS CRITERIA 1.4.6 CONTRAST (ENHANCED) (AAA)	93
1.3 Adaptable: Create content that can be presented in different ways without losing information or structure. Success Criteria 1.3.1 Info and Relationships (A).....	102
2.4 NAVIGABLE: PROVIDE WAYS TO HELP USERS NAVIGATE, FIND CONTENT, AND DETERMINE WHERE THEY ARE.	105
SUCCESS CRITERIA 2.4.6 HEADINGS AND LABELS (AA)	105
ΣΤ. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ – ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ	117
ΣΤ.1 - Τι είναι οι υποστηρικτικές Τεχνολογίες.....	117
ΣΤ.2 – ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΑΝΑΓΝΩΣΤΕΣ ΟΘΟΝΗΣ	117
ΣΤ.3 - JAWS	117
ΣΤ.4 – ΔΩΡΕΑΝ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΓΙΑ ΑΜΕΑ.....	118
ΣΤ.5 – ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΤΩΝ ΑΜΕΑ	119
ΣΤ.6 – Η ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ.....	121
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	123

ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1 – ΤΑ ΑΤΟΜΑ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΕΣ ΑΠΟΤΕΛΟΥΝ ΜΕΡΟΣ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ.....	12
Εικόνα 2 – SECTION 508.....	21
Εικόνα 3 – ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΙΣΤΟ.....	26
Εικόνα 4 – ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΕΡΓΑΛΕΙΟΥ ACHECKER.....	82
Εικόνα 5 - ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΚΕΙΜΕΝΟ ΜΕΤΑ ΤΗ ΔΙΟΡΘΩΣΗ.....	86
Εικόνα 6 - ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ.....	87
Εικόνα 7 - ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΩΝ.....	87
Εικόνα 8 - ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ W3C.....	98
Εικόνα 9 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΚΩΔΙΚΑ.....	98
Εικόνα 10 - ΧΡΩΜΑ ΑΝΤΙΘΕΣΗΣ ΠΡΙΝ ΤΗ ΔΙΟΡΘΩΣΗ.....	99
Εικόνα 11 - ΧΡΩΜΑ ΑΝΤΙΘΕΣΗΣ ΜΕΤΑ ΤΗ ΔΙΟΡΘΩΣΗ.....	99
Εικόνα 12 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΑΣ ΠΡΙΝ ΤΗ ΔΙΟΡΘΩΣΗ.....	101
Εικόνα 13 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΑΣ ΜΕΤΑ ΤΗ ΔΙΟΡΘΩΣΗ.....	102
Εικόνα 14 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΑΣ (1).....	102
Εικόνα 15 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΑΣ (2).....	103
Εικόνα 16 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΑΣ (3).....	103
Εικόνα 17 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΑΣ (4).....	104
Εικόνα 18 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΑΣ (5).....	104
Εικόνα 19 - ΤΙΤΛΟΣ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ.....	105
Εικόνα 20 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ POTENTIAL PROBLEM ΠΡΙΝ ΤΗ ΔΙΟΡΘΩΣΗ.....	106
Εικόνα 21 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ POTENTIAL PROBLEM meta ΤΗ ΔΙΟΡΘΩΣΗ.....	107
Εικόνα 22 - ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΛΗΚΤΡΟΛΟΓΙΟ (TAB).....	108
Εικόνα 23 - FONT SIZE.....	108
Εικόνα 24 - SITE MAP ΣΤΟ ADMINISTRATOR.....	109
Εικόνα 25 - ΕΠΙΛΟΓΗ SITE MAP ΣΤΟ ΜΕΝΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ.....	112
Εικόνα 27 - ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΤΙΤΛΟΥ 2.....	113
Εικόνα 26 - ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΤΙΤΛΟΥ (1).....	113
Εικόνα 28 - ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΤΙΤΛΟΥ (3).....	114
Εικόνα 29 - ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΤΙΤΛΟΥ (4).....	115
Εικόνα 30 - ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΤΙΤΛΟΥ (5).....	115
Εικόνα 31 - ΚΟΥΜΠΙΑ SLIDE SHOW.....	116
Εικόνα 32 - ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΠΛΗΚΤΡΟΛΟΓΙΟ.....	120
Εικόνα 33 - ΟΘΟΝΗ BRAILE ΣΕ TABLET.....	120
Εικόνα 34 - Η ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΕΙΝΑΙ ΥΠΟΘΕΣΗ ΟΛΩΝ.....	122

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η πτυχιακή αυτή εργασία εκπονήθηκε στο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Δυτικής Ελλάδας, Τμήμα Πληροφορικής και ΜΜΕ, παράρτημα Πύργου, με θέμα: Σχεδίαση και υλοποίηση προσβάσιμης έκδοσης ιστότοπου.

Επιθυμούμε να εκφράσουμε τις θερμές μας ευχαριστίες στον επιβλέποντα καθηγητή μας κ. Δρόσο Λάμπρο, καθώς μας ανέλαβε σε μια πολύ δύσκολη περίοδο για εμάς λόγω του ότι ο προηγούμενος επιβλέπων καθηγητής της συγκεκριμένης εργασίας αποχώρησε από το Τ.Ε.Ι.

Επίσης θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε την εταιρεία Δικτύωση καθώς δημιούργησε ένα αντίγραφο του δικού της ιστοτόπου για να μπορέσουμε να προχωρήσουμε με ασφάλεια την εργασία μας χωρίς να έχουμε το φόβο μήπως δημιουργήσουμε κάποιο πρόβλημα σε κάποιο επίσημο ιστότοπο.

Τέλος, ευχαριστούμε τις οικογένειές μας για την στήριξη και τη συμπαράσταση τόσο στην εκπόνηση αυτής εδώ της εργασίας όπως άλλωστε έκαναν και καθ' όλη τη διάρκεια των σπουδών μας.

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΗΣ ΑΚΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ

Εγώ η Μαρία Παπαζλή σπουδάστρια του τμήματος Πληροφορικής και ΜΜΕ, ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας, με αριθμό μητρώου: 1209, δηλώνω υπεύθυνα ότι είμαι συν-συγγραφέας της πτυχιακής εργασίας αυτής. Όπου έχω βασιστεί σε ιδέες ή κείμενα άλλων, είτε έχουν αναφερθεί αυτούσια είτε έχω προσπαθήσει με όλες μου τις δυνάμεις να το προσδιορίσω σαφώς, μέσα από την καλή χρήση αναφορών ακολουθώντας την ακαδημαϊκή δεοντολογία.

Η δηλούσα,
Μαρία Παπαζλή

Εγώ η Ιωάννα Λυγερού σπουδάστρια του τμήματος Πληροφορικής και ΜΜΕ, ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας, με αριθμό μητρώου: 1185, δηλώνω υπεύθυνα ότι είμαι συν-συγγραφέας της πτυχιακής εργασίας αυτής. Όπου έχω βασιστεί σε ιδέες ή κείμενα άλλων, είτε έχουν αναφερθεί αυτούσια είτε έχω προσπαθήσει με όλες μου τις δυνάμεις να το προσδιορίσω σαφώς, μέσα από την καλή χρήση αναφορών ακολουθώντας την ακαδημαϊκή δεοντολογία.

Η δηλούσα,
Ιωάννα Λυγερού

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία εστιάζεται στη μελέτη της προσβασιμότητας ενός ιστότοπου στον παγκόσμιο ιστό.

Ο ιστότοπος που επιλέχθηκε να εξεταστεί είναι ο ακόλουθος: marianna.dictiosi.gr. Τα σύνολα κανόνων Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) τα οποία έχουν προταθεί από το διεθνή φορέα προτυποποίησης World Wide Web Consortium (W3C) είναι οι οδηγίες που ακολουθήθηκαν.

Το εργαλείο A-Checker είναι αυτό που χρησιμοποιήθηκε για να εξεταστεί η προσβασιμότητα των ιστοσελίδων του ιστότοπου και μετέπειτα, η χρήση του συνεχίστηκε ώστε να γίνει η επανεξέταση αυτών με σκοπό να οδηγηθούμε στο επιθυμητό αποτέλεσμα.

Οι αναπηρίες των ανθρώπων σε όλο τον κόσμο ποικίλλουν (προβλήματα όρασης, κίνησης, ακοής κ.λ.π.). Ωστόσο, οι υποστηρικτικές τεχνολογίες που υπάρχουν διαθέσιμες είναι πολλές. Αρκεί βέβαια οι ιστότοποι να είναι σωστά σχεδιασμένοι ώστε να μπορούν να τις χρησιμοποιούν τα άτομα που τις έχουν ανάγκη.

Οι λόγοι που οδηγούν στην ανάγκη παγίωσης της ιδέας προσβασιμότητας στον παγκόσμιο ιστό δεν είναι μόνο οι αναπηρίες. Για παράδειγμα όταν κάποιος έχει αργή σύνδεση στο Internet, πολλές φορές αυτό έχει ως αποτέλεσμα να αργεί η φόρτωση των εικόνων και να μην μπορεί να τις δει. Βλέποντας όμως το alternative text (εναλλακτικό κείμενο) που έχει τοποθετηθεί σε αυτές θα κατανοήσει το περιεχόμενό τους και χωρίς να τις δει.

Η προσβασιμότητα λοιπόν στον παγκόσμιο ιστό είναι δικαίωμα όλων και αποτελεί επιτακτική ανάγκη τόσο για ηθικούς όσο και για οικονομικούς λόγους. Θα ήταν σκόπιμο να αποτελεί βασική αρχή για την κατασκευή ενός ιστοτόπου από το μηδέν.

ABSTRACT

The present thesis focuses on the study of accessibility of a site on the web.

The site chosen to be examined is the following: marianna.dictiosi.gr. The Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) rule sets which have been proposed by the international standardization organization World Wide Web Consortium (W3C) are the guidelines that have been followed.

The A-Checker tool is the one that was used to examine the accessibility of the web sites and furthermore, its use was continued to make the review of these in order to be led to the desired results.

The disabilities of people around the world vary (vision, movement, hearing problems etc.). However, there are many assistive technologies available, as long as sites are properly designed so that such technologies can be used by people in need.

The reasons for the need to consolidate the idea of web accessibility is not only disability. For example when someone has a slow connection to the Internet, sometimes this can lead to a much slower loading of the images and therefore, people aren't able to see them. But seeing the alternative text (alt text) that has been placed in them will help people understand their content without seeing the actual images.

So, accessibility in the web is everyone's right and it is imperative for both ethical and economic reasons. There should be a basic principle to build a site from scratch.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Πριν από κάποια χρόνια, οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές εισέβαλαν ραγδαία στη ζωή μας αλλάζοντας μια για πάντα τον καθημερινό τρόπο ζωής των ανθρώπων στη σύγχρονη εποχή.

Με την ανάπτυξη λοιπόν των ηλεκτρονικών υπολογιστών, οι πληροφορίες ξεκίνησαν να μεταδίδονται γρηγορότερα και με πιο αποτελεσματικό τρόπο μέσω του Διαδικτύου. Άρα, η πληροφορική αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι για όλους τους επαγγελματικούς αλλά και επιστημονικούς τομείς.

Στον παγκόσμιο ιστό υπάρχουν περίπου μισό εκατομμύριο ιστοσελίδες. Η θρυλική - πλέον- μηχανή αναζήτησης είναι ο ιστότοπος που προτιμούν οι περισσότεροι χρήστες στον κόσμο. Τι σημαίνει όμως να είσαι το μεγαλύτερο website του κόσμου; Πρώτα απ' όλα, το 50% των απανταχού χρηστών του Internet επισκέπτονται το Google κάθε μέρα! Από τα 2,3 δισεκατομμύρια χρηστών του Διαδικτύου, υπολογίζεται ότι επισκέπτονται καθημερινά τη μηχανή αναζήτησης περίπου 950 εκατ. άνθρωποι.¹

Το ερώτημα που προκύπτει όμως είναι το εξής: είναι οι ιστότοποι προσβάσιμοι για όλους; Οι άνθρωποι με κάποια μορφή αναπηρίας μπορούν να έχουν πρόσβαση σ αυτούς; Δυστυχώς τα αποτελέσματα είναι απογοητευτικά. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση περίπου 167 εκατ. πολίτες δεν είναι σε θέση να χρησιμοποιήσουν το μεγάλο ατού της διαδικτυακής εξυπηρέτησης όπως για παράδειγμα η υποβολή φορολογικής δήλωσης.

Οι περισσότεροι ιστότοποι δεν πληρούν τις προϋποθέσεις για την προσβασιμότητα, όπως για παράδειγμα τη μεγέθυνση κειμένων και εικόνων η την δυνατότητα εξερεύνησης ενός ιστότοπου μόνο με τη χρήση πληκτρολογίου, κλπ. Η προσβασιμότητα στην ψηφιακή όμως εποχή, αποτελεί πρωταρχικό δικαίωμα για όλους τους χρήστες του Διαδικτύου.

¹. <http://thessaliki.gr/technews/3706-oi-10-koryfaies-istoselides-ston-kosmo>

Συμπερασματικά, αμφότεροι δημόσιοι αλλά και ιδιωτικοί ιστότοποι θα ήταν φρόνιμο να ακολουθούν κάποιους κανόνες, όπως για παράδειγμα τα σύνολα κανόνων Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) τα οποία έχουν προταθεί από το διεθνή φορέα προτυποποίησης World Wide Web Consortium (W3C). Με αυτό τον τρόπο, θα μπορεί να έχει πρόσβαση σ' αυτούς όλο το “εν δυνάμει” κοινό χωρίς να παραμερίζεται κανένας. Αν αυτή η ιδέα λοιπόν καθιερωθεί σε λίγα χρόνια θα μπορούμε να κάνουμε λόγο για καθολικότητα της προσβασιμότητας.

A. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ

A.1. – ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΙΣΤΟΥ;

Προσβασιμότητα του Ιστού σημαίνει ότι είναι δυνατόν να χρησιμοποιούν τον Ιστό ακόμη και άτομα με αναπηρία. Πιο ειδικά, διευκολύνεται η αντίληψη, η κατανόηση, η πλοήγηση, η αλληλεπίδρασή τους με τον Ιστό, όπως και η συνεισφορά τους σε αυτόν. Επιπλέον, αυτό ωφελεί και άλλους χρήστες χωρίς αναπηρίες. Κάποια άτομα έχουν αργή σύνδεση στο Internet ή «προσωρινές αναπηρίες» όπως κατάγματα χεριών αλλά και ικανότητες που έχουν αλλάξει λόγω γήρανσης.

Οι αναπηρίες που επηρεάζουν την προσβασιμότητα είναι αυτές της όρασης, της ακοής, της ομιλίας, οι σωματικές, οι νοητικές αλλά και οι νευρολογικές. Οι περισσότεροι ιστότοποι και τα λογισμικά για τον Ιστό περιορίζουν ή και απαγορεύουν την προσβασιμότητά τους στα άτομα με αναπηρία. Πρέπει να γίνουν ευέλικτα ώστε να λειτουργούν αποτελεσματικά και να καλύπτουν διαφορετικές επιθυμίες, ανάγκες και καταστάσεις του χρήστη. Τα πλεονεκτήματα της προσβασιμότητας του Ιστού είναι μεγάλα και για τα άτομα αλλά και για τους οργανισμούς.

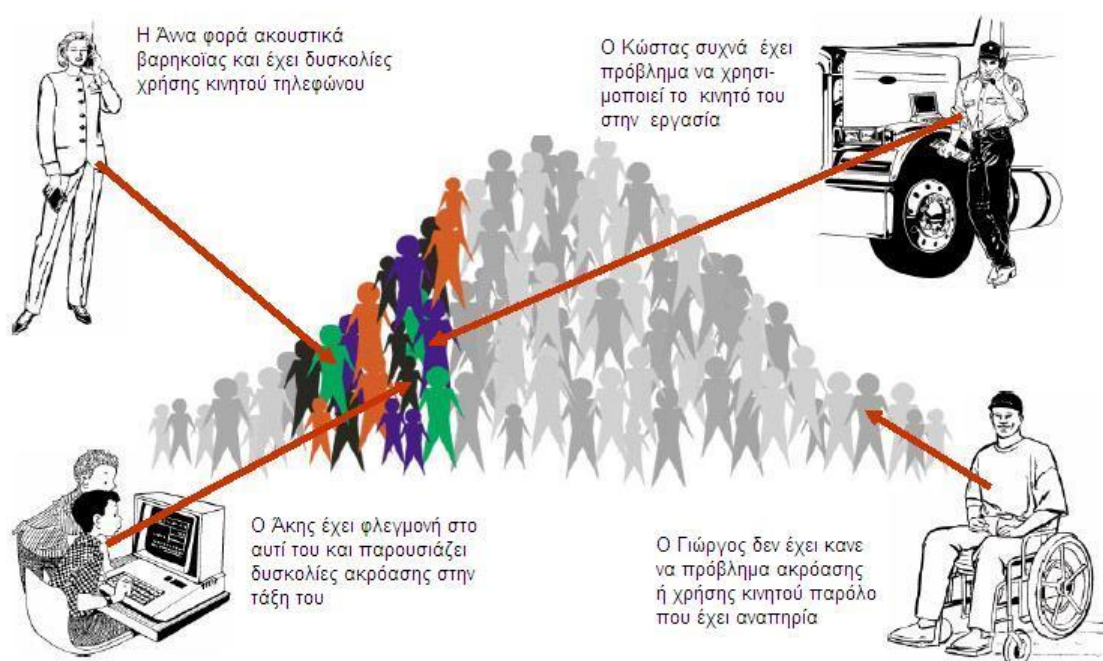
Εφ' όσον παρέχονται ίση πρόσβαση και ευκαιρίες σε όλους, τότε όλοι συμμετέχουν πιο ενεργά στην κοινωνία. Οι τεχνολογίες του Ιστού μπορούν να διευκολύνουν την πρόσβαση σε έντυπα, ηχητικά και οπτικά μέσα και μ' αυτό τον τρόπο επικαλύπτεται το πρόβλημα του ψηφιακού χάσματος. Επίσης η πρόσβαση αποτελεί μία όψη εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις απαιτείται από τη νομοθεσία και τις πολιτικές μίας χώρας.

A.2 – ΤΙ ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ – ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ

Τα σημαντικά ερωτήματα τα οποία πρέπει να απαντηθούν για να θεωρηθεί μία ιστοσελίδα όντως προσβάσιμη είναι αρχικά αν οι χρήστες ενοχλούνται κατά την πρώτη επίσκεψη τους στον ιστότοπο και αν την επόμενη φορά που θα επιστρέψουν στην ίδια ιστοσελίδα θα μπορούν να θυμηθούν πως την χρησιμοποίησαν την προηγούμενη. Επιπλέον αφού οι χρήστες μπουν στην ιστοσελίδα, έχουν την δυνατότητα της εύκολης πλοήγησής τους σε αυτή και μπορούν να βρουν αυτό για το οποίο επισκέφθηκαν την ιστοσελίδα;

Η σημασία του να γίνει μια ιστοσελίδα προσβάσιμη σε όλους, έχει να κάνει όχι μόνο με τον τρόπο με τον οποίο ορισμένοι άνθρωποι θα χρησιμοποιήσουν τελικά την ιστοσελίδα αυτή, αλλά κατά κύριο λόγο ποιες δυσκολίες αντιμετωπίζουν. Οι δυσκολίες αυτές ποικίλλουν, καθώς κάποιος μπορεί να χρησιμοποιούν αναγνώστες οθόνης ή να βασίζονται σε υπότιτλους, ή ακόμη και να μη μπορούν να κάνουν χρήση του ποντικιού. Έτσι λοιπόν, δε πρέπει κανείς να αποκλείεται από τη χρήση μιας ιστοσελίδας. Βέβαια, δε γίνεται από την άλλη να μην μπαίνουν προηγμένες λειτουργίες στην ιστοσελίδα ή να δημιουργούνται ιστοσελίδες χωρίς στυλ.

Α.3 – ΠΟΙΟΥΣ ΑΦΟΡΑ Η ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΙΣΤΟΥ;



ΕΙΚΟΝΑ 1 - ΤΑ ΑΤΟΜΑ ΜΕ ΑΝΑΠΗΡΙΕΣ ΑΠΟΤΕΛΟΥΝ ΜΕΡΟΣ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ

Ένα άλλο θέμα είναι ποιους αφορά η προσβασιμότητα του Ιστού. Αφορά τον σχεδιαστή μόνο ή όλους; Είναι δυνατόν να επηρεάσει την αγορά ή όχι; Ποια είναι τα οφέλη της και ποιες οι συνέπειες και για ποιους;

Ο λόγος για τον οποίο ο Παγκόσμιος Ιστός κατέστη τόσο δυνατός είναι ακριβώς η καθολικότητά του. Είναι θεμελιώδες το να μπορεί να τον χρησιμοποιήσει ο καθένας ανεξάρτητα από τις ιδιαιτερότητές του ή το πλαίσιο χρήσης. Η ηλικία ή κάποιες ανικανότητες μπορεί να περιορίζουν έναν χρήστη.

Δίνονται κάποια παραδείγματα στα οποία κάποιος κατανοεί αυτές τις ιδιαιτερότητες

- Η βαρηκοΐα απαγορεύει σχεδόν τη χρήση κινητού τηλεφώνου
- Οι θόρυβοι στους χώρους εργασίας κάνουν προβληματική τη χρήση των κινητών
- Η ωτίτιδα σ' έναν μαθητή μειώνει την ακοή του και τη συμμετοχή του στο μάθημα

Στις περισσότερες χώρες ένα 10% του πληθυσμού παρουσιάζει ανικανότητες χρήσης του Ιστού. Αυτές μπορεί να είναι κινητικές, δηλαδή δεν μπορούν να φτάσουν, να πιάσουν, να μετακινήσουν πράγματα ή να τεντώσουν τα χέρια τους και να κάνουν λεπτές κινήσεις. Είναι επίσης αισθητηριακές και αφορούν την όραση ή την ακοή ενώ επίσης είναι γνωστικές και σχετίζονται με την επικοινωνία, την σκέψη και τη γλώσσα.

Τέλος, ο μέσος όρος ηλικίας του πληθυσμού αυξάνεται και συχνά δημιουργούνται προβλήματα στην πρόσβαση του Ιστού συνακόλουθα με τα προβλήματα στην όραση, στην ακοή, στην επιδεξιότητα και στη μνήμη.

Πιο ειδικά, η προσβασιμότητα του Ιστού ωφελεί χρήστες με κινητά με μικρές οθόνες, ή τηλεοράσεις ιστού. Στον τομέα της παιδείας τώρα, τα πλεονάζοντα κείμενα, οι ήχοι και τα βίντεο, υποβοηθούν διαφορετικούς τρόπους μάθησης, ένα χαμηλό επίπεδο ανάγνωσης ή και την πρόσβαση σε δεύτερη γλώσσα. Πέρα από την παιδεία, ο Ιστός αποκτά αυξανόμενη σημασία και στην απασχόληση και στην διακυβέρνηση, στο εμπόριο, στην ιατρική περίθαλψη, στην ψυχαγωγία και σε άλλα. Αυτό δεν εξαρτάται από τον εξοπλισμό και το λογισμικό που διαθέτουν τα ίδια τα άτομα, την δικτυακή τους υποδομή, την γλώσσα τους, τον πολιτισμό, τη γεωγραφική τους θέση, τις σωματικές ή νοητικές τους ικανότητες. Μεγάλη σημασία έχει το λογισμικό του Ιστού (Web Software) που βοηθά τους υπεύθυνους να παράγουν και να αξιολογούν ιστότοπους με δυνατή πρόσβαση.

A.4 – ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

Το να σχεδιαστεί μία ιστοσελίδα και να παρέχει προσβασιμότητα, δίνει πολλά πλεονεκτήματα στους χρήστες καθώς όπως προαναφέρθηκε με αυτό τον σχεδιασμό δημιουργούνται ιστοσελίδες τις οποίες μπορεί να χρησιμοποιήσει ο καθένας είτε κάποιος που αντιμετωπίζει ειδικές ανάγκες είτε κάποιος που δεν έχει προβλήματα. Έτσι, η προσβασιμότητα του παρέχει μία πιο εύκολα πλοηγήσιμη ιστοσελίδα. Αυτές

τις αυξήσεις στην επισκεψιμότητα τις έχουν παρατηρήσει και μεγάλες εταιρείες αφού μετέτρεψαν τις ιστοσελίδες τους σε πλήρως προσβάσιμες σε άτομα με ειδικές ανάγκες. Παράλληλα με την αύξηση της επισκεψιμότητας, αυξάνονται και τα έσοδα για τέτοιου είδους ιστοσελίδες γεγονός που αποτελεί έναν ακόμα καλό λόγο για να δημιουργούνται σελίδες βασισμένες στα πρότυπα της προσβασιμότητας στον Παγκόσμιο Ιστό.

Επιπλέον, πολλοί από τους σχεδιαστές ιστοσελίδων δε λαμβάνουν υπόψιν το στήσιμο καλών ιστοσελίδων με περιεχόμενο που μπορεί να αυξομειωθεί στο μέγεθος ή δε χρησιμοποιούν σωστές εναλλαγές χρωμάτων και έτσι οι ιστοσελίδες γίνονται δύσκολες στην ανάγνωση. Με αυτό τον τρόπο οι ιστοσελίδες καταλήγουν να γίνουν δυσλειτουργικές ενώ οι ιστοσελίδες που είναι φτιαγμένες για να παρέχουν προσβασιμότητα, δίνουν καλά στημένες ιστοσελίδες, ευανάγνωστες και πολύ πιο εύκολες στην πλοήγηση. Έτσι, η ποιότητα των ιστοσελίδων βελτιώνεται αισθητά. Πολλοί βέβαια σχεδιαστές αγνοούν εντελώς πως το κομμάτι των ατόμων με ειδικές ανάγκες είναι μεγάλο και γι' αυτό το λόγο πολλές φορές το αγνοούν ενώ θα έπρεπε να το λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τους καθώς πρόκειται για μία μεγάλη κατηγορία ατόμων που αν μη τι άλλο δεν περνά απαρατήρητη.

Τέλος, οι μεγάλες εταιρείες που αναφέρθηκαν και πιο πάνω, θα πρέπει να λάβουν υπόψιν τους πως η δημιουργία ιστοσελίδων προσβάσιμων στο Διαδίκτυο θα πρέπει να επεκταθεί πέραν της κλασικής εφαρμογής σε επιτραπέζιους ηλεκτρονικούς υπολογιστές και σε έξυπνα κινητά αλλά και σε tablets. Η ύπαρξη προσβάσιμων ιστότοπων σε όλες ανεξαρτήτως τις συσκευές είναι ένα μεγάλο βήμα και για άτομα που δεν έχουν μόνιμα προβλήματα αλλά θα ήθελαν μία συσκευή την οποία θα μπορούνε να χρησιμοποιούνε στις καθημερινές τους συνήθειες.

B. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΠΑΘΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ Η ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ

B.1 – ΣΩΜΑΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΗΡΙΕΣ

Το Διαδίκτυο αποτελεί για τους ανθρώπους με σωματικές αναπηρίες έναν πολύ σπουδαίο τρόπο για να καταφέρουν να έχουν πρόσβαση σε υπηρεσίες και πληροφορίες που διαφορετικά θα ήταν σχεδόν αδύνατο να έχουν. Γι' αυτό το λόγο το Διαδίκτυο γενικά θα πρέπει να παρέχει σε αυτούς τους ανθρώπους ό,τι καλύτερο μπορεί ξεκινώντας βέβαια από τον καλό και προσεκτικό σχεδιασμό ιστοσελίδων. Επιπλέον όταν γίνεται λόγος για σωματικές αναπηρίες δε θα πρέπει να ξεχνάμε πως αυτές συχνά εμφανίζονται μαζί με ψυχικές και νοητικές ανεπάρκειες κι έτσι θα πρέπει να δίνονται όσον το δυνατό περισσότερες λύσεις για όλους. Ακόμα και τα πιο απλά και αυτά που γενικά ο κόσμος θεωρεί αυτονόητα όπως για παράδειγμα το κλικ που κάνει κάποιος για να μπει σε μια ιστοσελίδα, για πολλά άτομα με ειδικές ανάγκες αποτελεί πραγματική πρόκληση.

Οποιαδήποτε ανωμαλία της δομής του σώματος η όποια ψυχολογική διαταραχή, εντάσσεται στις σωματικές αναπηρίες σύμφωνα με τον Διεθνή Οργανισμό Υγείας. Οι αναπηρίες αυτού του είδους δεν έχει σημασία αν είναι είτε μόνιμες είτε παροδικές. Αυτό είναι ένα μεγάλο κομμάτι χρηστών που χρειάζονται απαραίτητα την προσβασιμότητα στον Παγκόσμιο Ιστό. Τα προβλήματα επιδεξιότητας έχουν να κάνουν με προβλήματα στα χέρια και εδώ αντιμετωπίζεται ένα επίσης σοβαρό θέμα καθώς η πρόσβαση στο Διαδίκτυο απαιτεί χειροκίνητη χρήση.

B.2 – ΜΥΟΣΚΕΛΕΤΙΚΕΣ ΠΑΘΗΣΕΙΣ

Οι μυοσκελετικές διαταραχές είναι αυτές που προσβάλλουν το μυϊκό σύστημα αλλά και το σκελετό με αποτέλεσμα να δημιουργούνται ασθένειες όπως η οστεοαρθρίτιδα ή η ρευματοειδής αρθρίτιδα οι οποίες είναι και οι πιο συχνές ενώ και το σύνδρομο του καρπιαίου σωλήνα ανήκει σε αυτού του είδους τις διαταραχές. Σε αυτές τις ασθένειες λοιπόν είναι δύσκολες οι κινήσεις και προκαλείται πολλές φορές πόνος ή και επιδείνωση της ασθένειας όταν υπάρχει κίνηση.

Επομένως, είναι φανερό πως για ένα χρήστη με τέτοιου είδους κινητικά προβλήματα είναι δύσκολο να χρησιμοποιήσει πληκτρολόγιο ή ποντίκι οπότε σε αυτές τις περιπτώσεις χρησιμοποιείται κάποιο άλλο μέρος του σώματος όπως για παράδειγμα το στόμα.

B.3 - ΚΙΝΗΤΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΡΑΧΕΣ – ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΑΘΗΣΕΩΝ

B.3.1 – ΔΙΑΤΑΡΑΧΕΣ ΚΙΝΗΣΗΣ

Πολύ συχνές διαταραχές κίνησης προκαλούνται από βλάβες στο νευρομυϊκό σύστημα με τις πιο διαδεδομένες να είναι:

- η αταξία (Ataxia), στην οποία οι άνθρωποι που πάσχουν δε μπορούν να συντονίσουν καλά τις κινήσεις τους
- η χορεία (Chorea - η γνωστή ως Νόσος του Χάντινγκτον), που επηρεάζει τον συντονισμό των μυών και οδηγεί σε γνωστική εξασθένηση και άνοια
- η δυστονία (Dystonia), η οποία είναι μια κινητική διαταραχή που χαρακτηρίζεται από ανώμαλες παρατεταμένες μυϊκές συσπάσεις σε κάποια περιοχή του σώματος
- οι μυοκλονικές κρίσεις (Myoclonus ή Μυόκλονος), που είναι ένα γρήγορο και ακούσιο τράνταγμα των μυών
- η μερική (partial paralysis) ή πλήρης παράλυση (complete paralysis), οι οποίες είναι αποτελέσματα νευρολογικής νόσου
- η Νόσος Πάρκινσον (Parkinsonism), η οποία αναφέρεται ως μια διαταραχή του κεντρικού νευρικού συστήματος με πολύ συχνά τα φαινόμενα του τρόμου, της δυσκαμψίας αλλά και της ακινησίας
- οι σπασμοί (Spasm), που είναι η μη-ελεγχόμενη και γρήγορη ανατάραξη του σώματος ενός ατόμου και
- ο τρόμος (Tremors), ένας μη ελεγχόμενος, ρυθμικός κλονισμός ενός τμήματος του σώματος που συναντάται επίσης πολύ συχνά στη Νόσο του Πάρκινσον αλλά και στην σκλήρυνση κατά πλάκας.

B.4 – ΓΗΡΑΝΣΗ – ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΑΘΗΣΕΩΝ (AGEING)

B.4.1 – ΟΡΑΣΗ (VISION)

Τα προβλήματα της όρασης στους χρήστες του Διαδικτύου είναι αυτά που απασχολούν περισσότερο τους σχεδιαστές των ιστοσελίδων καθώς είναι τα πιο συχνά είτε μιλάμε για τυφλούς ανθρώπους είτε για άτομα που αντιμετωπίζουν προβλήματα μερικής τύφλωσης. Η βοήθεια σε αυτούς τους χρήστες έρχεται όταν οι σχεδιαστές ιστοσελίδων ασχολούνται πολύ με τα χρώματα μιας σελίδας (απόχρωση, φωτεινότητα και υψηλές αντιθέσεις), καθώς οι μεγαλύτεροι άνθρωποι έχουν θέμα με αυτά και δε μπορούν να τα διακρίνουν καλά. Το να μπαίνει ανοιχτόχρωμο κείμενο σε σκούρο φόντο είναι γενικότερα μια αποδεκτή λύση για αυτές τις περιπτώσεις όπως επίσης και η αποφυγή λευκού χρώματος. Τα μεγαλύτερα κενά σε ένα κείμενο, η αποφυγή των διακοσμητικών άκρων, η μη χρήση κεφαλαίων γραμμάτων μόνο αλλά και οι γραμματοσειρές μεγέθους 12 ή και 14 στιγμών είναι πολύ βοηθητικές επίσης.

B.4.2 – ΗΛΙΑΚΗ ΕΚΦΥΛΙΣΗ ΩΧΡΑΣ ΚΗΛΙΔΑΣ (AGE-RELATED MACULAR DEGENERATION AMD)

Η εκφύλιση της ωχράς κηλίδας είναι πάθηση του οφθαλμού που σχετίζεται με την ηλικία. Η εκφύλιση της ωχράς συνήθως ξεκινά από τον ένα οφθαλμό και επειδή η όραση του άλλου οφθαλμού είναι συνήθως καλή, πολλές φορές τα άτομα που πάσχουν δεν το αντιλαμβάνονται έγκαιρα. Η AMD (όπως αλλιώς ονομάζεται) σπάνια οδηγεί σε απόλυτη τύφλωση, αφού ο ασθενής διατηρεί την περιφερειακή του όραση. Όσον αφορά τώρα τι πρέπει να προσέξει ένας σχεδιαστής ιστοσελίδας στην περίπτωση που κάποιος από τους χρήστες του πάσχει από εκφύλιση ωχράς κηλίδας, αυτό είναι οι μεγάλες γραμματοσειρές. Θα πρέπει επίσης οι χρήστες να έχουν οι ίδιοι την επιλογή αύξησης των γραμματοσειρών. Τα κουμπιά και οι εικόνες θα πρέπει να είναι επίσης σε μεγάλο μέγεθος αλλά και τα χρώματα, όπως προαναφέρθηκε και πιο πάνω να μην είναι πολύ έντονα όπως και το φόντο της σελίδας να μην είναι πολύ σκούρο.

B.4.3 – ΚΑΤΑΡΡΑΚΤΗΣ (CATARACTS)

Η θόλωση του κρυσταλλοειδούς φακού του ματιού λέγεται καταρράκτης. Ο φυσικός φακός του ματιού είναι διαυγής και βρίσκεται πίσω από την ίριδα. Μέσα από αυτόν περνάει το φως για να φτάσει στη συνέχεια στον αμφιβληστροειδή χιτώνα στην οπίσθια επιφάνεια του ματιού. Με την πάροδο της ηλικίας, ο φακός αυτός χάνει την

αρχική του σύσταση και θολώνει. Οι ιστοσελίδες λοιπόν θα πρέπει να προσαρμόσουν τα χρώματα τους για να μπορούν και οι άνθρωποι με καταρράκτη να τις χρησιμοποιούν με περισσότερη ευκολία. Το μέγεθος λοιπόν των γραμματοσειρών θα πρέπει να είναι τουλάχιστον 12 στιγμές και να χρησιμοποιούνται χρώματα κόκκινου, κίτρινου και πορτοκαλί και όχι μπλε, πράσινο και μοβ γιατί τα άτομα με καταρράκτη δεν έχουν τη δυνατότητα να τα αναγνωρίσουν. Οι κινούμενες εικόνες επίσης καλό θα ήταν να αποφεύγονται γιατί δυσκολεύουν πολύ και το κείμενο θα ήταν καλό να μπαίνει σε άσπρο κενό χώρο για να διαβάζεται ευκολότερα.

B.4.4 – ΠΡΕΣΒΥΩΠΙΑ (PRESBYOPIA)

Η πρεσβυωπία έχει να κάνει και αυτή με την ηλικία, καθώς γίνονται ορισμένες μεταβολές που παρουσιάζονται στον κρυσταλλοειδή φακό του ματιού. Ο συγκεκριμένος φακός είναι εξαιρετικά ελαστικός και επιτρέπει να εστιάζουμε άμεσα σε όλες τις αποστάσεις χωρίς καμία προσπάθεια. Με τα χρόνια όμως ο φακός σκληραίνει, το μάτι χάνει την ικανότητα προσαρμογής και η όραση δεν είναι πια ευκρινής στις κοντινές αποστάσεις.

B.4.5 – ΓΛΑΥΚΩΜΑ (GLAUCOMA)

Το γλαύκωμα είναι μια πάθηση των ματιών που αλλοιώνει την όραση και δημιουργεί πολλά προβλήματα στους ασθενείς. Με το γλαύκωμα χάνεται όπως και με την πρεσβυωπία η περιφερειακή όραση και έτσι τα άτομα που πάσχουν δεν έχουν καλή γωνία όρασης με αποτέλεσμα εάν δεν υπάρξει άμεση αντιμετώπιση, το άτομο αυτό να τυφλωθεί.

B.4.6 – ΑΚΟΗ (HEARING)

Η απώλεια ακοής είναι ακόμη ένα θέμα το οποίο πρέπει να ληφθεί υπόψιν πριν τον σχεδιασμό μίας ιστοσελίδας. Τα άτομα με θέματα ακοής δε μπορούν να ακολουθήσουν τη γρήγορη ομιλία ή τις συνομιλίες όταν υπάρχει θόρυβος από πίσω. Θα πρέπει λοιπόν να παρέχονται λεζάντες ήχου για αυτές τις περιπτώσεις.

B.4.7 -ΑΜΦΙΒΛΗΣΤΡΟΕΙΔΟΠΑΘΕΙΑ (RETINOPATHY)

Η αμφιβληστροειδοπάθεια (Retinopathy), προκαλείται συνήθως από την ασθένεια του διαβήτη και έχει ως αποτέλεσμα την μερική απώλεια της όρασης.

Δημιουργούνται λοιπόν θέματα εξαιτίας αυτής της πάθησης για τα άτομα που χρησιμοποιούν τον υπολογιστή καθώς αντιμετωπίζουν σοβαρά θέματα με την ανάγνωση.

B.4.8 – ΑΠΟΚΟΛΛΗΣΗ ΤΟΥ ΑΜΦΙΒΛΗΣΤΡΟΕΙΔΟΥΣ (DETACHED RETINA)

Η αποκόλληση του αμφιβληστροειδούς (detached retina), είναι η πάθηση στην οποία αποκολλάται ο αμφιβληστροειδής και μπορεί να οδηγήσει σε απώλεια της όρασης εάν δεν αντιμετωπιστεί άμεσα.

B.5 - ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΑΘΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΓΝΩΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΙΣΘΗΤΗΡΙΑΚΕΣ ΑΝΑΠΗΡΙΕΣ

Για τις γνωστικές και αισθητηριακές αναπηρίες δεν υπάρχει ακόμη μεγάλος βαθμός έρευνας ούτε τεχνικές σχετικές με την ανάπτυξη της προσβασιμότητας για τις ιστοσελίδες κι έτσι γίνονται από τις πιο δύσκολες κατηγορίες προς κατανόηση των προβλημάτων που υπάρχουν. Οι παρακάτω κατηγορίες δίνουν μια ιδέα για τις αναπηρίες αυτές και για το πώς ενδεχομένως μπορούν να αντιμετωπιστούν.

B.5.1 – ΑΝΤΙΛΗΨΗ (PERCEPTION)

Τα άτομα που πάσχουν από προβλήματα αντίληψης (perception), αντιμετωπίζουν μεγάλες δυσκολίες στην όραση και στην ακοή με αποτέλεσμα να έχουν σοβαρά θέματα στον συνδυασμό οπτικών και ακουστικών ερεθισμάτων στο Διαδίκτυο. Αν και δεν είναι εύκολο να γίνει κατανοητό τι ανάγκες έχει η συγκεκριμένη ομάδα, μία ιστοσελίδα η οποία είναι σχεδιασμένη σωστά και με συνάφεια θα τους βοηθούσε σίγουρα πολύ.

B.5.2 – ΜΝΗΜΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΟΧΗ (MEMORY AND ATTENTION)

Τα άτομα που παρουσιάζουν δυσκολία στη διάσπαση της προσοχής αλλά και προβλήματα μνήμης (Memory and Attention) συνήθως δυσκολεύονται στην εστίαση της πληροφορίας. Το να διαχωρίζεται το κείμενο σε μια ιστοσελίδα σε μικρά κομμάτια είναι μία πολύ καλή λύση για τους ανθρώπους που αντιμετωπίζουν τέτοια θέματα και με αυτό τον τρόπο μπορεί ο κάθε ένας να κατανοεί ευκολότερα το περιεχόμενο μίας ιστοσελίδας.

B.5.3 ΑΛΛΗΛΟΥΧΙΑ (SEQUENCING)

Η αλληλουχία (Sequencing) έχει να κάνει με τον συνδυασμό των οπτικών και των ακουστικών ικανοτήτων ενός ατόμου. Για να βοηθήσετε τα άτομα που έχουν προβλήματα με την αλληλουχία, θα πρέπει να μην μπαίνουν στην ιστοσελίδα περιεχόμενα που αναβοσβήνουν ή άλλες κινήσεις γενικά που μπορεί να αποσπάσουν την προσοχή των χρηστών αυτών.

B.5.4 – ΔΥΣΛΕΞΙΑ (DYSLEXIA)

Η Δυσλεξία (Dyslexia) είναι μια μορφή μαθησιακής δυσκολίας κατά την οποία το άτομο παρουσιάζει δυσκολίες στην κατανόηση των λέξεων αλλά και των αριθμών. Η μεγαλύτερη βοήθεια σε άτομα που παρουσιάζουν δυσλεξία, είναι η καθαρή και με σαφήνεια γλώσσα μιας ιστοσελίδας και θα πρέπει επίσης να δοθεί μεγάλη σημασία στην γραμματοσειρά που θα χρησιμοποιηθεί σε αυτή.

B.6 – ΣΩΜΑΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΗΡΙΕΣ (PHYSICAL DISABILITY)

Αυτή η κατηγορία αναφέρεται σε ένα μεγάλο εύρος ατόμων με διαφορετικά είδη σωματικών αναπηριών. Όσον αφορά στη χρήση υπολογιστών, απευθύνεται σε άτομα με μειωμένη κινητικότητα των άνω άκρων, γι' αυτό το λόγο και χρησιμοποιούνται συσκευές βοηθητικές όπως για παράδειγμα switches, joy sticks, και άλλα. Απαραίτητη τέλος θεωρείται η εναλλακτική πρόσβαση από το πληκτρολόγιο για εντολές που διαφορετικά θα χρειάζονταν ποντίκι.

Γ. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - SECTION 504, SECTION 508 - WCAG 1.0/WCAG 2.0

Γ.1 – SECTION 504: ΠΡΩΤΗ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΗ ΠΡΑΞΗ SECTION 504

Το Section 504 είναι ο πρώτος πολιτικός νόμος που δημιουργήθηκε για τα άτομα με ειδικές ανάγκες στις Ηνωμένες Πολιτείες. Αναφερόταν στους εργοδότες αλλά και στους οργανισμούς που λάμβαναν οικονομική βοήθεια και διέκριναν μέχρι τότε τις συγκεκριμένες ομάδες ατόμων. Δημιουργήθηκε κατά βάση λοιπόν για να αποφεύγονται τέτοιου είδους διαχωρισμοί στις ευπαθείς ομάδες των ατόμων με ειδικές ανάγκες με βάση την κατάσταση αναπηρίας τους και είναι η αρχή για όλους τους επόμενους νόμους που ψηφίστηκαν.

Γ.2 – SECTION 508: Η ΔΕΥΤΕΡΗ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΗ ΠΡΑΞΗ SECTION 508



ΕΙΚΟΝΑ 2 - SECTION 508

Το Κογκρέσο των Η.Π.Α το 1998 τροποποίησε το νόμο περί αποκατάστασης έτσι ώστε να απαιτείται από τις ομοσπονδιακές υπηρεσίες να κάνουν τις ηλεκτρονικές αλλά και τις τεχνολογίες των πληροφοριών προσβάσιμες σε άτομα με ειδικές ανάγκες. Το Section 508 λοιπόν, ψηφίστηκε ώστε να εξαλειφθούν όλα τα εμπόδια στον τομέα της πληροφορίας και των τεχνολογιών για τα άτομα με αναπηρίες και να ενθαρρύνει την ανάπτυξη των τεχνολογιών.

Γ.3 – SECTION 508 – ΤΙ ΕΙΝΑΙ, ΠΟΤΕ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΘΗΚΕ ΚΑΙ ΠΟΙΟΥΣ ΚΑΛΥΠΤΕΙ;

Το 1998 στις Η.Π.Α ψηφίστηκε με νόμο οι ιστοσελίδες να είναι προσβάσιμες σε όλους, χωρίς περαιτέρω διακρίσεις για τα άτομα με ειδικές ανάγκες. Έτσι, δημιουργήθηκαν κάποια κριτήρια με βάση τα οποία θα έπρεπε να φτιάχνονται οι

ιστοσελίδες και σε κάθε σελίδα στην οποία δαπανούνται ομοσπονδιακά κεφάλαια, ήταν απαραίτητο να ακολουθεί συγκεκριμένες απαιτήσεις με σκοπό πάντα την προσβασιμότητα των ατόμων με ειδικές ανάγκες στο Διαδίκτυο.

Γ.4 – ΠΟΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ ΚΑΛΥΠΤΕΙ ΤΟ SECTION 508

Το Section 508 καλύπτει άτομα με προβλήματα όρασης μερικής ή ολικής ή και με αχρωματοψία αλλά και άτομα με προβλήματα ακοής αλλά και αυτούς που δεν είναι πλήρως κωφοί και τέλος άτομα με σωματικές αναπηρίες.

Γ.5 – ΠΟΙΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ ΩΦΕΛΟΥΝΤΑΙ;

Οι ιστοσελίδες γίνονται όλο και πιο πολύπλοκες κι έτσι πολλά άτομα που έχουν προβλήματα όρασης ή ακοής σίγουρα ωφελούνται. Τα αναπτυσσόμενα μενού και οι πίνακες πολλές φορές δημιουργούν θέματα και δεν επιτρέπουν στα άτομα αυτά να πλοηγηθούν σωστά στην ιστοσελίδα. Επίσης μία ιστοσελίδα που είναι προσβάσιμη σε άτομα με ειδικές ανάγκες είναι πιο εύκολη γενικότερα στη χρήση από ανθρώπους που χρησιμοποιούν αποκλειστικά το ποντίκι ή και από αυτούς που έχουν κινητικά θέματα. Επιπλέον, βοηθούνται και τα άτομα που έχουν διαφορετικά μεγέθη στις οθόνες τους αλλά και αυτοί που δεν έχουν καλή σύνδεση στο Internet, όπως και αυτοί που δεν αντιμετωπίζουν μόνιμα προβλήματα όπως για παράδειγμα κάποιος που έσπασε το χέρι του και θα βρίσκεται σε αυτή την κατάσταση για ένα σύντομο χρονικό διάστημα. Τέλος, κάποιος που δεν έχει ακουστικά θα αντιμετωπίσει πρόβλημα σε ιστοσελίδες που απαιτούν ήχο και κάποιος που δεν έχει τα γυαλιά του επίσης θα έχει πρόβλημα σε μια ιστοσελίδα που το κείμενο της δε μεγαλώνει. Γενικότερα λοιπόν μπορούμε να πούμε ότι όλοι θα έχουν όφελος τελικά.

Γ.6 – ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ WCAG 1.0;

Το έγγραφο WCAG 1.0 είναι η πρώτη έκδοση που δημιουργήθηκε το 1999 και οι οδηγίες του είναι φτιαγμένες για όλους τους σχεδιαστές περιεχομένου web αλλά και για τους σχεδιαστές των εργαλείων συγγραφής.

Τα 2 βασικά θέματα:

1. Εξασφάλισε την αποδιδόμενη πληροφορία (Οδηγίες από 1 έως 11)

- Διαχωρισμός δομής και περιεχομένου (διαφορές μεταξύ περιεχομένου, δομής και παρουσίας)
- Εξασφάλισε κείμενο (συμπεριλαμβανομένου και των εναλλακτικών). Το κείμενο μπορεί να αποδοθεί με τρόπους που είναι διαθέσιμοι στις περισσότερες συσκευές και προσβάσιμο σχεδόν σε όλους.
- Δημιούργησε έγγραφα που λειτουργούν ακόμη και όταν ο χρήστης δεν μπορεί να δει και/ή να ακούσει. Εξασφάλισε πληροφορία που εξυπηρετούν ίδιο σκοπό ή λειτουργία υπό μορφή ήχου ή βίντεο με κατάλληλο τρόπο που να ταιριάζει στα αισθητικά κανάλια του χρήστη.
- Δημιούργησε έγγραφα που δεν δουλεύουν αποκλειστικά σε έναν τύπο υλικού. Οι σελίδες θα πρέπει να είναι εύχρηστες από χρήστες χωρίς ποντίκι, με μικρές οθόνες, χαμηλής ανάλυσης οθόνες, ασπρόμαυρες οθόνες, χωρίς οθόνη, μόνο με έξοδο φωνή ή κείμενο κλπ.

2. Κάνε το περιεχόμενο κατανοητό και πλοηγίσιμο (Οδηγίες από 12 έως 14)

- Απλή και καθαρή γλώσσα
- Κατανοητή πλοήγηση ανάμεσα στις σελίδες
- Κάποιοι χρήστες μπορεί να μην μπορούν να χρησιμοποιήσουν γραφικές πλοηγήσεις όπως χάρτες εικόνων, αναλογικές ράβδους κύλισης, πλαίσια στο πλάι
- Επειδή για πολλούς χρήστες η προσπέλαση των σελίδων γίνεται βλέποντας μόνο ένα μέρος της σελίδας (ή λέξη προς λέξη) τυχαίνει να χάνουν τη συναφή πληροφορία. Αυτοί οι χρήστες χρειάζονται υποστήριξη στον προσανατολισμό. Διαφορετικά θα αντιμετωπίσουν δυσκολίες σε μεγάλους πίνακες, λίστες, μενού κ.α.

Οδηγίες WCAG 1.0 (guidelines)

- 1) Εξασφάλισε ισοδύναμες εναλλακτικές εκδόσεις σε ήχο και εικόνα
- 2) Μην εμπιστεύεστε μόνο το χρώμα
- 3) Χρησιμοποιείτε markup και style sheets κατάλληλα
- 4) Διευκρίνισε την γλώσσα που χρησιμοποιείται
- 5) Δημιουργείστε πίνακες που να μετασχηματίζονται κατάλληλα

- 6) Εξασφάλισε ότι οι σελίδες που χαρακτηρίζονται από νέες τεχνολογίες μετασχηματίζονται κατάλληλα
- 7) Εξασφάλισε τον έλεγχο από τον χρήστη τις ευαίσθητες σε χρόνο αλλαγές του περιεχομένου
- 8) Εξασφάλισε άμεση προσβασιμότητα στις εμποδωμένες διεπαφές
- 9) Σχεδίαση για ανεξαρτησία συσκευής
- 10) Χρησιμοποίησε προσωρινές λύσεις
- 11) Χρησιμοποίησε W3C τεχνολογίες και οδηγίες
- 12) Εξασφάλισε πληροφορία πλαισίου και προσανατολισμού
- 13) Εξασφάλισε καθαρούς μηχανισμούς πλοήγησης
- 14) Εξασφάλισε ότι τα έγγραφα είναι καθαρά και απλά

Γ.7 – ΟΔΗΓΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥ ΙΣΤΟΥ 2.0 - ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ

Οι Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού 2.0 αναπτύσσονται μέσα από την διαδικασία του W3C σε συνεργασία με άτομα και οργανισμούς σε όλο τον κόσμο, με στόχο να παρέχει ένα κοινό πρότυπο για την προσβασιμότητα του περιεχομένου των ιστοσελίδων που ικανοποιεί τις ανάγκες των ατόμων, οργανώσεων, και των κυβερνήσεων διεθνώς.

Τα έγγραφα του WCAG εξηγούν πώς να φτιάξετε το περιεχόμενο των ιστοσελίδων πιο προσιτό στα άτομα με ειδικές ανάγκες. Το περιεχόμενο των ιστοσελίδων αναφέρεται γενικά στις πληροφορίες σε μια ιστοσελίδα ή σε μία διαδικτυακή εφαρμογή, μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται:

- φυσικές πληροφορίες, όπως κείμενο, εικόνες, ήχοι και
- κώδικα ή σήμανση, που καθορίζει τη δομή, την παρουσίαση, κ.λπ.

Γ.8 – ΓΙΑ ΠΟΙΟΥΣ ΕΙΝΑΙ ΤΟ WCAG 2.0

Το WCAG προορίζεται κυρίως για:

- Προγραμματιστές διαδικτυακού περιεχομένου (συγγραφείς σελίδων, σχεδιαστές ιστοσελίδων και άλλα)
- Κατασκευαστές διαδικτυακών εργαλείων συγγραφής (Web authoring tool developers)

- Προγραμματιστές εργαλείων αξιολόγησης διαδικτυακής προσβασιμότητας
- Άτομα που θέλουν ή χρειάζονται ένα πρότυπο για την προσβασιμότητα στο Διαδίκτυο

Σχετικοί πόροι προορίζονται να καλύψουν τις ανάγκες πολλών διαφορετικών ανθρώπων, συμπεριλαμβανομένων των φορέων χάραξης πολιτικής, διαχειριστών, ερευνητών και άλλων.

Το WCAG λοιπόν είναι ένα τεχνικό πρότυπο, όχι μια εισαγωγή στην προσβασιμότητα.

Γ.9 – ΤΙ ΥΠΑΡΧΕΙ ΣΤΟ WCAG 2.0

Το WCAG 2.0 είναι ένα σταθερό τεχνικό πρότυπο. Έχει 12 κατευθυντήριες γραμμές που οργανώνονται κάτω από 4 αρχές: αισθητηριακή αρχή, λειτουργική αρχή, αρχή κατανόησης, και ισχυρή αρχή. Για κάθε κατευθυντήρια γραμμή, υπάρχουν ελέγξιμα κριτήρια επιτυχίας, τα οποία βρίσκονται σε τρία επίπεδα: A, AA και AAA.

Γ.10 – ΠΩΣ ΝΑ ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΤΕ ΤΟ WCAG 2.0:

Μια γρήγορη αναφορά στις απαιτήσεις των οδηγιών για την προσβασιμότητα του Παγκόσμιου Ιστού (WCAG 2.0 - κριτήρια επιτυχίας) αλλά και οι τεχνικές είναι απαραίτητες για τη λίστα ελέγχου του WCAG 2.0. Οι περισσότεροι άνθρωποι χρησιμοποιούν αυτές τις γρήγορες αναφορές ως την κύρια πηγή για την εργασία τους με το WCAG.

Γ.11 – ΟΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΟ WCAG 2.0:

Οι τεχνικές αυτές σας δίνουν συγκεκριμένες λεπτομέρειες σχετικά με το πώς να αναπτύξετε προσβάσιμο περιεχόμενο, όπως παραδείγματα κώδικα HTML. Οι συγκεκριμένες τεχνικές είναι «ενημερωτικές», δηλαδή, δεν χρειάζεται απαραίτητα να χρησιμοποιηθούν. Η βάση για τον προσδιορισμό της συμμόρφωσης με το WCAG 2.0 είναι τα κριτήρια επιτυχίας από το πρότυπο WCAG 2.0 και όχι οι τεχνικές.

Γ.12 – Η ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΤΟΥ WCAG 2.0:

Η κατανόηση του WCAG 2.0 έχει πρόσθετες οδηγίες σχετικά με τη μάθηση και την εφαρμογή των WCAG 2.0 για τους ανθρώπους που θέλουν να κατανοήσουν τις κατευθυντήριες γραμμές και τα κριτήρια επιτυχίας πιο διεξοδικά.

Γ.13 – ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗΣ WCAG 2.0:

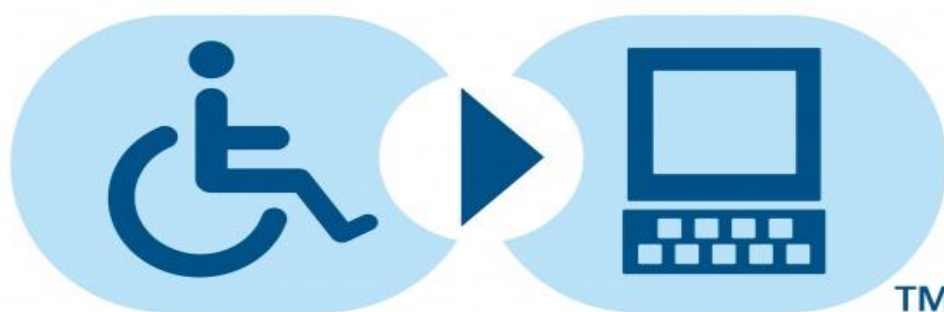
Όλες οι ακόλουθες απαιτήσεις συμμόρφωσης πρέπει να πληρούνται για να μπορέσει μια ιστοσελίδα να συμμορφωθεί με τις οδηγίες του WCAG 2.0 :

1. Επίπεδο Συμμόρφωσης: Ένα από τα ακόλουθα επίπεδα συμμόρφωσης πρέπει να ικανοποιείται πλήρως.

Επίπεδο A: Για το Επίπεδο συμμόρφωσης A (το ελάχιστο επίπεδο συμμόρφωσης), η ιστοσελίδα πρέπει να ικανοποιεί όλα τα κριτήρια επιτυχίας Επιπέδου A, ή να παρέχεται μια εναλλακτική έκδοση συμμόρφωσης.

Επίπεδο AA: Για το Επίπεδο AA συμμόρφωσης, η ιστοσελίδα πρέπει να ικανοποιεί όλα τα κριτήρια επιτυχίας Επιπέδου A και τα κριτήρια επιτυχίας Επιπέδου AA ή να παρέχεται ένα Επίπεδο AA σε εναλλακτική έκδοση συμμόρφωσης.

Επίπεδο AAA: Για το Επίπεδο AAA συμμόρφωσης, η ιστοσελίδα πρέπει να ικανοποιεί όλα τα κριτήρια επιτυχίας Επιπέδου A και τα κριτήρια επιτυχίας Επιπέδου AA, ή να παρέχεται ένα Επίπεδο AAA σε εναλλακτική έκδοση συμμόρφωσης.



ΕΙΚΟΝΑ 3 - ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΣΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΙΣΤΟ

Γ.14 - WCAG 2.0 ΛΙΣΤΑ ΕΠΙΠΕΔΟΥ A (ΑΡΧΑΡΙΟ ΣΤΑΔΙΟ)

Κατευθυντήρια Γραμμή	Περίληψη
1.1.1 - Περιεχόμενο χωρίς κείμενο	Εναλλακτικές λύσεις για το περιεχόμενο που δεν έχει κείμενο
1.2.1 - Μόνο ήχος και μόνο βίντεο	Μεταγραφές κειμένου ή περιγραφές ήχου

(Προεγγεγραμμένα)	για τα μέσα ενημέρωσης
1.2.2 - Λεζάντες (προεγγεγραμμένες)	Λεζάντες για βίντεο
1.2.3 - Ηχητικές περιγραφές ή εναλλακτικές εκδόσεις μέσων (προεγγεγραμμένα)	Μεταγραφές κειμένου ή περιγραφές ήχου για τα μέσα ενημέρωσης
1.3.1 - Πληροφορίες και σχέσεις	Η ιστοσελίδα είναι σωστά διαμορφωμένη και σε σειρά
1.3.2 - Ακολουθία με νόημα	Η ιστοσελίδα είναι ευανάγνωστη και πλοηγήσιμη με λογική σειρά
1.3.3 - Αισθητηριακά χαρακτηριστικά	Χρησιμοποιήστε περισσότερες από μία αίσθηση για οδηγίες
1.4.1 - Χρήση χρώματος	Το χρώμα δεν είναι το μόνο αναγνωριστικό
1.4.2 - Έλεγχος ήχου	Έλεγχοι ήχου για περισσότερο από τρία δευτερόλεπτα
2.1.1 - Πληκτρολόγιο	Η ιστοσελίδα μπορεί να πλοηγηθεί μόνο με το πληκτρολόγιο
2.1.2 - Χωρίς παγίδα πληκτρολογίου	Οι χρήστες του πληκτρολογίου δεν κολλάνε
2.2.1 - Ρυθμιζόμενος χρόνος απόκρισης	Οι ιστοσελίδες με προθεσμίες χρόνου έχουν χρονικό έλεγχο
2.2.2 - Παύση, διακοπή, απόκρυψη	Έλεγχοι για τη μετακίνηση του περιεχομένου πάνω από 5 δευτερόλεπτα
2.3.1 - Τρία φλας ή κατώτερο όριο	Η ιστοσελίδα δεν αναβοσβήνει πάνω από τρεις φορές το δευτερόλεπτο
2.4.1 - Παράκαμψη μπλοκ	Δώστε έναν σύνδεσμο «Μετάβαση στο περιεχόμενο»
2.4.2 - Σελίδα με τίτλο	Χρήσιμες σελίδες με τίτλο

2.4.3 - Σειρά επισήμανσης	Η ιστοσελίδα πλοηγείται με λογική σειρά
2.4.4 - Σκοπός του συνδέσμου (στο περιβάλλον)	Ο σκοπός του συνδέσμου είναι σαφής από το κείμενο του συνδέσμου ή του πλαισίου
3.1.1 - Γλώσσα της σελίδας	Η ιστοσελίδα έχει μια ορισμένη γλώσσα
3.2.1 - Με επισήμανση	Η επισήμανση δεν αλλάζει το πλαίσιο των στοιχείων
3.2.2 - Στην εισαγωγή δεδομένων	Η εισαγωγή δεδομένων δεν αλλάζει το πλαίσιο των στοιχείων
3.3.1 - Προσδιορισμός σφάλματος	Τα σφάλματα εισόδου είναι σαφώς προσδιορισμένα
3.3.2 - Ετικέτες ή οδηγίες	Επισημαίνονται τα στοιχεία και δίνονται οι οδηγίες
4.1.1 - Ανάλυση	Δεν υπάρχουν σημαντικά λάθη HTML
4.1.2 - Όνομα, ρόλος, τιμή	Όλα τα στοιχεία που δημιουργήθηκαν για την προσβασιμότητα στον ιστό

1.1.1 - Περιεχόμενο χωρίς κείμενο (Επίπεδο Α)

Πρέπει να παρέχετε εναλλακτικές επιλογές για μη κειμενικά στοιχεία.

Ορισμένοι χρήστες περιηγούνται σε ιστότοπους με απενεργοποιημένες τις εικόνες (όπως κάνουν ορισμένοι χρήστες με αργές συνδέσεις στο internet). Εδώ πρέπει να παρέχετε πραγματικά εναλλακτικές λύσεις για το περιεχόμενο - θα πρέπει να παρέχονται λοιπόν οι ίδιες πληροφορίες.

Τι να κάνετε

- Προσθέστε εναλλακτικό κείμενο σε όλες τις εικόνες σας

- Προσθέστε εναλλακτικό κείμενο στον ήχο σας και στα βίντεο σας (μια συνοπτική περιγραφή του θέματος είναι μια χαρά)
- Προσθέστε ένα όνομα σε όλα τα κουμπιά σας (όπως «Αναζήτηση» ή «Υποβολή»)

1.2.1 - Μόνο ήχος και μόνο βίντεο (προεγγεγραμμένα) (Επίπεδο A)

Πρέπει να παρέχετε μία εναλλακτική λύση μόνο για το περιεχόμενο του βίντεο και μόνο για το περιεχόμενο του ήχου.

Ορισμένοι χρήστες θα δυσκολευτούν να χρησιμοποιήσουν ή να καταλάβουν πράγματα όπως μία διαδικτυακή ραδιοφωνική μετάδοση ή ένα βίντεο ή κινούμενα σχέδια χωρίς ήχο.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.2.1 - Μόνο ήχος και μόνο βίντεο (προεγγεγραμμένα), από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

- Γράψτε μεταγραφές κειμένου για κάθε μέσο ήχου μόνο
- Γράψτε μεταγραφές κειμένου για κάθε μέσο βίντεο μόνο ή
- Καταγράψτε ένα ηχητικό κομμάτι για κάθε μέσο βίντεο μόνο
- Βάλτε μια μεταγραφή κειμένου, ή δημιουργήστε μια σύνδεση με αυτό, που να είναι πιο κοντά στα μέσα ενημέρωσης.

1.2.2 - Λεζάντες (προεγγεγραμμένες) (Επίπεδο A)

Πρέπει να παρέχετε λεζάντες για βίντεο με ήχο.

Οι λεζάντες είναι ίσως το πιο γνωστό εργαλείο για τους ανθρώπους με αναπηρίες. Σε αντίθεση με τις περισσότερες μεθόδους των Οδηγιών για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού (WCAG) 2.0, οι περισσότεροι από μας είναι εξοικειωμένοι με αυτές από την τηλεόραση ή τον κινηματογράφο. Εμείς τους γνωρίζουμε σαν υπότιτλους, ή σε συντομογραφία ως CC. Οι λεζάντες είναι γνωστές από τη δεκαετία του 1970.

Τα πολυμέσα γίνονται όλο και πιο δημοφιλή όταν το μέσο στίτι γίνεται όλο και πιο γρήγορα προσβάσιμο στο internet. Τα βίντεο εμφανίζονται παντού, από ειδησεογραφικές ιστοσελίδες μέχρι και σε ιστοσελίδες για διάφορα προϊόντα. Μία από τις πιο επισκέψιμες ιστοσελίδες στον κόσμο, το YouTube, είναι φτιαγμένη ειδικά για να βλέπουμε άμεσα βίντεο. Όσο οι ιδιοκτήτες ιστοσελίδων στρέφονται στη χρήση βίντεο, θα πρέπει να σκεφτούμε το πώς οι χρήστες επεξεργάζονται το περιεχόμενο πολυμέσων σας.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.2.2 - Λεζάντες (προεγγεγραμμένες), από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

- Προσθέστε λεζάντες σε όλα τα βίντεο με ήχο.

1.2.3 - Ηχητικές περιγραφές ή εναλλακτικές εκδόσεις μέσων (προεγγεγραμμένα)

Τα βίντεο με ήχο πρέπει να έχουν μια δεύτερη εναλλακτική λύση.

Οι λεζάντες δεν λύνουν όλα τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι χρήστες. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με μία ηχητική περιγραφή ή με μία μεταγραφή κειμένου.

Μια ακουστική περιγραφή αποτελεί μια καλύτερη έκδοση του ήχου ενός βίντεο, η οποία προσθέτει περισσότερες πληροφορίες από τις κανονικές. Αυτό μπορεί να σημαίνει κινήσεις με αφήγηση που δεν εξηγούνται ηχητικά στο βίντεο, ή την προσθήκη πλαισίου σε οπτικές πληροφορίες.

Η ανάγκη για ακουστική περιγραφή δεν είναι πάντα σαφής για τους ιδιοκτήτες ιστοχώρου, αλλά είναι ίσως το δεύτερο πιο διαδεδομένο χαρακτηριστικό προσβασιμότητας στον πραγματικό κόσμο. Πολλοί κινηματογράφοι έχουν ήχο που περιγράφεται στις προβολές τους, όπου οι οπαδοί των ταινιών μπορούν να χρησιμοποιήσουν ακουστικά κι έτσι τους προσφέρεται μια διαφορετική ακουστική από την κανονική λειτουργία. Αυτή η ακουστική θα είναι η κανονική η οποία συμπληρώνεται με παραπάνω πληροφορίες που σκοπό έχουν να βοηθήσουν αυτούς που πηγαίνουν στον κινηματογράφο και έχουν προβλήματα όρασης.

Για την κάλυψη του συγκεκριμένου οδηγού είναι πιο εύκολο να παρέχεται στους χρήστες μια μεταγραφή κειμένου αντί για ακουστική περιγραφή. Ωστόσο, η άλλη επιλογή καλύπτει μόνο το Επίπεδο Α. Για να φτάσετε το Επίπεδο ΑΑ, θα πρέπει να προσφέρεται ηχητική περιγραφή και για το Επίπεδο ΑΑΑ χρειάζεται και ηχητική περιγραφή και μεταγραφή κειμένου.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.2.3 - Ηχητικές περιγραφές ή εναλλακτικές εκδόσεις μέσω (προεγγεγραμμένα), από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0

Τι να κάνετε

- Δώστε μια πλήρη απομαγνητοφώνηση κειμένου του βίντεο ή
- Δώστε μια εκδοχή του βίντεο με ηχητική περιγραφή

1.3.1 - Η δομή μιας ιστοσελίδας για να ευχαριστήσετε τους πελάτες σας

Όλοι οι χρήστες του Διαδικτύου επωφελούνται όταν η δομή της ιστοσελίδας είναι σωστή. Πολλοί από εμάς παίρνουν τα πράγματα όπως επικεφαλίδες, κουκκίδες και πλάγια γράμματα ως δεδομένα. Για τους πελάτες σας με αναπηρίες, τα στοιχεία αυτά μπορούν να κάνουν τη διαφορά ανάμεσα στην κατανόηση ενός δικτυακού τόπου ή στην έξοδο από αυτό. Πολλές είναι οι μορφές της υποστηρικτικής τεχνολογίας που βασίζονται σε σωστή μορφοποίηση για να λειτουργήσει σωστά, για παράδειγμα μια επικεφαλίδα μπορεί να γίνει πολύ μεγάλη για τους πελάτες σας.

Επειδή χρησιμοποιούμε στοιχεία μορφοποίησης τόσο συχνά, μπορεί να ξεχάσουμε τη σωστή χρήση τους. Πηγαίνοντας πίσω στα βασικά, είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να βελτιώσετε το περιεχόμενό σας με σχετικά μικρή προσπάθεια.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.3.1 - Πληροφορίες και σχέσεις, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Το να συμμορφωθείτε με την ανάγκη για καλή δομή μιας ιστοσελίδας αλλά και για μια σωστή μορφοποίηση, είναι ένας γενικότερα ευρύς στόχος. Τα μισά μέτρα δεν λειτουργούν κι έτσι δε μπορείτε να χρησιμοποιήσετε επικεφαλίδες σωστά και μετά να πετάξετε τυχαία κουκίδες όπου να είναι. Χρειάζεται:

- Να χωρίσετε το περιεχόμενο με επικεφαλίδες για τις νέες ενότητες και
- Να σημειώσετε αυτές τις επικεφαλίδες με ετικέτες κεφαλίδες HTML και
- Να χρησιμοποιήσετε σωστή HTML για όλα τα διαρθρωτικά στοιχεία και
- Να χρησιμοποιήσετε έγκυρη HTML οπουδήποτε αλλού και
- Να χρησιμοποιήσετε σαφείς ετικέτες στις φόρμες

1.3.2 - Δείξτε το περιεχόμενό σας σε μια ακολουθία με νόημα

Η σημασία του περιεχομένου στην ιστοσελίδα σας βασίζεται στη διάταξη με την οποία αυτή παρουσιάζεται. Για παράδειγμα, στα αγγλικά διαβάζουμε από αριστερά προς τα δεξιά και επίσης διαβάζουμε μια αριστερή στήλη πριν από μια δεξιά. Το περιεχόμενο στην ιστοσελίδα σας θα πρέπει να προσδιοριστεί έτσι ώστε όλοι οι πελάτες σας να μπορούν να το καταλάβουν. Στην περίπτωση αυτή, οι πελάτες θα μπορούσαν να βασίζονται σε υποστηρικτική τεχνολογία (όπως ένα πρόγραμμα ανάγνωσης οθόνης) για να ερμηνευτεί το περιεχόμενο. Με το σωστό προσδιορισμό του περιεχομένου, μπορείτε να βεβαιωθείτε ότι οι πελάτες σας με αναπηρίες μπορούν να χρησιμοποιήσουν την ιστοσελίδα σας και να βελτιωθεί και η συνολική προσβασιμότητα σας στον παγκόσμιο ιστό.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.3.2 - Ακολουθία με νόημα, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Το να εξασφαλίσετε την παρουσίαση του περιεχομένου σας σε μια ακολουθία με νόημα είναι ένα ευρύ τμήμα της προσβασιμότητας στον παγκόσμιο ιστό. Ισχύει για όλα τα στοιχεία όλων των σελίδων, είτε είναι ένα μεγάλο είτε μικρό έργο της ιστοσελίδας σας:

- Παρουσιάστε το περιεχόμενο σε μια σειρά με νόημα
- Διαχωρίστε το μενού πλοήγησης από το περιεχόμενο

1.3.3 - Αισθητηριακά χαρακτηριστικά στην ιστοσελίδα σας

Τα «αισθητηριακά χαρακτηριστικά» είναι μια σημαντική αλλά γελοία στο άκουσμα φράση όσον αφορά την προσβασιμότητα στον Παγκόσμιο Ιστό. Είναι στην ουσία πολύ λιγότερο περίπλοκο απ' ό τι ακούγεται. Τα αισθητηριακά χαρακτηριστικά της ιστοσελίδας σας έχουν να κάνουν με πράγματα όπως το σχήμα, ο ήχος, η θέση και το μέγεθος.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.3.3 - Αισθητηριακά χαρακτηριστικά από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Συνήθως, θα συναντήσετε αισθητηριακά χαρακτηριστικά στις οδηγίες προς τους πελάτες σας. Λέγοντας πράγματα όπως «Χρησιμοποιήστε την μπάρα αναζήτησης στα δεξιά» δεν είναι χρήσιμα για τον πελάτη σας που δεν θα καταλαβαίνει ποιο είναι το σωστό. Η κύρια λύση είναι να χρησιμοποιήσετε περισσότερα από ένα δείκτη για οδηγίες.

Τι να κάνετε

Το να βάλετε σωστά αισθητηριακά χαρακτηριστικά είναι κατά κύριο λόγο μία περίπτωση στην οποία χρειάζεται να χρησιμοποιήσετε την κοινή λογική σας. Δεν υπάρχουν τεχνικές απαιτήσεις, απλά αυτό που χρειάζεστε είναι ένας καλός και λογικός κειμενογράφος:

- Χρησιμοποιήστε περισσότερες από μία αίσθηση για οδηγίες
- Αποφύγετε τις οδηγίες που βασίζονται σε ήχο

1.4.1 - Πώς να χρησιμοποιήσετε χρώμα στην ιστοσελίδα σας

Οι πελάτες σας με προβλήματα όρασης χρειάζονται βοήθεια όταν χρησιμοποιείτε χρώμα στην ιστοσελίδα σας. Παραπάνω από ένας στους είκοσι άνδρες έχουν κάποιο

βαθμό αχρωματοψίας. Αυτό σημαίνει ότι κάπου γύρω στο 5% των ανδρών πελατών σας θα αγωνίζονται με την ιστοσελίδα σας, αν δεν χρησιμοποιήσετε σωστά το χρώμα.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.4.1 - Χρήση χρώματος, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Το να κάνετε την ιστοσελίδα σας προσβάσιμη σε αυτούς τους πελάτες είναι πολύ εύκολο. Η κύρια περιοχή στην οποία πρέπει να επικεντρωθείτε είναι να δώσετε οδηγίες. Λέγοντας πράγματα όπως «Πατήστε το πράσινο κουμπί» ή «Τα υποχρεωτικά πεδία είναι κόκκινα», είναι άχρηστο για τους πελάτες σας, οι οποίοι δεν μπορούν να δουν είτε το πράσινο είτε το κόκκινο. Υποστηρίξτε αυτών των ειδών τις οδηγίες με τουλάχιστον ακόμη μία αναγνωριστική σημείωση.

Ένα άλλο σημείο προσβασιμότητας στον παγκόσμιο ιστό είναι να βεβαιωθείτε ότι τα σημαντικά γραφικά δεν εξαρτώνται από το χρώμα και μόνο. Για παράδειγμα, οι πελάτες σας δεν θα μπορούσαν να καταλάβουν ένα γράφημα πίτας, όπου μόνο το χρώμα χωρίζει τα τμήματα. Σε αυτή την περίπτωση θα πρέπει να προσθέσετε σαφή επισήμανση και σχέδια με κομμάτια.

Υπάρχει εδώ μια συμφωνία με τα αισθητηριακά χαρακτηριστικά της ιστοσελίδας σας. Οι οδηγίες θα πρέπει πάντα να είναι σαφείς και θα πρέπει επίσης να δώσετε στους πελάτες σας την λεπτομέρεια που χρειάζονται.

Τι να κάνετε

Η χρήση του χρώματος είναι κυρίως μια περίπτωση στην οποία πρέπει να χρησιμοποιήσετε την κοινή λογική:

- Οι οδηγίες δεν πρέπει να βασίζονται μόνο σε χρώμα
- Άλλες πληροφορίες (όπως τα διαγράμματα και οι γραφικές παραστάσεις) δεν πρέπει να βασίζονται επίσης μόνο σε χρώμα

1.4.2 - Να ασχοληθούμε με τον έλεγχο του ήχου για την ιστοσελίδα σας

Το να παρέχετε έλεγχο ήχου βοηθά τους πελάτες σας να επικεντρωθούν στα σημαντικά τμήματα της ιστοσελίδας σας. Η προσθήκη περιττών αντιπερισπασμών είναι καταστροφική για τους στόχους σας και στέλνει πολύτιμους επισκέπτες στους ανταγωνιστές σας. Με το να κρατάτε την ιστοσελίδα σας καθαρή και επικεντρωμένη, τότε αυτή μπορεί να αξιοποιηθεί στο έπακρο από τους πελάτες σας.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.4.2 - Έλεγχος ήχου, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Στο πιο βασικό επίπεδο, θα πρέπει να αποφύγετε τους ήχους που παίζουν αυτόματα. Θεωρείται μια παρωχημένη τεχνική, το να παίζετε ήχο επειδή μόνο και μόνο μπορείτε να το κάνετε και είναι και μία επίσης τεχνική που μπορεί να ενοχλεί όλους τους πελάτες σας. Μπορεί επίσης να κάνει την περιήγηση στην ιστοσελίδα σας πολύ δύσκολη για τους πελάτες σας με αναπηρίες καθώς επηρεάζει την εστίασή τους.

Ο Οδηγός για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού (WCAG) 2.0 θέλει να εισάγετε μία παύση ή να σταματήσετε τη λειτουργία σε κάθε ήχο που παίζει αυτόματα. Θα πρέπει να προχωρήσετε περαιτέρω και να τους απαγορεύσετε από την ιστοσελίδα σας. Δεν θέλετε τον πελάτη σας μανιωδώς να ψάχνει στον ιστοχώρο σας για τον έλεγχο του ήχου.

Αυτή είναι μια φοβερή πρώτη εντύπωση για να δώσετε στους πελάτες σας. Όπως και με πολλά χαρακτηριστικά προσβασιμότητας στον παγκόσμιο ιστό, δεν θα το κάνετε χωρίς σύνδεση, οπότε μην το κάνετε σε απευθείας σύνδεση (το ισοδύναμο είναι να έχετε στη διαπασών τη μουσική σε κάποιον όταν μπαίνει στην πόρτα σας και να τους προκαλείτε να βρουν το κουμπί off που είναι κρυμμένο κάτω από το πάτωμα).

Το WCAG 2.0 θα μπορούσε να επιτρέψει επίσης σε σας να προσθέσετε ένα κουμπί σίγασης ή έντασης του ελέγχου στη συσκευή αναπαραγωγής ήχου σας, αλλά δεν θα το κάνει. Αυτό θα δώσει στους πελάτες σας το ίδιο πρόβλημα με αυτό που έχει ήδη αναφερθεί. Ναι, μπορούν να σιγάσουν τον θόρυβο με τον έλεγχο του ήχου, αλλά γιατί θα πρέπει να το κάνουν; Δώστε στους πελάτες σας την αδιάλειπτη εμπειρία που προσδοκούν.

Υπάρχει ακόμη και μια μικρή εξαίρεση που το WCAG 2.0 θα επιτρέψει και αυτή είναι ο ήχος που παίζει για τρία δευτερόλεπτα ή λιγότερο. Δεν θα πρέπει να στοχεύετε να ξεγλιστρήσετε ούτε με αυτό. Μια τρίλεπτη έκρηξη του ήχου δεν είναι καλή για την ιστοσελίδα σας. Οι πελάτες σας θα εξακολουθούν να συγχέονται και να αναρωτιούνται αν ο θόρυβος θα ξεκινήσει και πάλι ή αν άνοιξαν οι ίδιοι τον ήχο κάνοντας κάτι λάθος. Θέλετε οι πελάτες να διαβάζουν την ιστοσελίδα σας και να την καταλαβαίνουν σε λίγα δευτερόλεπτα, όχι να προσπαθούν να απενεργοποιήσουν τα ηχεία τους ή να πατήσουν το κουμπί πίσω.

2.1.1 - Η προσβασιμότητα μέσω του πληκτρολογίου είναι ζωτική για την ιστοσελίδα σας.

Οι πελάτες σας θα έχουν διαφορετικούς βαθμούς κινητικής δεξιότητας και θα επωφεληθούν με την πρόσβαση από το πληκτρολόγιο. Πελάτες με κινητική δυσλειτουργία, συμπεριλαμβανομένων πολλών ηλικιωμένων πελατών, χρειάζονται τη βοήθειά σας για να περιηγηθούν στην ιστοσελίδα σας. Πολλοί από αυτούς τους πελάτες θα χρησιμοποιήσουν το πληκτρολόγιό τους για να την δουν.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.1.1 - Πληκτρολόγιο, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Όλα τα τμήματα της ιστοσελίδας σας πρέπει να είναι προσιτά με το πληκτρολόγιο. Αυτό πρέπει να γίνει και για τις φόρμες σας, τα μενού, το καλάθι αγορών και για τα πάντα γενικά. Επιπλέον, δεν μπορείτε να απαιτήσετε συγκεκριμένους χρόνους για πληκτρολογήσεις για να αποκτήσει κάποιος πρόσβαση σε οποιαδήποτε λειτουργία στην ιστοσελίδα σας.

Τι να κάνετε

Μια καθαρή ιστοσελίδα με HTML και CSS θα έχει συχνά προσβασιμότητα μέσω πληκτρολογίου χωρίς παραπάνω δουλειά - ένα πολύ καλό παράδειγμα του γιατί θα πρέπει να επενδύσετε στο σχεδιασμό και την ανάπτυξη ιστοσελίδων από την αρχή.

2.1.2 - Μην βάλετε παγίδες για τους πελάτες που χρησιμοποιούν το πληκτρολόγιο μόνο

Διαπιστώθηκε πως ορισμένοι από τους πελάτες σας, θα επισκεφθούν την ιστοσελίδα σας και αυτοί οι άνθρωποι στηρίζονται στα πλήκτρα για την πλοήγηση. Οι πελάτες αυτοί θα μπορούσαν να έχουν κάποιο βαθμό κινητικών προβλημάτων που σημαίνει ότι δεν μπορούν να χρησιμοποιήσουν ένα ποντίκι. Θα πρέπει να βεβαιωθείτε ότι οι πελάτες σας που έχουν τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν μόνο το πληκτρολόγιο τους, δεν θα κολλήσουν οπουδήποτε μέσα στη σελίδα σας.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.1.2 - Χωρίς παγίδα πληκτρολογίου, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Όλα τα τμήματα της ιστοσελίδας σας πρέπει να είναι προσβάσιμα από το πληκτρολόγιο μόνο (δείτε και το σημείο 2.1.1 - Πληκτρολόγιο). Οι πελάτες σας θα πρέπει επίσης να είναι σε θέση να περιηγηθούν μακριά από όλα τα τμήματα της ιστοσελίδας σας. Εάν οι πελάτες σας μπορούν να ξεκινήσουν μια λειτουργία (όπως μια συνδρομητική φόρμα) από το πληκτρολόγιο, αλλά δεν μπορούν να την τελειώσουν από το πληκτρολόγιο, τότε βρίσκονται παγιδευμένοι!

Τι να κάνετε

- Ελέγξτε την ιστοσελίδα σας για να βεβαιωθείτε ότι μπορείτε να πλοηγηθείτε με το πληκτρολόγιο, καθώς και ότι μπορεί να γίνει πλοήγηση σε όλα τα μέρη της ιστοσελίδας σας με το πληκτρολόγιο και πάλι μόνο
- Βεβαιωθείτε ότι όλη η πλοήγηση είναι ελεγχόμενη είτε από την καρτέλα είτε από τα πλήκτρα με τα βέλη, που είναι ένα πρότυπο με το οποίο πολλοί άνθρωποι είναι εξοικειωμένοι

2.2.1 - Μην ορίσετε χρονικά όρια που αποξενώνουν τους πελάτες από την ιστοσελίδα σας

Να είστε προσεκτικοί όταν ορίζετε προθεσμίες για την ιστοσελίδα σας. Μερικοί από τους πελάτες σας θα χρειαστούν περισσότερο χρόνο από τους υπόλοιπους για να διαβάσουν και να κατανοήσουν πληροφορίες. Θα μπορούσαν να έχουν μια μαθησιακή δυσκολία, να είναι άτομα με προβλήματα όρασης ή απλά με βραδύτερο ρυθμό σε σχέση με τον μέσο πελάτη σας. Αν κάποιο από το περιεχόμενό σας είναι

χρονικά ελεγχόμενο (Θα εξηγηθεί αυτό σύντομα), μπορεί να κινδυνεύετε να χάσετε πελάτες εξαιτίας αυτού.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.2.1 - Ρυθμιζόμενος χρόνος απόκρισης, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Το χρονικά ελεγχόμενο περιεχόμενο είναι τα πάντα στην ιστοσελίδα σας, η οποία λήγει ή καθίσταται ακατάλληλη προς χρήση από τους πελάτες σας μετά από ένα ορισμένο χρονικό διάστημα. Ένα κοινό παράδειγμα είναι όταν δίνονται σ' έναν πελάτη δέκα λεπτά για να συμπληρώσουν και να στείλουν ένα έντυπο. Υπάρχουν λογικοί τρόποι για να ορίσετε χρονικά όρια, αλλά θα πρέπει να εξετάσετε το σύνολο των πελατών σας.

Τι να κάνετε

- Δώστε στους πελάτες σας την δυνατότητα να απενεργοποιούν το χρονικό όριο πριν από την έναρξη - μια σελίδα προορισμού πριν από τη σελίδα που δείχνει το χρόνο που ελέγχεται, μπορεί να εμφανίσει ένα μήνυμα που να δείχνει στους πελάτες σας τι να κάνουν ή
- Δώστε στους πελάτες σας τη δυνατότητα να προσαρμόσουν το χρονικό όριο πριν από την έναρξη, σε ένα εύρος από τουλάχιστον δέκα φορές την προεπιλεγμένη ρύθμιση - μπορείτε να το κάνετε αυτό με μια σελίδα προορισμού επίσης ή
- Δώστε στους πελάτες σας τη δυνατότητα να παρατείνουν τη χρονική περίοδο τουλάχιστον είκοσι δευτερόλεπτα πριν από τη λήξη της - αυτό μπορεί να είναι μια απλή ενέργεια, όπως το πάτημα ενός κουμπιού και θα πρέπει να είναι διαθέσιμο για τουλάχιστον δέκα φορές
- Εάν η ιστοσελίδα σας έχει κινούμενο ή ζωντανό κείμενο, ο πελάτης σας θα πρέπει να είναι σε θέση να διακόψει την κίνηση
- Εάν η ιστοσελίδα σας έχει ένα χαρακτηριστικό που ενημερώνεται αυτόματα (με τα τελευταία αποτελέσματα ποδοσφαίρου για παράδειγμα), θα πρέπει να επιτρέπετε στους πελάτες σας να μπορούν να καθυστερούν τη συχνότητα των ενημερώσεων τουλάχιστον δέκα φορές από την προεπιλεγμένη ρύθμιση.

2.2.2 - Αναβοσβήνει η ιστοσελίδα σας στους πελάτες;

Πόσες φορές έχετε επισκεφθεί μια ιστοσελίδα που προσπαθεί να τραβήξει την προσοχή σας με την κίνηση; Τα μάτια σας κολλάνε σε ό, τι συμβαίνει, σε κυλιόμενο κείμενο ή σε μια διαφήμιση που αναβοσβήνει, και το προσέχετε για ένα ή δύο δευτερόλεπτα. Πιο συχνά, αυτό που είδατε δεν ήταν ο λόγος που επισκεφθήκατε την ιστοσελίδα, κι έτσι συνεχίζετε με αυτό που κάνατε.

Είναι πιο δύσκολο να επικεντρωθείτε σε αυτό που κάνετε, γιατί η κίνηση είναι στη γωνία του ματιού σας. Δεν γίνεται να μην το δείτε και θα αρχίσετε να δυσανασχετείτε. Ίσως μπορείτε να τελειώσετε αυτό που ξεκινήσατε, αλλά ίσως θα πάτε σε μια άλλη ιστοσελίδα, σε μία που δεν θα σας δημιουργεί πονοκέφαλο.

Αυτό είναι το αποτέλεσμα της κύλισης και του περιεχομένου που αναβοσβήνει για έναν μέσο πελάτη και αυτός είναι ένας λόγος για να το αποφύγετε τελείως. Τώρα, ας εξετάσουμε την επίδραση στους πελάτες σας με προβλήματα στην ανάγνωση ή δυσκολίες συγκέντρωσης. Δεν μπορείτε να δείτε την επίδραση αυτή, γιατί τους έχετε φοβίσει.

Μην ανησυχείτε, μπορείτε να τους πάρετε και πάλι πίσω και να κάνετε τον ιστοχώρο σας πολύ λιγότερο ενοχλητικό για όλους τους άλλους. Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.2.2 - Παύση, διακοπή, απόκρυψη, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0. Αυτή είναι η κατευθυντήρια γραμμή που απευθύνεται στην κύλιση σας και στο περιεχόμενο που αναβοσβήνει και σας εξηγεί τι πρέπει να κάνετε με αυτό.

Η κατευθυντήρια γραμμή είναι πιο επεικής και σας επιτρέπει να προσφέρετε στους πελάτες σας μια επιλογή παύσης - αλλά προτείνεται να αφαιρέσετε οτιδήποτε κινείται, ή κάνει κύλιση ή αναβοσβήνει γενικά. Καλύπτει επίσης το περιεχόμενο της αυτόματης ενημέρωσης - η οποία είναι η δύναμη αυτής της κατευθυντήριας γραμμής.

Το περιεχόμενο της αυτόματης ενημέρωσης μπορεί να είναι σπουδαίο. Μπορείτε να το χρησιμοποιήσετε για να δείξετε τα τελευταία αθλητικά αποτελέσματα, να τσεκάρετε τις τιμές των μετοχών ή να τροφοδοτήσετε το Twitter. Ενώ αυτό το άρθρο ισχύει για όλο το περιεχόμενο που αναφέρεται παραπάνω, θα πρέπει να δείτε τι θα

κάνετε με την απόφαση να εξαλειφθούν όλα, ενώ το περιεχόμενο θα πρέπει να συνεχίζει να έχει αυτόματη ενημέρωση.

Τι να κάνετε

- Το περιεχόμενο που μετακινείται αναβοσβήνει ή έχει κύλιση, πρέπει να έχει τη δυνατότητα να διακόπτεται, να σταματάει ή να αποκρύπτεται
- Η αυτόματη ενημέρωση του περιεχομένου πρέπει να έχει τις ίδιες επιλογές ή
- Η αυτόματη ενημέρωση του περιεχομένου πρέπει να έχει τη δυνατότητα να ελέγχει τη συχνότητα (δείτε και το 2.2.1 - Ρυθμιζόμενος χρόνος απόκρισης για περισσότερες συμβουλές.)

2.3.1 - Κάντε την ιστοσελίδα σας να σταματήσει να αναβοσβήνει στους πελάτες σας

Είναι ανάρμοστο και λάθος έτσι όπως συμβαίνει συνήθως. Το να αναβοσβήνει η ιστοσελίδα στους πελάτες σας είναι μια κακή ιδέα, ειδικά αν κάποιος από τους πελάτες σας έχει επιληψία. Για να κάνετε την ιστοσελίδα σας όσο το δυνατόν πιο ασφαλή για όλους τους πελάτες σας, θα πρέπει να περιορίσετε ό,τι αναβοσβήνει στην σελίδα σας.

Για να υπάρχει σαφήνεια, κάτι που αναβοσβήνει στην ιστοσελίδα σας σημαίνει κάτι που πάλλεται περισσότερο από 3 φορές το δευτερόλεπτο.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.3.1 - Τρία φλας ή κατώτερο όριο, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Τι εννοείτε τι να κάνετε; Μην προσθέτετε τίποτα που να αναβοσβήνει περισσότερο από τρεις φορές το δευτερόλεπτο στην ιστοσελίδα σας.

2.4.1 - Αφήστε τους πελάτες σας να παραλείψουν περιεχόμενο όταν το θέλουν

Χρησιμοποιήστε συνδέσμους που να επιτρέπουν την παράλειψη του περιεχομένου για να βοηθήσετε τους πελάτες σας με αναπηρίες να βρουν το δρόμο τους στην ιστοσελίδα σας. Θα μπορούσαν να «χαθούν» ευκολότερα από άλλους πελάτες και να φύγουν από την ιστοσελίδα σας απογοητευμένοι. Ευτυχώς, υπάρχουν μερικά απλά βήματα που μπορείτε να ακολουθήσετε για να ελαχιστοποιηθεί η απώλεια αυτών των πελατών.

Μία από τις βασικές δυσκολίες για τους πελάτες σας είναι η κεφαλίδα και το μενού πλοήγησης στην κορυφή της ιστοσελίδας σας. Οι πελάτες σας οι οποίοι βασίζονται σε αναγνώστες οθόνης μπορεί να αντιμετωπίσουν προβλήματα με αυτό το μενού. Αυτό συμβαίνει επειδή οι αναγνώστες οθόνης είναι φτιαγμένοι για να διαβάζουν φωναχτά κάθε σύνδεσμο σε μια ιστοσελίδα, σε σειρά. Οι πελάτες σας θα πρέπει να ακούσουν - ή να παραλείψουν χειροκίνητα - κάθε σύνδεσμο στην κεφαλίδα σας πριν φτάσουν στο περιεχόμενο.

Το ίδιο ισχύει και για τους πελάτες σας, οι οποίοι περιηγούνται στην ιστοσελίδα σας με πολύ ζουμ για να διαβάσουν καλύτερα. Χρειάζονται επιπλέον βοήθεια για να πλοηγηθούν σε αυτό που είναι σημαντικό - σε ό, τι πουλάτε δηλαδή!

Η δημιουργία ενός κουμπιού «παραλείψτε για το περιεχόμενο» μπορεί εύκολα να επιλύσει αυτά τα προβλήματα. Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.4.1 - Παράκαμψη μπλοκ, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Η πρόσθεση ενός κουμπιού «παραλείψτε για το περιεχόμενο» είναι πολύ εύκολη και έτσι, η συγκεκριμένη κατευθυντήρια γραμμή που έχει μεγάλο αντίκτυπο στην προσβασιμότητα του ιστοτόπου σας, γίνεται μία από τις ευκολότερες για να την εκπληρώσετε.

2.4.2 - Γράψτε χρήσιμους τίτλους σελίδων για την ιστοσελίδα σας ή αλλιώς θα χάσετε πελάτες

Οι τίτλοι της ιστοσελίδας σας λένε στους πελάτες σας που είναι στην ιστοσελίδα. Ένας καλός τίτλος θα επιτρέψει στους πελάτες σας να γνωρίζουν σε ποια σελίδα είναι και για ποιο πράγμα δημιουργήθηκε αυτή η σελίδα.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιηθεί η κατευθυντήρια γραμμή 2.4.2 - Σελίδα με τίτλο, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

2.4.3 - Ρυθμίστε την επισήμανσή σας με τους πελάτες σας στο μυαλό σας

Οι πελάτες σας θα πρέπει να βρουν το δρόμο τους στην ιστοσελίδα σας σε μια διαδοχική και λογική σειρά. Έχει αναφερθεί αυτό ξανά σε άρθρα σχετικά με την ακολουθία με νόημα και την προσβασιμότητα του ηλεκτρολογίου. Αυτή τη φορά, έχει να κάνει με τη διατήρηση της έννοιας του περιεχομένου σας, ελέγχοντας την «σειρά επισήμανσης» της ιστοσελίδας σας (θα εξηγηθεί ακριβώς τι σημαίνει «σειρά επισήμανσης» παρακάτω).

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.4.3 - Σειρά επισήμανσης, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Αυτή η κατευθυντήρια γραμμή έχει να κάνει πιο πολύ με την ανάπτυξη της ιστοσελίδας σας από ό, τι οι άλλες, για την οποία έχει γίνει προσπάθεια να στηθεί από τους ιδιοκτήτες της ιστοσελίδας και όχι από ανθρώπους με γνώση της HTML απ' έξω. Θα πρέπει να βεβαιωθείτε ότι η ιστοσελίδα σας είναι χτισμένη σωστά από ένα καλό σχεδιαστή που ξέρει την τελευταία HTML και CSS.

Μία καθαρή και καλοστημένη ιστοσελίδα θα συμμορφωθεί με την κατευθυντήρια γραμμή 2.4.3 - Σειρά επισήμανσης. Η δουλειά σας είναι να ελέγξετε ότι η ιστοσελίδα σας είναι προσβάσιμη μόνο με τη χρήση ηλεκτρολογίου. Αν θέλετε να ακολουθήσετε πλήρως τις κατευθυντήριες γραμμές, θα έχετε ήδη ασχοληθεί με ένα μεγάλο μέρος αυτού στην κατευθυντήρια γραμμή 2.1.1. - Ηλεκτρολόγιο.

Αποσυνδέστε το ποντίκι σας και φορτώστε την ιστοσελίδα σας. Βεβαιωθείτε ότι μπορείτε να φτάσετε σε κάθε σελίδα και σε κάθε χαρακτηριστικό γνώρισμα με το πληκτρολόγιό σας - χρησιμοποιήστε το πλήκτρο TAB για να μεταβείτε μεταξύ των χαρακτηριστικών και το πλήκτρο Enter για να υποβάλετε φόρμες και για να ακολουθήσετε τις συνδέσεις. Όπως χρησιμοποιείτε το πλήκτρο TAB ανάμεσα στα χαρακτηριστικά, θα πρέπει να τα βρείτε με τη σειρά που προορίζονται να διαβαστούν ή να χρησιμοποιηθούν. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να χρησιμοποιήσετε τίτλους πριν από το κείμενο, παραγράφους με σειρά και άλλα παρόμοια.

2.4.4 - Οι σύνδεσμοί σας βοηθούν τους πελάτες σας;

Οι υπερσύνδεσμοι (ή απλά σύνδεσμοι) είναι ο τρόπος που οι άνθρωποι κινούνται στο διαδίκτυο. Είναι ο τρόπος με τον οποίο οι πελάτες σας πηγαίνουν από τη μία σελίδα στην άλλη στον ιστότοπό σας. Γι' αυτό είναι σημαντικό να κάνετε τους συνδέσμούς σας σαφείς και εύκολα κατανοητούς.

Μερικοί από τους πελάτες σας με αναπηρίες θα χρησιμοποιήσουν συνδέσμούς με διαφορετικό τρόπο απ' ό,τι άλλοι. Οι πελάτες που χρησιμοποιούν βοηθητικές τεχνολογίες, όπως ένα πρόγραμμα ανάγνωσης οθόνης, συχνά βλέπουν μια λίστα με όλες τις συνδέσεις σε μια σελίδα κι έτσι παίρνουν την βοήθεια που χρειάζονται για να πάνε όπου θέλουν. Άλλοι θα δουν την ιστοσελίδα σας σε μεγέθυνση, έτσι θα βλέπουν μόνο το κείμενο του συνδέσμου και λίγα λόγια γύρω από αυτό σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή.

Το κείμενο του συνδέσμου σας (οι λέξεις που συνδέονται δηλαδή), πρέπει να είναι σαφείς και να εξηγούν που ο σύνδεσμος πηγαίνει, στο ευρύτερο πλαίσιο του περιεχόμενου τους.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.4.4 - Σκοπός του συνδέσμου (στο περιβάλλον), από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Σε αρχάριο επίπεδο (αυτό που είναι γνωστό ως επίπεδο A στις κατευθυντήριες γραμμές), έχετε μεγαλύτερη ευχέρεια από ό, τι πραγματικά χρειάζεστε. Για να

ανταποκριθείτε στο 2.4.4 - Σκοπός του συνδέσμου (στο περιβάλλον), θα πρέπει να βεβαιωθείτε ότι:

- Ο σκοπός του συνδέσμου είναι σαφής από το κείμενο του συνδέσμου ή
- Ο σκοπός του συνδέσμου είναι σαφής από το περιβάλλον περιεχόμενο (ίδια πρόταση, παράγραφο ή κελί σε έναν πίνακα) ή
- Ο σκοπός του συνδέσμου είναι σαφής από το χαρακτηριστικό τίτλο ή
- Αν μια εικόνα είναι ένας σύνδεσμος, το κείμενο alt της εικόνας καθιστά το σκοπό του συνδέσμου σαφή

Θα πρέπει να αγνοήσετε την τρίτη επιλογή. Τα χαρακτηριστικά του τίτλου δεν είναι μια πολύ καλή λύση, καθώς έχουν αποσπασματική υποστήριξη σε προγράμματα περιήγησης στο Διαδίκτυο, σε αναγνώστες οθόνης και σε άλλα είδη της υποστηρικτικής τεχνολογίας. Ακόμα κι αν ήταν μια καλή λύση, θα έχετε την ευκαιρία να κάνετε το σύνδεσμο σαφή χωρίς τη χρήση ενός μέτρου αντιγραφής για κακούς κειμενογράφους.

Ένας καλός συγγραφέας θα χρειαστεί μόνο την πρώτη επιλογή. Είναι η πιο προσιτή λύση και το καλύτερο για τους πελάτες σας. Υπάρχει πάντα ένας τρόπος για να κάνετε το κείμενο συνδέσμου σας προσβάσιμο.

3.1.1 - «Μιλάει» η ιστοσελίδα σας τη γλώσσα των πελατών σας;

Η ρύθμιση της γλώσσας HTML είναι ένας εύκολος τρόπος για να βοηθήσετε τους πελάτες σας. Γνωρίζουμε ήδη ότι ορισμένοι από τους πελάτες σας θα κάνουν την περιήγησή τους στην ιστοσελίδα σας με τη χρήση υποστηρικτικής τεχνολογίας. Η πιο κοινή από αυτές τις τεχνολογίες είναι ένα πρόγραμμα ανάγνωσης οθόνης - μια συσκευή που διαβάζει φωναχτά το περιεχόμενο μιας ιστοσελίδας. Ο τρόπος που ένα πρόγραμμα ανάγνωσης οθόνης προφέρει τις λέξεις, εξαρτάται από τη γλώσσα HTML που έχει χρησιμοποιηθεί στην ιστοσελίδα σας.

3.2.1 - Αλλαγές στην Επισήμανση - Στους πελάτες σας δεν αρέσουν πάντα οι εκπλήξεις

Είναι σημαντικό να βεβαιωθείτε ότι η επισήμανση δεν ενοχλεί τους πελάτες σας. Σίγουρα, οι πελάτες σας θα ήθελαν ένα δώρο ή μια έκπτωση που δεν την περιμένουν, αλλά υπάρχουν μερικές εκπλήξεις που δεν θα τις εκτιμήσουν. Στην κορυφή της λίστας είναι μια ιστοσελίδα που δεν λειτουργεί προβλέψιμα. Εάν η ιστοσελίδα σας δεν δουλεύει όπως ένας πελάτης αναμένει, τότε θα φύγει και δεν θα τον ξαναδείτε.

Αυτό είναι ζωτικής σημασίας εάν σκεφτείτε τι συμβαίνει στην ιστοσελίδα σας, όταν οι πελάτες σας έχουν να συμπληρώσουν στοιχεία, όπως φόρμες, βίντεο και άλλα τέτοιου είδους διαδραστικά πράγματα. Όταν οι πελάτες σας εστιάζουν σε αυτά τα στοιχεία (για παράδειγμα πλοηγούνται με το πληκτρολόγιο), τότε αυτά δεν πρέπει να αλλάζουν αυτόματα - τη γνωστή δηλαδή ως αλλαγή στην επισήμανση.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 3.2.1 - Με επισήμανση, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε με την επισήμανση

Ο καλύτερος τρόπος για να βοηθήσετε τους πελάτες σας είναι να αποφύγετε να βάλετε στοιχεία στην ιστοσελίδα σας, που ξεκινούν αυτόματα την επισήμανση (είτε όταν κινείται το ποντίκι πάνω από τα στοιχεία, είτε όταν επιλέγονται από την πλοήγηση με το πληκτρολόγιο).

Οι πελάτες σας που χρησιμοποιούν το πληκτρολόγιο για να μετακινηθούν στην ιστοσελίδα σας θα έχουν προβλήματα με το περιεχόμενο που αλλάζει αυτόματα την επισήμανση.

Βεβαιωθείτε ότι:

- Κανένας σύνδεσμος δεν ανοίγει αυτόματα με επισήμανση και
- Οι φόρμες υποβάλλονται χωρίς να κάνει κάτι ο χρήστης (πατώντας το κουμπί υποβολής) και
- Η επισήμανση δεν «πηδάει» σε κάποιο άλλο στοιχείο και
- Καμία άλλη ενέργεια που συμβαίνει στην επισήμανση μόνη της μπορεί να αλλάξει την ιστοσελίδα σας.

3.2.2 - Στην εισαγωγή δεδομένων - Δώστε τον έλεγχο στους πελάτες σας

Προσέξτε για τις ενέργειες που συμβαίνουν στην είσοδο, όπως για παράδειγμα οι φόρμες που πρέπει να υποβάλλονται όπως συμπληρώνονται. Σε κανένα δεν αρέσει να αισθάνεται ότι δεν έχει τον έλεγχο και αυτό είναι μια τεράστια πηγή στρες και άγχους. Το ίδιο ισχύει και για τους πελάτες σας όταν προσπαθούν να χρησιμοποιήσουν την ιστοσελίδα σας. Εάν δεν μπορούν να ελέγξουν τα κουμπιά και τις φόρμες, δεν θα μείνουν αρκετό χρόνο για να αγοράσουν από εσάς.

Θα πρέπει να αποφύγετε την αλλαγή του πλαισίου στις φόρμες εισόδου. Αυτό σημαίνει μόνο την υποβολή δεδομένων φόρμας, όταν ένας πελάτης επιλέγει να κάνει κλικ σε ένα κουμπί υποβολής. Είναι κοινή και λογική συμπεριφορά, αλλά θα εκπλαγείτε με το τι μπορεί να συμβεί εάν γίνει ένα τέτοιο λάθος.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 3.2.2 - Στην εισαγωγή δεδομένων, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε με την εισαγωγή δεδομένων

Εδώ είναι μερικά παραδείγματα γι' αυτά που πρέπει να ελέγξετε:

- Οι φόρμες δεν πρέπει να υποβάλλονται αυτόματα μόλις συμπληρωθούν όλα τα πεδία - αυτό δεν επιτρέπει στους πελάτες σας να ελέγξουν και να επεξεργαστούν ό,τι έχουν γράψει.
- Η επισήμανση (εκεί όπου θα πληκτρολογήσετε το επόμενο) δεν πρέπει να πηγαίνει αυτόματα στο επόμενο πεδίο σε μια φόρμα όταν αυτό το πεδίο είναι συμπληρωμένο.
- Η χρήση ενός ελέγχου (όπως η επιλογή ναι ή όχι) δεν πρέπει να εκτελεί αυτόματα την ενέργεια (όπως για παράδειγμα, επιλέγοντας να εγγραφείτε σε ένα ενημερωτικό δελτίο σε ένα πλαίσιο ελέγχου δεν πρέπει να εγγράφετε αυτόματα τον πελάτη σας, αλλά θα πρέπει να είναι σε θέση να πατήσει ένα κουμπί υποβολής για να επιβεβαιώσει την απόφασή του).
- Μπορείτε να αποφύγετε οποιοδήποτε από αυτά τα ζητήματα, χρησιμοποιώντας μια αποποίηση πριν από τη φόρμα σας, προειδοποιώντας

για το τι είναι αυτό που συμβαίνει, αλλά αυτό είναι κάτι που δεν θα έπρεπε να κάνετε. Μερικοί από τους πελάτες σας δεν θα διαβάσουν τη δήλωση αποποίησης ευθυνών και θα εξακολουθούν να αισθάνονται ότι τους έχετε πάρει τον έλεγχο. Αν πρέπει οπωσδήποτε να το κάνετε αυτό, θα πρέπει να κάνετε τη γλώσσα πολύ απλή και πολύ σαφή. Όπου είναι δυνατόν, αποφύγετε τις υποβολές στην εισαγωγή δεδομένων.

3.3.1 - Ο προσδιορισμός σφαλμάτων βοηθά τους πελάτες σας να διορθώσουν τα λάθη τους

Ο προσδιορισμός σφάλματος κάνει την ιστοσελίδα σας να λειτουργεί ομαλά. Ο καθένας κάνει λάθη, όλοι μας. Μπορούμε να μάθουμε από τα λάθη μας και με λίγη καθοδήγηση να γίνονται τα πράγματα σωστά. Θα πρέπει να βεβαιωθείτε ότι οι πελάτες σας λαμβάνουν αναγνώριση για την λάθος ταυτοποίηση όταν κάνουν λάθη στην ιστοσελίδα σας.

Μία από τις χειρότερες περιοχές για να γίνουν λάθη σε μια ιστοσελίδα είναι σε μία φόρμα, από μία σελίδα για πληρωμή μέχρι την εγγραφή τους σε κάποιο ενημερωτικό δελτίο ή σε ερωτηματολόγια. Οποιοσδήποτε από τους πελάτες σας μπορεί να κάνει ένα απλό λάθος και αυτό σημαίνει πως η φόρμα δεν μπορεί να υποβληθεί. Για τους πελάτες σας με αναπηρίες, το πρόβλημα αυτό μπορεί να είναι πολύ χειρότερο. Δεν μπορούν να είναι σε θέση να εντοπίζουν τα λάθη τους και θα μπορούσαν να καταλήξουν τελικά να φύγουν από την ιστοσελίδα σας.

Αν είστε διατεθειμένοι να επιτρέψετε κάτι τέτοιο να συμβεί, τότε χάνετε χρήματα.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 3.3.1 - Προσδιορισμός σφάλματος, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε με τον προσδιορισμό σφάλματος

Τα λάθη που ανιχνεύονται αυτόματα, πρέπει να προσδιορίζονται και να εξηγούνται στους πελάτες σας με βοηθητικό κείμενο. Όταν μια φόρμα ανιχνεύει ένα λάθος ή ένα σφάλμα, τότε αυτό θα πρέπει να εξηγείται - όσο πιο κοντά στο νόημα του σφάλματος αν γίνεται - τι είναι λάθος και πώς μπορεί αυτό να διορθωθεί.

3.3.2 - Δώστε στους πελάτες σας σαφείς οδηγίες και ετικέτες

Οι πιθανότητες δείχνουν ότι ο ιστοχώρος σας θα έχει τη δυνατότητα που απαιτείται να μπορούν δηλαδή οι πελάτες σας να συμπληρώσουν κάποιες πληροφορίες. Αυτό θα μπορούσε να είναι σε μια σελίδα πληρωμής για να αγοράσουν ένα προϊόν, μια φόρμα επικοινωνίας για να έρθουν σε επαφή ή ένα ενημερωτικό δελτίο εγγραφής για να συμμετέχουν στην λίστα της αλληλογραφίας σας. Θα πρέπει να βεβαιωθείτε ότι οι πελάτες σας ξέρουν τι απαιτείτε από αυτούς, όταν φτάσουν σε αυτά τα στοιχεία στην ιστοσελίδα σας.

Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να περιγράφετε τι περιμένετε από τους πελάτες σας για να μπουν σε τέτοιου είδους πεδία κειμένου. Χωρίς σαφείς ετικέτες και οδηγίες, οι πελάτες σας δεν θα ξέρουν τι να κάνουν και θα νομίζουν πως είναι σε μια ιστοσελίδα που δεν τους σέβεται.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 3.3.2 - Ετικέτες ή Οδηγίες, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

- Ονομάστε όλα τα πεδία εισαγωγής καθαρά και πολύ βοηθητικά και
- Όταν ένα πεδίο χρειάζεται μια συγκεκριμένη μορφή, χρησιμοποιήστε το κείμενο κράτησης θέσης για να το εξηγήσετε (Για παράδειγμα, για ένα πεδίο «ημερομηνία» σε μια φόρμα μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το «Εισάγετε την ημερομηνία ηη / μμ / εεεε»)
- Σημειώστε τα απαιτούμενα πεδία με ένα εικονίδιο και εξηγήστε τι σημαίνει το εικονίδιο πριν από τη φόρμα

Κρατήστε τις ετικέτες σας απλές - η πάρα πολύ εξήγηση μπορεί να είναι αντιπαραγωγική. Πράγματα όπως το «Όνομα», «Αποστολή» και «Το μήνυμά σας» είναι μια χαρά.

Το ίδιο ισχύει και για τις οδηγίες, τα υποχρεωτικά πεδία να είναι με κόκκινο χρώμα και να έχουν ένα σύμβολο * κι έτσι θα λειτουργήσουν όλα μια χαρά. Το ίδιο

συμβαίνει και με το «Συμπληρώστε αυτή τη φόρμα και κάντε κλικ στο κουμπί Υποβολή για να επικοινωνήσετε».

4.1.1 - Ανάλυση - Ο καθαρός κώδικας σημαίνει μία ιστοσελίδα για τους πελάτες σας την οποία μπορούν να χρησιμοποιήσουν

Η συντακτική ανάλυση είναι ο τρόπος με τον οποίο τα προγράμματα περιήγησης στο διαδίκτυο διαβάζουν και καταλαβαίνουν μια ιστοσελίδα. Είναι σημαντικό ότι τα προγράμματα περιήγησης των πελατών σας δεν έχουν πρόβλημα συντακτικής ανάλυσης στην ιστοσελίδα σας, και έτσι θα μπορέσετε να κρατήσετε τους πελάτες σας. Η ανάλυση έχει να κάνει με τον τρόπο με τον οποίο είναι χτισμένη η ιστοσελίδα σας.

Όλοι οι πελάτες σας θα επωφεληθούν από μια ιστοσελίδα που είναι χτισμένη με καθαρό και σύγχρονο HTML. Η ιστοσελίδα σας θα λειτουργεί σωστά σε όλα τα προγράμματα περιήγησης και σε όλα τα είδη των συσκευών, από υπολογιστές μέχρι ταμπλέτες (tablets) αλλά και έξυπνα κινητά (smartphones). Η καλή HTML αυξάνει τις πιθανότητες οι πελάτες σας να μπορούν να χρησιμοποιούν την ιστοσελίδα σας και έτσι αυξάνονται και οι πιθανότητές σας να κερδίσετε χρήματα.

Μια καλοφτιαγμένη ιστοσελίδα θα χρησιμεύσει ακόμα περισσότερο στους πελάτες σας με αναπηρίες. Πολλοί θα χρησιμοποιούν υποστηρικτική τεχνολογία για να περιηγηθούν στην ιστοσελίδα σας και η τεχνολογία αυτή βασίζεται συχνά σε ανάλυση HTML. Η κακή ή σπασμένη HTML είναι πιο πιθανό να προκαλέσει προβλήματα ανάλυσης για την υποστηρικτική τεχνολογία και έτσι να αυξήσει τις πιθανότητες να φύγουν οι πελάτες σας από την ιστοσελίδα σας.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 4.1.1 - Ανάλυση, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε με την ανάλυση

Αυτή είναι μια ευρεία κατευθυντήρια γραμμή, από αυτές που αλλάζουν όσο τα πρότυπα εξελίσσονται. Η καλύτερη προστασία σας είναι η πρόσληψη ενός σχεδιαστή ιστοσελίδας που ξέρει τα σχετικά με την ανάλυση. Βρείτε έναν μέσω συστάσεων και

ρωτήστε τον σχετικά με την προσέγγισή του για τις προδιαγραφές στο διαδίκτυο αλλά και για την προσβασιμότητα.

Εδώ είναι τα πιο βασικά ζητήματα που πρέπει να προσέξετε:

- Τα στοιχεία της HTML να έχουν πλήρεις ετικέτες στην εκκίνηση (<>) και στο τέλος (</>), όπου απαιτείται
- Όλα τα στοιχεία HTML να τοποθετούνται σωστά, για παράδειγμα τα αντικείμενα μιας λίστας μέσα σε μια λίστα
- Τα τυχόν αναγνωριστικά που χρησιμοποιούνται να είναι μοναδικά
- Τα στοιχεία της HTML δεν πρέπει να περιέχουν διπλές ιδιότητες

Ένας καλός - αν και δεν είναι αλάνθαστος - τρόπος για να ελέγξετε την ιστοσελίδα σας είναι το εργαλείο HTML Validator του W3C. Αυτό θα σας δώσει μια ιδέα για το πόσο κοντά είναι η υπάρχουσα ιστοσελίδα σας στο να γίνει προσβάσιμη με HTML. Χρησιμοποιήστε το εργαλείο αυτό για να δημιουργήσετε μια λίστα ερωτήσεων για τον τρέχοντα σχεδιαστή ιστοσελίδας σας, αν έχετε κάποιον δηλαδή στο προσωπικό σας.

4.1.2 - Προσέξτε για τρίτους που «ενοχλούν» τους πελάτες σας

Ό, τι είναι στην ιστοσελίδα σας θα πρέπει να δουλεύει με καθορισμένα πρότυπα - συμπεριλαμβανομένων τυχόν εφαρμογών τρίτων που χρησιμοποιείτε ή οποιοδήποτε σενάριο γράψατε εσείς. Δεν υπάρχει κανένας λόγος να κάνετε την ιστοσελίδα σας τέλεια για τους πελάτες σας μόνο και μόνο για να τους βάλετε τρικλοποδιά με ένα εργαλείο που δεν έχει χαρακτηριστικά προσβασιμότητας.

Τα βασικά πράγματα που πρέπει να εξετάσετε είναι τα διαφημιστικά εργαλεία, οι φόρμες τρίτων, τα πράγματα που έχετε κωδικοποιήσει μόνοι σας και οτιδήποτε μπορεί να προσθέσατε, αλλά δεν είστε σίγουροι πως μπορείτε να πείτε πώς έγινε.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 4.1.2 - Όνομα, ρόλος, τιμή, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Δεν υπάρχουν πολλά που μπορείτε να κάνετε για αυτή την κατευθυντήρια γραμμή. Η ίδια η φύση της σημαίνει ότι τα περισσότερα πράγματα είναι έξω από τον έλεγχό σας.

Όταν γράφετε κώδικα που δεν είναι HTML, θα πρέπει να συμμορφώνεται με το πρότυπο της HTML. Αυτό σημαίνει ότι θα συνεργαστεί με τις διάφορες υποστηρικτικές τεχνολογίες που χρησιμοποιούν οι πελάτες σας.

Η πλειοψηφία των πιθανών ζητημάτων σας θα προέρχονται από τρίτους. Θα πρέπει να βεβαιωθείτε ότι συμμορφώνονται με το πρότυπο HTML. Λίγα πράγματα που πρέπει να θυμάστε είναι:

- Μιλήστε στους προγραμματιστές για τυχόν πρόσθετα που χρησιμοποιείτε και βεβαιωθείτε ότι γράφετε καλό κώδικα
- Βεβαιωθείτε ότι τα πάντα στην ιστοσελίδα σας αναλύονται σωστά
- Δώστε ιδιαίτερη προσοχή σε πράγματα όπως τα ονόματα και οι ετικέτες

Δεν είναι η σαφέστερη από τις κατευθυντήριες γραμμές, αλλά τα καλά νέα είναι ότι πολλοί ιδιοκτήτες ιστοσελίδων δεν θα χρειάζεται να ανησυχούν πάρα πολύ για αυτό. Εργαστείτε με καλούς προγραμματιστές και βάλτε τους να δώσουν προτεραιότητα στην προσβασιμότητα στον Παγκόσμιο Ιστό. Ο τελικός στόχος είναι να κάνετε μια σπουδαία και εύχρηστη ιστοσελίδα για τους πελάτες σας.

Γ.15 - WCAG 2.0 ΛΙΣΤΑ ΕΛΕΓΧΟΥ ΑΑ (ΕΝΔΙΑΜΕΣΟ ΣΤΑΔΙΟ)

Κατευθυντήρια Γραμμή	Περίληψη
1.2.4 - Λεζάντες (ζωντανή ροή)	Προσθέστε λεζάντες στα βίντεο με ζωντανή ροή
1.2.5 - Ηχητική περιγραφή (προεγγεγραμμένη)	Ηχητικές περιγραφές για τα μέσα ενημέρωσης
1.4.3 - Αντίθεση (ελάχιστη)	Το κείμενο και το φόντο να έχουν τουλάχιστον 4.5: 1 αντίθεση
1.4.4 - Αλλαγή μεγέθους κειμένου	Οι χρήστες να μπορούν να αλλάξουν το μέγεθος κειμένου έως και 200%
1.4.5 - Εικόνες κειμένου	Χωρίς εικόνες για το κείμενο εκεί όπου

	μπορεί να χρησιμοποιηθεί κείμενο
2.4.5 - Πολλαπλοί τρόποι	Να προσφέρετε διάφορους τρόπους για να βρουν τις σελίδες σας στην ιστοσελίδα σας
2.4.6 - Επικεφαλίδες και ετικέτες	Χρησιμοποιήστε σαφείς κατηγορίες και ετικέτες σε όλες τις σελίδες
2.4.7 - Ορατή επισήμανση	Βεβαιωθείτε ότι η επισήμανση του πληκτρολογίου είναι ορατή
3.1.2 - Διαφορετικές γλώσσες	Ενημερώστε τους ανθρώπους, όταν η γλώσσα μιας σελίδας αλλάζει
3.2.3 - Σταθερή και συνεπής πλοήγηση	Χρησιμοποιήστε το μενού στα ίδια σημεία σε όλη την ιστοσελίδα σας
3.2.4 - Συνεπής προσδιορισμός	Τα εικονίδια και τα κουμπιά να είναι σταθερά προσδιορισμένα
3.3.3 - Πρόταση σφαλμάτων	Οι προτάσεις γίνονται για να βοηθήσουν τους χρήστες να διορθώνουν τα σφάλματα εισόδου
3.3.4 - Πρόληψη σφαλμάτων (Νομικά, οικονομικά, δεδομένα)	Τεχνικές που χρησιμοποιούνται για να μειώσουν τον κίνδυνο των σφαλμάτων εισόδου δεδομένων

1.2.4 - Λεζάντες (Ζωντανή ροή) (Επίπεδο AA)

Τα ζωντανά βίντεο θα πρέπει να έχουν λεζάντες.

Οι χρήστες σας μερικές φορές βασίζονται σε λεζάντες για να απολαύσουν το περιεχόμενο των βίντεο σας. Η πρόσθεση λεζάντων για τα βίντεο με ζωντανή ροή, βοηθά τους ανθρώπους να χρησιμοποιούν την ιστοσελίδα σας όταν κάνετε ζωντανή μετάδοση βίντεο.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.2.4 - Λεζάντες (ζωντανή ροή), από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0

Τι να κάνετε

Χρησιμοποιήστε ένα σύστημα διαχείρισης περιεχομένου που επιτρέπει τις λεζάντες να προστεθούν ζωντανά και πιθανώς ένας επαγγελματίας υποτιτλιστής να το κάνει αυτό για εσάς.

1.2.5 - Ηχητική περιγραφή (προεγγεγραμμένη)

Οι χρήστες θα πρέπει να έχουν πρόσβαση σε ηχητική περιγραφή για το περιεχόμενο του βίντεο.

Κάποιοι από τους χρήστες σας θα βασίζονται σε ηχητική περιγραφή για να βοηθηθούν με τα βίντεο. Η προσθήκη ηχητικής περιγραφής για τα βίντεο σας σημαίνει πως αυτοί οι χρήστες έχουν τις ίδιες πληροφορίες, όπως όλοι οι άλλοι.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.2.5 - Ηχητική περιγραφή (προεγγεγραμμένη), από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

- Κάντε μια εναλλακτική εκδοχή του βίντεο σας με μια ηχητική περιγραφή και συνδέστε σε αυτό από κοντά το αρχικό περιεχόμενο.

1.4.3 - Ο ελάχιστος λόγος αντίθεσης για το κείμενο στην ιστοσελίδα σας

Όλοι οι πελάτες σας θα επωφεληθούν από μια σαφή αντίθεση μεταξύ του κειμένου στην ιστοσελίδα σας και του χρώματος του φόντου. Μερικοί από τους πελάτες σας με προβλήματα όρασης χρειάζονται μια ισχυρότερη αντίθεση σε σχέση με άλλους κι έτσι, το να βάλετε τα χρώματά σας σωστά είναι απαραίτητο.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.4.3 - Αντίθεση (ελάχιστη), από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Θα πρέπει να εξασφαλίσετε ότι η αναλογία αντίθεσης μεταξύ του κειμένου και του φόντου σας είναι τουλάχιστον 4,5: 1.

Κάντε το αυτό με τον εξής τρόπο:

- Χρησιμοποιήστε ένα ανοιχτόχρωμο φόντο και σκούρο κείμενο ή
- Χρησιμοποιήστε ένα σκούρο φόντο και ανοιχτό χρώμα για το κείμενο και
- Χρησιμοποιήστε την χρωματική αντίθεση της Web AIM για να επαληθεύσετε την επιλογή σας.

1.4.4 - Αλλαγή μεγέθους κειμένου - Μπορεί η ιστοσελίδα σας να αντιμετωπίσει μία αλλαγή μεγέθους 200%;

Μερικοί από τους πελάτες σας με προβλήματα όρασης θα πρέπει να αλλάξουν το μέγεθος του κειμένου προκειμένου να το κατανοήσουν πλήρως. Θα πρέπει να επιτρέπεται μια αλλαγή μεγέθους μέχρι και 200% του κειμένου χωρίς να «χάνεται» το περιεχόμενο και οι λειτουργίες.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.4.4 - Αλλαγή μεγέθους κειμένου, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

- Όπως όλα τα σύγχρονα προγράμματα περιήγησης επιτρέπουν την αλλαγή μεγέθους κειμένου, μια ιστοσελίδα που βασίζεται σε σωστή HTML / CSS θα πρέπει να συμμορφώνεται και αυτή ή / και
- Προσθέστε ένα χαρακτηριστικό στην ιστοσελίδα σας, το οποίο θα επιτρέπει στο χρήστη να αλλάξει το μέγεθος του κειμένου (από την CSS) βασιζόμενο σε

τρεις ή τέσσερις προκαθορισμένες επιλογές, συμπεριλαμβανομένων και της επιλογής του 200%.

- Ελέγξτε την ιστοσελίδα σας με την αλλαγή μεγέθους κειμένου έως και 200% σε μια ποικιλία φυλλομετρητών.

1.4.5 - Ήρθε η ώρα να σταματήσετε να χρησιμοποιείτε εικόνες για το κείμενο στην ιστοσελίδα σας

Μερικοί από τους πελάτες σας, θα επισκεφθούν την ιστοσελίδα σας χρησιμοποιώντας ένα πρόγραμμα περιήγησης μόνο κειμένου, ή μπορεί να έχουν τις εικόνες απενεργοποιημένες σε ένα κανονικό πρόγραμμα περιήγησης. Οι εικόνες κειμένου μπορεί να είναι προβληματικές, δεδομένου ότι είναι πιο δύσκολο για αυτούς τους πελάτες να τις κατανοήσουν.

Οι εικόνες κειμένου προκαλούν επίσης προβλήματα για τους πελάτες σας, αν θέλουν να αλλάξουν το μέγεθος των ιστοσελίδων για να διαβάσουν πιο καθαρά - η εικόνα δεν λειτουργεί καλά με αυτόν τον τρόπο. Προστίθενται στο χρόνο που χρειάζεται η ιστοσελίδα σας για να φορτώσει - ένας άλλος βασικός λόγος για να σας αφήσουν οι πελάτες σας!

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.4.5 - Εικόνες κειμένου, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Αν ήδη σκέφτεστε ότι μπορείτε να χρησιμοποιήσετε εναλλακτικό κείμενο για όλες τις εικόνες σας, ούτε αυτό είναι τόσο χρήσιμο όσο ίσως νομίζετε. Οι εικόνες εξακολουθούν να διαλύουν τη ροή της σελίδας για τους ανθρώπους που χρησιμοποιούν αναγνώστες οθόνης - είναι πολύ ομαλότερο για αυτούς να έχουν απλό κείμενο που διαβάζεται από το να έχουν εναλλακτικό κείμενο στην εικόνα.

Θα πρέπει να χρησιμοποιείτε απλό κείμενο όπου αυτό είναι δυνατόν - για παράδειγμα, οι επικεφαλίδες σας θα πρέπει να είναι μια γραμματοσειρά παρά μια εικόνα, ακόμη και αν νομίζετε ότι φαίνεται καλύτερο διαφορετικά.

Τι να κάνετε

- Μην χρησιμοποιείτε μια εικόνα κειμένου όταν μπορείτε να χρησιμοποιήσετε κείμενο
- Χρησιμοποιήστε CSS για να βάλετε στυλ στις επικεφαλίδες
- Χρησιμοποιήστε CSS για να βάλετε στυλ στο μενού ως κείμενο
- Τα αποσπάσματα οθόνης πρέπει να είναι σε κείμενο παρά ως εικόνα

2.4.5 - Προσφέρετε πολλαπλούς τρόπους στους πελάτες σας για να βρουν βασικές σελίδες

Όλοι οι πελάτες σας μπορούν να επωφεληθούν από μια ιστοσελίδα που έχει σχεδιαστεί με αυτούς στο μυαλό σας. Χρειάζονται πολλαπλούς τρόπους για να περιηγηθούν στις σελίδες σας όσον αφορά τα τμήματα που θέλουν να επισκεφθούν. Οι πελάτες σας με αναπηρία μπορεί να έχουν μεγαλύτερη δυσκολία στην κατανόηση της ιστοσελίδας σας, έτσι θα ωφεληθούν ακόμη περισσότερο αν έχουν μια σαφή πλοήγηση και μια σειρά από τρόπους για να έχουν πρόσβαση στις σελίδες σας.

Παρέχοντας στους πελάτες σας διάφορους τρόπους για να περιηγηθούν στη σελίδα σας, είναι η καλύτερη δυνατή περίπτωση για να τους βοηθήσετε να κινούνται άνετα.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.4.5 - Πολλαπλοί τρόποι, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

- Προσθέστε μια λίστα από σελίδες σε HTML και σύνδεσμο προς αυτές μετά από τον σύνδεσμο Μετάβαση στο Περιεχόμενο από το 2.4.1 - Παράκαμψη μπλοκ και
- Συμπεριλάβετε μια λειτουργία αναζήτησης σε κάθε ιστοσελίδα (με την προσθήκη του στην κεφαλίδα) - ορισμένοι από τους πελάτες σας με αναπηρίες δεν θα καταλάβουν μια σειρά από σελίδες και με αυτό τον τρόπο η αναζήτηση θα είναι πιο χρήσιμη για αυτούς και
- Δώστε έναν σαφή και συνεπή κύριο μενού πλοήγησης

2.4.6 - Χρησιμοποιήστε σαφείς επικεφαλίδες και ετικέτες για να βοηθήσετε τους πελάτες σας να μετακινούνται εύκολα

Μια καλογραμμένη και σαφής σελίδα είναι πάντα χωρισμένη με επικεφαλίδες. Έτσι γίνεται πιο εύκολο για τους πελάτες σας το να βρουν την ενότητα που τους ενδιαφέρει και επίσης βοηθά στη διάρθρωση του περιεχομένου σας κι έτσι δεν φαίνεται πολύ δύσκολο στο διάβασμα.

Μερικοί από τους πελάτες σας με αναπηρίες θα επωφεληθούν περαιτέρω από τις σελίδες με καλές επικεφαλίδες και ετικέτες. Οι επικεφαλίδες ιδιαίτερα θα βοηθήσουν τα άτομα με προβλήματα όρασης, που συχνά αποφεύγουν τις επικεφαλίδες όταν χρησιμοποιούν ένα πρόγραμμα ανάγνωσης οθόνης. Η επισήμανση των στοιχείων σε μια σελίδα θα βοηθήσει επίσης αυτούς τους πελάτες να κατανοούν πού βρίσκονται.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.4.6 - Επικεφαλίδες και ετικέτες, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

- Χρησιμοποιήστε ενημερωτικές κεφαλίδες και υποκεφαλίδες όπου χρειάζεται (όταν αλλάζετε θέμα ή σκοπό) για να διευκολυνθεί η πλοήγηση στο περιεχόμενό σας
- Ονομάστε όλα τα στοιχεία (για παράδειγμα: τις πλαϊνές γραμμές, τις φόρμες, τα πλαίσια αναζήτησης, τους πίνακες)

2.4.7 - Ορατή επισήμανση: Ένα οπτικό βοήθημα για την πλοήγηση στην ιστοσελίδα σας

Η ορατή επισήμανση έχει να κάνει με το μικρό περίγραμμα που εμφανίζεται γύρω από ένα στοιχείο όταν χρησιμοποιείται το πλήκτρο Tab ή τα βελάκια για να πάει κάποιος σε αυτό. Έχοντας αυτή την επισήμανση ορατή, γίνεται ευκολότερο για τους πελάτες σας να καταλάβουν πού βρίσκονται σε μια σελίδα.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.4.7 - Ορατή επισήμανση, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

- Κάντε το πληκτρολόγιο να έχει ορατή επισήμανση σε όλα τα στοιχεία (στοιχεία μενού, πεδία φόρμας, συνδέσμους, κλπ...)
- Χρησιμοποιήστε CSS για να εφαρμόσετε ένα οπτικό βοήθημα για την επισήμανση του πληκτρολογίου - ένα περίγραμμα και / ή μια υπογράμμιση είναι το καλύτερο.

3.1.2 - Όταν η γλώσσα των τμημάτων στην ιστοσελίδα σας αλλάζει

Εάν η ιστοσελίδα σας έχει περιεχόμενο σε μια διαφορετική γλώσσα σε σχέση με την κύρια γλώσσα, θα πρέπει να ενημερώσετε τους πελάτες σας για αυτή την αλλαγή. Αυτό βοηθά τους πελάτες σας που χρησιμοποιούν υποστηρικτική τεχνολογία να κατανοήσουν όλο το κείμενο.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 3.1.2 - Διαφορετικές γλώσσες, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

- Ορίστε την κύρια γλώσσα της ιστοσελίδας σας με μετα-ετικέτα (βλέπε 3.1.1 - Γλώσσα της σελίδας)
- Προσθέστε ένα χαρακτηριστικό γλώσσας στο περιεχόμενο που δεν είναι στην κύρια γλώσσα
- Χρησιμοποιήστε τη λίστα W3Schools των κωδικών γλώσσας για να βρείτε τη σωστή ετικέτα

3.2.3 - Χωρίς συνεπή πλοήγηση στην ιστοσελίδα σας, θα έχετε πρόβλημα

Όταν πηγαίνετε στην ιστοσελίδα κάποιου αυτές τις μέρες, είναι σχεδόν αυτονόητο το να καταλάβετε που είναι το κύριο μενού και περιμένετε να είναι στην ίδια θέση σε

κάθε σελίδα. Οι σχεδιαστές ιστοσελίδων γνωρίζουν ότι το να έχουν ένα συνεπές μενού πλοήγησης βοηθά τους πελάτες να κινούνται στις ιστοσελίδες.

Η συνεπής πλοήγηση για τους πελάτες σας με ειδικές ανάγκες που μπορεί να έχουν πρόβλημα, τους βοηθά να κινούνται στις ιστοσελίδες και να μην «χάνονται» τόσο συχνά. Οι πελάτες σας οι οποίοι βασίζονται στη χωρική πλοήγηση, λόγω της μειωμένης όρασης, ή χρειάζονται επιπλέον βοήθεια για την κατανόηση της ιστοσελίδας σας, θα σας ευχαριστούν.

Αυτή η συνέπεια ισχύει και για τα πρότυπα τμήματα της ιστοσελίδας σας - για παράδειγμα το πλαίσιο αναζήτησής σας. Μην τα μετακινείτε παντού, χρησιμοποιήστε ένα συνεπές πρότυπο.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 3.2.3 - Σταθερή και συνεπής πλοήγηση, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

- Κρατήστε τα μενού πλοήγησης στην ίδια θέση σε όλες τις σελίδες και
- Παρουσιάστε τις επιλογές στα μενού πλοήγησης με την ίδια σειρά σε όλες τις σελίδες και
- Κρατήστε όλα τα άλλα στοιχεία τυποποιημένα (για παράδειγμα, το πλαίσιο αναζήτησης) στην ίδια θέση σε όλες τις σελίδες

3.2.4 - Χρησιμοποιήστε συνεπή προσδιορισμό στη σελίδα σας για να βοηθήσετε τους πελάτες σας να διατηρήσουν τον έλεγχο

Θα πρέπει να είναι προφανές πως χρησιμοποιώντας συνεπή προσδιορισμό σε όλη την ιστοσελίδα σας θα βοηθηθούν οι πελάτες σας στη μετακίνηση στη σελίδα, αλλά και στην αλληλεπίδραση και έτσι θα μπορούν να κάνουν ό, τι είναι αυτό που θέλετε από αυτούς. Δυστυχώς, αυτό συχνά παραβλέπεται και τα κουμπιά, τα εικονίδια και οι συνδέσεις με την ίδια λειτουργία μπορεί να είναι τελείως διαφορετικά.

Η ισχυρή συνεπής πλοήγηση βοηθάει όλους τους πελάτες σας - φανταστείτε αν σε ορισμένες σελίδες το Amazon έκανε το κουμπί «Αγοράστε τώρα» σύνδεσμο στην

αρχική σελίδα. Δεν θα είχε νόημα και θα έχαναν χρήματα. Θα πάθετε κι εσείς ακριβώς το ίδιο, αν κάνετε τα πράγματα που φαίνονται όμοια να μοιάζουν διαφορετικά.

Οι πελάτες σας που χρησιμοποιούν προγράμματα ανάγνωσης οθόνης και μεγεθυντές οθόνης, θα επωφεληθούν ακόμη περισσότερο από έναν συνεπή εντοπισμό. Συχνά χρησιμοποιούν την οικειότητα ως μέσο για την κατανόηση και την επιλογή λειτουργιών. Ως εκ τούτου, τα στοιχεία με την ίδια λειτουργία, θα πρέπει να επισημαίνονται και να εμφανίζονται με συνέπεια σε όλη την ιστοσελίδα σας.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 3.2.4 - Συνεπής προσδιορισμός, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Θα πρέπει να βεβαιωθείτε ότι:

- Όλες οι εικόνες που χρησιμοποιήθηκαν είναι συνεπείς (για παράδειγμα, η σελίδα εκτύπωσης ή ο σύνδεσμος για το Twitter) και
- Τα στοιχεία με την ίδια λειτουργία επισημαίνονται ομοιόμορφα ή
- Τα στοιχεία με την ίδια λειτουργία είναι σταθερά ή
- Τα στοιχεία με την ίδια λειτουργία έχουν ένα συνεπές εναλλακτικό κείμενο (βλέπε σημείο 1.1.1 - Περιεχόμενο χωρίς κείμενο)

3.3.3 - Βοηθήστε τους πελάτες σας να διορθώσουν τα λάθη τους, με σαφείς προτάσεις

Όλοι οι πελάτες σας πρόκειται να κάνουν λάθη - είναι άνθρωποι έτσι κι αλλιώς. Όταν κάνουν λάθη στην ιστοσελίδα σας (είτε αυτό είναι δικό τους φταίξιμο είτε όχι), απογοητεύονται. Δεν χρειάζεται πολύ ένα λάθος να προκαλέσει έναν πελάτη να φύγει για πάντα.

Ευτυχώς, είναι επίσης μια μεγάλη στιγμή για να αποδείξετε στους πελάτες σας πόσο πολύ νοιάζεστε γι 'αυτούς. Μπορείτε να δείξετε στους πελάτες σας τις προτάσεις και

τις υποδείξεις σας, όταν κάνουν λάθη σε πράγματα όπως στις φόρμες και στη σελίδα για την πληρωμή.

Θα πρέπει να εντοπίσετε αυτόματα τα λάθη (3.3.1 - Προσδιορισμός σφάλματος), ώστε να ξέρετε πότε αυτά συμβαίνουν. Αυτό το επόμενο βήμα είναι τόσο απλό όπως η προσθήκη μιας σημείωσης για να δείχνετε τι θα μπορούσε να πάει στραβά.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 3.3.3 - Πρόταση σφαλμάτων, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Για να περάσετε αυτή την κατευθυντήρια γραμμή, θα πρέπει να βεβαιωθείτε ότι:

- Οι φόρμες σας εντοπίζουν σφάλματα στην είσοδο και
- Σε περίπτωση που το σφάλμα χάνει ένα απαιτούμενο πεδίο, μια πρόταση κειμένου το σημειώνει αυτό ή
- Εάν το σφάλμα είναι στην είσοδο, η πρόταση δείχνει τη σωστή μορφή (για παράδειγμα, η ημερομηνία πρέπει να είναι με τη μορφή HH / MM / EEEE) ή
- Εάν το σφάλμα είναι γιατί η είσοδος θα έπρεπε να είναι από έναν περιορισμένο κατάλογο των τιμών, τότε να παρέχονται αυτές οι τιμές και να εξηγούνται

3.3.4 - Πρόληψη Σφάλματος: Σταματήστε τους πελάτες σας από δαπανηρά λάθη

Όλοι οι πελάτες σας θα κάνουν λάθη κατά τη χρήση της ιστοσελίδας σας - η δουλειά σας είναι να θέσετε τεχνικές πρόληψης λάθους για την ελαχιστοποίηση του κινδύνου. Οι ιστοσελίδες ηλεκτρονικού εμπορίου συγκεκριμένα, θα πρέπει να είναι προσεκτικές όταν οι πελάτες δεσμεύονται σε νομικές ή οικονομικές συμφωνίες, ή με οποιοδήποτε άλλο τρόπο με τον οποίο μοιράζονται τα δεδομένα τους.

Οι πελάτες σας με αναπηρίες μπορεί να είναι πιο πιθανό να κάνουν αυτά τα δαπανηρά λάθη, αν δεν κατανοούν πλήρως τις συνέπειες των πράξεών τους ή δεν μπορούν να διορθώνουν τα λάθη τους. Η πρόληψη των σφαλμάτων έχει να κάνει με τη μείωση του κινδύνου για τους πελάτες σας με την προσθήκη σε στάδια

επιβεβαίωσης των διαδικασιών που βάζουν τους πελάτες σας σε νομικό ή οικονομικό κίνδυνο.

Θα πρέπει επίσης να γνωρίζετε ότι το προχωρημένο, ή αλλιώς το Επίπεδο AAA της κατευθυντήριας γραμμής σχετικά με την πρόληψη των σφαλμάτων, περιλαμβάνει όλα τα είδη μεταφοράς δεδομένων - και όχι μόνο αυτές τις συναλλαγές υψηλού κόστους.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 3.3.4 - Πρόληψη σφαλμάτων (Νομικά, οικονομικά και δεδομένα), από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Για να περάσετε αυτή την κατευθυντήρια γραμμή, θα πρέπει να βεβαιωθείτε ότι:

- Οι νομικές δεσμεύσεις, οι οικονομικές συναλλαγές, οι απαντήσεις των τεστ και οι μεταβολές στα δεδομένα που ελέγχονται από τον χρήστη, είναι αναστρέψιμες ή
- Οι νομικές δεσμεύσεις, οι οικονομικές συναλλαγές, οι απαντήσεις των τεστ και οι μεταβολές στα δεδομένα που ελέγχονται από τον χρήστη, ελέγχονται και για σφάλματα εισαγωγής και ο χρήστης έχει την ευκαιρία να διορθώσει τυχόν λάθη ή
- Μια ιστοσελίδα επιβεβαίωσης θα πρέπει να προστίθεται σε εκείνες τις ενέργειες που συνοψίζουν την είσοδο και το αποτέλεσμα, με μια επιλογή για διόρθωση ή για διακοπή. Αυτή η ιστοσελίδα έχει ένα πεδίο εισαγωγής (για παράδειγμα, ένα κουμπί Επιβεβαίωση ή ένα κουτί ελέγχου) που ενεργεί ως επιβεβαίωση της υποβολής.

Γ.16 - WCAG 2.0 ΛΙΣΤΑ ΕΠΙΠΕΔΟΥ AAA (ΠΡΟΧΩΡΗΜΕΝΟ ΣΤΑΔΙΟ

Κατευθυντήρια Γραμμή	Περίληψη
1.2.6 - Νοηματική γλώσσα (προεγγεγραμμένη)	Προσθέστε τις μεταφράσεις της νοηματικής γλώσσας σε προεγγεγραμμένα βίντεο
1.2.7 - Εκτεταμένη ηχητική περιγραφή	Προσθέστε περισσότερη περιγραφή του

(προεγγεγραμμένη)	ήχου όταν ο ήχος απαιτεί την παύση
1.2.8 - Εναλλακτικά μέσα (προ-εγγεγραμμένα)	Βεβαιωθείτε ότι υπάρχουν μεταγραφές κειμένου για τα μέσα
1.2.9 - Μόνο ήχος (ζωντανός)	Προσθέστε λεζάντες για τις μεταδόσεις με ζωντανό ήχο
1.4.6 - Αντίθεση (ενισχυμένη)	Το κείμενο και το φόντο να έχουν τουλάχιστον 7: 1 αντίθεση
1.4.7 - Χαμηλός ή καθόλου ήχος παρασκηνίου	Ο ήχος δεν παραμορφώνεται από το θόρυβο του παρασκηνίου
1.4.8 - Οπτική παρουσίαση	Προσφέρετε επιλογές για τους χρήστες για να μπορούν να προσαρμόσουν την οπτική εμπειρία τους
1.4.9 - Εικόνες κειμένου (χωρίς εξαίρεση)	Αποφύγετε τη χρήση εικόνων του κειμένου
2.1.3 - Πληκτρολόγιο (χωρίς εξαίρεση)	Ολόκληρη η ιστοσελίδα είναι προσβάσιμη από το πληκτρολόγιο
2.2.3 - Χωρίς συγχρονισμό	Δεν υπάρχουν προθεσμίες για τις ενέργειες του χρήστη
2.2.4 - Διακοπές	Μην διακόπτετε την εμπειρία των χρηστών σας
2.2.5 - Επαναπιστοποίηση	Αποθηκεύστε τα δεδομένα του χρήστη όταν ζητείται η εκ νέου πιστοποίηση
2.3.2 - Τρεις αναλαμπές	Χωρίς περιεχόμενο που αναβοσβήνει
2.4.8 – Θέση	Χρησιμοποιήστε στοιχεία ιχνηλάτησης για να βοηθήσετε τους χρήστες σας να περιηγηθούν
2.4.9 - Σκοπός συνδέσμου (μόνο σύνδεσμος)	Κάντε τις συνδέσεις σαφείς από το κείμενο τους

2.4.10 - Επικεφαλίδες ενότητας	Χωρίστε το περιεχόμενο με επικεφαλίδες
3.1.3 - Ασυνήθιστες λέξεις	Εξηγήστε τυχόν ασυνήθιστες λέξεις στους χρήστες σας
3.1.4 - Συντμήσεις	Εξηγήστε τυχόν συντμήσεις στους χρήστες σας
3.1.5 - Επίπεδο ανάγνωσης	Γράψτε περιεχόμενο το οποίο οι χρήστες με 9 έτη εκπαίδευσης να μπορούν να καταλάβουν
3.1.6 - Προφορά	Εξηγήστε στους χρήστες σας όλες τις λέξεις που είναι δύσκολες στην προφορά
3.2.5 - Αλλαγή κατόπιν αίτησης	Μην αλλάζετε πράγματα μέχρι οι χρήστες να σας τα ζητήσουν
3.3.5 - Βοήθεια	Προσθέστε σαφείς και λεπτομερείς βοηθητικές οδηγίες στην ιστοσελίδα σας
3.3.6 - Πρόληψη σφαλμάτων (Όλα)	Απαιτήστε από τους χρήστες να επιβεβαιώσουν όλα τα υποβαλλόμενα δεδομένα

1.2.6 - Νοηματική Γλώσσα (προεγγεγραμμένη) (Επίπεδο AAA)

Οι χρήστες μπορούν να επωφεληθούν από τις μεταφράσεις της νοηματικής γλώσσας για τα βίντεο.

Κάποιοι από τους χρήστες σας, θα θέλουν να δουν τις ερμηνείες της νοηματικής γλώσσας στα βίντεό σας. Προσθέτοντας αυτό το χαρακτηριστικό, δίνετε σε αυτούς τους χρήστες τις ίδιες πληροφορίες που έχετε δώσει και στους άλλους.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.2.6 - Νοηματική Γλώσσα (προεγγεγραμμένη), από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Κάντε μια εναλλακτική εκδοχή του βίντεο σας με ένα διερμηνέα της νοηματικής γλώσσας ενσωματωμένο και συνδέστε το με το αρχικό περιεχόμενο.

1.2.7 - Εκτεταμένη ηχητική περιγραφή (προεγγεγραμμένη) (Επίπεδο AAA)

Οι χρήστες μπορούν να επωφεληθούν από την εκτεταμένη περιγραφή του ήχου, όταν οι παύσεις στην μουσική ενός βίντεο είναι πολύ μικρές για να μοιράζονται όλες οι πληροφορίες με ακουστική περιγραφή.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.2.7 - Εκτεταμένη ηχητική περιγραφή (προεγγεγραμμένη), από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Οι χρήστες που εκτιμούν την ακουστική περιγραφή πρέπει να λαμβάνουν τις ίδιες πληροφορίες τις οποίες και οι άλλοι χρήστες παίρνουν από το βίντεο σας. Η χρήση της εκτεταμένης περιγραφής του ήχου μπορεί να βοηθήσει όταν το βίντεο σας μεταφέρει μεγάλες ποσότητες πληροφοριών με λίγες παύσεις στην μουσική.

Τι να κάνετε

Κάντε μια εναλλακτική εκδοχή του βίντεο σας με μια εκτεταμένη ηχητική περιγραφή της μουσικής και συνδέστε το με το αρχικό περιεχόμενο.

1.2.8 - Εναλλακτικά Μέσα (Προεγγεγραμμένα) (Επίπεδο AAA)

Οι χρήστες σας μπορούν να επωφεληθούν από ένα εναλλακτικό κείμενο στα βίντεό σας.

Ενώ μπορεί να έχετε δημιουργήσει λεζάντες ή ηχητική περιγραφή για να ενισχύσετε τα βίντεό σας, ορισμένοι χρήστες θα βασίζονται σε ένα εναλλακτικό κείμενο για να πάρουν τις πληροφορίες που θέλουν. Παρέχοντας ένα κείμενο για τα βίντεο σας και παρέχοντας συνδέσμους σε περίπτωση που χρειαστούν, μπορείτε να βοηθήσετε τους χρήστες σας περισσότερο.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.2.8 - Εναλλακτικά Μέσα (Προεγγεγραμμένα), από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

- Δώστε μία πλήρη μεταγραφή κειμένου για το βίντεό σας και συνδέστε το με το αρχικό περιεχόμενο.
- Αν το βίντεο χρειάζεται ηχητική περιγραφή, βεβαιωθείτε ότι υπάρχει

1.2.9 - Πώς να κάνετε τις ζωντανές μεταδόσεις ήχου σας προσβάσιμες

Μερικοί από τους πελάτες σας θα επωφεληθούν από εναλλακτικές λύσεις, όπου μπορείτε να χρησιμοποιήσετε ζωντανό ήχο (για παράδειγμα, μια ζωντανή ηχογράφιση μίας διαδικτυακής ραδιοφωνικής εκπομπής ή μία μετάδοση).

Όταν η εκπομπή είναι μόνο με ήχο (χωρίς εικόνες), μπορείτε να βοηθήσετε τους πελάτες σας με την παροχή ενός εναλλακτικού κειμένου το οποίο θα μπορούν να διαβάσουν.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.2.9 - Μόνο ήχος (ζωντανός), από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

- Προσθήκη υποτίτλων για τον ζωντανό ήχο ή
- Εάν η ζωντανή μετάδοση είναι από ένα έτοιμο σενάριο, κάντε το κείμενο του σεναρίου διαθέσιμο κοντά στο πρωτότυπο περιεχόμενο

1.4.6 - Η καλύτερη αναλογία αντίθεσης για κείμενο στην ιστοσελίδα σας

Όλοι οι χρήστες σας θα επωφεληθούν από μια σαφή αντίθεση ανάμεσα στο κείμενο στην ιστοσελίδα σας και στο χρώμα του φόντου. Κάποιοι από τους χρήστες σας με προβλήματα όρασης χρειάζονται μια ισχυρότερη αντίθεση από τους άλλους κι έτσι, το να βάλετε τα χρώματα σας σωστά είναι απαραίτητο.

Ενώ η ελάχιστη αντίθεση που θα πρέπει να χρησιμοποιήσετε είναι 4,5: 1, είναι πολύ καλύτερο να χρησιμοποιήσετε 7: 1.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.4.6 - Αντίθεση (ενισχυμένη), από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Θα πρέπει να βεβαιωθείτε ότι η αναλογία αντίθεσης μεταξύ κειμένου και φόντου είναι τουλάχιστον 7: 1.

Κάντε το αυτό με τους παρακάτω τρόπους:

- Χρησιμοποιώντας ένα ανοιχτόχρωμο υπόβαθρο και σκούρο κείμενο ή
- Χρησιμοποιώντας ένα σκούρο φόντο και ανοιχτόχρωμο κείμενο και
- Χρησιμοποιώντας το εργαλείο της χρωματική αντίθεσης ίδια της Web AIM για να ελέγξετε την επιλογή σας

1.4.7 - Κρατήστε τον ήχο σας καθαρό και εύκολο στο άκουσμα

Κάποιοι από τους χρήστες σας θα έχουν δυσκολίες με την ακοή τους. Δεν θα είναι σε θέση να ακούσουν το ηχητικό περιεχόμενό σας (είτε μόνο ήχο είτε σε βίντεο), τόσο καθαρά όσο άλλοι. Μπορείτε να τους βοηθήσετε με την εξασφάλιση ότι όλοι οι ήχοι σας είναι σαφείς.

Αν έχετε προεγγεγραμμένα (όχι ζωντανά) βίντεο ή περιεχόμενο ήχου μόνο, κρατήστε τον θόρυβο στο ελάχιστο, έτσι ώστε οι φωνές που μιλούν να μπορούν να ακουστούν.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.4.7 - Χαμηλός ή καθόλου ήχος παρασκηνίου, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

- Βεβαιωθείτε ότι τα προεγγεγραμμένα (όχι ζωντανά) περιεχόμενα ήχου μόνο, δεν περιέχουν κανένα θόρυβο ή

- Αν πρέπει να υπάρχει κάποιος θόρυβος παρασκηνίου, να είναι γενικά 20 ντεσιμπέλ χαμηλότερος από το προσκήνιο του θορύβου.

1.4.8 - Δώστε στους χρήστες σας μια σειρά από οπτικές παρουσιάσεις

Κάποιοι από τους χρήστες σας θα έχουν δυσκολίες στο να δουν την ιστοσελίδα σας με την ίδια σαφήνεια που την βλέπουν οι άλλοι. Δεν υπάρχει κανένας τρόπος για να μπορέσετε να μαντέψετε κάθε συνδυασμό χρωμάτων και μεγεθών που οι πελάτες σας προτιμούν, αλλά μπορείτε να προσφέρετε τρόπους για να προσαρμόσετε την προβολή τους.

Επιτρέποντας στους χρήστες να επιλέξουν από μια σειρά επιλογών οπτικής παρουσίασης, θα τους βοηθήσετε να πάρουν το καλύτερο από την ιστοσελίδα σας.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.4.8 - Οπτική παρουσίαση, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Τα ακόλουθα πέντε χαρακτηριστικά είναι σωρευτικά, και όλα πρέπει να είναι σωστά για να περάσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.4.8.

- Δώστε ένα εργαλείο που επιτρέπει στους πελάτες σας να μπορούν να επιλέξουν από μια σειρά από χρώματα παρασκηνίου και προσκηνίου και
- Τα μπλοκ κειμένου, δεν πρέπει να είναι μεγαλύτερο από 80 χαρακτήρες (βεβαιωθείτε ότι τα παράθυρα του προγράμματος περιήγησης που αλλάζουν μέγεθος δεν χρειάζονται οριζόντια κύλιση) και
- Το κείμενο δεν δικαιολογείται και στις δύο πλευρές της ιστοσελίδας και
- Δώστε ένα εργαλείο που να επιτρέπει στους πελάτες σας να επιλέγουν μέσα από έναν αριθμό επιλογών απόστασης για τις γραμμές και τις παραγράφους - μια από τις επιλογές πρέπει να είναι το διάστιχο με επιλογή τουλάχιστον 1.5 στα μπλοκ κειμένου και τα κενά μεταξύ των παραγράφων να έχουν τουλάχιστον 1.5x διάστιχο και

- Το κείμενο να μπορεί να αλλάξει το μέγεθός του σε ένα πρόγραμμα περιήγησης έως 200%, χωρίς να χρειάζεται ο χρήστης να μετακινηθεί οριζόντια σε μια μέση οθόνη ή σε έναν φορητό υπολογιστή (μπορεί να το έχετε καταφέρει ήδη αυτό όταν συμμορφωθήκατε με την κατευθυντήρια γραμμή 1.4.4 - Αλλαγή μεγέθους κειμένου)

1.4.9 - Χρησιμοποιείτε ακόμα εικόνες κειμένου στην ιστοσελίδα σας;

Κάποιοι από τους χρήστες σας, θα επισκεφθούν την ιστοσελίδα σας χρησιμοποιώντας ένα πρόγραμμα περιήγησης μόνο κειμένου, ή μπορεί να έχουν απενεργοποιημένες τις εικόνες τους σε ένα κανονικό πρόγραμμα περιήγησης. Οι εικόνες του κειμένου είναι προβληματικές, δεδομένου ότι είναι πιο δύσκολο για εκείνους τους χρήστες να καταλάβουν.

Οι εικόνες του κειμένου προκαλούν επίσης προβλήματα για τους χρήστες σας, αν τους αρέσουν να αλλάζουν το μέγεθος των ιστοσελίδων για να τα διαβάζουν με μεγαλύτερη σαφήνεια.

Για να βοηθήσετε πραγματικά τους χρήστες σας, θα πρέπει να αποφεύγετε να χρησιμοποιείτε εικόνες κειμένου στην ιστοσελίδα σας.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 1.4.9 - Εικόνες Κειμένου (χωρίς εξαίρεση), από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

- Εάν δεν μπορείτε να χρησιμοποιήσετε κείμενο για μια λειτουργία, τότε θα πρέπει να ξεχάσετε αυτή τη λειτουργία και να επινοήσετε κάτι που θα μπορεί να χρησιμοποιεί κείμενο
- Χρησιμοποιήστε CSS για να βάλετε στυλ στις επικεφαλίδες
- Χρησιμοποιήστε CSS για να βάλετε το στυλ πλοήγησης των μενού ως κείμενο
- Βάλτε εισαγωγικά ως κείμενο και όχι εικόνες

2.1.3 - Θα πρέπει να κάνετε το πληκτρολόγιο της ιστοσελίδας σας προσβάσιμο

Κάποιοι από τους χρήστες σας θα χρησιμοποιήσουν την ιστοσελίδα σας μόνο με το πληκτρολόγιο, είτε επειδή δεν μπορούν διαφορετικά, είτε επειδή προτιμούν να μην χρησιμοποιούν ποντίκι. Μπορείτε να βοηθήσετε τους χρήστες αυτούς, κάνοντας σίγουρο πως όλα τα στοιχεία της ιστοσελίδας σας είναι προσβάσιμα με το πληκτρολόγιο.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.1.3 - Πληκτρολόγιο (χωρίς εξαίρεση), από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Με απλά λόγια, οι ιστοσελίδες που έχουν οποιοδήποτε στοιχείο του ποντικιού με ελεγχόμενο δείκτη δεν μπορούν να περάσουν αυτή την κατευθυντήρια γραμμή.

Βεβαιωθείτε πως:

- Όλα τα τμήματα της ιστοσελίδας σας μπορούν να έχουν πρόσβαση από το πληκτρολόγιο και μόνο
- Όλες οι φόρμες και οι έλεγχοι μπορούν να γίνουν από το πληκτρολόγιο και μόνο

Η κατευθυντήρια γραμμή 2.1.3 σημαίνει ότι μια ιστοσελίδα που ελέγχεται από το ποντίκι και μόνο δεν μπορεί να περάσει αυτή την κατευθυντήρια γραμμή - δεν υπάρχουν εξαιρέσεις σε επίπεδο AAA.

2.2.3 - Μην τιμωρείτε τους χρήστες που θέλουν να πάρουν το χρόνο τους

Κάποιοι από τους χρήστες σας θα χρειαστούν περισσότερο χρόνο για να διαβάσουν και να κατανοήσουν το περιεχόμενο της ιστοσελίδας σας. Μπορεί να έχουν μια μαθησιακή δυσκολία, ή να είναι άτομα με προβλήματα όρασης ή απλά με βραδύτερο ρυθμό σε σχέση με τον μέσο πελάτη σας. Αν κάποιος από το περιεχόμενό σας είναι χρονικά ελεγχόμενο (Θα εξηγηθεί αυτό μετά), τότε κινδυνεύετε να χάσετε τους πελάτες αυτούς.

Το χρονικά ελεγχόμενο περιεχόμενο είναι τα πάντα στην ιστοσελίδα σας που λήγει ή καθίσταται ακατάλληλο προς χρήση από τους χρήστες σας μετά από ένα ορισμένο χρονικό διάστημα. Ένα συχνό παράδειγμα είναι αυτό που δίνει στο χρήστη δέκα λεπτά για να συμπληρώσει και να στείλει μια φόρμα. Υπάρχουν λόγοι για να ορίσετε χρονικά όρια, αλλά θα πρέπει να εξετάσετε όλους τους χρήστες σας πρώτα.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.2.3 - Χωρίς συγχρονισμό, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Αυτή η κατευθυντήρια γραμμή βασίζεται στην κατευθυντήρια γραμμή 2.2.1 - Ρυθμιζόμενος χρόνος απόκρισης. Αυτή η κατευθυντήρια γραμμή (στο χαμηλότερο πρότυπο συμμόρφωσης Επίπεδο A) απαιτεί από εσάς να προσφέρετε στους χρήστες την ευκαιρία να απενεργοποιούν ή να επεκτείνουν τις χρονικές περιόδους. Η κατευθυντήρια γραμμή 2.2.3 το αφαιρεί αυτό και απαιτεί να μην ορίσετε χρονικά όρια σε όλα (με δύο εξαιρέσεις παρακάτω).

Για να περάσετε αυτή την κατευθυντήρια γραμμή, βεβαιωθείτε ότι κανένα τμήμα της ιστοσελίδας σας δεν επιβάλλει ένα χρονικό όριο για τους χρήστες.

2.2.4 - Μην διακόπτετε τους χρήστες σας - Δείξτε τους το δρόμο

Κάποιοι από τους χρήστες σας θα έχουν δυσκολία με την εστίαση και την προσοχή τους. Διακόπτοντας την εμπειρία τους, μπορεί να τους διακόψετε και από το να κατανοήσουν το περιεχόμενο σας. Μπορείτε να το αποφύγετε αυτό με την εξάλειψη των διακοπών.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.2.4 - Διακοπές, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Υπάρχουν πολλά πράγματα που μετράνε ως διακοπές και τα οποία πρέπει να γνωρίζετε:

- Μην χρησιμοποιείτε μια χρονική καθυστέρηση για την αυτόματη ανακατεύθυνση ή για την ανανέωση της λειτουργίας (για παράδειγμα, αν μια ιστοσελίδα έχει μετακινηθεί, μην ανακατευθύνετε τους χρήστες στη νέα σελίδα μετά από ένα ορισμένο χρονικό διάστημα)
- Δώστε μια επιλογή για την απενεργοποίηση όλων, αλλά όχι για τις «βασικές» διακοπές (βλέπε παρακάτω)
- Το καλύτερο πράγμα που μπορείτε να κάνετε είναι να εξαλείψετε όλες τις διακοπές από προεπιλογή. Αυτό επιτρέπει στους χρήστες σας να αλληλεπιδρούν με τις ιστοσελίδες φυσικά, χωρίς να προσπαθείτε να τους εκπλήξετε ή να τους χειραγωγήσετε. Εάν δεν μπορείτε να επιτύχετε ό, τι χρειάζεται η ιστοσελίδα σας χωρίς ένα αναδυόμενο παράθυρο, τότε έχετε μεγαλύτερα προβλήματα από ό, τι αυτά του Επιπέδου AAA.

2.2.5 - Μην πετάτε αυτά που σας λένε οι χρήστες σας

Για ορισμένες ιστοσελίδες, είναι απαραίτητο για τους χρήστες να επαναλάβουν τον έλεγχο ταυτότητας για ορισμένες λειτουργίες. Για παράδειγμα, μπορείτε να ορίσετε ένα όνομα χρήστη το οποίο να λήγει μετά από ένα ορισμένο χρονικό διάστημα σε μια ιστοσελίδα ηλεκτρονικού εμπορίου κι έτσι μπορείτε να βοηθήσετε τους ανθρώπους που αφήνουν τους υπολογιστές τους χωρίς επιτήρηση.

Ενώ θα χρησιμοποιήσετε αυτή τη λειτουργία δικαίως στην ιστοσελίδα σας για την ασφάλεια των χρηστών σας, μπορείτε να βοηθήσετε τους χρήστες σας αποθηκεύοντας όλες τις πληροφορίες που εισάγουν. Όταν επαναλάβουν την επαναπιστοποίηση (όπως γίνεται όταν συνδέονται ξανά), να μπορούν να εμφανιστούν οποιαδήποτε στοιχεία τα οποία έχουν ήδη εγγραφεί.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.2.5 - Επαναπιστοποίηση, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Για να περάσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.2.5, βεβαιωθείτε ότι:

- Ένας χρήστης μπορεί να συνεχίσει από εκεί που ήταν πριν ακριβώς με την επαναπιστοποίηση και με το να αποθηκεύονται τα δεδομένα του (για παράδειγμα, τα περιεχόμενα καλαθιού αγορών τους, η είσοδος σε φόρμες ή οι επιλογές προσβασιμότητας)
- Οι διαδικασίες όπως οι έρευνες και τα ερωτηματολόγια να μπορούν να αποθηκευτούν και να ολοκληρωθούν σε μεταγενέστερη ημερομηνία.

2.3.2 - Όχι άλλο περιεχόμενο που αναβοσβήνει στην ιστοσελίδα σας

Ήδη γνωρίζετε πως το περιεχόμενο που αναβοσβήνει μπορεί να προκαλέσει επιληπτικές κρίσεις - γι 'αυτό και υπάρχουν προειδοποιήσεις με τις εικόνες που αναβοσβήνουν στις ειδήσεις. Μπορείτε να κάνετε κάτι ακόμα καλύτερο με την ιστοσελίδα σας - μη χρησιμοποιήσετε κανένα στοιχείο που να αναβοσβήνει σε αυτή.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.3.2 - Τρεις αναλαμπές, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Αυτή η κατευθυντήρια γραμμή βασίζεται στην παρόμοια κατευθυντήρια γραμμή 2.3.1 αφαιρώντας μία πολύ τεχνική εξαίρεση που θα έπρεπε να την αγνοήσετε έτσι κι αλλιώς.

Για να κάνετε την ιστοσελίδα σας όσο το δυνατόν πιο ασφαλή για τους χρήστες σας, αποφύγετε τυχόν περιεχόμενο που αναβοσβήνει. Αυτό σημαίνει κάτι που αναβοσβήνει περισσότερο από τρεις φορές το δευτερόλεπτο.

2.4.8 - Αφήστε τους πελάτες σας να ξέρουν που βρίσκονται

Κάποιοι από τους χρήστες σας μπορεί να έχουν δυσκολίες στην κατανόηση της δομής της ιστοσελίδας σας. Μπορεί να έχουν χαθεί, ειδικά κατά τη διάρκεια ενεργειών όπως τα ταμεία που υπάρχουν μέσα σε μερικές σελίδες. Μπορείτε να βοηθήσετε τους

χρήστες σας, καθιστώντας σαφές το πού βρίσκονται στην ιστοσελίδα σας. Αυτό θα μπορούσε να είναι τόσο εύκολο, απλά να προσθέσετε στοιχεία ιχνηλάτησης στην ιστοσελίδα σας.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.4.8 - Θέση, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

- Χρησιμοποιήστε στοιχεία ιχνηλάτησης για να βοηθήσετε με την πλοήγηση. Δείξτε τη σειρά στην οποία ο χρήστης είναι γενικότερα και που είναι σε σχέση με αυτή τη σειρά. Για παράδειγμα: Είστε εδώ: Αρχική> Ψάρια> Πέρκα.
- Προσθέστε μια σελίδα τοποθεσίας για την ιστοσελίδα σας έτσι ώστε οι χρήστες σας να έχουν και άλλο τρόπο για να βρουν αυτό που θέλουν. Προσθέστε ένα εμφανή σύνδεσμο στη σελίδα της τοποθεσίας, όπως για παράδειγμα η κεφαλίδα.
- Για μια διαδικασία που έχει μερικές σελίδες (όπως ένα καλάθι αγορών), δείξτε όλα τα βήματα της διαδικασίας και επισημάνετε τα σημεία στα οποία είναι ο χρήστης.

2.4.9 - Βγάζουν οι συνδέσεις σας νόημα μόνες τους;

Κάποιοι από τους χρήστες σας κοιτούν τους συνδέσμους στην ιστοσελίδα σας μεμονωμένα. Μπορεί να μεγεθύνουν για να βοηθήσουν την ανάγνωση ή να χρησιμοποιούν υποστηρικτική τεχνολογία που τονίζει τους συνδέσμους σε μια σελίδα. Για τους χρήστες αυτούς (και για άλλους) οι σύνδεσμοί σας πρέπει να έχουν νόημα από το κείμενο του συνδέσμου και μόνο.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.4.9 - Σκοπός συνδέσμου (μόνο σύνδεσμος), από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Όταν μιλάμε για το κείμενο του συνδέσμου, εννοούμε το κείμενο που υπάρχει σε ένα σύνδεσμο - σε αντίθεση με τον κώδικα. Για να περάσει η κατευθυντήρια γραμμή 2.4.9, ο σκοπός του κάθε συνδέσμου θα πρέπει να γίνεται κατανοητός από το κείμενο του συνδέσμου.

Βεβαιωθείτε ότι:

- Ο σκοπός (προορισμός ή ενέργεια) του συνδέσμου είναι σαφής από το κείμενο του συνδέσμου και μόνο (για παράδειγμα, Επισκεφτείτε την ιστοσελίδα μου για το ψάρεμα της πέρκας)
- Αν μια εικόνα χρησιμοποιείται ως σύνδεσμος, το κείμενο της εικόνας περιγράφει τον σκοπό του συνδέσμου

2.4.10 - Χρησιμοποιήστε επικεφαλίδες στις ενότητες για να κάνετε το περιεχόμενό σας εύκολο να διαβαστεί

Προσθέτοντας επικεφαλίδες στις ενότητες σε όλο το περιεχόμενο θα επιτρέψετε στους χρήστες σας που έχουν δυσκολία στην εστίαση να θυμούνται που είναι σε μια ιστοσελίδα, καθώς και στους χρήστες με προβλήματα όρασης, να μπορούν να πλοηγηθούν παρακάμπτοντας τις επικεφαλίδες.

Μπορείτε να βοηθήσετε αυτούς τους χρήστες αλλά και όλους τους άλλους, εξασφαλίζοντας ότι όλο το περιεχόμενο της ιστοσελίδας σας έχει σπάσει σε σαφείς και ενημερωτικές επικεφαλίδες.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 2.4.10 - Επικεφαλίδες Ενότητας, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Προσθέστε ένα τίτλο για κάθε νέα σκέψη ή για κάθε ένα θέμα (για παράδειγμα, μια ιστοσελίδα για τις ταινίες μπορεί να έχει Πλοκή, Χαρακτήρες και Ετυμολογία για κάθε ιστοσελίδα).

3.1.3 - Βοηθήστε τους χρήστες σας να καταλάβουν τις όποιες ασυνήθιστες λέξεις χρησιμοποιείτε

Για κάποιους από τους χρήστες σας θα είναι δύσκολο να κατανοήσουν ασυνήθιστες χρήσεις λέξεων στην ιστοσελίδα σας. Πράγματα όπως η μεταφορική γλώσσα, οι ιδιωματισμοί και η αργκό μπορεί να είναι δύσκολο να τα επεξεργαστούν. Αποφύγετε τη χρήση ασυνήθιστων λέξεων όπου μπορείτε και εξηγήστε τη χρήση τους, όταν θα χρειαστεί να τις χρησιμοποιήσετε.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 3.1.3 - Ασυνήθιστες λέξεις, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Εκεί που χρειάζεται να χρησιμοποιήσετε μία ασυνήθιστη λέξη ή φράση μπορείτε να εξηγήσετε την έννοια στους χρήστες σας με:

- Το να δείξετε το νόημα του κειμένου (για παράδειγμα, μου αρέσει η πέρκα. Η πέρκα είναι ένα ψάρι.) Ή
- Το να δείξετε το νόημα σε παρένθεση (για παράδειγμα, μου αρέσει η πέρκα (ένα είδος ψαριού). Ή
- Το να συνδέσετε τη λέξη στην ιστοσελίδα σας με έναν ορισμό σε μία σελίδα με γλωσσάρι ή
- Το να συνδέσετε τον ορισμό σε μία υποσημείωση στην ίδια σελίδα

3.1.4 - Εξηγήστε όλες τις συντμήσεις στους χρήστες σας

Κάποιοι από τους χρήστες σας χρειάζονται βοήθεια για να κατανοήσουν το περιεχόμενό σας. Οι συντμήσεις μπορεί να προκαλέσουν σύγχυση και να αποτρέψουν τους χρήστες σας από τη χρήση της ιστοσελίδας σας. Αποφύγετε τη χρήση συντμήσεων όπου μπορείτε και εξηγήστε τις όταν χρειαστεί να τις χρησιμοποιήσετε.

Συντομογραφίες (όπως Dr για Doctor) περιλαμβάνουν επίσης τα ακρωνύμια (NATO) αλλά και τα αρκτικόλεξα (FBI).

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 3.1.4 - Συντμήσεις, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Εκεί όπου πρέπει να χρησιμοποιήσετε μια σύντμηση, μπορείτε να εξηγήσετε την έννοια στους χρήστες σας:

- Δείχνοντας το νόημα του κειμένου (για παράδειγμα: Federal Bureau of Investigation (FBI)) ή
- Συνδέοντας τη σύντμηση με έναν ορισμό σε μία σελίδα με γλωσσάρι στον ιστοχώρο σας ή
- Συνδέοντας τη σύντμηση σε μια υποσημείωση ορισμό στην ίδια σελίδα ή
- Χρησιμοποιώντας την σύντμηση της ετικέτας HTML για να την επεκτείνετε

3.1.5 - Μην γράφετε για Καθηγητές (ή, Πόσο μορφωμένοι είναι οι χρήστες σας;)

Όλοι οι χρήστες θέλουν να είναι σε θέση να κατανοούν την ιστοσελίδα σας. Θα πρέπει να έχετε κατά νου ένα ευρύ φάσμα ανθρώπων όταν γράφετε, από τον καθηγητή του κολλεγίου σας, μέχρι και σε κάποιον που δεν είναι στο σχολείο. Αν κανένας από τους δύο δε μπορεί να σας καταλάβει, τότε δεν πρόκειται να τους ξαναδείτε.

Το κλειδί είναι να γράψετε όσο πιο απλά μπορείτε, με αυτόν τον τρόπο η πλειοψηφία των χρηστών σας θα μείνει μαζί σας.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 3.1.5 - Επίπεδο ανάγνωσης, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Δεν μπορείτε σίγουρα να γράψετε κάτι που ο κάθε άνθρωπος στον πλανήτη θα το καταλάβει, επειδή το εύρος των ικανοτήτων αυτών είναι μεγάλο. Το W3C (οι συγγραφείς των κατευθυντήριων γραμμών), θέτουν ένα σημείο αναφοράς το οποίο

μπορείτε να δοκιμάσετε. Το προτεινόμενο πρότυπο είναι να γράψετε έτσι ώστε ένα πρόσωπο με 7-9 χρόνια φοίτησης να μπορεί να σας καταλάβει.

Μπορείτε να φτιάξετε το περιεχόμενό σας σε αυτό το πρότυπο με τους εξής τρόπους:

- Γράφοντας έτσι ώστε να μπορεί να καταλαβαίνει κάποιος με όχι περισσότερο από εννέα χρόνια σχολείου (αυτό σημαίνει εννέα χρόνια από την πρώτη τους μέρα στο δημοτικό σχολείο, χωρίς κολέγιο ή περαιτέρω εκπαίδευση)
- Προσθέτοντας περιλήψεις, εικόνες και διαγράμματα στο περιεχόμενο για να βοηθήσετε στην εξήγησή του
- Χρησιμοποιώντας κεφάλαια και επικεφαλίδες για να «σπάσετε» το περιεχόμενο

3.1.6 - Βοηθήστε τους χρήστες σας με ασυνήθιστες λέξεις και προφορές που μπορεί να τους μπερδέψουν

Όλοι συμφωνούμε ότι οι χρήστες σας αξίζουν να κατανοήσουν την ιστοσελίδα σας. Μπορείτε να βοηθήσετε να συμβεί αυτό με προσοχή στις λέξεις που είναι δύσκολες ή μπερδεμένες στη προφορά. Τέτοιου είδους λέξεις μπορεί να δυσκολέψουν τους χρήστες σας να επικεντρωθούν και να κατανοήσουν το περιεχόμενό σας.

Αυτό περιλαμβάνει δύσκολες στη προφορά λέξεις αλλά και λέξεις που γράφονται το ίδιο αλλά προφέρονται διαφορετικά. Πάρτε επιπλέον χρόνο για να εξηγήσετε αυτές τις λέξεις στους χρήστες σας.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 3.1.6 - Προφορά, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Ο καλύτερος τρόπος για την επίτευξη αυτής της κατευθυντήριας γραμμής είναι να αποφεύγετε να χρησιμοποιείτε δύσκολες στη προφορά λέξεις. Εάν δίνετε προσοχή στην ποιότητα του περιεχομένου σας, θα πρέπει ήδη έτσι κι αλλιώς να έχετε στοχεύσει στη σαφήνεια και στην απλότητα.

Εκεί όπου θα πρέπει να χρησιμοποιήσετε μια λέξη που φαίνεται δύσκολη ή μπερδεμένη στη προφορά, μπορείτε να περάσετε την κατευθυντήρια γραμμή 3.1.6 με το να:

- Παρέχετε τη φωνητική προφορά των λέξεων, αμέσως μετά τη λέξη ή
- Συνδέσετε τη λέξη στον ιστοχώρο σας με έναν οδηγό προφοράς σε μια άλλη σελίδα
- Συνδέσετε τη λέξη σε έναν οδηγό προφοράς στην ίδια σελίδα

3.2.5 - Δώστε στους χρήστες σας τον πλήρη έλεγχο της ιστοσελίδας σας

Κάποιοι από τους χρήστες σας βρίσκουν δύσκολες τις αυτόματες αλλαγές. Απροσδόκητες ενέργειες μπορεί να διακόψουν τη συγκέντρωσή τους και να σταματήσουν την επίτευξη των στόχων τους. Μπορείτε να βοηθήσετε τους χρήστες σας, κρατώντας τους σε έλεγχο και αποτρέποντας στοιχεία στην ιστοσελίδα σας που αλλάζουν αυτόματα.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 3.2.5 - Αλλαγή κατόπιν αίτησης, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Για να περάσετε αυτή την κατευθυντήρια γραμμή, θα πρέπει να βεβαιωθείτε ότι οι ακόλουθες πέντε προτάσεις είναι αληθείς:

- Εάν έχετε ένα στοιχείο που ενημερώνεται αυτόματα (όπως ένα ζωντανό δελτίο ειδήσεων), να υπάρχει μια επιλογή διακοπής του και ενημέρωσής του μόνο όταν ζητείται και
- Όλοι οι σύνδεσμοι να ανοίγουν στο ίδιο παράθυρο, εκτός κι αν είναι απαραίτητο να γίνεται διαφορετικά (για παράδειγμα, το άνοιγμα μίας μεταγραφής σε ένα βίντεο) και
- Αν ένας σύνδεσμος ανοίγει σε ένα νέο παράθυρο, ο χρήστης να το γνωρίζει αυτό (για παράδειγμα το κείμενο που υπάρχει σε ένα σύνδεσμο) και
- Οι φόρμες δεν υποβάλλονται αυτόματα όταν τα πεδία είναι συμπληρωμένα

- Στις τυχόν ανακατευθύνσεις χρησιμοποιήστε τη σωστή 301 ανακατεύθυνση, έτσι ώστε αυτές να γίνονται αμέσως.

3.3.5 - Βοηθήστε τους χρήστες σας να συμπληρώσουν φόρμες πριν σας χρειαστούν

Οι χρήστες σας έχουν μια σειρά από ικανότητες, μερικοί θα γνωρίζουν ενστικτωδώς πώς να χρησιμοποιήσουν την ιστοσελίδα σας και άλλοι θα αγωνίζονται για να κάνουν το ίδιο. Μπορείτε να βοηθήσετε τους χρήστες σας να πάρουν ό,τι περισσότερο μπορούν από την ιστοσελίδα σας, προσφέροντας βοήθεια όπου μπορείτε. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τις φόρμες, στις οποίες οι χρήστες σας θα πρέπει να εισάγουν τις σωστές πληροφορίες για τη λειτουργία της.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 3.3.5 - Βοήθεια, από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

Τι να κάνετε

Προσφέρετε βοήθεια για τις φόρμες σας με τους εξής τρόπους:

- Επισημάνετε το κουμπί εισόδου ανάλογα με τη φύση της φόρμας (για παράδειγμα, Εγγραφή ή Υποβολή) και
- Προσθέστε μια βοήθεια στο συγκεκριμένο πεδίο με σύνδεσμο για περισσότερες πληροφορίες δίπλα σε πεδία εισόδου τα οποία χρειάζονται πιο λεπτομερή εξήγηση από την ετικέτα που παρέχεται και
- Όταν ένα πεδίο χρειάζεται μια συγκεκριμένη μορφή, χρησιμοποιήστε μια ετικέτα, ή ένα διπλανό κείμενο ή μία κράτηση θέσης κειμένου που δείχνει αυτή τη μορφή (για παράδειγμα, Ημερομηνία: HH / MM / EEEE)

3.3.6 - Επιτρέψτε στους χρήστες να ελέγχουν και να αλλάζουν τα αιτήματά τους

Κάποιοι από τους χρήστες σας είναι πιο πιθανό να κάνουν λάθη απ' ό,τι άλλοι. Μπορεί να έχουν δυσκολία στη συγκέντρωση, στη χρήση φορμών ή στη κατανόηση οδηγιών. Μπορείτε να βοηθήσετε αυτούς τους χρήστες, επιτρέποντάς τους να ελέγχουν τις αιτήσεις τους και να τις επιβεβαιώνουν πριν σταλούν.

Αυτό το άρθρο εξηγεί τι πρέπει να κάνετε για να ικανοποιήσετε την κατευθυντήρια γραμμή 3.3.6 - Πρόληψη σφαλμάτων (όλα), από τις Οδηγίες για την Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού WCAG 2.0.

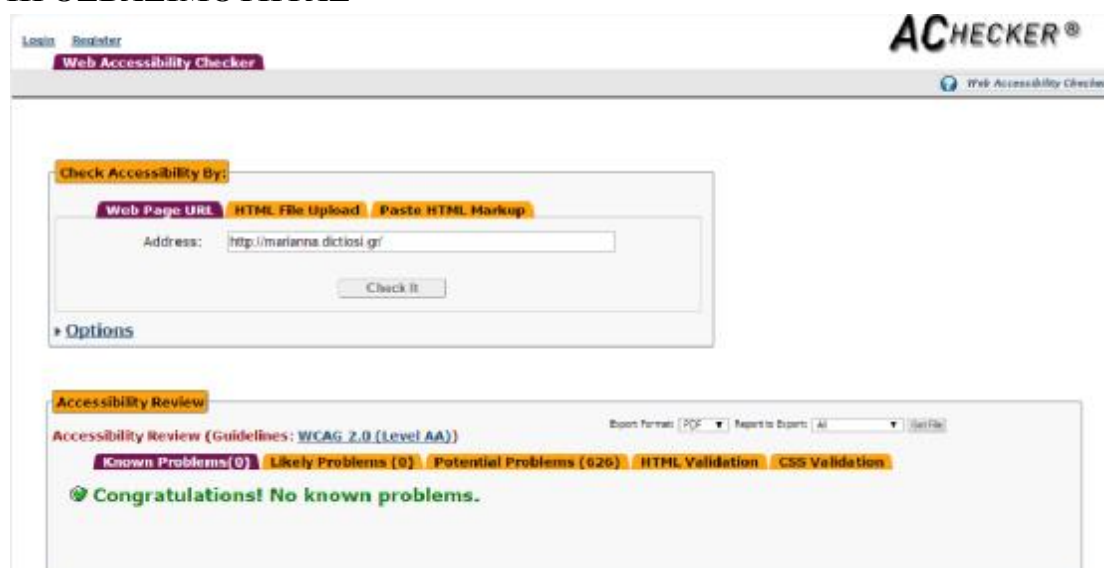
Τι να κάνετε

Η κατευθυντήρια γραμμή 3.3.6 καλύπτει τις περιπτώσεις που οι χρήστες σας στέλνουν πληροφορίες. Για να περάσει αυτή η κατευθυντήρια γραμμή πρέπει να βεβαιωθείτε ότι:

- Όλες οι υποβολές των δεδομένων είναι αναστρέψιμες (ένας χρήστης να μπορεί να τροποποιήσει τα δεδομένα ανά πάσα στιγμή, για παράδειγμα, μέσω ενός λογαριασμού) ή
- Όλες οι υποβολές στοιχείων ελέγχονται για σφάλματα εισαγωγής και ο χρήστης έχει την ευκαιρία να διορθώσει τυχόν λάθη ή
- Μια σελίδα επιβεβαίωσης προστίθεται στη διαδικασία υποβολής που συνοψίζει την είσοδο και το αποτέλεσμα, με μια επιλογή για να διορθώσουν ή για να διακόψουν. Αυτή η σελίδα έχει ένα πεδίο εισαγωγής (για παράδειγμα, ένα κουμπί ή ένα πλαίσιο ελέγχου «επιβεβαίωση»), που δρα ως επιβεβαίωση της υποβολής.

Δ. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ACHECKER (ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΗΚΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΡΓΑΣΙΑ

Δ.1 – ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΒΟΗΘΗΤΙΚΩΝ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑΣ



ΕΙΚΟΝΑ 4 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΕΡΓΑΛΕΙΟΥ ACHECKER

Το Achecker είναι ένα ανοιχτό εργαλείο αξιολόγησης προσβασιμότητας στον Ιστό. Επανεξετάζει τις ιστοσελίδες που βασίζονται στις διεθνείς οδηγίες προσβασιμότητας. Λειτουργεί και σε διεθνές επίπεδο αλλά και ιδιαιτέρως για κάθε χώρα.

Η διαφορετικότητά του έγκειται στο γεγονός ότι οι αυτόματοι ελεγκτές αναγνωρίζουν με βεβαιότητα περιορισμένα εμπόδια προσβασιμότητας. Ένας άνθρωπος αλληλεπιδρά με τον επανέλεγχο προκειμένου να αποφασίζει για πιθανά προβλήματα που αυτομάτως δεν εντοπίζονται. Για παράδειγμα, όταν αξιολογείται μία έννοια, όπως το αν ο σύνδεσμος κειμένου περιγράφει επαρκώς τον σκοπό του συνδέσμου, ο άνθρωπος πρέπει να αποφασίσει. Εάν ένα μέσο ελέγχου προσβασιμότητας δεν ζητά από τον αξιολογητή να συνδράμει χειρονακτικά, τότε δεν κάνει σωστό έλεγχο.

Η αξιολόγηση με Achecker είναι μια διαδραστική διαδικασία σε εξέλιξη. Προσδιορίζει ένα πιθανό πρόβλημα και ζητά από τον αξιολογητή να επέμβει και να ελέγξει χειρονακτικά. Η συχνή μεταβολή του περιεχομένου του Ιστού παρακολουθείται από το Achecker όπως και η προσβασιμότητά του. Η σοβαρότητα μιας ιστοσελίδας αποδεικνύεται και με την σφραγίδα ελέγχου του Achecker. Κάνοντας επανεκκίνηση του Achecker, ελέγχεται εκ νέου η προσβασιμότητα.

Επίσης, επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργήσουν τις οδηγίες προσβασιμότητας εφόσον η εργασία τους απαιτεί συγκεκριμένο επίπεδο πρόσβασης, καθώς και νέους ελέγχους λόγω εξέλιξης της τεχνολογίας προκειμένου να εξετάζονται πια ζητήματα που στο παρελθόν ήταν αδύνατο. Προωθεί τέλος την απόκτηση εμπειρίας και γνώσης στην αξιολόγηση της προσβασιμότητας. Το σύστημα είναι ανοιχτό και προσβάσιμο στις εσωτερικές του λειτουργίες, στους ελέγχους, στις λύσεις των προβλημάτων και στο αρχείο δοκιμών.

1. Εισάγετε μία διεύθυνση URL σε μια ιστοσελίδα, φορτώστε ένα αρχείο HTML, ή επικολλήστε HTML από το πρόχειρο.
2. Έλεγχος γνωστικών προβλημάτων και εφαρμογή διορθώσεων στην ιστοσελίδα. Γνωστά είναι τα προβλήματα που με σιγουριά αναγνωρίζονται ως εμπόδια προσβασιμότητας.
3. Έλεγχος πιθανών προβλημάτων. Απαιτείται η συνδρομή του ανθρώπου για να ληφθεί μία απόφαση. Επιβεβαιώνονται ότι είναι πραγματικά προβλήματα και γίνονται διορθώσεις. Αποθηκεύονται οι αποφάσεις μετά την επίλυση των πιθανών προβλημάτων.
4. Έλεγχος όλων των εν δυνάμει προβλημάτων. Όταν έχουν πραγματοποιηθεί οι λύσεις όλων των προβλημάτων τότε εκδίδεται μια σφραγίδα συμμόρφωσης.
5. Αντιγραφή σφραγίδας συμμόρφωσης σε ιστοσελίδα που έχει ελεγχθεί. Αντιγράφεται ο κώδικας HTML που δημιουργείται μετά τον επανέλεγχο της προσβασιμότητας. Εκτελείται ξανά το Achecker και επιλύονται τα πιθανά και «δυνατά» προβλήματα. Μπορεί να αντιγραφεί η σφραγίδα συμμόρφωσης σε έναν τοπικό φάκελο και να ρυθμιστεί η διαδρομή προς την εικόνα στο αντιγραμμένο HTML.

Δ.2 – ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ACHECKER

Συνήθεις Χρήστες:

Τακτικοί:

- Έλεγχος προσβασιμότητας: Ρύθμιση προτύπου βάση του οποίου αξιολογείται η ιστοσελίδα και αναφορά γνωστών, πιθανών και «δυνατών» προβλημάτων.
- Επικύρωση Ελέγχου: Ενεργοποίηση επικύρωσης ελέγχου με σκοπό να επικυρωθεί η HTML καθώς εξετάζεται η προσβασιμότητα.

- Επικύρωση στυλ: Ενεργοποίηση CSS επικύρωσης για να επικυρωθεί το στυλ και το ενσωματωμένο καθώς εξετάζεται η προσβασιμότητα.
- Επίδειξη κωδικού πηγής: Ενεργοποίηση πηγαίου κώδικα για γρήγορη επισκόπηση των γύρω χώρων όπου εντοπίζονται προβλήματα.
- Δημιουργία αναφορών που μπορούν να ληφθούν: εξαγωγή αναφορών προσβασιμότητας σε αρχεία PDF, CSV, HTML ή EARL
- Εγχειρίδιο Achecker: στη διάρκεια του Achecker συμβουλευτείτε το εγχειρίδιο για την περιγραφή της λειτουργίας των πραγμάτων.

Εγγεγραμμένοι Χρήστες:

- Αποθήκευση ελέγχων: μετά την επίλυση όλων των ζητημάτων και την απάντηση όλων των ερωτήσεων για τα πιθανά και τα «δυνατά» προβλήματα, αποθηκεύστε τα αποτελέσματά σας για να δημιουργηθεί μία σφραγίδα Achecker που θα προστεθεί στην ιστοσελίδα σας και θα συνδέεται άμεσα στον αποθηκευμένο έλεγχο.
- Προσαρμογή προτύπου: Εάν χρειάζεστε ένα πρότυπο προσβασιμότητας πέραν εκείνων του συστήματος, σχεδιάστε το δικό σας επιλέγοντας ένα υποσύνολο όλων των διαθέσιμων ελέγχων προσβασιμότητας.

Διαχειριστές

Διαχείριση Χρηστών:

Χειριστείτε τους χρήστες του συστήματος και εκχωρήστε τους σε διάφορες ομάδες χρηστών με διαφορετικά δικαιώματα για την εκτέλεση των καθηκόντων που σχετίζονται με το Achecker.

Διαχείριση Ομάδων:

Δημιουργήστε ομάδες και δώστε τους άδεια να χρησιμοποιούν το Achecker, να χειρίζονται χρήστες και ομάδες, να διαχειρίζονται κατευθυντήριες γραμμές, να δημιουργούν και να επεξεργάζονται ελέγχους προσβασιμότητας, να προσθέτουν και να αφαιρούν γλώσσες καθώς και να μεταφράζουν το Achecker.

Διαχείριση Κατευθυντήριων Γραμμών:

Διαχείριση υφιστάμενων και προσθήκη νέων κατευθυντήριων γραμμών όπως και έγκριση αυτών που αναπτύχθηκαν από άλλους χρήστες.

Έλεγχος Διαχείρισης:

Διαχείριση όλων των πτυχών των ελέγχων προσβασιμότητας στο Achecker. Τροποποίηση κειμένου, ρύθμιση λειτουργίας ελέγχου ή δημιουργία των ελέγχων προσβασιμότητας.

Διαχείριση Γλωσσών:

Εισαγωγή πακέτων γλωσσών προκειμένου να γίνει το Achecker διαθέσιμο σε διάφορες γλώσσες. Μετάφρασή του εάν δεν είναι ακόμη διαθέσιμο στη γλώσσα που χρειάζεται.

Προφίλ:

Διαχείριση προσωπικών στοιχείων που είναι αποθηκευμένα στο Achecker.

Προγραμματιστές

Web Services API:

Προγραμματιστές που μπορούν να εξετάζουν το Achecker μέσα από τις εφαρμογές τους στον Ιστό χρησιμοποιώντας το πρωτόκολλο REST και να έχουν αναφορά προσβασιμότητας ως αναπόσπαστο στοιχείο των εφαρμογών τους.

Ε. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΛΑΘΗ ΠΟΥ ΕΝΤΟΠΙΣΤΗΚΑΝ ΣΤΟΝ ΙΣΤΟΤΟΠΟ ΚΑΙ Η ΕΠΙΛΥΣΗ ΤΟΥΣ

Αρχική Σελίδα

Known Problems

1.1 TEXT ALTERNATIVES: PROVIDE TEXT ALTERNATIVES FOR ALL NON-TEXT CONTENT

SUCCESS CRITERIA 1.1.1 NON-TEXT CONTENT (A)

Check 1: img element missing alt attribute.

Repair: Add an alt attribute to your img element.

Line 509, Column 10:

```
<p><span>
Γίνεται να επιδιορθώνεις τον υπολογιστή σου και να σου δωρίζουν ένα
TABLET;</span><br/><span>Κι όμως γίνεται!</span></p>
```

Παράδοση Tablet στην νικήτρια του διαγωνισμού

Γίνεται να επιδιορθώνεις τον υπολογιστή σου και να σου δωρίζουν ένα TABLET;
Κι όμως γίνεται!

Η μεγάλη νικήτρια του tablet ΜΑΡΙΑ ΣΙΤΑ παρέλαβε ήδη το δώρο της.

Επισκέψασε κι εσύ τον Υπολογιστή σου στη ΔΙΚΤΥΩΣΗ και πάρε μέρος στην κλήρωση
για ένα TABLET!

Επόμενη κλήρωση στις 30/1/2014!

Καλή επιτυχία!

 Μου αρέσει! 0



ΛΥΣΗ:

```
<p><span>
```



Γίνεται να επιδιορθώνεις τον υπολογιστή σου και να σου

ΕΙΚΟΝΑ 5 - ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΚΕΙΜΕΝΟ
ΜΕΤΑ ΤΗ ΔΙΟΡΘΩΣΗ

δωρίζουν ένα TABLET;

Κι όμως γίνεται!</p>

Line 594, Column 47:



```

```

ΕΙΚΟΝΑ 6 - ΑΙΣΘΗΤΙΚΗ

ΛΥΣΗ:

```
<div><span style="font-size: large;"><strong>
```

```
</strong></span></div>
```

Line 716, Column 224:



ΕΙΚΟΝΑ 7 - ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΙΣΤΟΤΟΠΩΝ

```

```

ΛΥΣΗ:

```
<p>Έναρξη νέου τμήματος <strong>Σχεδίασης & Κατασκευής Δικτυακών Τόπων</strong> στις <span style="text-decoration: underline;">αρχές Οκτωβρίου</span>.
```

```
</p>
```

Φόρμα

Check 238: input element has alt attribute.

Repair: Remove the alt attribute from all input elements except those with a type attribute value of "image".

Line 823, Column 12:

```
<input name="username" id="modlgn-username" type="text" class="inputbox"
alt="Username"
```

ΛΥΣΗ:

Ακολουθώντας τον παρακάτω σύνδεσμο:

/templates/jv-framework/html/mod_login/default.php

Στο αρχείο default.php.

Στον ιστότοπο dictiosi είναι:

Line 825, Column 12:

```
<input name="username" id="modlgn-username" type="text" class="inputbox"
alt="<?php echo JText::_('Username'); ?>"
```

Στον ιστότοπο marianna.dictiosi είναι:

```
<input name="username" id="modlgn-username" type="text" class="inputbox"
```

Σβήνετε το alt.

Line 829, Column 11:

```
<input tupe="password" id="modlgn-passwd" name="password" class="inputbox"
alt="Password"
```

ΛΥΣΗ:

Ακολουθώντας τον παρακάτω σύνδεσμο:

/templates/jv-framework/html/mod_login/default.php

Στο αρχείο default.php.

Στον ιστότοπο dictiosi είναι:

Line 831, Column 11:

```
<input type="password" id="modlgn-passwd" name="password" class="inputbox"
alt="<?php echo JText::_('Password'); ?>"
```

Στον ιστότοπο marianna.dictiosi είναι:

```
<input type="password" id="modlgn-passwd" name="password" class="inputbox"
```

Σβήνετε το alt στον ιστότοπο marianna.dictiosi.

1.3 ADAPTABLE: CREATE CONTENT THAT CAN BE PRESENTED IN DIFFERENT WAYS WITHOUT LOSING INFORMATION OR STRUCTURE.

SUCCESS CRITERIA 1.3.1 INFO AND RELATIONSHIPS (A)

Check 57: input element, type of "text", missing an associated label.

Repair: Add a label element that surrounds the control's label. Set the for attribute on the label element to the same value as the id attribute of the control. And/or add a title attribute to the input element. And/or create a label element that contains the input element.

Line 823, Column 12:

```
<input name="username" id="modlgn-username" type="text" class="inputbox"
```

alt="Username" value="

ΛΥΣΗ:

Ακολουθώντας τον παρακάτω σύνδεσμο:

/templates/jv-framework/html/mod_login/default.php

Στο αρχείο default.php.

Στον ιστότοπο dictiosi είναι:

Line 825, Column 12:

Δεν υπάρχει

Στον ιστότοπο marianna.dictiosi είναι:

```
<label for="modlgn-username" style="display:none;"></label>
```

Προστέθηκε στον ιστότοπο marianna.dictiosi η ετικέτα label και το display **à** none γιατί αλλιώς χαλάει η μορφοποίηση των πεδίων.

Check 118: input element, type of "password", missing an associated label.

Repair: Add a label element that surrounds the control's label. Set the for attribute on the label element to the same value as the id attribute of the control. And/or add a title attribute to the input element. And/or create a label element that contains the input element.

Line 829, Column 11:

```
<input type="password" id="modlgn-passwd" name="password" class="inputbox"
alt="Password"
```

ΛΥΣΗ:

Ακολουθώντας τον παρακάτω σύνδεσμο:

/templates/jv-framework/html/mod_login/default.php

Στο αρχείο default.php.

Στον ιστότοπο dictiosi είναι:

Line 831, Column 11:

Δεν υπάρχει

Στον ιστότοπο marianna.dictiosi είναι:

```
<label for="modlgn-passwd" style="display:none;"></label>
```

Προστέθηκε στον ιστότοπο marianna.dictiosi η ετικέτα label και το display à none γιατί αλλιώς χαλάει η μορφοποίηση των πεδίων.

Check 207: input element, type of "password", has no text in label.

Repair: Add text to the input element's associated label that describes the purpose or function of the control.

Line 829, Column 11:

```
<input type="password" id="modlgn-passwd" name="password" class="inputbox" alt="Password"
```

ΛΥΣΗ:

Ακολουθώντας τον παρακάτω σύνδεσμο:

/templates/jv-framework/html/mod_login/default.php

Στο αρχείο default.php.

Line 831, Column 11:

Στον ιστότοπο dictiosi είναι:

Δεν υπάρχει

Στον ιστότοπο marianna.dictiosi είναι:

```
<label for="modlgn-passwd" style="display:none;">
<?php echo JText::_('GLOBAL_PASSWORD') ?></label>
```

Προστέθηκε κείμενο στον ιστότοπο marianna.dictiosi.

Check 213: input element, type of "text", has no text in label.

Repair: Add text to the input element's associated label that describes the purpose or function of the control.

Line 825, Column 12:

```
<input name="username" id="modlgn-username" type="text" class="inputbox"
alt="Username"
```

ΛΥΣΗ:

Ακολουθώντας τον παρακάτω σύνδεσμο:

/templates/jv-framework/html/mod_login/default.php

Στο αρχείο default.php.

Line 825, Column 12:

Στον ιστότοπο dictiosi είναι:

Δεν υπάρχει

Στον ιστότοπο marianna.dictiosi είναι:

```
<label for="modlgn-username" style="display:none;">
<?php echo JText::_('Username') ?></label>
```

Προστέθηκε κείμενο στον ιστότοπο marianna.dictiosi.

Check 120: input element, type of "file", missing an associated label.

Repair: Add a label element that surrounds the control's label. Set the for attribute on the label element to the same value as the id attribute of the control. And/or add a title attribute to the input element. And/or create a label element that contains the input element.

Line 386, Column 13:

```
<input type="file" id="foxstdupload" name="foxstdupload" />
```

ΛΥΣΗ:

Ακολουθώντας τον παρακάτω σύνδεσμο:

/templates/jv-framework/html/mod_login/default.php

Στο αρχείο default.php.

Line 386, Column 13:

Στον ιστότοπο dictiosi είναι:

```
<label><?php echo($upload['label']); ?></label><br />
```

Στον ιστότοπο marianna.dictiosi είναι:

```
<label for="foxstdupload"><?php echo($upload['label']); ?></label><br />
```

Υπήρχε το label αλλά δεν υπήρχε το for στον ιστότοπο marianna.dictiosi.

ΦΟΝΤΟ

Η αλλαγή έγινε πάνω στο template του ιστοτόπου marianna.dictiosi .

Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να επηρεαστούν όλες οι σελίδες του ιστοτόπου και να φαίνεται η αλλαγή παντού. Το ζητούμενο λάθος ήταν να αλλαχθεί το χρώμα που φαίνεται όταν το ποντίκι είναι πάνω στο μενού.

1.4 DISTINGUISHABLE: MAKE IT EASIER FOR USERS TO SEE AND HEAR CONTENT INCLUDING FOREGROUND FROM BACKGROUND.

SUCCESS CRITERIA 1.4.6 CONTRAST (ENHANCED) (AAA)

Check 309:

The contrast between the colour of selected link text and its background is not sufficient to meet WCAG 2.0. Level AAA.

Repair: Use a colour contrast evaluator to determine if text and background colours provide a contrast ratio of 7:1 for standard text, or 4.5:1 for larger text. Change colour codes to produce sufficient contrast.

<http://www.w3.org/TR/UNDERSTANDING-WCAG20/visual-audio-contrast>

-contrast.html#visual-audio-contrast-contrast-resources-head

Line 349, Column 5:

```
<a href="index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=108">
```

Η πιο αξιόπιστη

Fixed size example: **color contrast example**

Real size example (9.09 points): **color contrast example**

CSS rules for the element:

Internal CSS:

```
body{  
    font-family:Tahoma, Geneva, sans-serif;  
    font-size:12px;  
}
```

External CSS

(<http://www.dictiosi.gr/templates/jv-framework/themes/default/css/template.css>):

```
a:hover{  
    color:#F00;  
}  
  
.jv-module{  
    background:#ddd;  
}
```

Λύνοντας αυτό το λάθος επηρεάστηκε όλα το template: Παρακάτω αναφέρεται σε ποιες σειρές υπήρχε πρόβλημα με το χρώμα.

Line 370, Column 5:

```
<a href="index.php?option=com_content&view=article&id=30&Itemid=138">Οι καλύτερες προτάσεις στον χώρο των Η/Υ</a>
```

Line 391, Column 5:

Εγκατάσταση, Αναβάθμιση, Backup, Format</td>

Line 412, Column 5:

Προετοιμαστείτε αποτελεσματικά για το ECDL

Line 485, Column 5:

<a href="/index.php?option=com_content&view=article&id=83:klirwsi-tablet-7&catid=7&I ...

Line 518, Column 5:

<a href="/index.php?option=com_content&view=article&id=12:egrafes-paidikon-tmimaton&cati ...

Line 547, Column 12:

Επικοινωνία. ...

Line 578, Column 5:

<a href="/index.php?option=com_content&view=article&id=81:prosfora-gia-ton-epaggelmatia-cyta ...

Line 611, Column 5:

<a href="/index.php?option=com_content&view=article&id=72:prosfora-onixoplastikis&catid= ...

Line 633, Column 3:

<a href="/index.php?option=com_content&view=article&id=56:endseason&catid=7&Itemid=1 ...

Line 637, Column 3:

<a
href="/index.php?option=com_content&view=article&id=68:anergoi&
catid=7&Itemid=103 ...

Line 641, Column 3:

<a href="/index.php?option=com_content&view=article&id=66:cyta&
catid=7&Itemid=103">...

Line 645, Column 3:

<a href="/index.php?option=com_content&view=article&id=59:prosfora-
hy&catid=7&Itemid ...

Line 649, Column 3:

<a href="/index.php?option=com_content&view=article&id=61:to-neo-site
-tou-getready-test& ...

Line 653, Column 3:

<a href="/index.php?option=com_content&view=article&id=58:megalos-
paidikos-diagwnismos&c ...

Line 657, Column 3:

<a href="/index.php?option=com_content&view=article&id=57:2play-cyta
&catid=7&Itemid= ...

Line 661, Column 3:

<a href="/index.php?option=com_content&view=article&id=52:eset-
nod32-antivirus&catid=7&a ...

Line 665, Column 3:

<a href="/index.php?option=com_content&view=article&id=51:2011-06-
04-08-09-59&catid=7&am ...

Line 678, Column 146:

2

Line 678, Column 212:

```
<a href="/index.php?limitstart=10" title="3">3</a>
```

Line 678, Column 271:

```
<a href="/index.php?limitstart=5" title="Επόμενο">Επόμενο</a>
```

Line 678, Column 346:

```
<a href="/index.php?limitstart=10" title="End">End</a>
```

Line 770, Column 32:

Line 900, Column 40:

```
<a href="index.php?option=com_foxcontact&view=foxcontact&Itemid=210">Επικοινωνία< ...
```

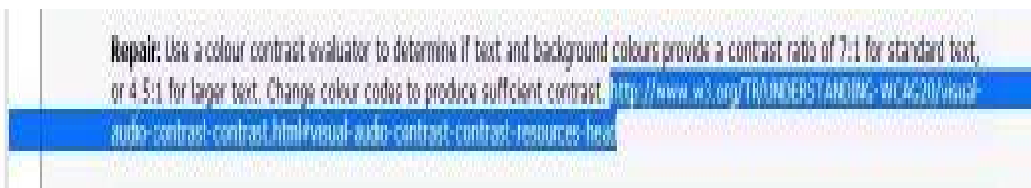
ΛΥΣΗ: Αφορά όλες τις παραπάνω γραμμές

Τα βήματα είναι τα εξής:

Αρχικά εντοπίζετε το λάθος στο achecker. Είναι στην κατηγορία Known Problems.

Στην συνέχεια δεξί κλικ πάνω στο Check 309 και άνοιγμα συνδέσμου σε νέα καρτέλα. Στο σύνδεσμο αυτό εμφανίζεται ο κώδικας.

Επιστροφή στο achecker, στο λάθος με τον κώδικα. Δίνετε ένας σύνδεσμος http. Αντιγραφή και επικόλληση και άνοιγμα αυτής της σελίδας.



<http://www.w3.org/TR/UNDERSTANDING-WCAG20/visual-audio-contrast-contrast.html#visual-audio-contrast-contrast-resources-head>



ΕΙΚΟΝΑ 8 - ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ W3C

Στην κατηγορία Related Resources, επιλέγετε η κατηγορία Colour Contrast Check. Εκεί ελέγχονται τα χρώματα και οι χρωματικοί συνδυασμοί.

Στο πρακτικό κομμάτι:

Εντοπίζετε το:

```
<link rel="stylesheet" href="/templates/jv-framework/themes/default/css/template.css" type="text/css" />
```

Ακολουθήθηκε ο σύνδεσμος:

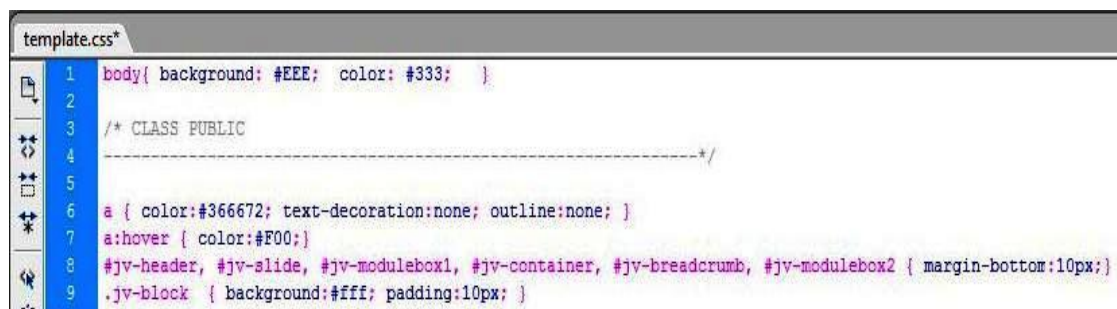
```
href="/templates/jv-framework/themes/default/css/template.css"
```

Το αρχείο που χρησιμοποιήθηκε είναι αυτό που καταλήγει στον παραπάνω σύνδεσμο, το template.css.

Στην συνέχεια με την βοήθεια του προγράμματος FileZilla.exe «κατέβηκε» από την βάση το template.css.

Άνοιγμα του αρχείου template.css μέσα από το πρόγραμμα Macromedia Dreamweaver 8.exe για να γίνει η αλλαγή του χρώματος.

Η πηγή του προβλήματος είναι εδώ:



ΕΙΚΟΝΑ 9 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΚΩΔΙΚΑ

Το λάθος είναι στο `a:hover{ color:#F00; }`. Το χρώμα τώρα είναι κόκκινο όταν πηγαίνει το ποντίκι πάνω στα γράμματα.



ΕΙΚΟΝΑ 10 - ΧΡΩΜΑ ΑΝΤΙΘΕΣΗΣ ΠΡΙΝ ΤΗ ΔΙΟΡΘΩΣΗ

Αντικαθιστάτε αυτό το χρώμα #F00 με το `a:hover { color:#891900;}`. Το χρώμα τώρα θα γίνει καφέ σκούρο.



ΕΙΚΟΝΑ 11 - ΧΡΩΜΑ ΑΝΤΙΘΕΣΗΣ ΜΕΤΑ ΤΗ ΔΙΟΡΘΩΣΗ

Τέλος αποθηκεύτηκαν οι αλλαγές και «ανέβηκε» με την βοήθεια του προγράμματος FileZilla.exe, όπου και μπήκε ξανά στην θέση του.

Πιο συμπεκνωμένα η Λύση:

- Εντοπίζετε το αρχείο που έχει τον κώδικα:

External CSS (<http://www.dictiosi.gr/templates/jv-framework/themes/default/css/template.css>)

- Στο `template.css` εντοπίζετε ο κώδικας στο `a:hover{ color:#F00; }` εδώ γίνεται η αντικατάσταση.
- Γίνετε η αλλαγή: `a:hover { color:#891900;}`
- Το χρώμα τώρα είναι καφέ όταν πηγαίνει το ποντίκι πάνω στα γράμματα. Η αλλαγή έγινε πάνω στο `template` του ιστότοπου `marianna.dictiosi.gr` και αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να επηρεαστούν όλες οι σελίδες του ιστότοπου.

Στον ιστότοπο `dictiosi`:

(Το `color` ήταν `à color:#F00;`)

Στον ιστότοπο `marianna.dictiosi`:

(Το `color` έγινε `à color:#891900;`)

Αλλαγή χρώματος της γραμματοσειράς στην καταχώρηση του ΚΛΗΡΩΣΗ TABLET 7”

Check 306: The contrast between the color of text and its background is not sufficient to meet WCAG 2.0 Level AAA.

Repair: Use a color contrast evaluator to determine if text and background colors provide a contrast ratio of 7:1 for standard text, or 4.5:1 for larger text. Change color codes to produce sufficient contrast. <http://www.w3.org/TR/UNDERSTANDING-WCAG20/visual-audio-contrast-contrast.html#visual-audio-contast-contast-resources-head>

Line 750, Column 6:

```
<h2 class="cdub_color">Επόμενη Κλήρωση 31/10/2013</h2>
```

Fixed size example: [color contrast example](#)

Real size example (13.64 points): [color contrast example](#)

CSS rules for the element:

Internal CSS:

```
.cdub_color{  
    color:#4e8ba8;  
}
```

```
body{  
    font-family:Tahoma, Geneva, sans-serif;  
    font-size:12px;  
}
```

External CSS

(<http://www.dictiosi.gr/templates/jv-framework/themes/default/css/>

tempalate.css):

```
.jv-module{
```

```
background:#ddd;
}
```

External CSS

(<http://www.dictiosi.gr/templates/jv-framework/themes/default/css/>

layout.css):

```
h2{
    font-size:150%;
}
```

ΛΥΣΗ: Στο marianna.dictiosi.gr είναι στην γραμμή

- **Line 889, Column 6:**
- `<h2 class="cdub_color">Επόμενη Κλήρωση 30/01/2014</h2>`



ΕΙΚΟΝΑ 12 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΑΣ ΠΡΙΝ ΤΗ ΔΙΟΡΘΩΣΗ

ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ:

- Μέσα από το administrator ακολουθήθηκε η παρακάτω διαδρομή:
Menus - Main Menu – NEA - Module Assignement for this Menu Item - Κληρώση TABLET 7 –Settings - Font color είναι #4e8ba8
- Σβήνετε αυτό: #4e8ba8
- Γράφετε αυτό: #1F4482
- Έπειτα: Save&Close
- Τέλος: Save
- Συνοπτικά η διαδρομή είναι:
Menus - Main Menu – NEA - Module Assignement for this Menu Item – Κληρώση TABLET 7 –Settings - Font color #1F4482 - Save&Close - Save.
- Τελική Μορφή που προκύπτει:



ΕΙΚΟΝΑ 13 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΑΣ ΜΕΤΑ ΤΗ ΔΙΟΡΘΩΣΗ

Στον ιστότοπο dictiosi:

(Το color ήταν $\text{\textcircled{a}}$ color:#4e8ba8;)

Στον ιστότοπο marianna.dictiosi:

(Το color έγινε $\text{\textcircled{a}}$ color:#1F4482;)

Αρχική Σελίδα

Likely Problems

1.3 ADAPTABLE: CREATE CONTENT THAT CAN BE PRESENTED IN DIFFERENT WAYS WITHOUT LOSING INFORMATION OR STRUCTURE.

SUCCESS CRITERIA 1.3.1 INFO AND RELATIONSHIPS (A)

Check 82: p element may be misused (could be a header).

Line 512, Column 1:

`<p>Επόμενη κλήρωση στις 30/1/2014!</p>`



ΕΙΚΟΝΑ 14 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΑΣ (1)

ΛΥΣΗ:

`<h2 style="font-size: 13px;">Επόμενη κλήρωση στις 30/1/2014!</h2>`

Line 541, Column 1:

<p>Η κλήρωση θα γίνει στις 30/01/2014.</p>



Κλήρωση Tablet 7" με κάθε Service Η/Υ

Η Δικτύωση προσφέρει σε ένα τυχερό της πελάτη που θα φέρει τον υπολογιστή του για Service, ένα Tablet 7 ιντσών.

Η κλήρωση θα γίνει στις 30/01/2014.

Στην κλήρωση μπορούν να συμμετάσχουν όλοι όσοι έρθουν στο κατάστημά μας προς επιδιόρθωση του υπολογιστή τους, ανεξαρτήτως προβλήματος.

Κάθε άτομο μπορεί να λάβει μέρος παραπάνω απο μια φορά.

Ο τυχερός νικητής θα ειδοποιηθεί τηλεφωνικά, καθώς επίσης και μέσω ανακοίνωσης που θα αναρτηθεί στο www.dictiosi.gr

Καλή επιτυχία!!!

Περισσότερα...



ΕΙΚΟΝΑ 15 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΑΣ (2)

ΛΥΣΗ:

<h2 style="font-size: 13px;">Η κλήρωση θα γίνει στις 30/01/2014.</h2>

Line 721, Column 1:

<p>
Μέθοδοι εκπαίδευσης</p>



Σχεδίαση & Κατασκευή Δικτυακών Τόπων

Web Design

Έναρξη νέου τμήματος Σχεδίασης & Κατασκευής Δικτυακών Τόπων στις αρχές Οκτωβρίου.

Γνωστικά Αντικείμενα

- Adobe Dreamweaver CS5
- Adobe Photoshop CS5
- Adobe Flash CS5

Μέθοδοι εκπαίδευσης

Εκπαίδευση μέσα σε τάξη με πιστοποιημένο εκπαιδευτή


Διάρκεια

90 ώρες - 2 φορές την εβδομάδα από 3 ώρες (Ολοκλήρωση σε 4 μήνες περίπου)

Πιστοποίηση

Το πρόγραμμα οδηγεί στις παγκόσμια αναγνωρισμένες πιστοποιήσεις της **Adobe** για το κάθε αντικείμενο ξεχωριστά.



	CERTIFIED ASSOCIATE Visual Communication Photoshop® CS3		CERTIFIED ASSOCIATE Web Communication Dreamweaver® CS3		CERTIFIED ASSOCIATE Rich Media Communication Flash® CS3
---	--	---	---	---	--

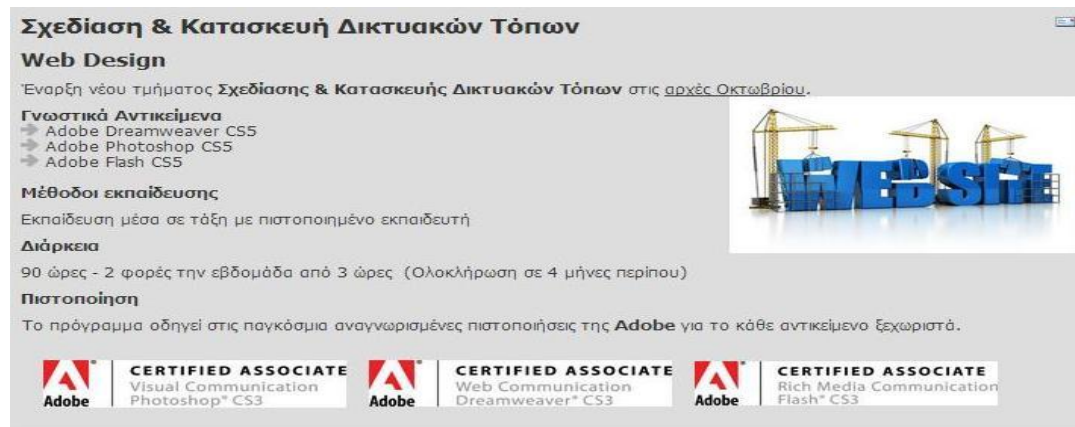
ΕΙΚΟΝΑ 16 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΑΣ (3)

ΛΥΣΗ:

<h2 style="font-size: 13px;">
Μέθοδοι εκπαίδευσης</h2>

Line 723, Column 1:

<p>Διάρκεια</p>



Σχεδίαση & Κατασκευή Δικτυακών Τόπων
Web Design

Έναρξη νέου τμήματος Σχεδίασης & Κατασκευής Δικτυακών Τόπων στις αρχές Οκτωβρίου.

Γνωστικά Αντικείμενα

- Adobe Dreamweaver CS5
- Adobe Photoshop CS5
- Adobe Flash CS5

Μέθοδοι εκπαίδευσης

Εκπαίδευση μέσα σε τάξη με πιστοποιημένο εκπαιδευτή

Διάρκεια

90 ώρες - 2 φορές την εβδομάδα από 3 ώρες (Ολοκλήρωση σε 4 μήνες περίπου)

Πιστοποίηση

Το πρόγραμμα οδηγεί στις παγκόσμια αναγνωρισμένες πιστοποιήσεις της **Adobe** για το κάθε αντικείμενο ξεχωριστά.

Adobe **CERTIFIED ASSOCIATE** Visual Communication Photoshop® CS3 **Adobe** **CERTIFIED ASSOCIATE** Web Communication Dreamweaver® CS3 **Adobe** **CERTIFIED ASSOCIATE** Rich Media Communication Flash® CS3

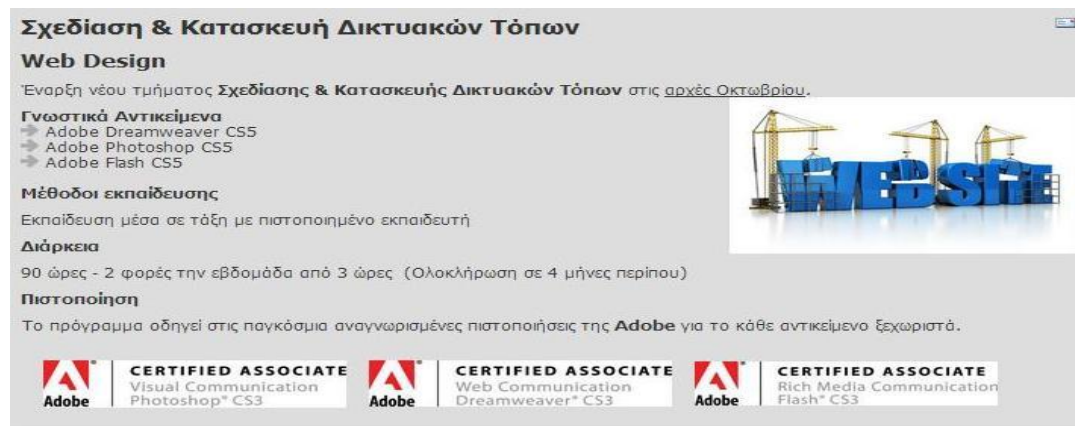
ΕΙΚΟΝΑ 17 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΑΣ (4)

ΛΥΣΗ:

<h2 style="font-size: 13px;">Διάρκεια</h2>

Line 725, Column 1:

<p>Πιστοποίηση</p>



Σχεδίαση & Κατασκευή Δικτυακών Τόπων
Web Design

Έναρξη νέου τμήματος Σχεδίασης & Κατασκευής Δικτυακών Τόπων στις αρχές Οκτωβρίου.

Γνωστικά Αντικείμενα

- Adobe Dreamweaver CS5
- Adobe Photoshop CS5
- Adobe Flash CS5

Μέθοδοι εκπαίδευσης

Εκπαίδευση μέσα σε τάξη με πιστοποιημένο εκπαιδευτή

Διάρκεια

90 ώρες - 2 φορές την εβδομάδα από 3 ώρες (Ολοκλήρωση σε 4 μήνες περίπου)

Πιστοποίηση

Το πρόγραμμα οδηγεί στις παγκόσμια αναγνωρισμένες πιστοποιήσεις της **Adobe** για το κάθε αντικείμενο ξεχωριστά.

Adobe **CERTIFIED ASSOCIATE** Visual Communication Photoshop® CS3 **Adobe** **CERTIFIED ASSOCIATE** Web Communication Dreamweaver® CS3 **Adobe** **CERTIFIED ASSOCIATE** Rich Media Communication Flash® CS3

ΕΙΚΟΝΑ 18 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΑΣ (5)

ΛΥΣΗ:

<h2 style="font-size: 13px;">Πιστοποίηση</h2>

2.4 NAVIGABLE: PROVIDE WAYS TO HELP USERS NAVIGATE, FIND CONTENT, AND DETERMINE WHERE THEY ARE.

SUCCESS CRITERIA 2.4.2 PAGE TITLED (A)

Check 52: title text may be too long

Line 12, Column 3:

<title>Δικτύωση - :: Εκπαίδευση :: Υπολογιστές :: Ανάπτυξη Εφαρμογών :: Δίκτυα Η/Υ :: Service | Σχολή Πληροφορικής στη Βέροια</title>

ΕΙΚΟΝΑ 19 - ΤΙΤΛΟΣ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥ

ΛΥΣΗ:

- Μέσα από το administrator ακολουθήθηκε η παρακάτω διαδρομή:
Menus - Main Menu – NEA - Page Display Options – Browser Page Title (Δικτύωση - :: Εκπαίδευση :: Υπολογιστές :: Ανάπτυξη Εφαρμογών :: Δίκτυα Η/Υ :: Service | Σχολή Πληροφορικής στη Βέροια)
- Σβήνετε αυτό: Δικτύωση - :: Εκπαίδευση :: Υπολογιστές :: Ανάπτυξη Εφαρμογών :: Δίκτυα Η/Υ :: Service | Σχολή Πληροφορικής στη Βέροια
- Γράφεται αυτό: Εργαστήριο Ελευθέρων Σπουδών!
- Έπειτα: Save
- Τέλος: Close
- Συνοπτικά η διαδρομή είναι:

Menus - Main Menu – NEA - Page Display Options – Browser Page Title
(Συμπληρώνετε: Εργαστήριο Ελευθέρων Σπουδών) – Save – Close.

Αρχική Σελίδα

Potential Problems

2.4 NAVIGABLE: PROVIDE WAYS TO HELP USERS NAVIGATE, FIND CONTENT, AND DETERMINE WHERE THEY ARE.

SUCCESS CRITERIA 2.4.6 HEADINGS AND LABELS (AA)

Check 43: h2 may be used for formatting.

Line 889, Column 6:

<h2 class="cdub_color">Επόμενη Κλήρωση 30/01/2014</h2>



ΕΙΚΟΝΑ 20 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ POTENTIAL PROBLEM ΠΡΙΝ ΤΗ ΔΙΟΡΘΩΣΗ

ΛΥΣΗ:

- Μέσα από το administrator ακολουθήθηκε η παρακάτω διαδρομή:
Menus - Main Menu – NEA - Module Assignment for this Menu Item - Κληρώση TABLET 7 – Events – Enter event title (Είναι γραμμένο το: Επόμενη Κλήρωση 30/01/2014)
- Σβήνετε αυτό: Επόμενη Κλήρωση 30/01/2014
- Γράφετε αυτό: Στο Show own text μπροστά από την εικόνα γράφετε το <p>Επόμενη Κλήρωση 30/01/2014</p>
- Έπειτα : Save&Close
- Τέλος: Save
- Συνοπτικά η διαδρομή είναι:
Menus - Main Menu – NEA - Module Assignment for this Menu Item – Κληρώση TABLET 7 – Events – Show own text? (Συμπληρώνετε: <p>Επόμενη Κλήρωση 30/01/2014</p>) - Save & Close- Save.

Προκύπτει αυτό: Χαλάει την μορφοποίηση της σελίδας

Συμπέρασμα: Παρατηρήθηκε ότι η λύση των Potential Problems δεν ήταν εφικτή. Μετά από προσπάθεια που έγινε το ένα λάθος αναιρούσε το άλλο. (Τα Potential όπως αναφέρθηκε είναι στην κρίση του ανθρώπου στο αν είναι εφικτό να λυθούν).



ΕΙΚΟΝΑ 21 - ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ POTENTIAL PROBLEM ΜΕΤΑ ΤΗ ΔΙΟΡΘΩΣΗ

ΠΡΟΣΘΗΚΕΣ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΑ ΑΠΟ ΤΟ ACHECKER

- ü Όλα τα στοιχεία στο site να είναι keyboard accessible (με πλήκτρο tab)-
Ακολουθεί την κατευθυντήρια οδηγία 2.1.1
- ü Resize website text buttons - Ακολουθεί την κατευθυντήρια οδηγία 1.4.4
- ü Δημιουργία σελίδας sitemap - Ακολουθεί την κατευθυντήρια οδηγία 2.4.5
- ü Τίτλοι στα Logos στο footer, Ecdl, Microsoft κ.λ.π. - Ακολουθεί την κατευθυντήρια οδηγία 1.1.1
- ü Κουμπιά Slide Show. - Ακολουθεί την κατευθυντήρια οδηγία 2.2.2

ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ ΣΤΙΣ ΠΡΟΣΘΗΚΕΣ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΑ ΑΠΟ ΤΟ ACHECKER

- keyboard accessible (με πλήκτρο tab)
Ο χρήστης μπορεί να κινηθεί – πλοηγηθεί μόνο από το πληκτρολόγιο με την χρήση του πλήκτρου Tab (2.1.1 – Πληκτρολόγιο).
Επίσης μπορεί να πηγαίνει και μπρος και πίσω με το πληκτρολόγιο και μόνο, χωρίς να κολλάει (2.1.2 - Χωρίς παγίδα πληκτρολογίου).

ΛΥΣΗ:

- ® Για να γίνει η εφαρμογή των κατευθυντήριων γραμμών (2.1.1 – Πληκτρολόγιο και 2.1.2 - Χωρίς παγίδα πληκτρολογίου) έπρεπε να εντοπιστεί το κατάλληλο αρχείο, το οποίο είναι το layout.css.
- ® Η διαδρομή που ακολουθήθηκε είναι:
FZ/templates/jv-framework/themes/default/css/layout.css
- ® Στην συνέχεια με την βοήθεια του προγράμματος FileZilla.exe «κατέβηκε» από την βάση το layout.css .

- ® Με το πρόγραμμα Macromedia Dreamweaver 8.exe έγινε άνοιγμα του layout.css και έγινε η παρακάτω προσθήκη:
:focus{border:2px #222 solid;}

Τοποθετήθηκε border 2 για να είναι ορατό το περίγραμμα στον ιστότοπο marianna.dictiosi.gr.

- ® Τέλος αποθηκεύτηκαν οι αλλαγές και «ανέβηκε» με την βοήθεια του προγράμματος FileZilla.exe, όπου και μπήκε ξανά στην θέση του.

Στον ιστότοπο εμφανίζεται με τον παρακάτω τρόπο:



ΕΙΚΟΝΑ 22 - ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΛΗΚΤΡΟΛΟΓΙΟ (TAB)



- **Text Size:**
ΛΥΣΗ:

Με την βοήθεια του παρακάτω συνδέσμου:

<http://extensions.joomla.org/extensions/style-a-design/accessibility/24328>

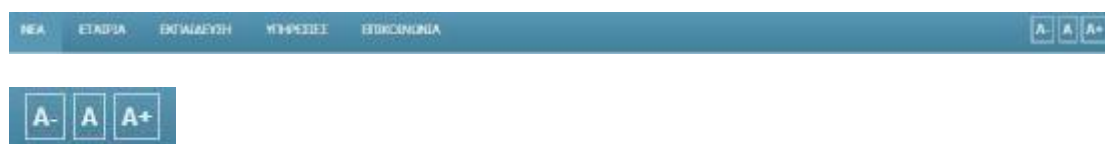
Εντοπίστηκε το αρχείο jFontSize.zip και κατέβηκε από το διαδίκτυο.

Η προσθήκη του αρχείου jFontSize.zip έγινε από το administrator .

Η διαδρομή που ακολουθήθηκε μέσα στο administrator είναι: Extensions - Extension Manager - Upload Package File - Package File (Επιλογή αρχείου: jFontSize.zip) - Upload & Install.

Το jFontSize είναι το position-1.

Στον ιστότοπο εμφανίζετε με τον παρακάτω τρόπο:



ΕΙΚΟΝΑ 23 - FONT SIZE

- **Sitemap**

ΛΥΣΗ:

Ο χρήστης μπορεί να πλοηγηθεί με παραπάνω από έναν τρόπους.

Είναι μέσα στο μενού Εκπαίδευση. Στην ουσία δημιουργήθηκε ένα άρθρο μέσα στο μενού Εκπαίδευση.

Τα βήματα που ακολουθήθηκαν μέσα από το administrator είναι: Add New Article- Article Manager: Add New Article – Title και δόθηκαν τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

Title* – Sitemap

Alias – sitemap

Category* - Uncategorized

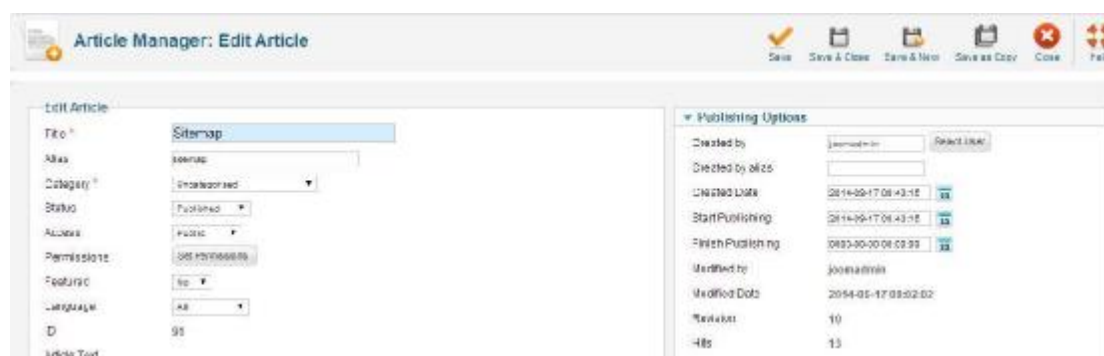
Status – Published

Access – Public

Permissions – Set Permissions

Featured – No

Language – All



ΕΙΚΟΝΑ 24 - SITE MAP ΣΤΟ ADMINISTRATOR

Στο άρθρο αυτό μπήκε μέσα σε κουκκίδες το μενού του ιστοτόπου, δηλαδή οι συνδέσεις του.

Ο κώδικας που δημιουργήθηκε για το Sitemap είναι ο παρακάτω:

```
<ul style="padding: 30px;">
  <li><a href="http://marianna.dictiosi.gr/" style="font-weight: bold;">Αρχική
/ Νέα</a></li>
  <li><a style="font-weight: bold;">Εταιρεία</a>
  <ul style="padding-left: 15px;">
    <li><a href="index.php/etairia/profil">Προφίλ</a></li>
    <li><a href="index.php/etairia/theseis-ergasias">Θέσεις
Εργασίας</a></li>
  </ul>
</li>
  <li><a style="font-weight: bold;">Εκπαίδευση</a>
  <ul style="padding-left: 15px;">
    <li><a href="index.php/ekpaideusi/pliroforiki">Πληροφορική</a></li>
    <li><a href="index.php/ekpaideusi/aisthitiki">Αισθητική</a></li>
  </ul>
</li>
  <li><a style="font-weight: bold;">Υπηρεσίες</a>
  <ul style="padding-left: 15px;">
    <li><a href="index.php/ypiresies/ipologistes-diktya">Υπολογιστές
Δίκτυα</a></li>
    <li><a href="index.php/ypiresies/internet-tilefonia">Internet
Τηλεφωνία</a></li>
    <li><a href="index.php/ypiresies/service-support">Service</a></li>
    <li><a href="index.php/ypiresies/getready-test">GetReady
Test</a></li>
```

```
</ul>
</li>
<li><a href="index.php/epikoinwnia" style="font-weight:
bold;">Επικοινωνία</a></li>
</ul>
```

Στον ιστότοπο το Sitemap εμφανίζεται με τον παρακάτω τρόπο:

- [Αρχική / Νέα](#)
- Εταιρεία
 - [Προφίλ](#)
 - [Θέσεις Εργασίας](#)
- Εκπαίδευση
 - [Πληροφορική](#)
 - [Αισθητική](#)
- Υπηρεσίες
 - [Υπολογιστές - Δίκτυα](#)
 - [Internet - Τηλεφωνία](#)
 - [Service](#)
 - [GetReady Test](#)
- [Επικοινωνία](#)

Στο template το Sitemap εμφανίζεται στο μενού Εκπαίδευση με αυτό τον τρόπο:



ΕΙΚΟΝΑ 25 - ΕΠΙΛΟΓΗ SITE MAP ΣΤΟ ΜΕΝΟΥ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

· Logos

Τίτλοι στα Logos στο footer, Ecdl, Microsoft κλπ

Προστέθηκαν τίτλοι στα Logos (Logo down1, Logo down2, Logo down3, Logo down4 και Logo down5) και έγινε αλλαγή στο εναλλακτικό κείμενο. Τα βήματα είναι:

Για το Ecdl Logo down1 (Public in user26) ήταν:

```
<p></p></div></div>
```

ΛΥΣΗ:

Τα βήματα είναι μέσα από το administrator:

Menus - Main Menu - NEA- Module Assignment for this Menu Item – Logo down1 (Public in user26) – HTML και γίνεται η αλλαγή του alt και η προσθήκη του title σε:

```
<p></p>
```


Συνοπτικά: αλλαγή στο *alt = "Ecdl logo"* σε *alt="Εξετάσεις Ecdl"* και προσθήκη τίτλου: *title="Πιστοποιημένο εξεταστικό κέντρο ECDL"* - Update – Save & Close.



ΕΙΚΟΝΑ 26 - ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΤΙΤΛΟΥ (1)

Για το **Microsoft certified Exam Provider** Logo down2 (Public in user27) ήταν:

```
<p></p></div></div>
```

ΛΥΣΗ:

Τα βήματα είναι μέσα από το administrator:

Menus - Main Menu - NEA- Module Assignment for this Menu Item – Logo down2 (Public in user27) – HTML και γίνεται η αλλαγή του alt και η προσθήκη του title σε:

```
<p></p>
```

Συνοπτικά: αλλαγή στο *alt="Mos down"* σε *alt="Εξετάσεις Microsoft"* και προσθήκη τίτλου: *title="Πιστοποιημένο εξεταστικό κέντρο Microsoft"*- Update – Save & Close.



ΕΙΚΟΝΑ 27 - ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΤΙΤΛΟΥ 2

Για το **Adobe Certified Associate** Logo down3 (Public in user28) ήταν:

```
<p></p></div>
</div>
```

ΛΥΣΗ:

Τα βήματα μέσα από το administrator είναι:

Menus - Main Menu - NEA- Module Assignment for this Menu Item – Logo down3 (Public in user28) – HTML και γίνεται η αλλαγή του alt και η προσθήκη του title σε:

```
<p></p>
```

Συνοπτικά: αλλαγή στο alt="Adobe logo" σε alt="Εξετάσεις Adobe" και προσθήκη τίτλου: title="Πιστοποιημένο εξεταστικό κέντρο Adobe" - Update – Save & Close.



ΕΙΚΟΝΑ 28 - ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΤΙΤΛΟΥ (3)

Για το **CompTia** Logo down4 (Public in user29) ήταν:

```
<p></p></div>
</div>
```

ΛΥΣΗ:

Τα βήματα μέσα από το administrator είναι:

Menus - Main Menu - NEA- Module Assignment for this Menu Item – Logo down4 (Public in user29) – HTML και γίνεται η αλλαγή του alt και η προσθήκη του title σε:

```
<p></p>
```

Συνοπτικά: αλλαγή στο *alt="Comptia logo"* σε *alt="Εκπαιδεύσεις Comptia"* και προσθήκη τίτλου: *title="Τεχνικές εκπαιδεύσεις (CompTIA)"* - Update – Save & Close.



ΕΙΚΟΝΑ 29 - ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΤΙΤΛΟΥ (4)

Για το **Acta Logo** down5 (Public in user30) ήταν:

```
<p></p></div></div>
```

ΛΥΣΗ:

Τα βήματα μέσα από το administrator είναι:

Menus - Main Menu - NEA- Module Assignment for this Menu Item – Logo down5 (Public in user30) – HTML και γίνεται η αλλαγή του alt και η προσθήκη του title σε:

```
<p></p>
```

Συνοπτικά: αλλαγή στο *alt="Acta logo"* σε *alt="Εξετάσεις Acta"* και προσθήκη τίτλου: *title="Πιστοποίηση ειδίκευσης επαγγελματικού μακιγιάζ Acta"* - Update – Save & Close.



ΕΙΚΟΝΑ 30 - ΠΡΟΣΘΗΚΗ ΤΙΤΛΟΥ (5)

- Κουμπιά **Slide Show** να εμφανίζονται πάντα.

Ενεργοποιήθηκε το κατάλληλο πεδίο από το administrator.

Στον ιστότοπο εμφανίζετε με τον παρακάτω τρόπο:



ΕΙΚΟΝΑ 31 - ΚΟΥΜΠΙΑ SLIDE SHOW

ΣΤ. ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ – ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

ΣΤ.1 - ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

Η υποστηρικτική τεχνολογία έχει να κάνει με συσκευές, προγράμματα και εργαλεία που βοηθούν τους χρήστες να εκτελέσουν πιο εύκολα τις εργασίες τους στον υπολογιστή. Αυτό δεν έχει να κάνει μόνο με άτομα που έχουν ειδικές ανάγκες αλλά και με όλους τους χρήστες ανεξαρτήτου προβλήματος. Η τεχνολογία θα πρέπει να είναι βοηθητική είτε κάποιος το χρειάζεται απόλυτα για να μπορέσει να περιηγηθεί σε μια ιστοσελίδα, είτε κάποιος ο οποίος δεν αντιμετωπίζει ιδιαίτερο θέμα. Ο καλός σχεδιασμός μιας ιστοσελίδας παίζει λοιπόν πολύ σημαντικό ρόλο και αυτό δε σημαίνει απαραίτητα πως πρέπει ο σχεδιαστής μιας ιστοσελίδας να έχει άπειρες γνώσεις όσον αφορά την υποστηρικτική τεχνολογία. Αρκεί να μπορεί να την καταλάβει.

ΣΤ.2 – ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΑΝΑΓΝΩΣΤΕΣ ΟΘΟΝΗΣ

Οι αναγνώστες οθόνης είναι οι πιο χρήσιμες συσκευές τις οποίες χρησιμοποιούν κατά κόρον άτομα με προβλήματα όρασης αλλά και άτομα που αντιμετωπίζουν προβλήματα δυσλεξίας ή αναλφαβητισμού. Ο τρόπος που δουλεύουν είναι απλός: ο αναγνώστης οθόνης διαβάζει το περιεχόμενο μιας ιστοσελίδας και πλοηγείται χωρίς να χρειάζεται ποντίκι αλλά με το πληκτρολόγιο. Η πλοήγηση είναι κάτι που συχνά λησμονείται, καθώς όλοι έχουν στο μυαλό τους πως οι αναγνώστες οθόνης το μόνο που κάνουν είναι να διαβάζουν την οθόνη. Η πλοήγηση αυτή μπορεί να γίνει και στο ίδιο το λειτουργικό σύστημα του υπολογιστή αλλά και στο Διαδίκτυο.

Οι αναγνώστες οθόνης δουλεύουν πολύ καλά με το λειτουργικό σύστημα του κεντρικού υπολογιστή ενώ αντιμετωπίζουν ορισμένα θέματα όταν πρόκειται για σύνδεση στο Διαδίκτυο καθώς αυτό δε μπορεί να ελεγχθεί και δεν είναι τόσο καλά οργανωμένο όσο το λειτουργικό σύστημα ενός υπολογιστή. Υπάρχουν διάφορες μορφές αναγνωστών όπως οι JAWS, οι Window-Eyes οι Microsoft Narrator, οι Orca, οι BRLTTY, οι ChromeVox, οι NVDA και άλλοι.

ΣΤ.3 - JAWS

Η κατηγορία αναγνωστών οθόνης για τα Windows JAWS είναι ένα από τα ακριβότερα λογισμικά και η τιμή τους ανέρχεται περίπου στα 1000 δολάρια. Δημιουργήθηκε στις Η.Π.Α και είναι από τα πιο λειτουργικά και πιο γρήγορα στην πρόσβαση λογισμικά. Αρχικά ήταν ένα λογισμικό για τα DOS και μετά το 2002

προσαρμόστηκε στα Windows. Χρησιμοποιεί επικεφαλίδες για να διαβάζει τα περιεχόμενα μιας ιστοσελίδας και περνώντας τα χρόνια εξελίχθηκε ακόμη περισσότερο καθιστώντας το έναν από τους καλύτερους αναγνώστες οθόνης.

ΣΤ.4 – ΔΩΡΕΑΝ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΓΙΑ ΑΜΕΑ

ΣΤ.4.1 – ΑΝΑΠΗΡΙΑ ΛΟΓΟΥ

Balabolka (Προσβασιμότητα Κειμένων)

Το συγκεκριμένο πρόγραμμα κάνει εφικτή την μετατροπή ενός αρχείου κειμένου σε ομιλία. Μετά τη δημιουργία ή την εισαγωγή αυτού του αρχείου μορφής TEXT, CHM, DjVu, DOC, EPUB, FB2, HTML, ODT, PDF και RTF, ή συγκεκριμένη εφαρμογή το εκφωνεί. Αυτό συμβαίνει καθώς πατάμε το κουμπί play. Στην συνέχεια αποθηκεύονται ως αρχείο ήχου μορφής WAV, MP3, MP4, OGG ή WMA. Οι γλώσσες που αναγνωρίζονται και στις οποίες ανταποκρίνεται το πρόγραμμα είναι πολλές όπως η αγγλική, η γερμανική, η γαλλική, η ιταλική, η ρωσική, η ισπανική, ακόμη και η ελληνική, αρκεί να είναι εγκατεστημένη στο σύστημα. Τέλος, χρησιμοποιεί SAPI 4 και SAPI 5.

Δυσλεξία - Accesible PDF Reader (Προσβασιμότητα Κειμένων)

Αφορά λογισμικό το οποίο επιτρέπει την ανάγνωση αρχείων PDF με τα επιθυμητά χρώματα και τις επιθυμητές γραμματοσειρές. Επίσης βοηθά στην ακουστική προσέγγιση του κειμένου μέσω προγραμμάτων μετατροπής κειμένου σε ομιλία ή άλλα μέσα όπως αναγνώστες οθόνης. Τα πλέον πρόσφορα για εκτύπωση αρχεία PDF, δύσκολα διαβάζονται από αναγνώστες οθόνης και επίσης δύσκολα αλλάζουν χρώματα και γραμματοσειρές. Τα άτομα που έχουν δυσλεξία κατανοούν και αφομοιώνουν ευκολότερα ένα κείμενο όταν το ακούν. Βοηθητική επίσης είναι και η ποικιλία χρωμάτων, η αντίθεση μεταξύ τους όπως και η μεγέθυνση ή σμίκρυνση του κειμένου. Αυτά είναι εφικτά με το συγκεκριμένο πρόγραμμα. Δίνει επίσης τη δυνατότητα να σωθεί ένα αρχείο PDF ως απλό κείμενο (TEXT) ή ως ιστοσελίδα και ακολουθώντας τους εσωτερικούς συνδέσμους (links) να πλοηγηθεί κάποιος σε αυτό.

ΣΤ.4.2 – ΚΙΝΗΤΙΚΗ ΑΝΑΠΗΡΙΑ – CAMERA MOUSE (ΕΛΕΓΧΟΣ ΜΕ ΤΟ ΚΕΦΑΛΙ – ΠΡΟΣΟΜΟΙΩΣΗ ΠΟΝΤΙΚΙΟΥ)

Είναι μια μέθοδος με την οποία ο χρήστης μπορεί να χειριστεί το ποντίκι του μόνο με την κίνηση του κεφαλιού. Αφορά κυρίως άτομα που έχουν κινητική ανικανότητα από

τον λαιμό και κάτω. Εύλογη είναι η ύπαρξη κάμερας (webcam) στον υπολογιστή η οποία παρατηρεί την κίνηση και καταγράφει την εντολή. Για παράδειγμα, εάν παραμείνει σε συγκεκριμένο σημείο ακίνητο το κεφάλι για ένα χρονικό διάστημα 4 δευτερολέπτων, τότε εφαρμόζεται το κλικ του ποντικιού σε κάποια εφαρμογή. Αναλόγως επιτυγχάνονται και το διπλό κλικ του ποντικιού.

ΣΤ.4.3 - ΟΡΑΣΗ

Τύφλωση - Thunder (Ανάγνωση Οθόνης)

Πρόκειται για μια εφαρμογή που βοηθά στην ανάγνωση οθόνης. Ανταποκρίνεται σε διάφορες γλώσσες όπως τα Αγγλικά, τα Γερμανικά, τα Γαλλικά, τα Ιταλικά, τα Σλοβάκικα, τα Εσθονικά. Είναι χρήσιμο σε άτομα με τύφλωση που επιθυμούν να αξιοποιήσουν μοντέρνα μέσα μάθησης όπως το e-learning. Καθώς το κείμενο μετατρέπεται σε ομιλία, με την ακοή ελέγχεται το λειτουργικό σύστημα των Windows. Το γραφικό περιβάλλον του υπολογιστή μετατρέπεται σε ομιλία. Επίσης, ελέγχονται και εφαρμογές όπως το Word, Excel, Outlook Express καθώς και περιηγητές του Διαδικτύου όπως ο Mozilla Firefox, ο Internet Explorer και το εξειδικευμένο Webbie. Το Thunder διαθέτει και SAPI 4 και SAPI 5.

Χαμηλή Όραση - Tazti Speech Recognition Software (Αναγνώριση Ομιλίας)

Με αυτό το λογισμικό ο χρήστης μπορεί να χειρίζεται τον υπολογιστή και τις εφαρμογές του μόνο με τη φωνή του. Οι φωνητικές εντολές διαφοροποιούνται από το Tazti καθώς δημιουργεί για τον κάθε χρήστη διαφορετικό προφίλ. Απαραίτητες κρίνονται οι δοκιμές όπως η ανάγνωση κειμένου. Τα κείμενα μπορεί να είναι ποικίλα αναλόγως του λειτουργικού. Οι προκαθορισμένες εντολές μένουν αμετάβλητες, ωστόσο δίνεται η ευκαιρία να προστεθούν νέες, επίσης φωνητικές, αλλά και να ελεγχθεί η εκτελούμενη λειτουργία.

ΣΤ.5 – ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΤΩΝ ΑΜΕΑ

Παρακάτω βρίσκεται μία λίστα με τις υποστηρικτικές τεχνολογίες που χρησιμοποιούν τα άτομα με ειδικές ανάγκες (σύμφωνα με: Brewer, 2005; RNIB9):

- **Αναγνώστες οθόνης**

Οι αναγνώστες οθόνης έχουν ήδη προαναφερθεί και θεωρούνται από τις πιο σπουδαίες βοηθητικές συσκευές. Ένας αναγνώστης οθόνης βρίσκει το κείμενο σε μία

ιστοσελίδα και το μετατρέπει σε ομιλία, με σκοπό ο χρήστης να το αντιλαμβάνεται ακουστικά. Σήμερα υπάρχουν και αναγνώστες οθόνης και για υπολογιστές παλάμης – τα λεγόμενα PDA – αλλά και για φορητά τηλέφωνα.

- **Μετατροπείς κειμένου σε ομιλία**

Η συγκεκριμένη εφαρμογή είναι από τις πιο χρήσιμες, καθώς για οποιοδήποτε κείμενο υπάρχει η επιλογή μετατροπής του σε ομιλία σε πραγματικό χρόνο και χωρίς να απαιτείται ηχογράφηση από πριν.

- **Αναγνωριστές ομιλίας**

Ένας αναγνωριστής ομιλίας δίνει τη δυνατότητα αυτόματης εισαγωγής σε μορφή κειμένου της ομιλίας του χρήστη αντί της πληκτρολόγησης.

- **Εναλλακτικά πληκτρολόγια**

Με τα εναλλακτικά πληκτρολόγια οι χρήστες έχουν την δυνατότητα να βάλουν τα πλήκτρα με τη σειρά που επιθυμούν. Επιπλέον, κάποια πληκτρολόγια έχουν πιο μεγάλο μέγεθος στα πλήκτρα αλλά υπάρχουν και πλήκτρα με χρώμα προς διευκόλυνση των ατόμων που έχουν πρόβλημα όρασης.



ΕΙΚΟΝΑ 32 - ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟ ΠΛΗΚΤΡΟΛΟΓΙΟ

- **Οθόνες Braille**



ΕΙΚΟΝΑ 33 - ΟΘΟΝΗ BRAILLE ΣΕ TABLET

Η οθόνη Braille είναι μία συσκευή η οποία επιτρέπει την απτική πρόσβαση στα κείμενα σε μορφή Braille και μπορεί να συνδεθεί με όλους τους υπολογιστές. Είναι αρκετά πιο ακριβή σε σχέση με άλλες βοηθητικές συσκευές.

- **Σαρωτές**

Η χρήση ενός σαρωτή είναι στην ουσία η μετατροπή σε εικόνα οποιασδήποτε έντυπης μορφής και με τον τρόπο αυτό μεταφέρεται στην οθόνη του υπολογιστή.

- **Μεγεθυντές οθόνης**

Με τους μεγεθυντές οθόνης όλα τα στοιχεία που θέλει να δει ο χρήστης στον υπολογιστή μπορούν να μεγεθυνθούν και έτσι να είναι πιο ευανάγνωστα από τα άτομα που αντιμετωπίζουν θέματα όρασης. Το σπουδαίο είναι πως το κείμενο που μεγεθύνεται, έχει τη δυνατότητα και να εκτυπωθεί με τον ίδιο τρόπο. Καλύπτουν επίσης τις ανάγκες των ανθρώπων που δεν μπορούν να αναγνωρίσουν τα χρώματα.

- **Φυλλομετρητές κειμένου**

Οι φυλλομετρητές κειμένου βοηθούν τα άτομα με προβλήματα όρασης καθώς καθιστά διαθέσιμο το κείμενο των ιστοσελίδων και αγνοεί όλο το γραφικό περιεχόμενο (π.χ. εικόνες). Είναι επίσης βοηθητικές σε άτομα που δεν αντιμετωπίζουν κάποιο ουσιαστικό πρόβλημα, καθώς η απενεργοποίηση των εικόνων επιτρέπουν γενικά το πιο γρήγορο φόρτωμα των ιστοσελίδων.

- **Αναπήδηση σε δομικά στοιχεία**

Η αναπήδηση σε δομικά στοιχεία είναι μία τεχνική κατά την οποία ο χρήστης μπορεί να περάσει γρήγορα μέσα από υπερσυνδέσεις, επικεφαλίδες και οτιδήποτε άλλο επιθυμεί. Είναι εμφανές πως αυτή η αναπήδηση βοηθά ιδιαίτερα τα άτομα που δεν μπορούν να χρησιμοποιήσουν το ποντίκι, άρα αντιμετωπίζουν κάποιο κινητικό πρόβλημα.

- **Οπτική ειδοποίηση**

Η οπτική ειδοποίηση είναι πολύ βοηθητική για άτομα που έχουν θέματα ακοής καθώς αντί για ηχητική ειδοποίηση ενός σφάλματος ή ενός μηνύματος προειδοποίησης, δέχονται οπτική ειδοποίηση.

ΣΤ.6 – Η ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ

HTML5: Προσβασιμότητα και Ανίχνευση χαρακτηριστικών

Υπάρχουν μερικά προβλήματα όσον αφορά τα νέα χαρακτηριστικά της HTML5 καθώς υπάρχει η περίπτωση να μην λειτουργούν σωστά και από τα προγράμματα περιήγησης και από τις υποστηρικτικές τεχνολογίες. Αυτό σημαίνει πως ενδεχομένως θα χρειαστεί να μην ακολουθηθούν πιστά οι οδηγίες για τη χρήση της HTML5, αλλά θα πρέπει να υπάρξει δημιουργικότητα για να διασφαλιστεί το γεγονός ότι η ιστοσελίδα λειτουργεί σωστά. Οπότε πρέπει ο κώδικας να χρησιμοποιηθεί με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί να υποστηρίξει μεγαλύτερο κοινό χρηστών.

Οι Μελλοντικές Κατευθύνσεις και η Ιατρική

Η ιατρική σε πολλές περιπτώσεις εξελίσσει την τεχνολογία της σε ασθένειες μυοσκελετικές και έτσι τα δεδομένα για την αναπηρία αλλάζουν. Στη Νόσο του Πάρκινσον για παράδειγμα με διέγερση του εγκεφάλου, οι γιατροί έχουν καταφέρει να βελτιώσουν κατά πολύ τα συμπτώματα και με αυτό τον τρόπο βελτιώνεται και η ζωή του ανθρώπου που πάσχει. Υπάρχουν όμως και άλλες περιπτώσεις ασθενειών στις οποίες υπάρχει αύξηση των περιστατικών. Επίσης πολλοί άνθρωποι γλυτώνουν από εγκεφαλικά επεισόδια αλλά μπορεί να υποστούν σωματικές αναπηρίες για όλη την υπόλοιπη ζωή τους. Οι καινούριες τεχνολογίες βοηθούν τους ανθρώπους αυτούς και έτσι μπορεί να έχουν μια ζωή πιο εύκολη, τουλάχιστον σίγουρα ευκολότερη απ' ότι παλιότερα. Και στο Διαδίκτυο όμως τα πράγματα αλλάζουν γρήγορα και οι τεχνολογίες αναπτύσσονται όλο και περισσότερο.



ΕΙΚΟΝΑ 34 - Η ΠΡΟΣΒΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΕΙΝΑΙ ΥΠΟΘΕΣΗ ΟΛΩΝ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Jim Thatcher & συν., *Constructing Accessible Websites*, Εκδόσεις Glasshaus, 2002
2. Jon Duckett, *Accessible XHTML™ and CSS Web Sites Problem - Design - Solution*, Εκδόσεις Wiley Publishing, Inc., 2005
3. Jeremy J. Sydik, *Design Accessible Web Sites - Thirty-Six Keys to Creating Content for All Audiences and Platforms*, Εκδόσεις The Pragmatic Bookshelf, 2007
4. Roger Coleman & συν., *Design for Inclusivity - A Practical Guide to Accessible, Innovative and User-Centred Design*, Εκδόσεις Gower, 2007
5. Simon Harper & Yeliz Yesilada, *Web Accessibility - A Foundation for Research*, Εκδόσεις Springer, 2008
6. Katie Cunningham, *Accessibility Handbook - Making 508 Websites for Everyone*, O'Reilly, 2012
7. Joshue O Connor, *Pro HTML5 Accessibility – Building an Inclusive Web*, Εκδόσεις Apress, 2012

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΟΥ ΑΝΤΛΗΘΗΚΑΝ ΑΠΟ ΙΣΤΟΤΟΠΟΥΣ

1. <http://www.w3c.gr/wai/translations/accessibility.html>
2. <http://www.syros.aegean.gr/users/evlach/courses/webaccess/>
3. <http://access.uoa.gr/>
4. <http://www.atutor.ca/achecker/>
5. <http://www.skai.gr/news/technology/article/274627/to-mellon-tis-tehnologias/>
6. <http://thessaliki.gr/technews/3706-oi-10-koryfaies-istoselides-ston-kosmo>
7. http://meallamatia.blogspot.gr/2014/03/blog-post_28.html
8. <https://www.wuhcag.com/wcag-checklist/>