

המדריך לנגישות בדיגיטל

 נגישות ושיווק באינטרנט
www.a-2-z.co.il

שם : שי תני | מייל : shay@a-2-z.co.il | טלפון : 052-3893930

- מה אנחנו חייבים להגיש
- נוהל עבודה לפני שבונים נכס דיגיטלי חדש
- עיצוב נגיש
- תוכן נגיש
- הngשת מסמכי אופיס ו- PDF
- נגישות ברשתות חברתיות
- נוהל מענה לפניות בנושא נגישות
- הסדרי נגישות

הייעוץ אינו משפטי, ומבוסס על מיטב הבנתינו וניסיונינו בלבד

אתר אינטרנט

כל ארגון שנותן מידע או שירות לציבור חייב להנגיש את אתרי האינטרנט של הארגון.



אפליקציות native

חובה להנגיש את האפליקציות בסלולר, הבדיקות על האפליקציה חייבות להתבצע על שתי מערכות הפעלה אנדרואיד, IOS.



דפי נחיתה

חובה להנגיש את כל דפי הנחיתה שנותנים מידע או שירות לציבור, חשוב לזכור ולוודא שמשרדי הפרסום שאיתם אתם עובדים מכירים את כללי הנגישות.



רשתות חברתיות

חובה להנגיש את המידע המתפרסם ברשתות החברתיות של הארגון, במידה ומבוצע על ידי ספק חיצוני יש לוודא שהספק עובד לפי כללי הנגישות.



תוכן באתרי אינטרנט

חובה להנגיש את כל התוכן שעולה בשוטף לאתרי אינטרנט, כתבות, תמונות, מסמכים, באנרים.



מסמכי PDF שנוצרים ממחולל

כל מסמכי ה-PDF שנוצרים ממחולל (statement) ונמצאים באזור אישי פטורים מהנגשה עד 2021, וינגשו רק על פי דרישה.



מסמכי PDF ואופיס

חובה להנגיש את כל מסמכי אופיס הנמצאים בנכסים הדיגיטלים, ואשר עלו לאתר לאחר 26 לאוקטובר 2017, מלבד מסמכים שנמצאים באזור אישי ומכילים מידע אישי.



הסדרי נגישות / הצהרת נגישות

כל נכס דיגיטלי חייב להכיל עמוד של הצהרת נגישות שמקושר ממקום ברור, העמוד של ההצהרה צריך להכיל את כל המידע על הנגישות באתר והסדרי הנגישות שבארגון, כולל פרטי קשר לרכז הנגישות.



אתר מובייל

חובה להנגיש את אתר המובייל. במידה וחופף לחלוטין עם האפליקציה, ניתן להנגיש אחד מהן, ולהפנות בלינק לפיתרון הנגיש

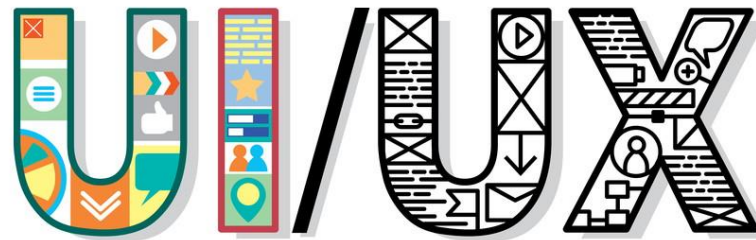


כללי זהב לפני שבונים נכס דיגיטלי חדש -

אתרי אינטרנט ומובייל, דפי נחיתה ומיניסייטים, אפליקציות, טפסי HTML:

1. לבדוק שבחוזה מול הספק יש סעיף שמחייב את הספק לבנות את הנכס הדיגיטלי באופן נגיש לפי תקן נגישות 5568 רמה AA.
2. לשלב את יועצי הנגישות בתחילת התהליך של בניית הנכס הדיגיטלי, כבר בשלב האפיון.
3. אין לעלות את הנכס הדיגיטלי לאוויר לפני סיום בדיקות הנגישות וקבלת אישור מיועץ הנגישות.
4. יש לוודא שהתכנים שמזינים בשוטף עולים באופן נגיש לאתר.
5. בכל נכס דיגיטלי חייב להיות קישור להצהרת הנגישות של הארגון.
6. בכל הצהרת נגישות שמעלים לאתר יש להקפיד על פרטים מעודכנים של רכז הנגישות של הארגון.

עיצוב נגיש



1. בחירת גופן ללא סלסולים, ממשפחת Sans-serif כגון Arial, Tahoma, Helvetica.
2. למידע מורחב על בחירת גופנים נגישים באינטרנט: <http://webaim.org/techniques/fonts>
3. יש לשמור על ניגודיות בין צבע הטקסט לצבע הרקע (גם בכפתורים ותפריטים) ביחס של 4.5:1 לפחות.
 - אין הדבר כולל לוגו או אלמנטים שחשיבותם עיצובית בלבד.
 - עבור טקסטים בעלי קנה מידה גדול יידרש יחס ניגודיות של 3:1.
4. קישורים צריכים להיות מזוהים גם למי שאינו רואה צבע – עפ"י אחד מהבאים:
 - צבע הקישור שונה משמעותית מצבע הטקסט הרגיל הסובב אותו (יחס של 3:1 מהטקסט ו- 4.5:1 מצבע הרקע) **וגם** מופיע קו תחתון מתחת לקישור כאשר מצביעים עליו עם העכבר או כאשר הוא מקבל פוקוס דרך מקלדת.
 - באופן קבוע מופיע קו תחתון מתחת לקישור או אלמנט מוסכם אחר שאינו מבוסס צבע וגם להוסיף שינוי צבע (להקפיד על 4.5:1 מצבע הרקע) בהצבעת עכבר או קבלת פוקוס דרך מקלדת.
5. מומלץ שלא להשתמש בתוכן בקו תחתון עבור ביטויים שאינם קישורים.
6. אין לעצב תכנים באופן המניח כי המשתמש מבחין בין צבעים להבנת משמעויות שונות.
7. יש להימנע ככל הניתן משימוש ב"תמונות של טקסט" במקום טקסט חי - לא כולל לוגו וקישוטים.
8. יש להימנע מעיצובים העשויים לגרום להתקפים אפילפטיים (אלמנטים שמהבהבים יותר מ-3 פעמים בשנייה).
9. רצוי מאוד להימנע מעיצוב עם טבלאות מורכבות (תאים לא אחידים, מיזוג שורות וכדומה).
10. בטפסים מורכבים רצוי להציג את שמות השדות בסמוך לשדה הקלט ולא בתוך השדה ולוודא שהם ממשיכים להופיע גם אחרי שהשדה בפוקוס.
11. רצוי לשמור על ניגודיות של לפחות 3:1 עבור גבולות שדות הטפסים.

תוכן נגיש



1. כאשר התוכן הטקסטואלי הינו בעל מבנה מדורג (פתיח, נושאי משנה, סיכום וכדומה), יש להשתמש בכותרות מסוג H באופן היררכי (H1 – H6) כאשר השימוש בH1 יהיה בעל משמעות אודות התוכן הכללי של הדף ויופיע רק פעם 1 בכל דף.
2. אין לסמן טקסט חשוב אך ורק באמצעות: Bold, Underline, Italic. רצוי להוסיף התייחסות מילולית כגון "שים לב", "יש להודיע" וכדומה.
3. מומלץ שלא להשתמש בתוכן בקו תחתון עבור ביטויים שאינם קישורים
4. אין לכתוב הנחיות והוראות המסתמכות על מאפייני חישה כגון צורה, גודל, מיקום, צבע. דוגמה לא טובה: "לחץ על הכוכב בפניה למעלה"
5. תמונות עיצוביות וקישוטים שאין להן ערך מוסף לגולש יכולו Alt ריק (alt="").
6. יש להימנע ככל הניתן משימוש ב"תמונות של טקסט" במקום טקסט חי - לא כולל לוגו וקישוטים.
7. יש לדאוג לחלופה טקסטואלית – Alt - לכל אלמנט עיצובי (תמונה, גרף וכדומה). יש לוודא שה- ALT מכיל תוכן המתאר את האלמנט העיצובי.
8. יש לנסח קישורים עם מידע משמעותי- כלומר במקום "לחץ כאן" יהיה "לחץ כאן להורדת הקובץ".
9. טבלאות נתונים נגישות:
 - כותרת מקדימה לטבלה עם אלמנט הכותרת H# או אלמנט caption.
 - יש להימנע מטבלאות מורכבות (תאים לא אחידים, מיזוג שורות) או טבלאות בתוך טבלאות.
10. שינוי שפה בתוכן יצוין באמצעות מאפיין lang ב- HTML (עבור פסקה או מאמר, לא ברמת מילה)
11. להנגשת תכנים מורכבים ניתן לפנות למרכז להנגשת מידע של עמותת נגישות ישראל.

הנגשת מסמכים

הנגשת מסמכי PDF, אופיס



חובה להנגיש את כל מסמכי PDF ואופיס הנמצאים בנכסים הדיגיטלים, ואשר עלו לאוויר לאחר 26 לאוקטובר 2017,

מלבד מסמכים שנמצאים באזור אישי ומכילים מידע אישי:

1. יש לוודא שכל העובדים המייצרים את מסמכי האופיס עברו הדרכה בנושא נגישות.
2. יש לוודא שכל מסמכי אופיס ו-PDF עולים לאתר רק לאחר שהונגשו לפי תקן נגישות 5568 רמה AA.
3. כל המסמכים שנצרו לפני 26 לאוקטובר 2017 לא מחויבים בהנגשה. פניות לקבלת מסמך ישן יטופלו פרטנית.
4. כל המסמכים שנצרו על ידי מחולל ונמצאים באזור אישי פטורים מהנגשה עד 2021. פניות לקבלת מסמך כזה יטופלו פרטנית.

נגישות ברשתות חברתיות



1. יש להקפיד על מידת ניגודיות תקינה של טקסט-רקע בתמונות המועלות לפרסומים (פוסטים).
2. יש לדאוג שהמידע (מידע על השירות) המופיע בתמונה יהיה זמין גם כחלופה נגישה:
 - כתיבת המידע כטקסט חי בפרסום (פוסט) ו/או
 - מתן קישור בפרסום (פוסט) למיקום אחר הכולל את המידע שבפרסום באופן נגיש.
3. בפרסום של וידאו/אודיו (מוקלט, לא שידור חי):
 - הטמעת כתוביות על גבי הוידאו (embedded) טרם ההעלאה, או:
 - צירוף של כתוביות מוסתרות (closed captions) באמצעות קובץ כתוביות מסוג SRT.
 - במקרה של כנס, דיון, הרצאה:
ניתן במקום הנ"ל, הוספת חלופה כגון תמלול או פרוטוקול במיקום המיועד לטקסט חי בפרסום (פוסט) או כקישור למיקום שבו מצויה החלופה באופן נגיש.
 - במקרה של סרט אילם או ללא אודיו - מומלץ לציין זאת בתוכן הפרסום (פוסט).
4. בפרסום של תכנית טלוויזיה – חלות ההתאמות הנדרשות עפ"י חוק שידורי טלוויזיה.
5. מכיוון שאין לנו גישה לכל הרכיבים בממשקי הרשתות החברתיות, חובה להנגיש את מה שכן ניתן.

קיבלתם פניה מגולש או מעו"ד הטוענים כי האתר אינו נגיש, מה לעשות?

1. לערב את היועץ המשפטי שלכם - בהתאם לרביזיה האחרונה לתקנות הנגישות לא יתאפשרו תביעות ללא שליחת הודעת דרישה לתיקון האתר בתוך זמן סביר, אך לא יותר מ-60 יום מקבלת ההודעה. עד התיקון יינתנו חלופות נגישות. יש להתייחס להודעה זו כאילו 'הפעילה' את הזמן הסביר, עד 60 יום להעביר את הפנייה מיידית ליועץ הנגישות לבדיקה – צוות A-2-Z יבדוק עניינית את נושא הפנייה ואת האזור שבו נתקלה הגולש/ת בבעיית נגישות.
2. קובעים שיחה עם המתלונן, או של A-2-Z לבד או שיחה משותפת, כדי להבין אם יש בעיה ואיפה הבעיה. לדוגמא, חלק מהדברים שנברר בשיחה יהיו: איפה נתקל בבעיית הנגישות; מה המידע או השירות הנדרשים; עם איזה דפדפן המשתמש גולש; עם איזה קורא מסך המשתמש משתמש.
3. במידה ואכן יש בעיית נגישות, חברת A-2-Z תבצע בדיקה מלאה של העמוד עם הבעיות ותלווה את הלקוח עד לסיום התיקונים.
4. כמעט בכל המקרים נמליץ לספק בינתיים ובאופן מידי חלופה נגישה למידע או לשירות הנדרשים.
5. לאחר סיום התיקונים חברת A-2-Z תיצור קשר עם הגולש שהתלונן ותוודה מולו שהבעיה אכם תוקנה ושאינ בעיות נוספות המונעות ממנו להגיע למידע שהוא צריך באופן נגיש.
6. סגירה רשמית של האירוע, כדי לא להשאיר פתח לתביעה בהמשך.

כל נכס דיגיטלי צריך להכיל עמוד של הסדרי נגישות /הצהרת נגישות או קישור לעמוד הראשי של הסדרי הנגישות בארגון

מה צריך להכיל עמוד הסדרי נגישות:

- פסקה כללית על הנגישות בארגון
- פירוט הסדרי נגישות
- מידע על נגישות השירות לקוחות
- מידע על נגישות אתר האינטרנט
- פרטי קשר של רכז הנגישות בארגון

