

Redaktionella riktlinjer

Riktlinjer för hur vi arbetar med olika typer av innehåll.



Innehållsförteckning

Inledning	1
Text	2
Länktexter.....	2
H-taggar.....	2
Filnamn.....	2
Checklista för text.....	4
Bilder	5
Om bilder.....	5
Storlek på bilder.....	5
Hur väljer vi bilder?.....	5
Bildkategorier.....	6
Livsstilsbilder (fotografi brief).....	6
Övriga bilder.....	8
Hur ska vi välja artikelbilder?.....	9
Alt text.....	10
Checklista för bilder.....	11
Video	12
Om video.....	12
Checklista för videos.....	13
Block	14
Länkknappblock.....	14
Rubrikblock (länk).....	16
Checklista för block.....	17

Inledning

Detta dokument innehåller riktlinjer kring hur vi arbetar med olika typer av innehåll utifrån ett tillgänglighetsperspektiv.

Nedan följer en sammanfattning av ett antal viktiga tillgänglighetsriktlinjer för webbredaktörer. En mer utförlig beskrivning finns senare i dokumentet.

- **Tillhandahåll textalternativ för icke-textinnehåll:** tillhandahåll alternativ i form av text till allt icke-textbaserat innehåll så att det kan konverteras till format som användarna behöver, till exempel bilder, video och ljudfiler.
- **Skapa förståeligt och enkelt innehåll:** använd enkelt och tydligt språk och strukturera innehållet på ett lättillgängligt sätt.
- **Använd tydliga länktexter:** använd tydliga och beskrivande länktexter så att användare vet vad som förväntas hända när de klickar på en länk.
- **Använd beskrivande bilder** som kompletterar text och förmedlar ett budskap och inte endast i ett dekorativt syfte.
- **Använd bra färgkombinationer:** använd hög kontrast mellan text och bakgrund, och undvik att endast använda färg som informationsbärare.
- **Håll riktlinjerna uppdaterade:** se till att uppdatera riktlinjerna när det sker ändringar på webbplatsen eller omvärlden som kan påverka Riksförbundet HjärtLung, till exempel när det kommer nya tillgänglighetsriktlinjer eller när ändringar i hur Google indexerar sidor.

Text

Det är viktigt att tänka på läsbarheten på texten när vi skriver texter på webben. Ett verktyg man kan titta på för att se över läsbarheten på en text är Läsbarhetsindexet. Du kan använda verktyget Lix (<https://www.lix.se>) för att se över det. Man kopierar ett dokument eller skriver en url och sedan får man en siffra uttryckt i procent som refererar till hur svår/lättläst texten är. Det vi rekommenderar är att ha lättläst text mellan 30-50!

< 30 – mycket lättläst, barnböcker

30-50 – lättläst, skönlitteratur, populärtidningar

40-50 – medelsvår, normal tidningstext

50-60 – svår, normalt värde för officiella texter

> 60 – mycket svår, byråkratsvenska

Länktexter

Länkar skall alltid vara märkta med en länktext (även kallad ankartext). En länktext ska beskriva vad länken handlar om. Om du till exempel länkar till en intern sida om hjärtinfarkt kan en länktext se ut så här: "Lär dig om hjärtinfarkt". Var varsam med länkar i brödtext, det stör läsandet. För varje länk måste läsaren aktivt ta ett beslut om att följa länken eller fortsätta att läsa. Formulera länkar med omsorg. Helst ska länktextern korrelera med rubriken på målsidan. Skriv inte "Läs mer", "Klicka här", "Mer information" och liknande. Läs mer kan vara onödigt eftersom det är underförstått så det ska helst undvikas. Tänk på att länken är helt fristående och att man ska förstå var man kommer om man klickar på den med hjälp av hur den är döpt!

H-taggar

Varje sida ska bara ha en H1. Det är viktigt att använda H-taggar stringent. Om det inte finns en H2 på sidan kan man således inte använda en H3. Använd inte H-taggar för visuell stil, utan de ska ha ett tydligt syfte med att strukturera sidan och skapa en hierarki på innehållet.

Filnamn

Filnamnet bör vara så logiskt som möjligt. Oftast är det väldigt tidskrävande och tekniskt omöjligt att ha helt unika filnamn så det är inget som är speciellt genomförbart. Det spelar alltså ingen roll om det är siffror, eller datum, med i

filnamnet så länge filnamnet är något logiskt och återanvändbart. Det som är viktigt är att ha ett system som fungerar bra och används för alla filnamn och att det finns ett tydligt mönster med hur man döper filer.

Checklista för text

- ☐ **Se över läsbarheten på texten:** använd verktyg som Läsbarhetsindexet för att få reda på det!
- ☐ **Skriv inte "Läs mer", "Klicka här", "Mer information"** och liknande eftersom det är underförstått.
- ☐ **Formulera länktext med omsorg:** användaren måste kunna förutse vad som händer vid klick på länken
- ☐ **Låt sammanhanget och syftet med länken avgöra** om den exempelvis ska placeras i brödtexten eller utanför.
- ☐ **Utforma länkar till dokument** och länkar till e-post så att användaren får rätt förväntningar.
- ☐ **Använd endast en H1** på varje sida.
- ☐ **Använd korrekta H-taggar** för att skapa en tydlig hierarki på en sida.
- ☐ **Skapa ett system för hur du döper alla filer** och dokument i CMS:et.

Bilder

Om bilder

Det är viktigt att tänka på vad syftet med bilder är innan vi tittar närmare på hur vi skulle välja bilderna. Om vi har ett tydligt syfte på varför vi använder bilder kan det bli enklare att välja bilder som passar. Bestäm dig för vad du vill att bilden ska förmedla. Ska den förstärka ett budskap? Förmedla en känsla? Eller förenkla och förtydliga något som är svårt att förklara?

Storlek på bilder

Använd inte för stora bilder på webb, det vill säga för tunga bildfiler. För besökare blir sidorna tröga att ladda, framförallt på mobilen och när det är sämre internetuppkoppling. Sidor som presterar sämre i nedladdningstid rankas också lägre i sökmotorerna.

Hur väljer vi bilder?

För att kunna välja rätt bilder så måste vi börja med att svara på frågan om hur vi vill uttrycka oss? Vi måste tänka på hur vi beskriver oss själva och vad vi gör för våra användare och det är just det som ska speglas i texterna vi skriver och i bilderna vi använder på webben och då blir det utgångspunkten i hur vi kommunicerar med våra användare.

Vi har tagit fram ett antal värdeord och meningar som ska beskriva hur vi kommunicerar visuellt och i text **"Vi finns för dig"**, **"Bättre levnadsvanor"**, **"Du är inte ensam"** och **"Vägen tillbaka till ett aktivt liv"**. När vi börjar arbeta med bilder så ska vi välja bilder som speglar dessa värdeord; bilder som förklara och förstärka texten. Hur vi vill uttrycka oss är vår tonalitet och vi ska använda samma tonalitet i bild som vi använder i text.

Bildkategorier

Våra bilder på webben är uppdelade i två kategorier: livsstilsbilder och övriga bilder. Dessa kategorier ska spegla olika typer av innehåll som finns på olika kommunikationskanaler.

Livsstilsbilder (fotografi brief)

Livsstilsbilder är bilder som vi använder i våra kommunikationskanaler med syfte på att uttrycka oss och visa vad vi gör, våra tjänster och vad vi står för. Den generella tonaliteten av bilderna är positiv med bilder från vardagen. Vi vill förmedla känslan att vi tillsammans med andra blir mer glada. Bilderna innehåller något av följande egenskaper eller en kombination av dem.

I rörelse

Vi vill fånga rörelser och visa en aktiv livsstil.

Tillsammans med andra

Att dela moment tillsammans.

Livfull

Vi vill ha fokus på bilder utomhus med personer fyllda av positiv energi och glädje.

Personligt (en person i fokus)

Vi vill ha fokus på en person där man tydligt kan se deras uttryck. Här presenterar vi exempel på bilder som speglar detta men det är en fördel om vi kan ta egna bilder och då utgår vi ifrån dessa egenskaper.



En bild med exempel på livsstilsbilder

Övriga bilder

Det finns bilder på sidan som inte behöver ha samma manér som livsstilsbilderna. Ett exempel på det är artikelbilder. Bilderna bör innehålla något av följande egenskaper eller en kombination av dem.

Beskrivande

Beskrivande bilder som stödjer informationen som finns på till exempel en artikel.

Abstrakt uttryck

Bilderna på artiklar kan ha ett mer abstrakt uttryck för att skapa kontrast med andra livsstil bilder.

Relevant

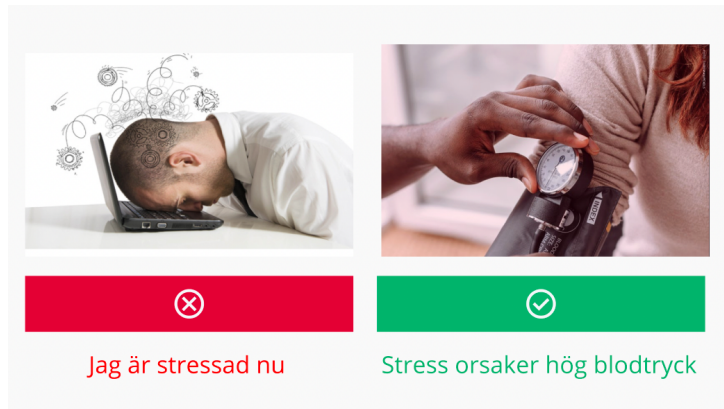
Bilderna ska vara relevanta till den text den kombineras med och kompletterar informationen där.



En bild med exempel på bilder vi skulle kunna använda på artiklar om hälsa

Hur ska vi välja artikelbilder?

Vi måste alltid tänka på vad bilderna egentligen säger för att kunna välja rätt bild. Vi vill undvika "stockbilder" som är upprepande och inte säger mycket ny information till användaren.



En bild som visualiserar man ska välja rätt bild på en artikelpuff

Exempel 2

Bilden ska ha ett uttryck som speglar informationen i artikeln och kompletterar eller svarar på innehållet i rubriken.



En bild som visualiserar man ska välja rätt bild på en artikelpuff

Genom att använda tydliga och intressanta bilder, ökar vi chansen till att användaren kan lättare få sin frågeställning besvarad men även att de stannar kvar längre på sidan eller klickar vidare till en artikel.



Alt text

För att skapa alt-texter som är tillgängliga så måste man förstå syftet och kontexten av de bilder som behöver alt-text. Syftet med alt-texter är att stödja skärmläsare användaren genom att förstå kontexten av bilden. Det gäller inte bara för personer med olika funktionsnedsättningar utan så kan alt-texter vara till nytta även när bilderna inte laddas ordentligt.

Checklista för bilder

- ☐ **Bilder ska inte vara distraherande:** bilder kompletterar texter med ett visuellt uttryck och ska uppfylla ett syfte på en sida.
- ☐ **Använd text, inte bilder, för att visa text:** undvik text i bild; text i bilder orsakar problem för skärmläsare. Anledningen vi inte vill ha text på bild är att texten blir pixelbaserad och är därför svårare att läsa i vissa skärmar och för att texten blir inte tillgänglig till skärmläsaren
- ☐ **Bilder ska helst inte vara dekorativa:** även om man får ha dekorativa bilder så vill man helst välja bilder som kommunicerar eller förmedlar ett budskap.
- ☐ **Beskriv innehållet tillräckligt detaljerat** för den som enbart uppfattar text beskrivningen. Det är viktigt att utgå från användarens behov och innehållets syfte.
- ☐ **Använd inte för stora bilder:** undvik att använda tunga bilder för att sidorna bli trögladdade.
- ☐ **Använd inte bilder som enda sätt att förmedla viktig information:** användare som är beroende av till exempel skärmläsare och punktdisplay behöver beskrivningar av allt innehåll som inte är text.
- ☐ **Välj detaljnivå av alt-texten efter användarens behov:** alt-text kan vara mer eller mindre detaljerad men den får inte överstiga 150 tecken.
- ☐ **Inled inte alt-texten med bild av grafik av** eftersom det läsas automatiskt av skärmläsare och då blir det upprepade text.
- ☐ **Undvik upprepningar genom att provlyssna:** det bästa sättet att se till att alt-texten fungerar bra är att provlyssna med hjälp av skärmläsare eller andra verktyg så att se om du fattar kontexten av bilden utan att se den.

Video

Om video

Inspelad digital video ska ha undertexter (kallas även text-beskrivningar eller textremsa) och för ljudinspelningar (till exempel podcasts) med mera ska en textversion erbjudas.

Personer som av olika skäl inte tydligt kan uppfatta eller förstå ljud kan i många fall tillgodogöra sig innehållet om det finns i textformat. Detta berör många människor, och kan bero på till exempel hörselnedsättning eller störande ljud. Många tittar på videoinnehåll med ljudet avslaget, till exempel för att de inte vill störa personer i omgivningen eller för att de saknar fungerande högtalare/hörlurar. En del personer med svenska som andraspråk har också nytta av undertexter, liksom den som vill orientera sig i en inspelning genom att snabbspola med bild.

Checklista för videos

- ☐ **Planera produktionen med hänsyn till tillgänglighet.**
- ☐ **Använd/välj videospelare med bra tillgänglighet:** till exempel Youtubes videospelare.
- ☐ **Beskriv alla ljud av betydelse:** Undertexter ska, förutom dialogen, beskriva andra relevanta ljud om det behövs för att användaren ska kunna tillgodogöra sig innehållet. Till exempel "en telefon ringer" eller "musik spelas". Man kan även vara mer specifik i vilken typ av musik om det är relevant till kontexten av videon.
- ☐ **Säkerställ att alla kan ta del av undertexter,** allra helst valbara, så kallade dolda undertexter.
- ☐ **Se till att det är lätt att hitta och aktivera undertexter.** Det är en inbyggd funktion om man använder ett Tredjepartsverktyg som Youtube
- ☐ **Erbjud gärna en separat textversion.** Det kan man göra i textbeskrivningen av till exempel en Youtube video.

Block

Denna del av dokumentet innehåller riktlinjer om länknappblock och Rubrikblock (länk). De är två block som finns i CMS:et och används på lite olika sätt på sajten idag.

Länknappblock

Länknappblocket är ett bra block för att lyfta information. Utseendet på knappen är samma som en sekundär knapp och en sådan knapp används för att lyfta extra viktig information. Men för att förstå när det bör användas, så finns det steg att följa:

1. **Blocket behöver ha mer kontext:** det behöver finnas mer information som knappen kan kombineras med. Det betyder att texten före blocket måste leda till blocket och att man sedan kan klicka vidare på sidan!
2. **Blocket bör inte användas på många platser:** det behövs oftast inte så många ingångar på en sida. Blocket ska helst inte vara en del av en artikel utan man ska kunna använda länkar istället!

Vi behöver förstå skillnaden mellan länkar och knappar för att sedan kunna använda rätt block i rätt scenario. Knappar och länkar ger användaren olika förväntningar på vad som ska ske vid klick på dem:

- **Använd länk för att navigera till en annan del av webben.** Länkar möjliggör att man kan knyta ihop relaterade sidor.
- **Använd knapp för att initiera en aktivitet:** ett klick på en knapp får något att hända. Det kan vara att ett formulär man fyllt i skickas in eller att en sökning utförs. Nästan alltid är en del av händelsen att användaren kommer till en ny sida – men det måste hända mer än så.



Våra aktiviteter

Din Hälsa

Aktiv med HjärtLung
- våra aktiviteter



Diagnosdukar

Hjärtlungräddning

Hälsans stig

Hälsocoacher

Motionsgrupper och
träningsprogram



Tematräffar

Tillsammans

Hälsans stig



Livsstil



För dig som patient



Våra föreningar ger dig stöd till en aktiv livsstil

Våra lokalföreningar erbjuder regelbundna motionsgrupper anpassade för dig med hjärt-, kärl- och lungsjukdom. Föreningarna ordnar föreläsningar och aktiviteter där du kan öka dina kunskaper om hjärt-, kärl och lungsjukdom samt hur du kan påverka dina förutsättningar genom till exempel motion och kost. Föreningarna är för många en källa till gemenskap och glädje.

Din förening erbjuder aktiviteter nära dig

Vill du veta vad en förening nära dig har att erbjuda, eller hur du kan engagera dig? Hitta din förening och fråga efter föreningens program.

[Hitta en förening nära dig >](#)

Aktiviteter för dig med hjärt-, kärl-och lungsjukdom

Inom förbundet tar vi fram motionsprogram och utbildningsmaterial inom livsstil och hälsa för dig som lever med hjärt-, kärl- och lungsjukdom eller är närstående. Vi lägger stor vikt vid det du kan påverka själv för att må så bra som möjligt.

[Motionsgrupper och träningsprogram >](#)

Diagnosdukar och tematräffar

Här kan du läsa mera om vad vi gör för att ge dig stöd i en aktiv livsstil.

En bild som visar blocket länknappblock(en röd knapp som visas här i texten)

Rubrikkblock (länk)

Rubrikkblock (länk) är ett block som man får vara försiktig med när man använder den. Blocket får bara användas konsekvent så att vi undviker att skapa ett beteende som användaren inte är van vid. Till skillnad från ett vanligt rubrikkblock så är Rubrikkblock (länk) klickbar och länkar till en landningssida med mer information om den. Men för att förstå när det bör användas, så finns det vissa steg att följa:

1. **Vara konsekvent:** det är viktigt att använda samma typer av rubriker på samma sida för att uppfylla samma syfte och om det finns.
2. **Vara försiktig:** det är viktigt att vara försiktig när vi använder blocket och i vilket sammanhang.

De riktlinjer som gäller för länkar och länktexter ska även gälla för detta block, eftersom det är en länk i grunden! Ett exempel på hur det inte ska användas är på startsidan (se bilden nedan) där det finns två olika typer av rubriker som har olika beteende och skiljer sig lite i utseendet, då den klickbara rubriken slutar med ett ">" tecken. Så ska det inte vara, för då förvirrar man användaren med att presentera olika beteenden av element som ser ganska lika ut i nästan samma sammanhang.



En bild som visar blocket Rubrikkblock (länk) på startsidan

Checklista för block

- ☐ **Använd Rubrikblock (länk) blocket konsekvent på en sida.** Blocket bör inte användas tillsammans med andra ej-klickbara rubriker som har exakt samma rubriknivå på samma sida.
- ☐ **Använd inte Länkknappblocket på många platser:** det behövs oftast inte så många ingångar på en sida. Blocket ska helst inte vara en del av en artikel utan man ska kunna använda länkar istället!