

# Przewodnik do samooceny i lista kontrolna autora treści

Ten przewodnik i towarzyszące mu listy kontrolne pomogą Ci ocenić swoją pracę, zanim skierujesz ją do opublikowania na witrynie<sup>1</sup>.

## Jak oceniać dostępność swoich tekstów

### Niech minie trochę czasu

Ocenianie treści zaraz po jej napisaniu jest mało skuteczne. Potrzebujesz trochę dystansu do swojej pracy, aby spojrzeć na nią krytycznie. Jeśli istnieje presja, aby szybko opublikować materiał, poczekaj z jego samoceną chociaż do następnego ranka.

### Sprawdzaj na ekranie i na wydruku

Najpierw sprawdzaj tekst na ekranie. Skróć tekst na ile to możliwe. Najlepiej w kilku podejściach. Zachowaj główny sens, a resztę usuń. Uważaj jednak, aby nie skrócić tekstu za bardzo, bo to uczyni go niezrozumiałym.

Gotowy tekst sprawdź na ekranie komputera i na ekranie telefonu, aby się upewnić, że treść jest przejrzysta i czytelna, dobrze się układa, szczególnie jeśli używasz tabel.

Na ekranie łatwo jest przeoczyć pewne problemy. Dlatego, jeśli to możliwe, przejrzyj swój tekst także w wersji drukowanej.

### Przeczytaj na głos

Czytanie treści na głos to świetny sposób na sprawdzenie, jak ona brzmi. Czy jest wciągająca, czy nie brzmi zbyt sucho lub formalnie? Czy nie jest rozwlekła?

Zamiast czytać na głos, możesz użyć oprogramowania, które przeczyta Ci treść. Może to być Narrator w systemie Windows, VoiceOver w MacOS czy dodatek do przeglądarki, np. [ChromeVox](#).

### Użyj narzędzi automatycznych

Śmiało korzystaj w sprawdzaniu swoich treści z narzędzi automatycznych. Wprowadzie czasem zawodzą, ale są niezastąpione.

W programie Word uaktywnij funkcję Redaktora, aby sprawdzić pisownię i gramatykę. Jeśli piszesz w edytorze tekstu, który nie ma takiego modułu, bardzo dobrą alternatywą są narzędzia internetowe, takie jak [Ortograf](#).

Trudność tekstu w języku polskim sprawdzisz za pomocą usługi [Jasnopis](#) lub usługi [Logios](#).

Usterki dostępnej prezentacji pomoże Ci wykryć [Twój Asystent Dostępności](#).

---

<sup>1</sup> W opracowaniu wykorzystano materiały publikowane na blogu [4Syllabes](#).

## Co sprawdzać – Twoja lista kontrolna

Najlepiej opracuj własną listę kontrolną i używaj jej, aby mieć pewność, że niczego nie przeoczysz. Twoja lista powinna obejmować kwestie przedstawione poniżej.

- **Czy treść jest zgodna z planem?**

Najpierw zweryfikuj, czy treść realizuje Twój zamysł, Twój plan:

- Czy cel treści jest jasny?
- Czy główny przekaz jest klarowny i koncentruje się na najważniejszych informacjach?
- Czy treść jest użyteczna dla adresatów, napisana dla grupy docelowej?

- **Czy treść jest poprawna?**

Upewnij się, że treść jest poprawna i pod względem rzeczowym, i pod względem językowym:

- Czy przywołane fakty, nazwy, daty są poprawne?
- Czy wszystkie łącza działają i prowadzą do jasno określonych zasobów?
- Czy ortografia, gramatyka i interpunkcja są poprawne?
- Czy treść jest napisana prostym zrozumiałym językiem<sup>2</sup>?

- **Czy treść jest zgodna ze strategią treści i przewodnikiem stylu?**

Sprawdź, czy treść jest zgodna z polityką i strategią treści wydawcy strony i przewodnikiem stylu, jeśli taki istnieje. Oceń szczególnie:

- Czy główne przesłanie treści służy polityce informacyjnej wydawcy?
- Czy styl pisania jest zgodny z głosem marki, stylem komunikowania się z odbiorcami?
- Czy zastosowane komponenty wizualne są zgodne z wizerunkiem marki (kolory, obrazy)?
- Czy sposób zwracania się do odbiorców jest stosowny, zgodny z głosem marki?
- Czy zastosowany jest odpowiedni szablon tekstu?

- **Czy treść jest użyteczna?**

Sprawdź, czy treść będzie adresatom rzeczywiście potrzebna i czy łatwo z niej można korzystać:

- Czy treść jest nowa, oryginalna, nie powiela już istniejących publikacji?
- Czy treść jest nietrywialna, istotna, oczekiwana przez adresatów?
- Czy treść będzie łatwa do znalezienia (sprawdź tytuł, słowa kluczowe, opis meta)?
- Czy treść jest łatwa do skanowania (sprawdź strukturę, nagłówki, akapity, listy, tabele, łącza)?
- Czy treść jest łatwa do czytania (sprawdź użyte słowa, długość zdań, użycie strony czynnej/biernej, rzeczowniki odsłowne, zwięzłość tekstu)?

- **Czy treść jest prezentowana dostępnie?**

Na koniec sprawdź, czy wszystkie elementy treści są prezentowane w sposób dostępny dla możliwie najszerzego grona użytkowników<sup>3</sup>, w tym:

- Czy obrazy spełniają wymogi dostępności (równoważny tekst alternatywny, wystarczający kontrast, przekazywanie znaczenia nie tylko kolorem, czytelny tekst, bez efektów migania, spójność ikon)?
- Czy teksty łączy są klarowne i unikalne (jednoznaczne)?
- Czy znaczniki HTML zostały użyte zgodnie z ich przeznaczeniem dla nagłówków, list, cytatów, tabel, wyróżnionego tekstu?

<sup>2</sup> Skorzystaj z usługi Jasnopis pod adresem <https://jasnopolis.pl> lub z usługi Logios pod adresem <https://logios.dev>. Te internetowe usługi, analizują i oceniają czytelność tekstu. Jasnopis wskazuje słowa i zdania, które mogą powodować trudności w zrozumieniu.

<sup>3</sup> Pomoże Ci [Twój Asystent Dostępności](https://tad.lepszyweb.pl) (<https://tad.lepszyweb.pl>)

## Co sprawdzać – lista kontrolna w formie tabeli

Być może wygodniejsza będzie dla Ciebie lista kontrolna w formie tabeli. Skorzystaj z propozycji umieszczonej poniżej.

### 1. Treść

<b>Cel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spełnia zamierzony cel lub zadanie</li> </ul>
<b>Kluczowe przesłanie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koncentruje się na głównym przesłaniu/informacji/zadaniu</li> </ul>
<b>Grupa docelowa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Napisane dla grupy docelowej</li> </ul>

### 2. Podstawowe kwestie jakościowe

<b>Fakty, nazwy, daty Ortografia, gramatyka, interpunkcja</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Przywołane fakty, nazwy, daty są poprawne</li> <li>• Nie ma błędów ortograficznych</li> <li>• Nie ma błędów gramatycznych</li> <li>• Nie ma błędów interpunkcyjnych</li> </ul>
<b>Statystyki czytelności</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Średnia długość zdania 15-20 słów</li> <li>• Strona bierna - mniej niż 10%</li> <li>• Czytelność poniżej 5 klasy trudności</li> </ul>
<b>Łącza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wszystkie łącza działają</li> <li>• Łącza prowadzą bezpośrednio do zasobu (a nie tylko do strony głównej)</li> </ul>

### 3. Zgodność z przewodnikiem stylu

<b>Marka</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tekst mówi głosem marki</li> <li>• Grafika zgodna jest z wymaganiami marki</li> </ul>
<b>Styl</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stosuje zasady prostego języka</li> <li>• Jest dostosowany do rodzaju treści</li> </ul>
<b>Struktura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Używa odpowiedniego szablonu treści</li> </ul>

### 4. Użyteczność i dostępność

<b>Znajdywalność</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Treść jest użyteczna i oryginalna</li> <li>• Słowa kluczowe pasują do języka użytkowników</li> <li>• Tytuł treści jest zwięzły i znaczący             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Temat, słowa kluczowe najpierw, witryny na końcu</li> <li>• Mniej niż 70 znaków</li> </ul> </li> <li>• Opis meta zawiera streszczenie lub opis treści</li> <li>• Alias tytułu (nazwa pliku) zawiera słowa kluczowe</li> <li>• W nagłówkach (szczególnie h1) są słowa kluczowe</li> <li>• Łącza zawierają słowa kluczowe (nie „kliknij tu”, „czytaj więcej”)</li> </ul>
<b>Skannowalność</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Treść jest ustrukturyzowana             <ul style="list-style-type: none"> <li>• zaspokajają potrzeby lub określa zadania użytkownika</li> <li>• główne części są uwidocznione i zatytułowane</li> <li>• zaczyna się od informacji kluczowych</li> <li>• kolejność części jest logiczna</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tytuły i śródtytuły są sensowne <ul style="list-style-type: none"> <li>• opisują każdą część treści</li> <li>• wyznaczają strukturę (konspekt) treści</li> <li>• są oznaczone jako nagłówki</li> </ul> </li> <li>• Akapity <ul style="list-style-type: none"> <li>• koncentrują się na jednym temacie</li> <li>• są krótkie, najlepiej 1-3 zdania</li> </ul> </li> <li>• Listy <ul style="list-style-type: none"> <li>• są oznaczone jako listy</li> <li>• wskazują typ listy (punktowana, numerowana, definicji)</li> <li>• pozycje na listach nie są zbyt długie</li> <li>• stosowane jest frazowanie równoległe</li> <li>• na początku pozycji nie powtarza się tych samych słów</li> <li>• treść nie jest przeładowana listami</li> </ul> </li> <li>• Tabele są dobrze zaprojektowane <ul style="list-style-type: none"> <li>• są możliwie proste</li> <li>• dostosowują się do ekranu lub można je przewijać poziomo</li> <li>• mają podpisy</li> <li>• komórki z nagłówkami są wyraźnie oznakowane</li> <li>• komórki danych są zwięzłe</li> <li>• linie siatki są delikatne - prowadzą wzrok przez informacje</li> </ul> </li> <li>• Łączy w tekście <ul style="list-style-type: none"> <li>• prowadzi tylko do treści istotnych</li> <li>• nie zagracają tekstu</li> <li>• łączy do tematów pokrewnych są zgrupowane pod treścią</li> </ul> </li> <li>• Obrazy <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ilustrują lub wzbogacają treść</li> <li>• są dobrze rozmieszczone</li> <li>• Jeśli możliwe, są opatrzone podpisami</li> </ul> </li> </ul>
<b>Czytelność</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Słownictwo jest codzienne, zwykłe, powszechnie używane <ul style="list-style-type: none"> <li>• bez żargonu, terminów technicznych</li> <li>• bez akronimów, skrótów (chyba że są dobrze znane grupie docelowej)</li> <li>• krótkie słowa (średnio 2-3 sylaby)</li> </ul> </li> <li>• Zdania są krótkie (średnio 15-20 słów) <ul style="list-style-type: none"> <li>• preferowana strona czynna</li> <li>• unikanie odśowników (rzeczowników odczasownikowych)</li> </ul> </li> <li>• Zwięzłość <ul style="list-style-type: none"> <li>• bez zbędnych lub trywialnych treści</li> <li>• bez zbędnych słów, bez powtórzeń</li> </ul> </li> </ul>
<b>Dostępność</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Żaden znacznik nie jest użyty wyłącznie dla efektu wizualnego</li> <li>• Poziomy nagłówków są oznakowane właściwie</li> <li>• Listy używają właściwych znaczników</li> <li>• Obrazy są dostępne <ul style="list-style-type: none"> <li>• mają pusty lub krótki tekst alternatywny zależnie od potrzeb</li> <li>• jeśli są złożone, mają długi opis w tekście</li> <li>• są wyraźne i czytelne, wystarczająco skonstrastowane</li> <li>• nie przekazują znaczenia samym kolorem</li> <li>• nie są używane zamiast tekstu</li> <li>• nie migają zbyt szybko</li> <li>• Ikony używane spójnie</li> </ul> </li> <li>• Cel i zachowanie linków są wyraźnie oznaczone</li> <li>• Bloki cytatu i cytaty są oznakowane znacznikami</li> <li>• Tabele są odpowiednio oznakowane (w razie potrzeby sprawdź z projektantem/wykonawcą)</li> </ul>