UU vs SEO

# UU – Universell utforming

Samfunnet betår av mennesker av ulik bakgrunn, alder, funksjonsnivå og mye mer. Universell utforming er et begrep som brukes om hvordan man utformer tjenester og produkter for at de i størst mulig grad skal kunne brukes av alle. Dette styrker demokratiet fordi det gir så mange som mulig muligheten til å delta likeverdig. Et eksempel på universell utforming kan være at et offentlig bygg ikke har gulvlister i døråpninger og heis, slik at rullestolbrukere kommer seg lettere fram.

I Norge stilles det krav til universell utforming på ulike områder - kanskje spesielt på digitale plattformer, fordi (riktig) digitalisering i seg selv øker tilgangen for flere brukergrupper. Når det kommer til web-design og utvikling av tilgjengelige nettsider, finnes det retningslinjer spesifisert under «Web Content Accessibility Guidelines» (WCAG), som er utarbeidet av «The Web Accessibility Initiative» (WAI).

## WCAG – eksempler på retningslinjer

Universell utforming av nettsteder og apper i Norge blir regulert av en forskrift, der det stilles krav til at 35 av de 61 kriteriene i WCAG 2.0 er oppfylt. Her er tre eksempler på retningslinjer:

**1.1.1 – Ikke-tekstlig innhold:** Når det gjelder tilrettelegging for svaksynte, finnes det blant annet kritreium for alternativ tekst til innhold som ikke er tekst fra før. Dette er for at en skjermoppleser skal kunne presentere dette innholdet likeverdig til en svaksynt, som til alle andre.

**2.3.1 – Terskelverdi på maksimalt tre glimt:** Det finnes kriterier som beskriver at elementer ikke skal blinke mer enn 3 ganger per sekund, da dette vil kunne utløse anfall eller sterkt ubehag hos enkelte, for eksempel epileptikere. Det presiseres at ingen elementer på siden kan ha slik blinking, da det vil forhindre disse menneskene i å kunne bruke nettstedet i det hele tatt.

**3.2.4 – Konsekvent identifikasjon:** Det finnes også flere kriterier som ikke bare er fordelaktige for mennesker med funksjonshemninger. Konsekvent identifikasjon handler om at funksjonelle komponenter som brukes gjentagende på nettstedet, skal ha samme utforming. Det vil gjøre at navigasjon og interaksjon på nettstedet blir lettere for alle brukere.

# SEO – Søkemotoroptimalisering

Søkemotoroptimalisering handler først og fremst om riktig kategorisering og fremstilling av innhold, slik at søkemotorer kan finne fram til så riktig innhold som mulig for sine brukere. Dette er til fordel for både brukerne/kunder, eiere av søkemotorer (som Google, Yahoo, Bing osv.) og innholdsprodusenter og produktselgere på nett. Søkemotoroptimalisering blir naturligvis også brukt av produsenter for å få økt synlighet på nett og kontakt med brukere/kunder. I selve arbeidet mot dette, handler det om den tekniske utformingen av et nettsted og arbeidet med disse tre punktene:

* Semantikk
* Struktur
* Innhold

## Semantikk – mening

I et HTML-dokument brukes «tag»-er for å sette struktur og fortelle nettleseren hva innholdet på en nettside er. Å bruke semantiske (meningsfulle) «tag»-er gjør nettstedet mer optimalisert mot søkemotorer fordi «tag»-ene underbygger innholdet som er publisert mot brukerne.

## Struktur – tilgjengelighet av informasjon

Strukturen har veldig mye å si for hvor lenge en bruker blir på et gitt nettsted, og dette vil påvirke populariteten til nettstedet gjennom søkemotorene. Brukere er ofte på «jakt» etter én spesiell ting eller ett konkret svar når de navigerer seg fram. Alt fra overskrifter til bilder, symboler og farger forteller brukeren hvor hen er. Jo tydeligere dette formidles, desto raskere kan brukeren fortsette til det innholdet hen er på jakt etter. Navigasjons-baren og andre klikkbare elementer gir brukeren mulighet til å navigere seg videre. Hvis hen ikke umiddelbart finner en vei til denne informasjonen, er sjansen veldig stor for at hen forlater nettstedet og f.eks klikker seg inn på en annen link i søkeresultatet.

## Innhold – eller pynt?

«Content is King»

Formålet til et nettsted er alltid å publisere innhold, og eventuelt gjøre det mulig for brukere å interagere med dette innholdet. Derfor er det grunnleggende viktig at utformingen og designet av nettstedet underbygger, og i beste fall forsterker, innholdet. Alle farger, elementer, animasjoner og bilder som ikke underbygger innholdet kan kalles «pynt», og kan egentlig være med på å forvirre brukeren og undertrykke/skjule innholdet.

Samtidig vil overflod av elementer som ikke bunner i innhold som er relevant for siden, ikke bli særlig godt likt i en søkemotor. For eksempel kan et bilde av en bie gjerne ha en alt-atributt som forteller at det er en bie, men hvis ikke denne bien hører hjemme sammen med resten av informasjonen på siden, vil ikke brukere få noe ut av å klikke på dette bildet i søk for å finne mer informasjon om bier. Derfor, dersom et bilde kun er en abstrakt bakgrunn, er det bedre å la alt-atributten stå tom.

# Tabell:

Tre kolonner og tre rader. Dvs to av hvert sammenlikningspunkt.

Colonne1: UU

Colonne2: SEO

Rad1: Semantikk

Rad2: Struktur

Rad3: Innhold

# Kilder

<https://uutilsynet.no>

<https://www.w3.org/TR/WCAG20/>

<https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/w3c-process/>

<https://hiof.instructure.com/courses/6307> (PowerPoint fra undervisning om UU)

<https://www.w3.org/WAI/WCAG21/quickref/?versions=2.0#principle1> (WCAG – liste over kriterier)