

Web akadálymentességi kisokos 23. részének teljes szövegű átirata

A nyitóképen a Kormányzati Informatikai Fejlesztési Ügynökség (KIFÜ) neve és logója, valamint a "Web akadálymentességi kisokos – 23. rész: Mik azok az ugrólinkek?" főcím, és az "Előadó: Szántai Károly, web akadálymentességi szakértő" szöveg látható. A videó alatt végig az előadó hangja hallható.

A következő képen a "Szekvenciális lépkedés" szöveg olvasható. Mellette egy fotó látszik, amin egy felhasználó a billentyűzeten gépel.

Előadó: A weboldalak billentyűzetes kezelése jellemzően egy szekvenciális navigációs folyamatra épül. Ennek során a billentyűzettel navigáló felhasználók esetenként csak nagyon sok, egymást követő billentyűleütéssel képesek ellépkedni a kívánt tartalmi elemhez. Az ő felhasználói élményüket nagyban segítheti, ha ezeket a szekvenciális bejárásokat a lehető legjobban lerövidítjük, illetve, ha lehetőséget biztosítunk arra, hogy a weboldalunk bizonyos részein akár nagyobb ugrásokkal is haladhassanak. Ez utóbbinak egyik jó bevált eszköze lehet az úgynevezett ugrólink, angolul skip link. Az ugrólink a nevéből adódóan egy olyan link, aminek aktiválásával a felhasználó átugorhatja a weboldalunk azon blokkját vagy blokkjait, amelyek ismétlődően minden oldalunkon ugyanott vannak. A legtipikusabb ilyen blokk a weboldal tetején lévő fejléc, és a navigációs menü.

A következő képen egy weboldal képernyőképe látszik. A TAB billentyűt nyomkodva a fókuszjelző a weboldal fejlécében lévő linkeken lépked.

Előadó: Képzeljünk el például egy olyan weboldalt, aminek fejlécében mondjuk tíz darab link található. Amikor egy billentyűzetes felhasználó megnyitja ezt az oldalt, és nem a fejléc linkjeinek egyikét szeretné használni, akkor az oldal legtetejéről elindulva tízszer kell lenyomnia a TAB billentyűt ahhoz, hogy a fejléc linkjein átlépkedjen, és az oldal fő régiójához jusson. Értelemszerűen ezt a tíz billentyűleütést újra és újra meg kell tennie, ha később megint ugyanerre az oldalra látogat, vagy a honlapon belül egy olyanra, aminek felépítése hasonló sablonra épül.

A következő képen az "Ugrólink az oldal legtetején" szöveg olvasható. Mellette egy weboldal képernyőképe látszik, aminek legtetején egy "Ugrás a fő tartalomhoz" szövegű link van.

Előadó: Ezen a helyzeten úgy javíthatunk, hogy ha az oldal legtetejére elhelyezünk egy ugrólinket, amit, ha a felhasználó aktivál, akkor a fejléc és a navigációs menü linkjeit kihagyva közvetlenül a fő tartalmi régió elejére ugrik. Fontos, hogy ez a link minden más tartalmat megelőzve az egyik első interaktív elem legyen a weboldalon. Ezzel biztosíthatjuk azt, hogy az oldal megnyitása után a TAB billentyű első lenyomásával rögtön erre a linkre kerüljön a felhasználó. A link szövege általában "Ugrás a tartalomra", vagy "Ugrás az oldal tartalmához" szokott lenni.

A következő képen az alábbi HTML kódrészlet van:

<body>
Ugrás a fő tartalomhoz
<header>
<!-- ide jön a fejléc és navigáció -->
</header>
<main id="tartalom">
<!-- ide jön a fő tartalom-->
</main>
<footer>
<!-- ide jön a lábléc -->
</footer>
</body>

Előadó: Az ugrólink HTML kódolása semmiben sem tér el egy oldalon belül navigáló link kódolásától. A képen látható példakódunkban közvetlenül a nyitó <body> jelölőelem után egy "Ugrás a fő tartalomhoz" szövegű <a> jelölőelemet tettünk, aminek href attribútumába a "#tartalom" érték került. Kettőskereszt nélkül ez az érték a kódban hátrább lévő, és egyben az oldal fő régióját definiáló <main> jelölőelem id

attribútumának értéke, mivel az ugrólink célpontja ez az elem. Vagyis, ha a billentyűzetes felhasználó aktiválja ezt az ugrólinket, akkor a billentyűfókusz és a képernyőolvasó fókusza is a <main> elemre fog kerülni.

A következő képen egy weboldal képernyőképe látszik.

Előadó: Mindig teszteljük le, hogy ez valójában így történik-e. Ehhez nyissuk meg az oldalunkat, majd nyomjuk meg a TAB billentyűt. Ekkor a fókuszjelzőnek jól láthatóan az ugrólinken kell megjelennie. Ezt követően nyomjuk meg az ENTER billentyűt. Ha minden rendben van, akkor a fókusz a <main> elemre kerül, de ezen a fókuszjelzés nem fog látszódni, mivel a <main> elem nem egy interaktív elem. Ha esetleg képernyőolvasóval is tesztelünk, akkor viszont hallani fogjuk, hogy a központi régióba kerültünk. Ahhoz, hogy a billentyűzetes fókuszjelzőt újra lássuk, nyomjuk meg ismét a TAB billentyűt, és nézzük meg, hogy a fókuszjelző a fő tartalom első interaktív komponensére kerül-e. Ha igen, akkor az ugrólink megfelelően működik.

A következő képen "Az ugrólink megjelenési formája" szöveg olvasható. Mellette egy weboldal képernyőképe látszik, aminek legtetején egy "Ugrás a fő tartalomhoz" szövegű link van.

Előadó: Az ugrólink megjelenési formája alapvetően kétféle lehet. Az egyik az, ha az ugrólink állandóan látszik a weboldal tetején. Ez egy nagyon egyszerű megoldás, de néha értékes helyet vehet el az oldalból, és esetleg zavaró lehet azoknak a felhasználóknak, akiknek nincs szükségük rá.

A következő képen "Az ugrólink megjelenési formája" szöveg olvasható. Mellette egy weboldal képernyőképe látszik, aminek legtetején csak később jelenik meg az "Ugrás a fő tartalomhoz" szövegű link.

Előadó: Emiatt sok weboldalon azt a megoldást választják, hogy az ugrólink egészen addig rejtve marad, amíg a billentyűfókusz nem kerül rá, vagyis a felhasználó a TAB billentyűvel nem lép rá. Fontos, hogy az ugrólinket ilyenkor ne a display:none CSS szabállyal vagy a HTML hidden attribútumával rejtsük el, mert az így elrejtett interaktív komponensek nem fókuszálhatók, és a képernyőolvasó programokkal sem érhetőek el. A következő képen "Az ugrólink megjelenési formája" szöveg olvasható. Mellette egy weboldal képernyőképe látszik, amin az ugrólinket szimbolizáló téglalap az oldal látható keretén kívül van.

Előadó: A legjobb megoldás az, ha az ugrólinket úgy tesszük láthatatlanná, hogy a CSS segítségével kivisszük a képernyő látható területről. Ezzel ugyanis biztosan fókuszálható lesz. Amikor megkapja a fókuszt, akkor úgy jelenítjük meg, hogy visszapozícionáljuk az oldal látható területére. Ezt akár egy beúszó animációval is látványosabbá tehetjük.

A következő képen a "Nem lokalizált ugrólink" szöveg olvasható. Mellette egy weboldal képernyőképe látszik, aminek legtetején egy "Skip to content" szövegű link van.

Előadó: A webről letöltött oldalsablonok esetén elég gyakori probléma, hogy az ugrólink ugyan benne van a sablonban, de nincs magyar nyelvre lokalizálva. Például "Skip to content" szöveggel jelenik meg. Ilyenkor mindenképpen lokalizálni kell a linket, és persze a korábban említett módszerrel a működését is tesztelni kell.

A következő képen a "Több ugrólink" szöveg olvasható. Mellette egy weboldal képernyőképe látszik, aminek legtetején egymást váltva a következő szövegű ugrólinkek jelennek meg: "Ugrás a fő tartalomhoz", "Ugrás a navigációhoz", "Ugrás az oldalsávra", "Ugrás a láblécre".

Előadó: Egyes sablonok, illetve weboldalak tetején néha több ugrólink is megtalálható, melyek nem csak az oldal fő tartalmára navigálhatják a felhasználót, hanem esetleg az oldal fő navigációs menüjére, vagy egyéb kiemelt régiójára is. Ez alapvetően nem rossz megoldás, de a legtöbb weboldalon bőven elegendő, ha csak egy, az oldal fő tartalmára navigáló ugrólink van. A túl sok ugrólink ugyanis egy olyan blokkot hozhat létre, amin ugyanúgy kényelmetlen és lassú végiglépkedni.

A következő képen az "Ugrólinkek az oldal belsejében" szöveg olvasható. Mellette egy weboldal képernyőképe látszik, amin egy "Hírfolyamunk átugrása" szövegű link szerepel egy lista elején.

Előadó: Ugrólinkeket egyébként nem csak a weboldalak tetején lehet elhelyezni, hanem az oldalak belsejében is. Ezek akkor lehetnek hasznosak, amikor a

honlapunk több aloldalán is olyan ismétlődő tartalmi blokkok vannak, amelyeken zavaróan újra és újra végig kellene lépkednie a felhasználónak. Ilyen lehet például az a hírfolyam vagy közösségi csatorna blokk, ami az összes aloldalunkon ismétlődően ugyanott jelenik meg. Ebben az esetben az ismétlődő tartalmi blokk legelejére érdemes elhelyezni egy olyan ugrólinket, amivel átugorható a blokk, vagyis közvetlenül a blokk utáni tartalomra navigálhat vele a felhasználó.

A videó záróképén a KIFÜ logója, és "A magyarországi digitalizáció szolgálatában" jelmondata látható.