

ПРИМЕР ЗА ТОВА КАК ДА СЪЗДАДЕТЕ ПРИБЩАВАЩО ПРИСЪСТВИЕ В СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ

В пример 2 ще говорим за това как да достигнем до хора с видими увреждания. Знаете също толкова добре, колкото и ние, че снимките са много важен начин да привлечете нечие внимание, а с това и неговия интерес към това, което предлагате. Ако много работите със снимки, моля, помислете дали да направите съдържанието им достъпно за всички. По този начин вие не само уважавате правото на всеки на достъп до информация (Конвенция на ООН за правата на хората с увреждания), но също така показвате на хората (потенциални клиенти), че вземате под внимание техните нужди.



Как работи?

Почти всички смарт телефони имат екранни четци, които позволяват на хора с увредено зрение да „четат“ (чрез текст-към-говор) цифрова информация: текст във всякаква форма, уебсайтове, връзки, менюта, снимки и графики с алтернативен текст, емотикони, клавиатури. Те също така са полезни за провеждане на телефонни разговори, взаимодействие с приложения и други функции на телефоните.

Какво са алтернативни текстове и какво са описания на изображения?

Алтернативните текстове, които често се генерират автоматично от AI, предлагат много задълбочена информация, напр. "хора, коленичили, нощ, светлини".

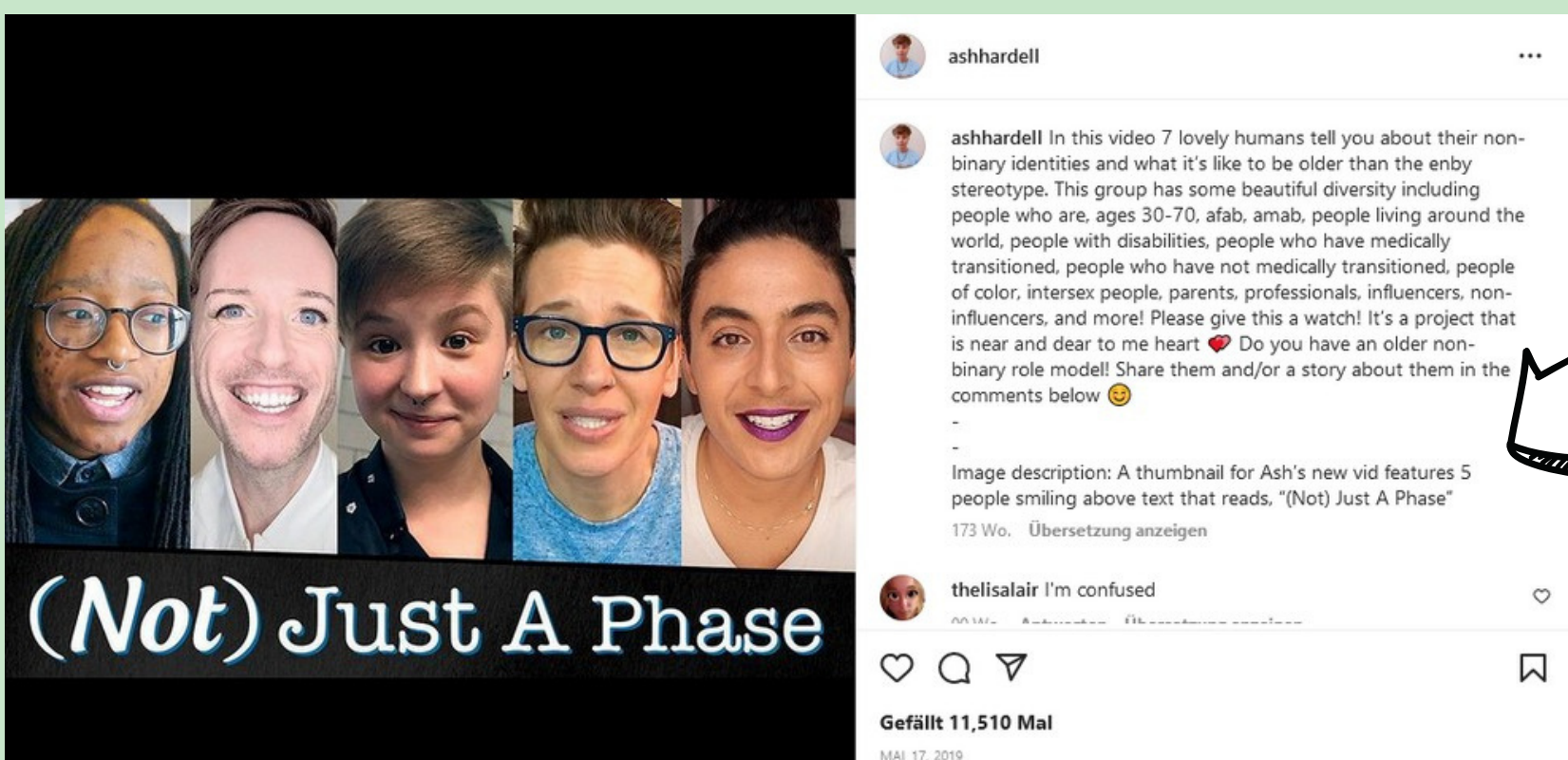
Описанията на „направените от човека“ изображения предлагат много повече прозрение, като ни казват, че „Ким е коленичила пред Тай, който стои. Ким държи пръстен. И двамата се усмихват. Те носят изискано вечерно облекло пред фонтан. Те са заобиколени от няколко души, които ги наблюдават. Всички се смеят и пляскат.“

Това е контекстът, от който трябва да разберете, че това е публикация за годещ.



Примери

Нашите примери идват от акаунтите в Instagram на Моли Бъркс и Аш Харделс. И двамата са активисти и автори от САЩ, които правят съдържанието си достъпно чрез описания на изображения.



Добре е да се знае: Алтернативни текстове и описания на изображения могат (и трябва!) да се използват навсякъде, където има снимки: начални страници, Instagram, блогове, ... По този начин правите съдържанието си достъпно и това също помага на хората да намерят вашата институция в Google и други търсачки - алтернативният текст играе важна роля в оптимизацията за търсачки. Използвайте го във ваша полза!

Признаваме, че създаването на описания на изображения изисква известна практика. Но ако имате предвид следните съвети, трябва да станете професионалист за нула време:

1

Започнете с едно изречение с най-необходимата информация. Какво бихте казали на човек по телефона, ако бързате?

2

Продължете с обяснение: добавете по-близко описание с важни подробности. Как бихте описали картината, ако искате някой да я види пред вътрешното си око?

3

Колко информация е достатъчна зависи от вашите съображения и вашата целева група. Когато бяха попитани, повечето хора избраха „първо основно съдържание, по-нататъшно описание под него“. По този начин хората могат да решат дали искат да продължат да четат/слушат или да превъртат покрай снимката. Винаги се питайте: Какво е същественото тук?
Ако говорите за неправилна прическа, може да искате да опишете косата на човека на снимката.

4

Използвайте ясен и „лесен за разбиране“ език.

Опитайте се да избягвате чужди думи и давайте на колкото се може повече хора промяна, за да разберат смисъла на това, което казвате.

5

Пазете мнението си извън описанието.

Слепите и частично зрящите хора зависят от описанията в много контексти. Те оценяват възможността да формират собствено мнение за описаното. Може да намирате лилавия пуловер с розови облаци за грозен. Но не всички са съгласни.

Така че, моля, бъдете неутрални.