Spis treści

Poradnik tworzenia i publikowania treści na stronach internetowych zgodnie z WCAG 2.2 4

1. Cel poradnika 4
2. Język 4
   - Pisz zrozumiałym językiem 4
   - Nie twórz tekstu za pomocą samych wielkich liter 5
   - Dziel długie treści na mniejsze części 5
   - Stosuj listy 5
3. Pisownia 6
   - Nie formatuj treści ręcznie, jeśli program ma odpowiednią funkcję 6
   - Korzystaj z funkcji dostępnych w edytorze: 6
   - Język strony i treści 6
4. Nagłówki 7
   - Stosuj prawidłową strukturę nagłówków 7
5. Linki 8
   - Linki powinny jasno informować, dokąd prowadzą 8

   5.a) Jeśli link prowadzi do innej strony 8
   - Jeżeli link otwiera się na stronie zewnętrznej: 8
   - Nie używaj tego samego tekstu dla różnych linków 8

   4.b) Jeśli link prowadzi do pliku 9
   - Informuj o rodzaju i rozmiarze pliku 9
6. Zdjęcia, elementy graficzne 9
   - Zdjęcia muszą mieć odpowiedni tekst alternatywny 9
   - Zdjęcie informacyjne 9
   - Zdjęcia dekoracyjne oznacz jako dekoracyjne 9
   - Wstawianie tekstów alternatywnych w sytemie CMS Umbraco 10
   - Nie umieszczaj ważnej informacji wyłącznie na grafice 10
   - Wykresy i infografiki wymagają dodatkowego opisu 10
   - Tabele 11
   - Należy korzystać z funkcji tworzenia tabel i prawidłowo oznaczać nagłówki. . 11

- Kolor nie może być jedynym sposobem przekazywania informacji 11

7. Kontrast 12

- Tekst powinien być czytelny na tle. 12
- W celu właściwego doboru kontrastów można użyć odpowiednich do tego aplikacji, na przykład: 12

8. Multimedia 12

- Napisy do filmów 12
- Napisy włączane (opcjonalne): 12
- Długość i czytelność napisów: 12
- Audiodeskrypcja 13

9. Dokumenty PDF i inne załączniki 13

- Nie publikuj skanów bez sprawdzenia 14

10. Skróty i specjalistyczne pojęcia 14

11. Formularze i komunikaty 14

12. Popularne oprogramowanie do sprawdzania stron internetowych 15

13. Popularne oprogramowanie do badania plików tekstowych 15

- Word 15
- PDF 16

14. Dobre praktyki 16

- Nie publikuj automatycznie generowanych treści bez sprawdzenia 16

13. Lista kontrolna 17

- Treść 17
- Linki 17
- Zdjęcia i grafiki 17
- Dokumenty 17
- Multimedia 17
- Czytelność 17

14. Najczęstsze błędy redaktorów 18

15. Zasada „5 kroków” przed publikacją 19

- Przeczytaj stronę. 19
- Sprawdź nagłówki. 19
- Sprawdź linki. 19

- Sprawdź zdjęcia i pliki. 19
- Sprawdź stronę z perspektywy użytkownika. 19

Poradnik tworzenia i publikowania treści na stronach internetowych zgodnie z WCAG 2.2

1. Cel poradnika

Poradnik jest przeznaczony dla osób, które tworzą, redagują i publikują treści w serwisach internetowych.

Jego celem jest pokazanie, jak przygotowywać treści tak, aby były możliwie najbardziej dostępne dla wszystkich użytkowników, w tym osób:

- niewidomych i słabowidzących,
- głuchych i słabosłyszących,
- z niepełnosprawnościami ruchowymi,
- z niepełnosprawnościami poznawczymi,
- korzystających z klawiatury lub technologii wspomagających.

WCAG 2.2 jest rekomendacją W3C opublikowaną jako standard 5 października 2023 r. i obejmuje wymagania dotyczące m.in. postrzegalności, obsługi, zrozumiałości i kompatybilności treści.

Przed publikacją każdej treści warto zadać sobie pytanie:

Czy osoba, która nie widzi strony w taki sam sposób jak ja, nadal będzie mogła zrozumieć tę informację i wykonać potrzebną czynność?

Dostępność nie polega na tworzeniu osobnej wersji informacji dla osób z niepełnosprawnościami. Chodzi o przygotowanie tej samej treści w sposób możliwy do wykorzystania przez różne osoby i różne technologie.

2. Język

➢ Pisz zrozumiałym językiem

Treść internetowa powinna być możliwie łatwa do zrozumienia.

Zamiast:

W związku z koniecznością dokonania weryfikacji przedmiotowego dokumentu celem jego dalszego procedowania prosimy o dokonanie stosownych uzupełnień.

Lepiej:

Prosimy uzupełnić dokument, abyśmy mogli go rozpatrzyć.

W miarę możliwości:

- używaj krótkich zdań,
- stosuj popularne słowa,
- unikaj zbędnego języka urzędowego,
- wyjaśniaj specjalistyczne pojęcia,
- rozwijaj skróty przy pierwszym użyciu,
- dziel długie teksty na krótsze sekcje.

WCAG wskazuje, że czytelność i zrozumiałość tekstu są istotnymi elementami dostępności, w szczególności dla osób z różnymi trudnościami poznawczymi.

➢ Nie twórz tekstu za pomocą samych wielkich liter

Unikaj zapisywania całych zdań lub akapitów wielkimi literami:

WAŻNA INFORMACJA DLA STUDENTÓW

Lepszym rozwiązaniem jest prawidłowy nagłówek:

Ważna informacja dla studentów

Wielkie litery mogą utrudniać szybkie skanowanie tekstu.

➢ Dziel długie treści na mniejsze części

Długi blok tekstu jest trudniejszy do przeczytania.

Zamiast:

„Wniosek należy złożyć w terminie…”

i kolejnych kilkunastu zdań w jednym akapicie, zastosuj:

Termin składania wniosków

Informacje dotyczące terminu.

Gdzie złożyć wniosek?

Informacje dotyczące miejsca.

Jakie dokumenty przygotować?

Lista wymaganych dokumentów.

Podział treści nagłówkami ułatwia orientację i nawigację po stronie.

➢ Stosuj listy

Jeżeli wymieniasz kilka lub kilkanaście elementów, użyj listy zamiast jednego długiego zdania.

Zamiast:

Do wniosku należy dołączyć dowód osobisty, zaświadczenie o dochodach, dokument potwierdzający adres zamieszkania i oświadczenie.

Lepiej:

Do wniosku należy dołączyć:

- dowód osobisty,
- zaświadczenie o dochodach,
- dokument potwierdzający adres zamieszkania,
- oświadczenie.

3. Pisownia

➢ Nie formatuj treści ręcznie, jeśli program ma odpowiednią funkcję

Unikaj sytuacji, w której:

- powiększasz tekst spacjami,
- tworzysz nagłówki przez samo pogrubienie,
- tworzysz listy przez ręczne wpisywanie myślników,
- tworzysz odstępy za pomocą wielu Enterów,
- używasz tabel do ustawiania elementów strony.

➢ Korzystaj z funkcji dostępnych w edytorze:

- nagłówek,
- akapit,
- lista,
- tabela,
- link,
- cytat,
- tekst alternatywny.

Dzięki temu program może prawidłowo przekazać strukturę treści technologiom wspomagającym.

➢ Język strony i treści

Strona powinna mieć prawidłowo określony język.

Jeżeli strona jest w języku polskim, system powinien odpowiednio określać język polski.

Jeżeli w tekście pojawia się dłuższy fragment w innym języku, należy tam, gdzie system na to pozwala odpowiednio oznaczyć zmianę języka.

Ma to znaczenie m.in. dla czytników ekranu, które mogą dzięki temu zastosować właściwą wymowę.

4. Nagłówki

➢ Stosuj prawidłową strukturę nagłówków

Nagłówki nie służą wyłącznie do powiększania lub pogrubiania tekstu.

Powinny tworzyć logiczną strukturę informacji.

Przykładowa prawidłowa struktura:

H1: Wsparcie dla studentów

H2: Kto może otrzymać pomoc?

H2: Jak złożyć wniosek?

H3: Wymagane dokumenty

H3: Termin składania wniosków

H2: Najczęściej zadawane pytania

Nie należy wybierać nagłówka tylko dlatego, że wygląda odpowiednio.

Nieprawidłowo:

H3: Jak złożyć wniosek?

jeżeli wcześniej nie występuje odpowiednia sekcja H2.

Dobra zasada

Najważniejszy tytuł strony → H1

Główne sekcje → H2

Podsekcje → H3

Kolejne poziomy → H4–H6, jeżeli są potrzebne

Nagłówki są szczególnie ważne dla osób korzystających z czytników ekranu, ponieważ pozwalają szybko zorientować się w strukturze strony i przechodzić pomiędzy sekcjami. Samo powiększenie lub pogrubienie tekstu nie zastępuje prawidłowego oznaczenia nagłówka.

5. Linki

➢ Linki powinny jasno informować, dokąd prowadzą

5.a) Jeśli link prowadzi do innej strony

Tekst linku powinien być zrozumiały także wtedy, gdy użytkownik nie czyta całego akapitu.

Nie zaleca się:

Więcej informacji znajdziesz **tutaj**.

Lepiej:

Zasady przyznawania dofinansowania (otwiera się w nowej karcie) lub (nowa karta)

➢ Jeżeli link otwiera się na stronie zewnętrznej:

Zasady przyznawania dofinansowania (strona zewnętrzna, otwiera się w nowej karcie)

Link powinien wskazywać swój cel. Jest to szczególnie ważne dla osób korzystających z czytników ekranu, które mogą przeglądać listę linków znajdujących się na stronie. Link, jeśli jest dokumentem w nawiasie po tytule powinien zawierać je

➢ Nie używaj tego samego tekstu dla różnych linków

Jeżeli na stronie występuje kilka linków „Więcej", użytkownik może nie wiedzieć, dokąd prowadzą.

Źle:

- Więcej
- Więcej
- Więcej

Lepiej:

- Szczegóły programu stypendialnego
- Terminy składania wniosków
- Kryteria przyznawania świadczenia

4.b) Jeśli link prowadzi do pliku

➢ Informuj o rodzaju i rozmiarze pliku

Jeżeli link prowadzi do pliku, warto poinformować użytkownika o jego formacie i — szczególnie w przypadku dużych plików — rozmiarze.

Przykład:

Raport o dostępności cyfrowej za 2026 rok (PDF, 2,4 MB)

Dzięki temu użytkownik wie, czego może się spodziewać po aktywowaniu linku.

6. Zdjęcia, elementy graficzne

➢ Zdjęcia muszą mieć odpowiedni tekst alternatywny

Zdjęcia przekazujące informację powinny mieć tekst alternatywny, który przekazuje znaczenie zdjęcia. WCAG wymaga zapewnienia odpowiednich alternatyw tekstowych dla treści nietekstowych, z wyjątkami m.in. dla grafik czysto dekoracyjnych.

➢ Zdjęcie informacyjne

Zdjęcie: Rektor podpisuje umowę.

Tekst alternatywny:

Rektor APS podpisuje umowę o współpracy z fundacją.

Nie:

zdjęcie

fotografia

IMG_1234.jpg

DSC_1234

➢ Zdjęcia dekoracyjne oznacz jako dekoracyjne

Jeżeli zdjęcie nie przekazuje żadnej istotnej informacji i jest wyłącznie ozdobą, powinno być możliwe do pominięcia przez technologie wspomagające.

Nie należy tworzyć sztucznych opisów:

„Dekoracyjne zdjęcie”

„Ozdoba”

„Zdjęcie przedstawiające…”

WCAG wskazuje, że treści czysto dekoracyjne powinny być zaimplementowane tak, aby technologie wspomagające mogły je ignorować.

➢ Wstawianie tekstów alternatywnych w sytemie CMS Umbraco

1. **W zakładce „Media" (Biblioteka mediów):**
    - Przejdź do sekcji **Media** w menu bocznym Umbraco.
    - Wybierz konkretne zdjęcie.
    - Znajdź pole tekstowe odpowiadające za atrybut alternatywny (często nazywane *Alternative Text*, *Alt Text*, *Caption* lub będące częścią właściwości pliku).
    - Wpisz treść i kliknij **Save and publish** (Zapisz i opublikuj). Każde użycie tego zdjęcia na stronie będzie domyślnie korzystać z tego opisu.

➢ Nie umieszczaj ważnej informacji wyłącznie na grafice

Jeżeli baner zawiera:

15 czerwca – bezpłatna konferencja naukowa

nie należy zakładać, że samo zdjęcie lub grafika wystarczy.

Najważniejszą informację należy umieścić również jako tekst HTML.

Dotyczy to szczególnie:

- terminów,
- godzin,
- adresów,
- numerów telefonów,
- cen,
- zasad udziału,
- komunikatów,
- informacji o naborze.

➢ Wykresy i infografiki wymagają dodatkowego opisu

Jeżeli grafika przedstawia dane, sam ALT (tekst alternatywny):

„Wykres"

jest niewystarczający.

Użytkownik powinien mieć dostęp do informacji przedstawionych na wykresie, np. poprzez:

- tabelę,
- opis pod grafiką,
- tekstową wersję danych.

WCAG wskazuje, że dla złożonych grafik, takich jak wykresy i diagramy, może być potrzebna krótka identyfikacja oraz dodatkowy, bardziej szczegółowy opis.

➢ Tabele

Tabela powinna być tabelą wybraną z opcji programu, a nie tekstem rozdzielonym spacjami.

Prawidłowo:

Termin	**Miejsce**	**Godzina**
10 czerwca	Sala A	10:00
12 czerwca	Sala B	12:00

➢ Należy korzystać z funkcji tworzenia tabel i prawidłowo oznaczać nagłówki.

Unikaj:

- łączenia wielu komórek bez potrzeby,
- bardzo skomplikowanych tabel,
- tabel służących wyłącznie do rozmieszczania elementów strony.

➢ Kolor nie może być jedynym sposobem przekazywania informacji

Nie należy pisać:

„Pola oznaczone na czerwono są obowiązkowe.”

Osoba, która nie rozróżnia kolorów, może nie otrzymać tej informacji.

Lepiej:

Pole wymagane

i ewentualnie dodatkowo zastosować kolor.

Kolor może wspierać przekaz, ale nie powinien być jego jedynym nośnikiem. WCAG wskazuje tę zasadę jako element dostępnego projektowania i prezentowania informacji.

7. Kontrast

➢ Tekst powinien być czytelny na tle.

Szczególnie należy uważać na:

- jasnoszary tekst na białym tle,
- biały tekst na jasnym zdjęciu,
- kolorowe teksty na kolorowym tle,
- cienkie fonty o słabym kontraście.

Redaktor powinien korzystać z gotowych stylów dostępnych w programie zamiast samodzielnie zmieniać kolor tekstu.

Jeżeli system umożliwia wybór koloru, należy stosować kolory zatwierdzone w systemie identyfikacji wizualnej i dostępności.

➢ W celu właściwego doboru kontrastów można użyć odpowiednich do tego aplikacji, na przykład:

- Wyszukiwarka kontrastów, znajdź właściwe kontrasty kolorów, aby zapewnić dostępność stron internetowych (WCAG)

8. Multimedia

➢ Napisy do filmów

Jeżeli publikujesz film, należy zadbać m.in. o:

- napisy dla osób niesłyszących i słabosłyszących,
- informacje potrzebne do zrozumienia treści,
- odpowiednią obsługę odtwarzacza,
- alternatywę dla istotnych informacji przekazywanych wyłącznie w obrazie lub dźwięku.

➢ Napisy włączane (opcjonalne):

- Unikaj "wypalania" napisów na stałe w klatkach filmu (open captions). Najlepiej stosować napisy typu *closed captions*, które użytkownik może włączyć lub wyłączyć w odtwarzaczu.

➢ Długość i czytelność napisów:

- W jednym wersie powinno znajdować się maksymalnie ok. **40 znaków**.
- Na ekranie nie powinno wyświetlać się więcej niż **2 linie** tekstu jednocześnie.

- Czas wyświetlania napisu musi być dostosowany do tempa czytania przeciętnego odbiorcy (zazwyczaj minimum 1-2 sekundy na krótki komunikat).
- **Kontrast i tło:** Napisy muszą mieć odpowiedni kontrast względem tła wideo (zgodnie z ogólnymi wytycznymi WCAG dotyczącymi kontrastu tekstu, czyli min. **4:5:1** lub z czarnym półprzezroczystym paskiem w tle).

➢ Audiodeskrypcja

Audiodeskrypcja to dodatkowy lektor w filmie, który opisuje to, co widać na ekranie, aby osoby niewidome lub słabowidzące mogły lepiej zrozumieć akcję.

Główne zasady tworzenia audiodeskrypcji:

- Wykorzystanie przerw w dialogach**:** Opisy lektora wprowadza się wyłącznie wtedy, gdy na ekranie nikt nie mówi. AD nie może zagłuszać dialogów ani kluczowych efektów dźwiękowych.
- Opisywanie "od ogółu do szczegółu": Najpierw podaje się najważniejszy kontekst sytuacji (np. *"Kobieta wchodzi do ciemnego pokoju"*), a dopiero potem mniej istotne detale, jeśli czas na to pozwala.
- Obiektywizm i neutralność emocjonalna: Lektor powinien opisywać fakty, a nie interpretować intencje czy emocje bohaterów za widza (np. zamiast *"Mężczyzna jest wściekły"* lepiej powiedzieć *"Mężczyzna zaciska pięści i marszczy brwi"*).
- Identyfikacja postaci i miejsc: Informacje o tym, kto się pojawia lub gdzie toczy się akcja, podaje się tak szybko, jak to możliwe, aby widz nie poczuł się zagubiony.
- Czytanie tekstów na ekranie: Audiodeskrypcja musi uwzględniać plansze tekstowe, napisy informacyjne (np. imię i nazwisko eksperta na dole ekranu) oraz napisy końcowe, o ile niosą istotną treść.

9. Dokumenty PDF i inne załączniki

Jeżeli dodajesz PDF:

- powinien zawierać prawdziwy tekst, a nie wyłącznie skan,
- powinien mieć logiczną strukturę,
- nagłówki powinny być prawidłowo oznaczone,
- zdjęcia i grafiki powinny mieć alternatywy,
- dokument powinien mieć określony język,
- linki powinny być dostępne,

- tabela powinna mieć odpowiednią strukturę.

Jeżeli informacja może być łatwo przedstawiona jako strona HTML, warto rozważyć publikację jej bezpośrednio na stronie i udostępnienie PDF jako dodatkowego formatu.

➢ Nie publikuj skanów bez sprawdzenia

Skan dokumentu może wyglądać jak tekst, ale dla czytnika ekranu może być jedynie obrazem.

Dlatego przed publikacją skanu należy sprawdzić, czy tekst można:

- zaznaczyć,
- skopiować,
- wyszukać.

Jeżeli nie, należy rozważyć OCR i sprawdzić poprawność rozpoznanego tekstu.

10. Skróty i specjalistyczne pojęcia

Nie zakładaj, że każdy użytkownik zna skróty stosowane w danej instytucji.

Przy pierwszym użyciu warto podać pełną nazwę:

Akademia Pedagogiki Specjalnej (APS)

Dopiero później:

APS

W przypadku terminów specjalistycznych warto dodać krótkie wyjaśnienie.

11. Formularze i komunikaty

Jeżeli redaktor tworzy lub konfiguruje formularz w CMS, należy zwrócić uwagę na:

- czytelne etykiety pól,
- informację o polach wymaganych,
- jasne komunikaty błędów,
- zrozumiałe instrukcje,
- logiczną kolejność pól.

Zamiast:

Błąd!

Lepiej:

Podaj adres e-mail w prawidłowym formacie.

Użytkownik powinien wiedzieć **co jest nieprawidłowe i jak to poprawić**.

12. Popularne oprogramowanie do sprawdzania stron internetowych

- **WAVE (Web Accessibility Evaluation Tool)** – jedno z najpopularniejszych narzędzi do badania dostępności WCAG. Dostępne jako strona online oraz rozszerzenie do Chrome, Firefox i Edge. W sposób wizualny nakłada ikony błędów (np. brak tekstów alternatywnych, zły kontrast) bezpośrednio na badaną stronę.
- **Accessibility Insights for Web** – potężne, darmowe rozszerzenie stworzone przez firmę Microsoft. Oferuje szybki test automatyczny oraz niezwykle przydatny tryb *FastPass*, który pomaga krok po kroku przeprowadzić manualny audyt nawigacji klawiaturą.
- **Lighthouse** – narzędzie wbudowane bezpośrednio w przeglądarkę Google Chrome (w panelu Narzędzi Deweloperskich - F12). W sekcji "Accessibility" generuje procentowy raport dostępności i wskazuje konkretne linie kodu wymagające poprawy.
- **ARC Toolkit –** zaawansowane rozszerzenie do Chrome od firmy TPGi. Bardzo dobrze radzi sobie z analizą struktury nagłówków, poprawnością kodu oraz elementami ARIA.
- **axe DevTools** – rozszerzenie oparte na bibliotece Axe-core (używanej również przez Lighthouse). Pozwala deweloperom na szybkie skanowanie wybranego fragmentu kodu lub całej podstrony bezpośrednio w przeglądarce.

13. Popularne oprogramowanie do badania plików tekstowych

➢ Word

Microsoft Word posiada wbudowane narzędzie, które stanowi świetną bazę do wstępnej weryfikacji dokumentu.

- W górnym menu wejdź w zakładkę **Recenzja** i kliknij przycisk **Sprawdź ułatwienia dostępu** (w starszych wersjach: *Plik -> Informacje -> Wyszukaj problemy -> Sprawdź ułatwienia dostępu*).
- Pamiętaj by przez zapisaniem pliku word do formatu PDF dodać tytuł dokumentu (*Plik -> Informacje -> właściwości)*
- Wykrywa brakujące opisy alternatywne dla obrazów, nieprawidłową strukturę tabel, niewłaściwy kontrast tekstu oraz zbyt duże odstępy (np. puste linie używane jako odstępy zamiast formatowania akapitu).
- **Ważne:** Brak błędów w Inspektorze programu Word **nie oznacza jeszcze**, że plik w 100% spełnia kryteria WCAG.

➢ PDF

Narzędzia bezpłatne:

- **PAC (PDF Accessibility Checker)** – to niekwestionowany, światowy standard w darmowej walidacji dokumentów PDF. Program weryfikuje pliki pod kątem zgodności z normą ISO 14289-1 (PDF/UA) oraz wytycznymi WCAG.
    - Zalety: Bardzo szczegółowe raporty techniczne, funkcja podglądu struktury dokumentu (ułatwia sprawdzenie kolejności odczytu przez czytniki ekranu).
    - Wady: Działa wyłącznie na systemie Windows i nie posiada polskiej wersji językowej. Służy wyłącznie do testowania, nie do naprawiania błędów.
- **veraPDF** – bezpłatne narzędzie typu open-source wspierane przez *PDF Association*. Służy do zaawansowanej, masowej analizy zgodności plików ze standardami ISO (w tym PDF/UA). Często wykorzystywane przez programistów do automatyzacji procesów testowych.
- **PAVE / axesCheck** – darmowe narzędzia online uruchamiane w przeglądarce. Pozwalają na szybkie przeciągnięcie pliku i otrzymanie raportu bez konieczności instalowania czegokolwiek na komputerze. Istnieją jednak ograniczenia co do rozmiaru wgrywanego pliku (zazwyczaj do 5–10 MB).

14. Dobre praktyki

➢ Nie publikuj automatycznie generowanych treści bez sprawdzenia

Treści mogą być generowane lub uzupełniane automatycznie, ale przed publikacją należy sprawdzić m.in.:

- poprawność językową,
- nagłówki,
- linki,
- teksty alternatywne,
- dane,
- daty,
- nazwy własne,
- dostępność załączników.

Automatyzacja nie zastępuje kontroli człowieka.

13. Lista kontrolna

Przed kliknięciem **„Opublikuj”** przeprowadź krótką kontrolę.

➢ Treść

- Czy tytuł strony jasno opisuje jej zawartość?
- Czy jest jeden główny temat strony?
- Czy zastosowano logiczne nagłówki?
- Czy tekst jest zrozumiały?
- Czy długie treści podzielono na sekcje?
- Czy wykorzystano listy tam, gdzie są potrzebne?

➢ Linki

- Czy każdy link jasno informuje, dokąd prowadzi?
- Czy nie ma wielu niejasnych linków „kliknij tutaj”?
- Czy linki działają?
- Czy przy plikach podano ich format?

➢ Zdjęcia i grafiki

- Czy każde zdjęcie informacyjne ma odpowiedni tekst alternatywny?
- Czy grafiki dekoracyjne są oznaczone jako dekoracyjne?
- Czy informacje z grafik są dostępne również tekstowo?
- Czy wykresy i infografiki mają odpowiedni opis?

➢ Dokumenty

- Czy PDF jest dostępny?
- Czy nie jest wyłącznie skanem?
- Czy użytkownik wie, jaki plik otworzy?

➢ Multimedia

- Czy film ma napisy?
- Czy ważne informacje są dostępne również w inny sposób?

➢ Czytelność

- Czy tekst ma odpowiedni kontrast?

- Czy kolor nie jest jedynym sposobem przekazywania informacji?
- Czy nie użyto nadmiernie wielkich liter?
- Czy strona nie zawiera niepotrzebnych ozdobników utrudniających czytanie?

14. Najczęstsze błędy redaktorów

❌ **„Kliknij tutaj”**

Problem: nie wiadomo, dokąd prowadzi link.

Popraw: „Pobierz formularz zgłoszeniowy”.

❌ **„Zdjęcie”**

Problem: nie przekazuje informacji.

Popraw: „Prezydent miasta podczas otwarcia biblioteki”.

❌ **Nagłówek zrobiony pogrubieniem**

Problem: wizualnie wygląda jak nagłówek, ale nie ma właściwej struktury.

Popraw: zastosuj funkcję H2/H3 w CMS.

❌ **Ważna informacja tylko na grafice**

Problem: część użytkowników może nie mieć do niej dostępu.

Popraw: umieść informację również w tekście HTML.

❌ **„Więcej” × 10**

Problem: linki są niejednoznaczne.

Popraw: używaj opisowych nazw linków.

❌ **Ogromne zdjęcia**

Problem: strona długo się ładuje.

Popraw: zmniejsz i zoptymalizuj zdjęcie przed publikacją.

❌ **Skan PDF**

Problem: tekst może być niedostępny dla czytnika ekranu.

Popraw: przygotuj dostępny dokument lub opublikuj treść HTML.

❌ **Informacja przekazywana tylko kolorem**

Problem: nie każdy użytkownik rozróżnia kolory.

Popraw: dodaj tekstowe oznaczenie.

15. Zasada „5 kroków” przed publikacją

- ### Przeczytaj stronę.
  Czy treść jest jasna i logiczna?
- ### Sprawdź nagłówki.
  Czy tworzą prawidłową strukturę?
- ### Sprawdź linki.
  Czy wiadomo, dokąd prowadzą?
- ### Sprawdź zdjęcia i pliki.
  Czy mają odpowiednie alternatywy i opisy?
- ### Sprawdź stronę z perspektywy użytkownika.
  Czy osoba korzystająca z klawiatury lub czytnika ekranu może uzyskać tę samą informację?