

Lathund för webbtillgänglighet

cec.lu.se

Allt innehåll på vår webbplats ska vara tydligt och lätt att förstå för alla.

Tillgänglighet handlar inte bara om att underlätta för besökare med till exempel syn- eller hörselnedsättning eller dyslexi. Även besökare utan funktionsvariationer har glädje av en välstrukturerad webbplats som är lätt att förstå.

Det som är nödvändigt för 10 procent underlättar för 40 procent och är bekvämt för 100 procent.

Logisk struktur och välformulerat innehåll är också en fördel för sökmotorernas indexering. Det kan göra att man hamnar högre upp i Googles träfflistor.

Om du undrar över något och inte hittar svaret i denna lathund så innehåller följande webbplats det mesta man behöver veta, samt har en bra sökfunktion:

webbriktlinjer.se

Kommunikationsansvarig
Anna Maria Erling
anna_maria.erling@cec.lu.se
046-222 68 96

Uppdaterad 2020-10-22

Innehåll

| | |
|---|----|
| En typisk sida | 3 |
| 1. Bilder | 4 |
| 2. Allmänt om text | 4 |
| 3. Rubriker | 5 |
| 4. Punktlister | 5 |
| 5. Länkar | 6 |
| 6. E-postadresser | 7 |
| 7. Telefonnummer | 7 |
| 8. Språkbyte | 8 |
| 9. Struktur | 8 |
| 10. Navigering | 8 |
| 11. Pdf-filer | 8 |
| 12. Färger & visuell presentation | 10 |
| 13. Formulär | 10 |
| 14. Ljud & film | 10 |

En typisk sida

LU Karriär och kompetens | Centrum x +

cec.lu.se/sv/utbildning/grund-och-avancerad-utbildning/k...

Appar LU Länkar | Drupal-lath...

Till Lunds universitet Student Alumn Intert för medarbetare

English website Lyssna

Centrum för miljö- och klimatforskning, CEC

Om CEC Utbildning Forskning Samverkan Publikationer Nyheter & media Kontakt

Start » Utbildning » Grund- och avancerad utbildning i miljövetenskap » Karriär och kompetens

Grund- och avancerad utbildning

Kurser

Terminstider 2020–2021

Kandidatprogram (grundnivå)

Masterprogram (avancerad nivå)

Praktik

Studentinformation

Röster om utbildningarna

Karriär och kompetens

Här arbetar våra tidigare studenter

Hjälp ut i arbetslivet

Studierådet MYS

Kontakt

Forskarutbildning

Karriär och kompetens

Arbetsmarknaden för miljövetare och miljö- och hälsoskyddare är mycket bred. Du kan arbeta både inom privat och offentlig sektor, på tjänster där det krävs en mycket bred kompetens eller på tjänster där det krävs spetskompetens inom ett begränsat område.



Nöjda studenter som får jobb!

Enligt våra alumnundersökningar är våra studenter konkurrenskraftiga och etablerar sig snabbt på arbetsmarknaden. Nedan är en sammanfattning av den senaste alumnundersökningen som genomfördes i juni 2019. Och studenterna trivs på utbildningarna, enligt Lunds Naturvetarkärs senaste studentenkät.

[Läs mer om vad våra studenter tycker om utbildningarna i miljövetenskap.](#)

Resultat från alumnundersökning 2019

Drygt 95 % tyckte att utbildningen har gett färdigheter och kunskap som är nödvändiga i deras nuvarande arbetsliv.

Drygt 85 % fick arbete där utbildningen var relevant inom ett år efter avslutad utbildning. Drygt 32 % fick arbete där utbildningen var relevant redan innan avslutad utbildning.

Ca 80 % arbetade som anställd där utbildningen var relevant.
Ca 1 % var egenföretagare där utbildningen var relevant.
6,5 % studerade på grundnivå, avancerad nivå eller doktorandnivå.
Ca 1 % var arbetssökande.

Exempel på alumnernas yrkestitlar

- Hållbarhetsansvarig
- Hållbarhetssamordnare
- Livsmedelsinspektör
- Miljöingenjör
- Arbetsmiljökonsult
- Miljöledare
- Forskare och universitetslektor inom miljöområdet
- Miljöplanerare
- Naturpedagog

Bilderna har beskrivande alt-texter

Röster om utbildningarna

Läs och lyssna på vad våra studenter tycker om utbildningarna.

Kontakta oss

Vi svarar på dina frågor inför och under utbildningen.

Länkar ligger på en egen rad och är formulerade så att besökaren förstår vad som händer om hen klickar på dem.

Texten är lättläst och strukturerad med rätt rubriknivåer och punktlister

1. Bilder

Bilder ska inte innehålla text, såvida inte samma text även är tillgänglig som ren text.

Alla bilder ska ha en kortfattad alternativtext som beskriver bilden eller bildens syfte. Den ska ge samma information som bilden. Alt-texten ska inte innehålla samma information som närliggande text, till exempel bildtext.

Exempel på korrekta alt-texter:

- Ekologihuset med solnedgång i bakgrunden. Foto.
- Anna Andersson. Foto.
- Två gröna cyklar. Illustration.
- Lunds universitets logotyp.

Avsluta alltid alt-texten med punkt. Då gör skärmläsaren ett litet uppehåll innan den fortsätter, vilket underlättar för den som lyssnar.

Vissa bilder kan behöva en längre förklaring, till exempel ett organisationsschema. Du kan då antingen beskriva organisationen på webbsidan där du publicerar bilden, eller skapa en separat webbsida för beskrivningen och länka till sidan i anslutning till bilden. Alt-texten för organisationsschemat kan till exempel vara: "Organisationsschema för CEC. Illustration."

Tips: Installera en plugin för Google Chrome som heter Web Developer. Med den kan man se alla alt-texter på en sida utan att gå in i redigeringsläge.

2. Allmänt om text

Text presenteras som text, inte som bilder av text.

Lägg det viktigaste först. Disponera texten på ett logiskt sätt. Stryk sådant som inte behövs.

Tänk sökordsoptimering: använd ord och formuleringar som tydligt beskriver och sammanfattar ämnet i rubriker och ingress.

Använd du-tilltal till läsaren.

Skriv med aktiva verb.

Använd begripliga ord och förklara nödvändiga facktermer. Använd samma ord eller begrepp genomgående för att beskriva samma sak.

Undvik långa och invecklade meningar. Använd ny mening ofta. Variera längden mellan 5 och 20 ord, med flest korta meningar.

Använd nya stycken ofta. Ungefär tre rader i varje stycke ger god läsbarhet. Det underlättar även läsning på mobiltelefon, där raderna i varje stycke blir betydligt fler.

Hänvisa inte till att information ligger till vänster eller höger på sidan eftersom det kan se annorlunda ut i mobil och på läsplatta.

Undvik fet stil annat än i undantagsfall för enstaka, betonade ord.

Kursiv text är svårsläst i längre texter på bildskärm. Använd bara för att skilja ut enstaka ord på främmande språk (till exempel engelska och latin).

Använd punktlister vid uppräknings (se egen rubrik).

Undvik förkortningar (m.m., bl.a., t.ex., etc.), skriv ut orden istället.
[Och tänk på att mm betyder millimeter!]

Skriv Lunds universitet istället för LU.

Genitiv av CEC skrivs CEC:s (inte CECs). Jämför EU:s, FN:s, IPCC:s, BECC:s osv.

Exempel: CEC:s personal.

[Detta har inte med tillgänglighet att göra utan är en helt vanlig skrivregel.]

3. Rubriker

Skriv informativa rubriker och mellanrubriker som har täckning i texterna och lockar till läsning. Många besökare hoppar över texter som saknar mellanrubriker.

Rubrikstrukturen ska vara logisk och återge innehållets hierarki. Koda med Heading 2 för mellanrubrik och Heading 3 för underrubrik. Hoppa inte över en nivå. Använd inte fet eller kursiv stil för rubrikändamål.

Kodning av rubriker har en viktig funktion för den som använder skärmläsare. Besökaren kan välja att bara få rubrikerna upplästa och stega mellan dem för att hitta det hen är intresserad av att veta mer om. Om rubriker istället är kodade som Normal med till exempel fet stil kommer allt att läsas upp i en följd som vanlig brödtext.

Det är också en stor fördel för Googles indexering, som bland annat baseras på kodade rubriker. Det ger alltså större chans till relevanta sökträffar.

4. Punktlister

Använd punktlister när en uppräknings omfattar tre eller fler ord/element/länkar. Om ingen uppenbar logisk ordning finns för det som räknas upp kan alfabetisk ordning vara ett bra sätt att underlätta för läsaren. Utelämna kommatecken i listorna.

Använd numrerad lista endast när punkterna i listan kommer i en faktisk följd, exempelvis så här:

1. Starta datorn
2. Skriv ditt användarnamn
3. Skriv ditt lösenord
4. Klicka på OK

Använd formaten ”punktlista” eller ”numrerad lista” i Drupal, så kodas de automatiskt som listor i html. Detta gör att hjälpmedel, som används för exempelvis uppläsning av innehåll, hanterar det på ett bra sätt för användaren.

5. Länkar

Länktext ska vara formulerad så att besökaren förstår vart länken leder och vad som händer om man klickar på den. Länken ska om möjligt vara begriplig även när den läses utanför sitt sammanhang. 7–12 ord kan vara en lagom längd.

Placera länken på egen rad närmast under det textstycke den relaterar till.

Fel:

Läs mer

Klicka här för mer information

Om du länkar till en intern sida, använd gärna den länkade sidans titel som länktext. Detta förutsätter en tydlig och informativ rubrik. Om du inte kan använda samma länktext som i rubriken, se till att länktexten och rubriken skiljer sig så lite åt som möjligt. Risken är att besökarna annars tror att de hamnat på fel sida.

Länkar till sidor på den egna webbplatsen:

Kandidatprogram

CEC i media

Om du länkar till en annan webbplats anger du organisationens eller webbplatsens namn, antingen formulerad med ord eller som URL.

Länkar till andra webbplatser:

Klimatpolitiska rådets webbplats

Rapport: ”Climate Change and Land” på IPCC:s webbplats

Artikeln ”Forskning pågår” på vetenskaphalsa.se

Forskarutbildning – biologi.lu.se

Skriv hellre ”Information om nätverksträffen” än ”För information om nätverksträffen, klicka här”. Användare vet att det går att klicka på länkar, det behöver du inte tala om. Av samma anledning är det onödigt att inleda länkar med sådant som ”Läs mer om ...” och ”Gå till ...”.

Länkar till andra webbsidor, både interna och externa, ska öppnas i samma flik.

Länkar till dokument ska öppnas i ny flik. Rätt uttryck på engelska är ”new tab”.

Ange dokumentets format i länktexten: pdf, doc eller något annat. Då blir det tydligt att länken inte går till en webbsida. Filens storlek bör framgå av länktexten. Då kan besökarna lättare avgöra hur lång tid det tar att ladda ner dokumentet.

Exempel:

Lunds universitets språkpolicy (PDF, 84 kB, ny flik)

Vid uppräknings av flera webbplatser under en gemensam rubrik kan det räcka att ange i den att det rör sig om andra webbplatser.

Exempel:

Länkar till musikföreningarnas webbplatser:

Alte Kamereren

Bleckhornen

Carolinae Damkör

Vid uppräknig av flera länkar som leder till dokument räcker det med ange att de öppnas i ny flik en gång i stycket närmast ovanför.

Exempel:

Blanketterna nedan öppnas i ny flik:

[Blankett xxx \(PDF, 75 kB\)](#)

[Blankett yyy \(PDF, 25 kB\)](#)

[Blankett zzz \(PDF, 43 kB\)](#)

6. E-postadresser

Skriv ut e-postadresser.

Rätt: Kontakta kommunikationsansvarig Anna Maria Erling
anna_maria.erling@cec.lu.se

Fel: Kontakta kommunikationsansvarig
[Anna Maria Erling](#)

E-postlänken bör innehålla e-postadressen till mottagaren, för att användaren ska förstå vad som händer när man följer länken. Förändring av sammanhang, till exempel öppning av e-postprogram, ska bara göras om användaren kan förvänta sig det.

När e-postadressen är utskriven i länktextern kan användaren antingen kopiera länkadressen och själv välja ett program för att skicka meddelandet eller klicka på länken för att använda ett förvalt e-postprogram.

7. Telefonnummer

Markera telefonnummer i koden som telefonlänkar. Det ger möjlighet att direkt ringa upp numret, på samma sätt som e-postlänkar ger möjlighet att skicka e-post.

Ange det fullständiga telefonnumret, inklusive det internationella prefixet, i länken – även om det nummer som visas på sidan bara innehåller den lokala delen. Då fungerar länken oavsett varifrån användaren ringer.

Exempel:

Länkens utseende: [046-222 97 96](tel:046-222 97 96)

Bakomliggande tel-länk: [tel:+46462229796]

8. Språkbyte

Undvik att blanda olika språk på samma sida. Om det inte går anger man ett språkbyte i html-koden för att till exempel en skärmläsare ska uttala innehållet korrekt. Gå in i Full HTML-läge.

Engelska ord på en svensk sida:

```
<span lang="en">Text in English</span>
```

Svenska ord på en engelsk sida:

```
<span lang="sv">Text på svenska</span>
```

Är texten flera stycken lång använder man koden div istället för span.

```
<div lang="en">Text in English</div>
```

```
<div lang="sv">Text på svenska</div>
```

9. Struktur

Områdesrubriker ska beskriva områdets funktion tydligt och kortfattat.

Sidor och funktioner ska beskrivas konsekvent i länkar, hänvisningar och rubriker.

Sidorna ska ha unika och relevanta sidtitlar.

10. Navigering

När samma meny eller länksamling visas på olika sidor ska sorteringen vara konsekvent om det inte skulle uppfattas som ologiskt av användarna.

11. Pdf-filer

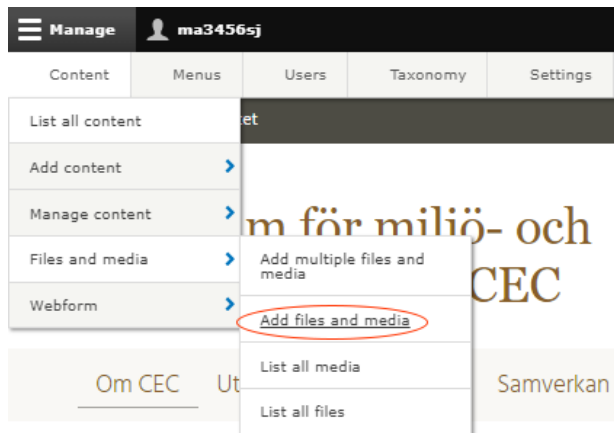
Information ska alltid göras tillgänglig som vanlig text/webbsida i första hand.

PDF bör endast användas för:

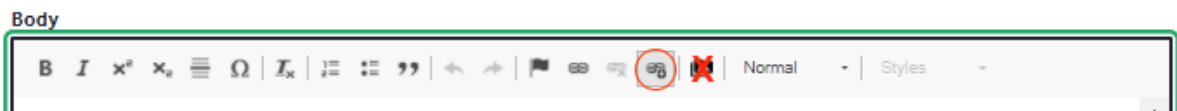
- Dokument som är väldigt långa och som i första hand är tänkta att läsas i utskrivet format.
- Statiska dokument såsom lagtexter, regleringsbrev och instruktioner där det är viktigt att dokumentets layout, grafik och innehåll alltid presenteras på samma sätt.
- Att presentera matematiska formler.
- Dokument som enligt lag måste se ut på ett specifikt sätt.
- Dokument som innehåller tabeller med många kolumner.

Det ska finnas en lämplig textbeskrivning av material i komplexa format i anslutning till materialet. Lägg exempelvis en kort sammanfattning av viktiga pdf-dokument i anslutning till länken till dokumentet.

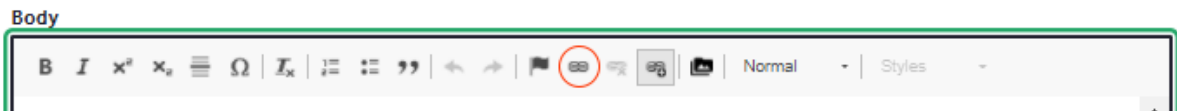
Länkar till pdf-filer ska öppnas i ny flik. Ladda upp filen via Content / Files and media.



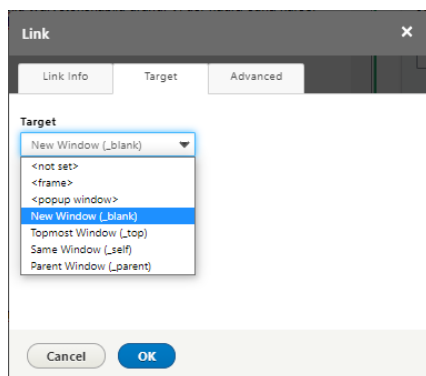
Använd sedan Add link i sidans redigeringsläge för att leta upp filen. Öppning i ny flik går inte att åstadkomma om man lägger in pdf-filen via Media Embed Button.



Redigera slutligen länken i Link-verktyget.



Target ska vara New Window.



I universitetets bild- och mediebank finns Word- och InDesign-mallar med instruktioner för hur man skapar tillgängliga pdf-filer utifrån dem.

Dokument som offentliggjorts innan den 23 september 2018 undantas från kraven, såvida de inte ”behövs för att genomföra de aktiva administrativa förfaranden som följer av den berörda myndighetens uppgifter” (exempelvis blanketter som fortfarande används).

12. Färger & visuell presentation

Begripligheten ska inte vara beroende av användarens förmåga att uppfatta olika färger.

Grafiska objekt som förmedlar information, och texter som förekommer i bilder, illustrationer och filmer ska ha tillräckliga kontraster.

13. Formulär

Ifrågasätt varje fält, behövs det egentligen?

Hjälp användaren med format. Krävs det till exempel att datum fylls i på ett visst sätt så använd en ”date picker” där användaren väljer ett datum istället för ett ifyllnadsfält.

I många fall vet avsändaren vilka data som användaren troligen kommer att fylla i. Fundera på om dessa kan listas för att låta användaren välja bland alternativ istället för att skriva själv.

14. Ljud & film

Kraven gäller material som publiceras från och med 23 september 2020.

Det ska finnas en lämplig textbeskrivning av material i komplexa format i anslutning till materialet. Återge exempelvis innehållet i en film i anslutning till filmen.

Det ska vara tydligt för användarna var de kan hitta alternativ till information som ges på annat sätt än med text.

Den som inte kan ta del av det visuella innehållet i videoinspelningar, till exempel på grund av synnedsättning, ska kunna få motsvarande information antingen presenterad som text eller i form av syntolkning (ljudbeskrivning).

Ljudinformation i förinspelad video och i ljudklipp återges genom textning. Direktsändningar som även går att ta del av i efterhand ska textas inom 14 dagar.

Textning är nödvändigt för personer som inte hör och en stor hjälp för många andra. Allt fler väljer att se film med ljudet avslaget.

All relevant ljudinformation ska textas. Inte bara tal, utan även andra ljud som är viktiga för förståelsen. Om ett tåg råkar tuta i bakgrunden av en intervju tillför den informationen inget till förståelsen. Men om filmen handlar om tåg och vi ser ett tåg som tutar kan det vara relevant att beskriva. Gärna inom parentes: (Tåget tutar).

För att läsaren ska hinna läsa texten får varje rad inte vara för lång, och den måste ligga kvar tillräckligt länge för att hinna läsas.

Rekommendation för radlängder är:

- Max två rader text
- Max 42 tecken per rad
- Totalt max 84 tecken

Rekommendation för timing är:

- En rad 3 sekunder
- Två rader 6 sekunder
- Minst en sekund för en tredjedels rad

Om du skriver exakt allt som sägs i filmen kommer raderna med stor sannolikhet bli för långa. Därför är det bra att förenkla.

Det finns många olika verktyg för att texta film. Om filmen publiceras på Youtube kan textningen göras där utan att särskild programvara behövs.