



Standardy dostępności dla polityki spójności 2014-2020

STANDARD INFORMACYJNO-PROMOCYJNY

Andrzej Świerczek

Standard informacyjno-promocyjny wprowadzenie

Standard informacyjno-promocyjny w pigułce

(czas: 2 min., tłumacz PJM)

<https://youtu.be/l1LtaMehs3w>

Standard informacyjno-promocyjny wprowadzenie

W działaniach informacyjno-promocyjnych nie wykorzystuje się przekazu dyskryminującego, ośmieszającego bądź utrwalającego stereotypy ze względu na niepełnosprawność czy inne przesłanki wskazane w artykule 7 rozporządzenia ogólnego, takie jak: płeć, rasę lub pochodzenie etniczne, religię, światopogląd, wiek lub orientację seksualną.

Tam gdzie jest to zasadne, należy różnicować tematykę przekazu i sposoby komunikacji w zależności od oczekiwanych potrzeb odbiorców.

Każdy, kto organizuje działania informacyjno-promocyjne stosuje przedmiotowy standard.

Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **niewymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

1. Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym (zarówno te organizowane na zewnątrz jak i wewnątrz budynku), niewymagające wcześniejszego zgłoszenia są dostępne dla osób z niepełnosprawnością, to znaczy odbywają się w budynkach (miejscach), w których:

- a) wejście do budynku jest na poziomie terenu wokół budynku, a jeśli w budynku są schody to jest winda, podjazd, platforma przyschodowa lub wózek schodowy ręczny i przeszkolony w jego obsłudze personel

(⇒ Patrz: Standard architektoniczny)

- b) na kondygnacjach dostępnych dla osób z niepełnosprawnością znajdują się przystosowane toalety

(⇒ Patrz: Standard architektoniczny)

- c) o ile to możliwe na korytarzach nie ma wystających gablot, reklam, elementów dekoracji, które mogłyby być przeszkodą dla osób z niepełnosprawnościami.





Wydarzenia o charakterze
informacyjno-promocyjnym
niewymagające
wcześniejszego zgłoszenia
się/rejestracji

2. Jeżeli na danym terenie, w danym momencie, w którym organizowane jest wydarzenie nie istnieje miejsce spełniające warunki, o których mowa w punkcie 1, lub projektodawca ma do dyspozycji kilka miejsc w różnym stopniu spełniającym te warunki, wybiera to miejsce które w pełni spełnia kryteria dostępności lub jest im najbliższe przy zastosowaniu mechanizmu racjonalnych usprawnień (na przykład: zastosowanie tymczasowych platform, zapewnienie usługi asystenckiej).



Wydarzenia o charakterze informacyjno- promocyjnym **niewymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

Dobre praktyki

- Wybrane miejsce powinno być dobrze skomunikowane.
- Warto wykonać samodzielny mini audyt dostępności wydarzenia (na przykład podjęcie próby zapisania się i dotarcia na wydarzenie w roli osoby poruszającej się na wózku inwalidzkim, głuchej, niewidomej itd.). W tym celu można skorzystać z aplikacji Dostępnościomierz, czyli mobilnego narzędzia do badania dostępności przestrzeni publicznej lub ze wsparcia jednej z wielu organizacji pozarządowych. Aplikację można bezpłatnie pobrać na przykład ze sklepu Google Play.

Wydarzenia
o charakterze
informacyjno-
promocyjnym
niewymagające
wcześniejszego
zgłoszenia
się/rejestracji

3. Zapewniona jest pętla indukcyjna i usługa tłumacza polskiego języka migowego (lub ewentualnie usługa video-tłumacza).
4. Zapewniona jest możliwość wejścia i uczestniczenia z psem asystującym (zgodnie z artykułem 20a ustawy z dnia 27 sierpnia 1997 roku o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych (Dz. U. z 2018 r. poz. 511)).
5. Zapewnione jest wsparcie asystenta.

Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **niewymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

Dobre praktyki

- W przypadku zapewnienia tłumacza migowego – miejsce wyznaczone dla tłumacza na język migowy powinno być wcześniej przygotowane i dobrze oświetlone (oświetlenie punktowe), tak aby był on dobrze widoczny i sam dobrze słyszał.
- Jeśli wydarzenie ma charakter wielojęzyczny, tłumacz języka zna język obcy lub ma zapewnione tłumaczenie symultaniczne na słuchawki.



Źródło: „Sytuacja osób głuchych w Polsce” – raport zespołu ds. Głuchych przy Rzeczniku Praw Obywatelskich Warszawa, 2014



Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **niewymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

Dobre praktyki

W miejscu, z którego jest najlepszy widok na ekrany oraz tłumacza migowego można utworzyć sektor dla osób niesłyszących. Należy pamiętać o jego oznaczeniu i poinformowaniu o nim uczestników/-czki.

- Pętla indukcyjna jest instalowana w punktach obsługi, punktach informacyjnych oraz w salach konferencyjnych. Jeśli sala nie jest wyposażona w takie rozwiązanie na stałe, możliwe jest wyposażenie jej w pętlę indukcyjną na czas wydarzenia. Pętle indukcyjne muszą spełniać wymagania normy PN-EN 60118-4 i właściwe oznaczenie:

Wydarzenia o charakterze informacyjno- promocyjnym **niewymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

Dobre praktyki

- Zapewnienie dostępności najważniejszych informacji w alfabecie Braille'alub w formie nagrania dźwiękowego oraz w tekście łatwym do czytania.
- **Tłumaczenie na język migowy on-line** to usługi tłumaczeniowe w systemie PJM (Polski Język Migowy) oraz SJM (Systemowy Językowo-Migowy artykuł 3 punkt 3 ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r. o języku migowym i innych środkach komunikowania się (Dz. U. z 2017 r. poz. 1824)). Usługa polega na tłumaczeniu na żywo rozmowy z osobą niesłyszącą za pośrednictwem tłumacza dostępnego przez Internet. Połączenie następuje automatycznie za pomocą naciśnięcia jednego przycisku. Za pomocą dotyku ekranu urządzenie łączy wideokonferencyjnie z jednym z profesjonalnych tłumaczy. Osoba niesłysząca i przy wsparciu tłumacza on-line kompleksowo załatwia sprawę.

Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **niewymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

Dobre praktyki

- Symultaniczny przekaz tekstowy. Nowym rozwiązaniem w Polsce jest symultaniczny przekaz tekstowy, który polega na wyświetleniu w formie tekstu na ekranach oraz w transmisji on-line przebiegu wydarzenia w czasie rzeczywistym. Ma on znaczenie wszędzie tam, gdzie zrozumiałość mowy jest priorytetem. Realizowany jest dla osób słabosłyszących i późnoogłuchłych. To także rozwiązanie alternatywne dla części głuchych, znających język polski (przeważnie tych migających w SJM).
- Drugim rozwiązaniem jest tworzenie napisów na żywo z wykorzystaniem metody respeakingu i wyświetlanie napisów na ekranach LCD. Metoda wykorzystuje program przekładający mowę na tekst z pośrednictwem lektora. Więcej informacji na stronie Dostępni (<http://www.dostepni.eu/>).

Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **niewymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

6. Jeżeli wydarzenie organizowane jest z wykorzystaniem postępowania na podstawie ustawy z dnia 29 stycznia 2004 roku - Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2017 r. poz. 1579, z późn. zm.) zamawiający już na etapie dokumentacji zamówienia uwzględnia kwestie dostępności – w zależności od tego co jest treścią tego zamówienia (na przykład klauzule społeczne – włączenie osoby z niepełnosprawnością do wykonania zamówienia; uniwersalne projektowanie – materiały audio-video).



Wydarzenia o charakterze informacyjno- promocyjnym niewymagające wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

Dobre praktyki

Korzystne będzie przygotowanie oraz rozstawienie w kluczowych miejscach planu sytuacyjnego, który powinien być czytelny, w miarę możliwości prezentować informację w formacie audio lub „dotykowym” (na przykład makieta, tyflomapa). Ważne elementy planu sytuacyjnego to:

- przeszkody (zbiorniki wodne, place budowy, itp.)
- przystanki autobusowe, postoje taksówek
- miejsca parkingowe dla osób z niepełnosprawnością
- wejścia (wraz z informacją o dostępności dla wózków inwalidzkich) – dostępna recepcja
- punkty informacyjne obsługiwane na przykład przez osoby znające język migowy
- plan sali, w tym miejsca przygotowane dla osób poruszających się na wózkach inwalidzkich
- miejsca/pomieszczenia, w których znajdują się urządzenia wspomagające słuch osób niedosłyszących – pętla indukcyjna
- rozmieszczenie wind, ramp
- sanitariaty dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami – jeżeli połączenie się z punktem Wi-Fi wymaga hasła, uczestnicy otrzymują je w formie możliwie dostępnej, w tym dostosowanej dla osób z niepełnosprawnością wzroku
- plan ewakuacyjny, w tym dla osób poruszających się na wózkach inwalidzkich
- punkty gastronomiczne
- inne, na przykład punkty ładowania elektrycznych wózków inwalidzkich, punkty pomocy medycznej itp.

Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **niewymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

7. Jeśli w wydarzeniu biorą udział jako prelegenci, eksperci z niepełnosprawnością, zawsze przed wydarzeniem powinni być zapytani o specjalne potrzeby (na przykład asystent, mikrofon na statywie, dostępny wjazd na scenę czy podium lub rezygnacja z mównicy, miejsce dla psa asystującego). Każdy/a uczestnik/-czka spotkania może dostać się na scenę lub podest wózkiem inwalidzkim.



Fotografia Materiały własne

Wydarzenia
o charakterze
informacyjno-
promocyjnym
niewymagające
wcześniejszego
zgłoszenia
się/rejestracji

Dobre praktyki

Przeszkolenie pracowników odpowiedzialnych za prowadzenie, obsługę techniczną, asystentów i wolontariuszy z podstawowych zasad komunikacji i właściwego zachowania wobec osoby z niepełnosprawnością. Aby dowiedzieć się więcej skorzystaj na przykład z publikacji „Praktyczny poradnik savoir-vivre wobec osób niepełnosprawnych” lub „Savoir-vivre wobec osób z niepełnosprawnością” czy szkoleń organizowanych przez wiele organizacji pozarządowych.

Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **niewymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

Dobre praktyki

Pożądane jest, aby szkolenia z podstawowych zasad komunikacji i właściwego zachowania wobec osób z niepełnosprawnościami, przeprowadzane były z mniejszym uogólnieniem tematycznym na rzecz zawężenia formy i specyfikacji komunikowania się, uwzględniając dany charakter niepełnosprawności. Inne formy komunikacji będą w przypadku kontaktu z osobą o ograniczonej mobilności, inne w przypadku osób z dysfunkcją wzroku, a jeszcze inaczej będzie to miało miejsce w przypadku osób z dysfunkcją słuchu.

Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym niewymagające wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

8. Materiały służące informowaniu o wydarzeniu (na przykład zaproszenia, plakaty, ulotki, ogłoszenia prasowe, strona internetowa z rejestracją) są przygotowane, co najmniej w wersji elektronicznej. Jeżeli wydarzenie posiada swoją dedykowaną stronę internetową, gdzie prowadzona jest między innymi rejestracja, to jest ona dostępna (to znaczy zgodna ze standardem cyfrowym). Na stronie zawarta jest informacja, w jaki sposób wydarzenie będzie dostępne dla osób z niepełnosprawnością.

⇒Patrz: Standard cyfrowy (Rozdz. Serwisy internetowe)

⇒Patrz: Standard informacyjno-promocyjny (Rozdz. Materiał. Informacja pisana)

Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym niewymagające wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

Materiały informacyjne, uwzględniają następujące elementy:

- dane kontaktowe do organizatora (co najmniej 2 kanały kontaktu)
- mapa oraz sposób dojazdu na miejsce wydarzenia publicznymi środkami transportu i z różnych kierunków samochodem
- dostępność parkingu, w tym liczby miejsc postojowych dla osób z niepełnosprawnościami²
- informacje dotyczące dostępności budynku (miejsca), w którym ma odbyć się wydarzenie.

²Liczbę miejsc postojowych, które muszą być przeznaczone dla osób niepełnosprawnych reguluje ustawa z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych (Dz. U. z 2017 r. poz. 2222, z późn. zm.).

Wydarzenia
o charakterze
informacyjno-
promocyjnym
niewymagające
wcześniejszego
zgłoszenia
się/rejestracji

Dobre praktyki

Warszawski Tydzień Kultury Bez Barrier (WTKBB):

- Rusza czwarta edycja Warszawskiego Tygodnia Kultury Bez Barrier, a wraz z nim możliwość swobodnego korzystania z oferty stołecznych teatrów, kin, galerii i muzeów. Na czas festiwalu znosimy bariery dotyczące dostępności. Dzięki zastosowaniu audiodeskrypcji, tłumaczenia na język migowy, pętli indukcyjnych oraz odpowiednich informacji na temat dostępności wydarzeń i miejsc, dostosowujemy wybrane spektakle, projekcje kinowe i wystawy dla osób z niepełnosprawnością sensoryczną, intelektualną i ruchową.
- Wraz z wolontariuszami szukamy sposobu na ułatwienie seniorom i rodzicom z małymi dziećmi wizyty w instytucjach kultury, a za sprawą darmowych wydarzeń i biletów w promocyjnej cenie ograniczamy wykluczenie finansowe. Krótko mówiąc pozbywamy się mentalnych podziałów i fizycznych ograniczeń.

Wydarzenia o charakterze informacyjno- promocyjnym **niewymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

Dobre praktyki

Dojazd

- Muzeum Powstania Warszawskiego, Adres: Grzybowska 79
- Najbliższy przystanek: MUZEUM POWSTANIA WARSZAWSKIEGO (około 100 metrów), RONDO DASZYŃSKIEGO (około 3,50 metrów).
- Dojazd do przystanku MUZEUM POWSTANIA WARSZAWSKIEGO liniami: 1, 22, 24, 102, 105.

Uwaga! dostęp do przystanków MUZEUM POWSTANIA WARSZAWSKIEGO przy pomocy przejść dla pieszych w poziomie.

- Dojazd do przystanku RONDO DASZYŃSKIEGO drugą linią metra M2 oraz liniami 1, 10, 11, 22, 24, 105, 109, 155, 178, E-5.
- Linia E-5 kursuje wyłącznie w godzinach szczytu.
- Linie autobusowe obsługiwane są wyłącznie przez pojazdy niskopodłogowe. Linie tramwajowe obsługiwane są pojazdami niskopodłogowymi i wysokopodłogowymi.

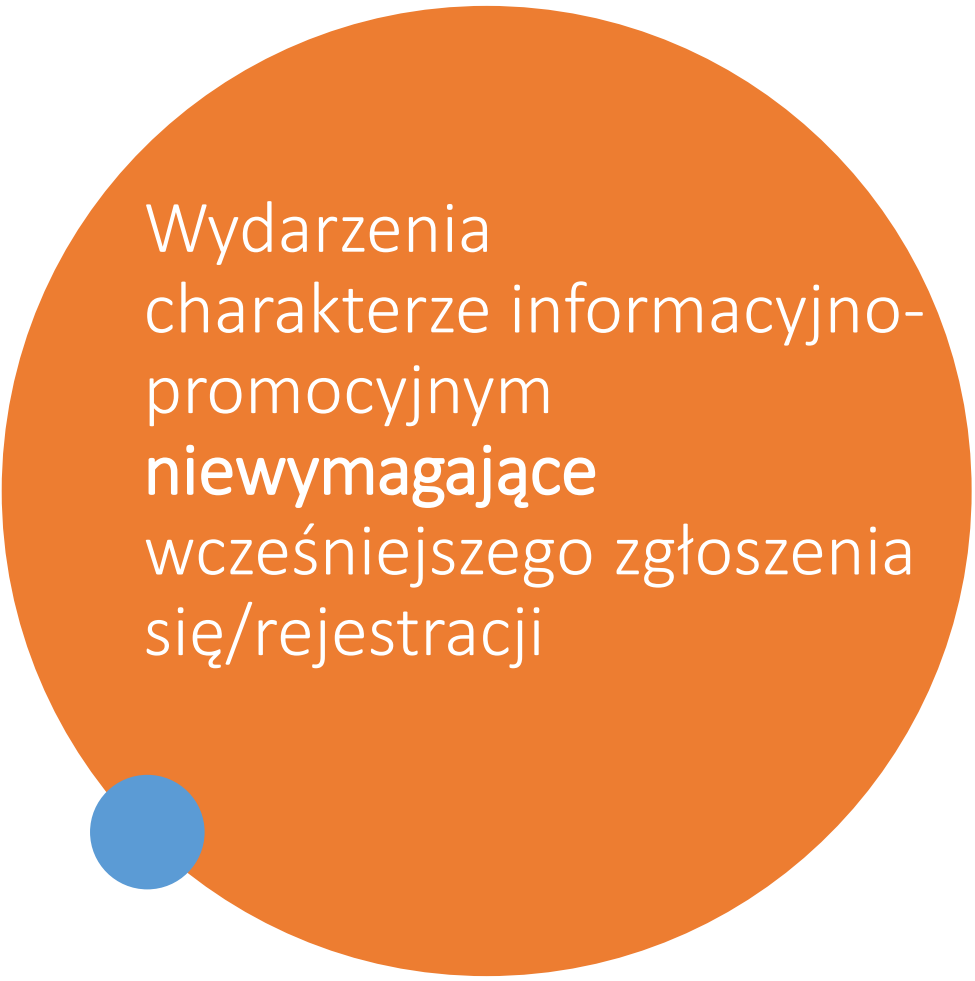
Wydarzenia o charakterze informacyjno- promocyjnym **niewymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

Dobre praktyki

Dostępność:

- Dojście do budynku: Przy wejściu nawierzchnia z kostki granitowej.
- Transport samochodowy: Parking publiczny (strefa płatnego parkowania), w tym miejsca dla osób z niepełnosprawnościami.
- Komunikacja w budynku
- Wejście: Z poziomu terenu
- Kasy: Nie dotyczy
- Dostępność sal/pomieszczeń, w których odbywają się wydarzenia w ramach WTKBB
- Możliwość poruszania się po całej wystawie na przykład windy, pochylnie. Utrudnieniem może być kostka granitowa znajdująca się na znacznej części wystawy.
- Toalety dla osób z niepełnosprawnościami

Źródło: Strona internetowa festiwalu Warszawski Tydzień Kultury Bez Barier (<http://www.wtkbb.pl/>).



Wydarzenia
charakterze informacyjno-
promocyjnym
niewymagające
wcześniejszego zgłoszenia
się/rejestracji



9. Komunikacja z potencjalnymi uczestnikami/uczestniczkami wydarzeń odbywa się przez co najmniej dwa sposoby komunikacji (na przykład z wykorzystaniem telefonu; e-maila; informacji w mediach społecznościowych).

Wydarzenia
o charakterze
informacyjno-
promocyjnym
niewymagające
wcześniejszego
zgłoszenia
się/rejestracji

Dobre praktyki

Przy wyborze sposobów komunikacji, dobrą praktyką powinno być uwzględnienie, co najmniej dwóch kanałów sensorycznych (wzrok, słuch).

Zaproszenia nie powinny być wysyłane wyłącznie w formie graficznej.



Wydarzenia o charakterze
informacyjno-
promocyjnym
niewymagające
wcześniejszego zgłoszenia
się/rejestracji

10. Prezentacje multimedialne przedstawiane podczas wydarzenia uwzględniają kryteria dostępności:

- unikalne tytuły dla każdego ze slajdów
 - ograniczona ilość tekstu na slajdzie – maksymalnie 4-6 wierszy · użycie krótkich równoważników zdań
 - zastosowanie dużej czcionki – minimum 18-20 punktów
 - zastosowanie czcionek bezszeryfowych, na przykład Helvetica, Arial, Calibri, Verdana, Tahoma bez cieni
 - zachowanie kontrastu czcionki do tła
 - zastosowanie wysokiej jakości grafiki, dużych zdjęć wraz z obligatoryjnym tekstem alternatywnym.
- 

Wydarzenia
o charakterze
informacyjno-
promocyjnym
niewymagające
wcześniejszego
zgłoszenia
się/rejestracji

Dobre praktyki

Dla poprawienia czytelności prezentacji dobrą praktyką, szczególnie w dużych salach konferencyjnych, może być zapewnienie dodatkowych ekranów bocznych.

Transmisja on-line wydarzenia (o ile jest organizowana), powinna zawierać tłumaczenie na język migowy.

Transmisja powinna zawierać również audiodeskrypcję - o ile informacja wizualna z wydarzenia jest istotna dla odbiorcy i ma znaczenie poznawcze.

Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **niewymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

11. Filmy i multimedia, zawierają audiodeskrypcję (wszędzie tam, gdzie informacja niesiona obrazem jest istotna dla odbiorcy i ma znaczenie poznawcze).

12. Transmisja on-line wydarzenia (o ile jest organizowana), udostępnia napisy rozszerzone na żywo.

⇒ Patrz: Standard cyfrowy (Rozdz. Multimedia)



Wydarzenia
o charakterze
informacyjno-
promocyjnym
niewymagające
wcześniejszego zgłoszenia
się/rejestracji

Dobre praktyki

W przypadku audiodeskrypcji, odbiorca ma możliwość włączyć lub wyłączyć ją w dowolnym momencie.

Nagranie zawiera informację mówiącą jak to zrobić.

Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **niewymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

13. Materiały z wydarzenia są możliwe do pozyskania dla jego uczestników/-czek w postaci dostępnego pliku. Jeżeli materiały są wydrukowane bądź na przykład przekazywane w formie płyty z prezentacją, leżą w miejscach dostępnych dla osób na wózkach inwalidzkich.

⇒Patrz: Standard cyfrowy (Rozdz. Dokumenty elektroniczne)

⇒Patrz: Standard informacyjno-promocyjny (Rozdz. Materiały. Informacja pisana)





Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **wymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

1. Wszystkie spotkania otwarte (na przykład konferencje), organizowane z udziałem środków funduszy europejskich, wymagające wcześniejszej rejestracji, umożliwiają zgłoszenie specjalnej potrzeby uczestników/-czek, co oznacza że co najmniej jedno z pytań w formularzu rejestracyjnym (zgłoszeniowym) dotyczy indywidualnych, specjalnych potrzeb uczestników/-czek.

Zgłoszenie specjalnej potrzeby obliguje organizatora wydarzenia do jej spełnienia w możliwie największym stopniu. Należy wówczas postępować jak w przypadku wydarzeń niewymagających wcześniejszego zgłoszenia się/rekrutacji.

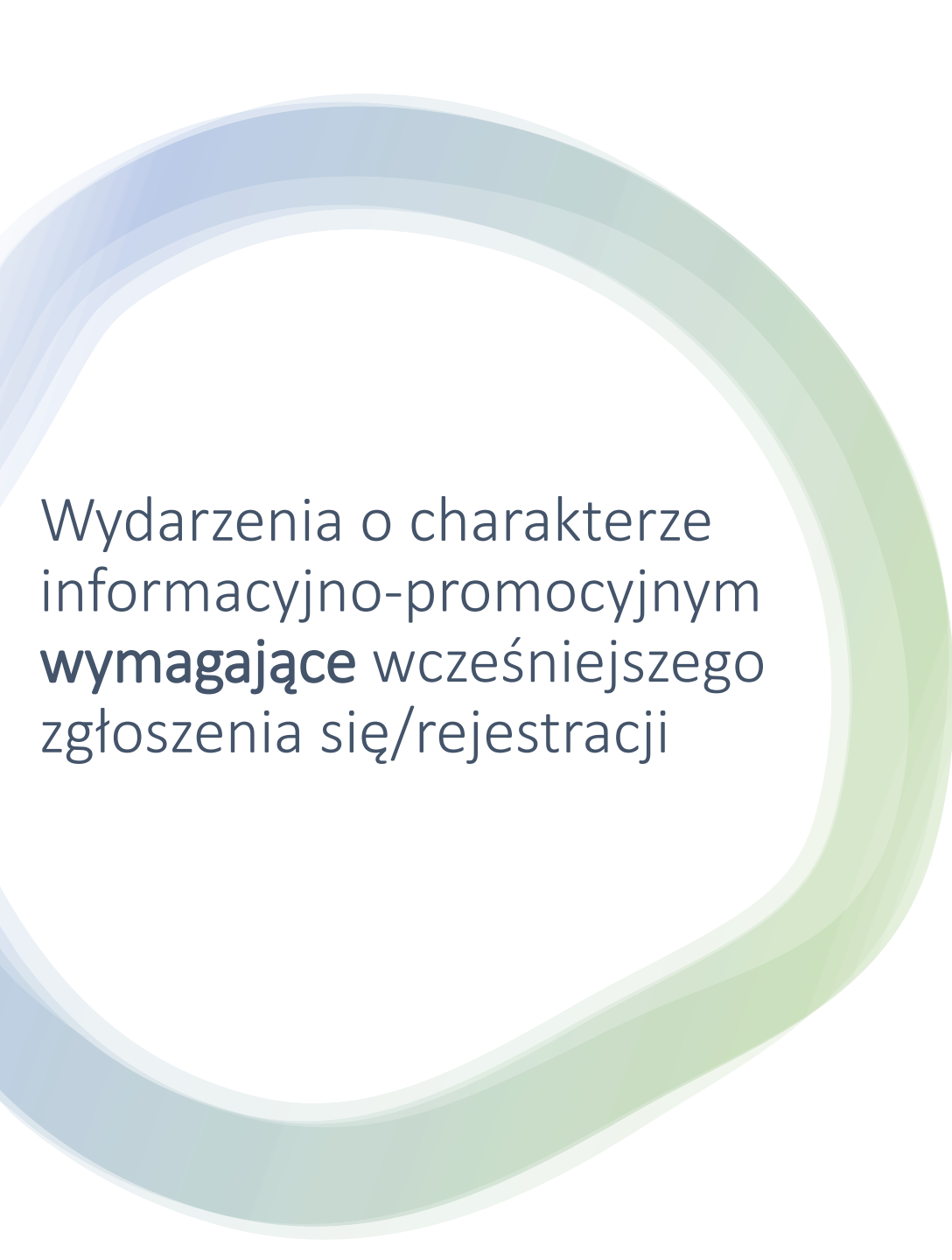
Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **wymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

Dobre praktyki

Pytanie o specjalne potrzeby może wyglądać następująco:

Co moglibyśmy jeszcze zrobić, aby Pan/Pani czuł/czuła się u nas komfortowo? Proszę zaznaczyć usługę, której Pan/Pani potrzebuje i poinformować nas o tym:

- – tłumacz Polskiego Języka Migowego ☐
- – tłumacz Systemu Językowo-Migowego ☐
- – pętla indukcyjna ☐
- – powiększony tekst ☐
- – wsparcie asystenta: osoby niewidomej, osoby głuchoniewidomej, osoby z niepełnosprawnością fizyczną ☐
- – szczególne potrzeby w zakresie wyżywienia ☐
- – inne ☐
- – preferowana forma kontaktu: telefon ☐ e-mail ☐ sms ☐



Wydarzenia o charakterze
informacyjno-promocyjnym
wymagające wcześniejszego
zgłoszenia się/rejestracji

2. Wydarzenia odbywają się w budynkach (miejscach) dostępnych, w których:

- wejście do budynku jest na poziomie terenu wokół budynku, a jeśli w budynku są schody to jest winda, dostępny podjazd lub sprawna platforma przyschodowa lub wózek schodowy ręczny i przeszkolony w jego obsłudze personel
 - (⇒ Patrz Standard architektoniczny)
- na kondygnacjach dostępnych dla osób z niepełnosprawnością znajdują się przystosowane toalety
 - (⇒ Patrz Standard architektoniczny)
- o ile to możliwe na korytarzach nie ma wystających gablot, reklam, elementów dekoracji, które mogłyby być przeszkodą dla osób z niepełnosprawnościami.

Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **wymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

Dobre praktyki

Zaleca się, aby przy realizacji zamówień na podstawie ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych koszt ewentualnych dostosowań do potrzeb osób z niepełnosprawnością był wyszczególniony w składanych ofertach, tzn. wycena zamówienia powinna być podzielona na element podstawowy (pewny, obowiązkowy) oraz element dodatkowy, który może, ale nie musi wystąpić – na przykład usługa tłumacza migowego w przypadku zarejestrowania się na szkolenie/konferencję osoby niesłyszącej.

Natomiast w umowie z Wykonawcą usługi powinien znaleźć się zapis gwarantujący, że wykonawcy zapłacone zostanie wynagrodzenie tylko za faktycznie zamówione i wykonane usługi.

Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **wymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

Dobre praktyki

- Przykładowe zapisy w Szczegółowym Opisie Przedmiotu Zamówienia:
 - Ze względu na udział w wydarzeniu osób z niepełnosprawnościami całość wydarzenia musi zostać w pełni dostosowana do ich potrzeb, w szczególności miejsce, materiały konferencyjne, poszczególne punkty programu –
- Przygotowując wszystkie materiały graficzne Wykonawca będzie zobowiązany do przestrzegania zasad dostępności, tj. uwzględnienia w materiałach multimedialnych i drukowanych powiększonej czcionki oraz ewentualnej możliwości regulacji jej wielkości, stosowanie kontrastów ułatwiających odczytanie informacji osobom słabowidzącym

Wydarzenia
o charakterze
informacyjno-
promocyjnym
wymagające
wcześniejszego
zgłoszenia się/rejestracji

Dobre praktyki

Jeśli to możliwe, należy zaangażować osoby z niepełnosprawnością intelektualną w proces redagowania informacji, tekstu, przekazu skierowanego do nich.

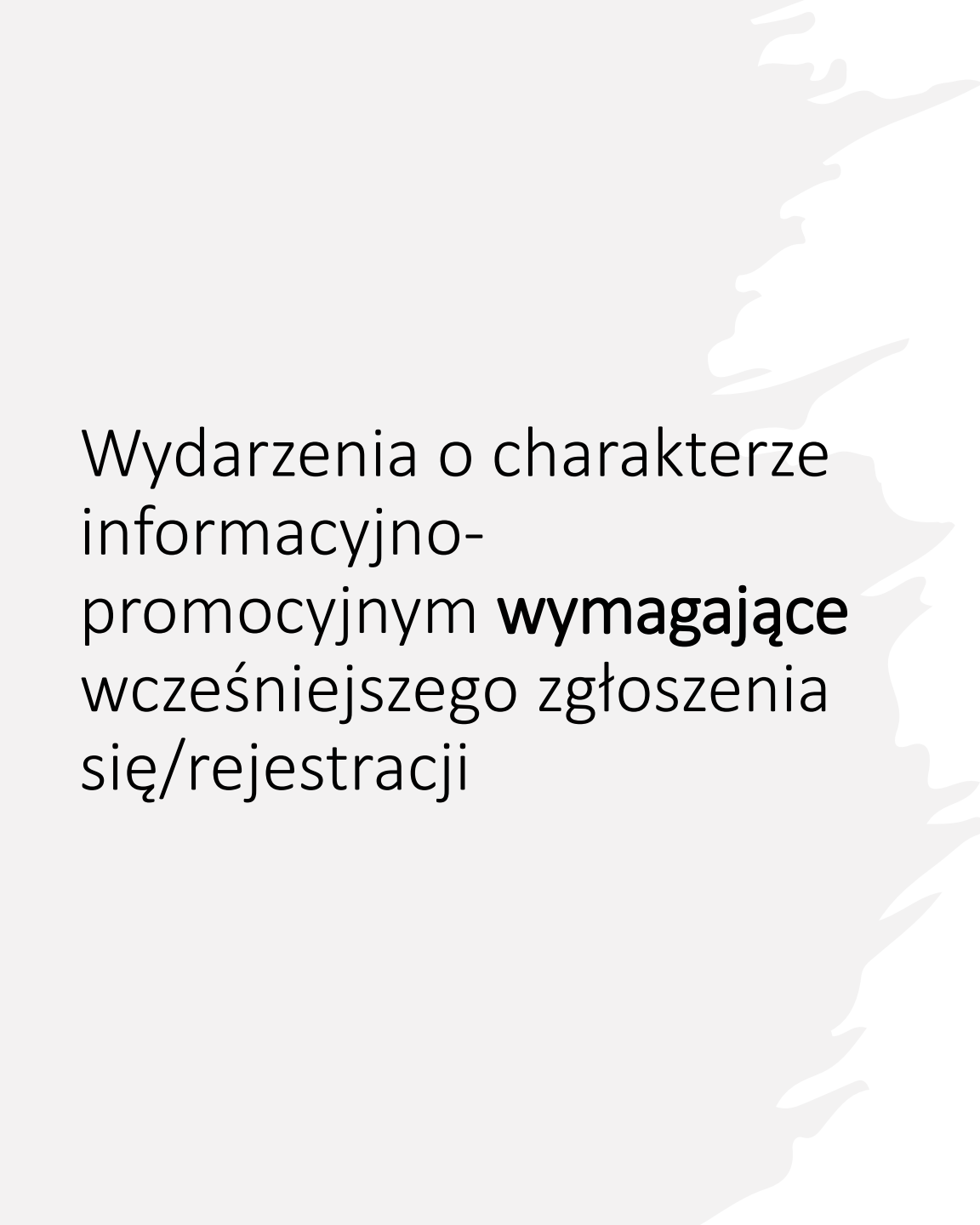
Tekst powinien być wspierany ilustracjami (zdjęcia, rysunki, symbole), które najlepiej objaśniają tekst – kluczowe słowo lub ideę

Wydarzenia o charakterze informacyjno- promocyjnym **wymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

Dobre praktyki

Wszystkie wyżej wymienione materiały mają zostać przygotowane w sposób dostępny dla osób z różnymi niepełnosprawnościami - przede wszystkim pod względem grafiki, wielkości i koloru czcionki, w wersji elektronicznej grafika w formacie jpg lub innym z zaszytym tekstem alternatywnym. Ponadto do obowiązków Wykonawcy będzie należało:

- opracowanie programu wydarzenia w alfabecie Braille'a
- nagranie krótkiej informacji dotyczącej wydarzenia i zapraszającej do wzięcia udziału w nim oraz programu wydarzenia w polskim języku migowym w formie filmu trwającego do maksymalnie 5 min., który będzie możliwy do zamieszczenia i otworzenia za pośrednictwem strony internetowej Wykonawcy lub dedykowanej wydarzeniu.



Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **wymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

Dobre praktyki

Wszystkie elementy scenograficzne (stoiska wystawiennicze, stanowiska recepcyjne, meble konferencyjne, stoły cateringowe) przygotowane przez Wykonawcę powinny być dostępne dla wszystkich osób, w tym również dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnością. Oznacza to, że muszą być zgodne z koncepcją uniwersalnego projektowania, opartą na następujących regułach:

- 1) równe szanse dla wszystkich
- 2) elastyczność w użytkowaniu
- 3) prostota i intuicyjność w użyciu
- 4) postrzegalność informacji
- 5) tolerancja na błędy
- 6) niewielki wysiłek fizyczny podczas użytkowania
- 7) rozmiar i przestrzeń wystarczające do użytkowania
- 8) percepcja równości (projekt powinien minimalizować możliwość postrzegania indywidualnego jako dyskryminujące).

Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **wymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

Dobre praktyki

UWAGA! organizując tzw. „bankiety stojące” należy zapewnić alternatywne rozwiązania na przykład bufet i stoły różnej wysokości, w tym dostępne dla osób z poziomym wózka inwalidzkiego oraz pomoc przy szwedzkim stole.



Fotografia Materiały własne

Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **wymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

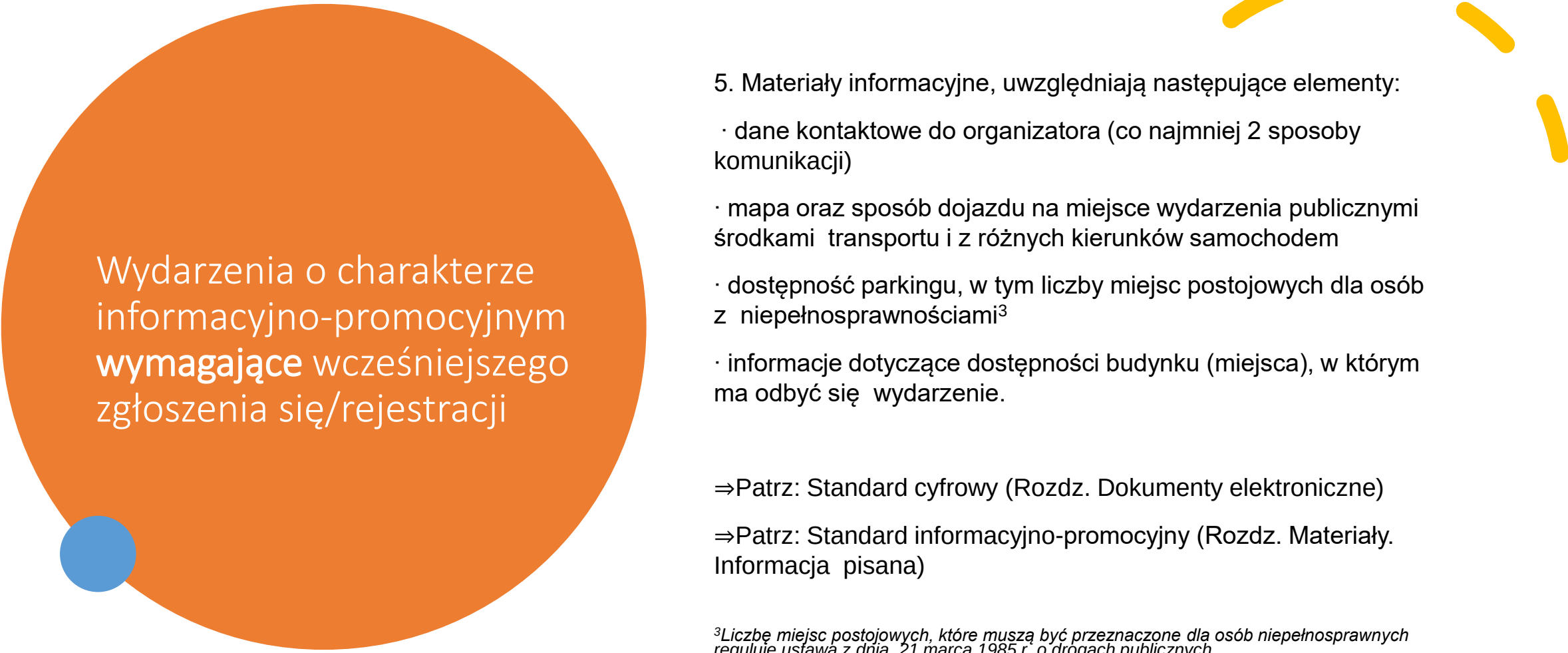
3. Zapewniona jest możliwość wejścia i uczestniczenia z psem asystującym (zgodnie z artykułem 20a ustawy z dnia 27 sierpnia 1997 roku o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych).

4. Materiały służące informowaniu o wydarzeniu (na przykład zaproszenia, plakaty, ulotki, ogłoszenia prasowe, strona internetowa z rejestracją) są przygotowane, co najmniej w wersji elektronicznej. Jeżeli wydarzenie posiada swoją dedykowaną stronę internetową, gdzie prowadzona jest m.in. rejestracja, to jest ona dostępna (to znaczy zgodna ze standardem cyfrowym). Na stronie zawarta jest informacja, w jaki sposób wydarzenie będzie dostępne dla osób z niepełnosprawnościami.

⇒Patrz: Standard cyfrowy (Rozdz. Serwisy internetowe)

⇒Patrz: Standard informacyjno-promocyjny (Rozdz. Materiały. Informacja pisemna).





Wydarzenia o charakterze
informacyjno-promocyjnym
wymagające wcześniejszego
zgłoszenia się/rejestracji

5. Materiały informacyjne, uwzględniają następujące elementy:

- dane kontaktowe do organizatora (co najmniej 2 sposoby komunikacji)
- mapa oraz sposób dojazdu na miejsce wydarzenia publicznymi środkami transportu i z różnych kierunków samochodem
- dostępność parkingu, w tym liczby miejsc postojowych dla osób z niepełnosprawnościami³
- informacje dotyczące dostępności budynku (miejsca), w którym ma odbyć się wydarzenie.

⇒Patrz: Standard cyfrowy (Rozdz. Dokumenty elektroniczne)

⇒Patrz: Standard informacyjno-promocyjny (Rozdz. Materiały. Informacja pisana)

³Liczbę miejsc postojowych, które muszą być przeznaczone dla osób niepełnosprawnych reguluje ustawa z dnia 21 marca 1985 r. o drogach publicznych.

Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **wymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

Dobre praktyki

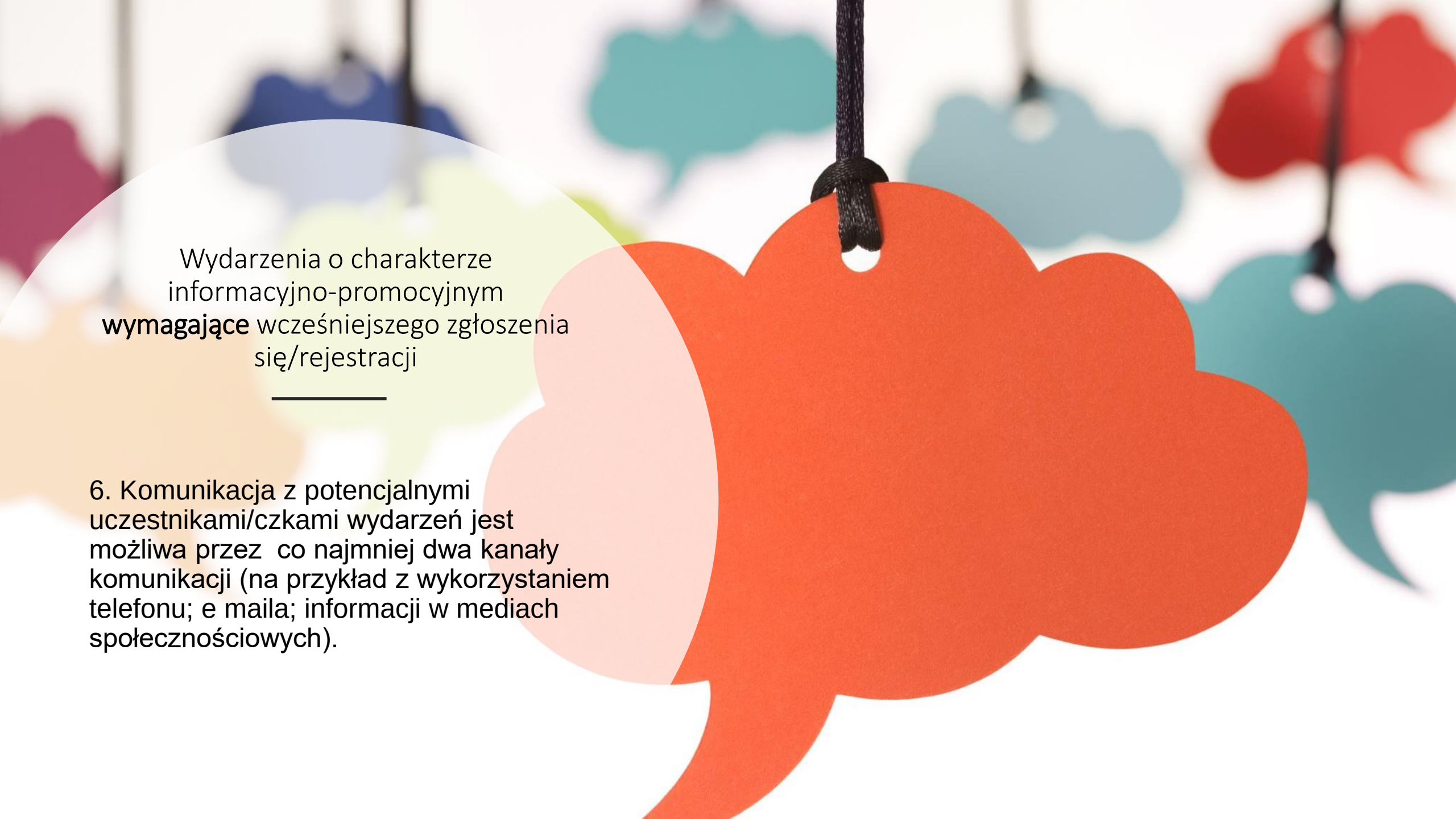
W przypadku opracowywania strony internetowej samodzielnie przez organizatora wydarzenia, na stronach Polskiej Akademii Dostępności i Forum Dostępnej Cyberprzestrzeni można pobrać bezpłatne szablony:

- z dostępnym systemem do zarządzania treścią (cms) strona [www Polskiej Akademii Dostępności](http://www.pad.widzialni.org/) (<http://www.pad.widzialni.org/>)

- do najpopularniejszych cms-ów (WordPress, Quick.cms, Joomla) strona [www Forum Dostępnej Przestrzeni](http://www.szablony.fdc.org.pl/) (<http://www.szablony.fdc.org.pl/>).

Jeśli wykonanie strony internetowej jest zlecane firmie zewnętrznej można skorzystać z Mapy Dostępności Opracowanej przez Szerokie Porozumienie na Rzecz Umiejętności Cyfrowych (http://www.widzialni.org/container/mapa_dostepnosci.pdf).

Dobłą praktyką jest okresowe sprawdzanie dostępności i funkcjonowania urządzeń wspomagających jak platformy przyschodowe, podjazdy. Dodatkowo przed organizacją wydarzenia należy sprawdzić czy urządzenie działa prawidłowo.



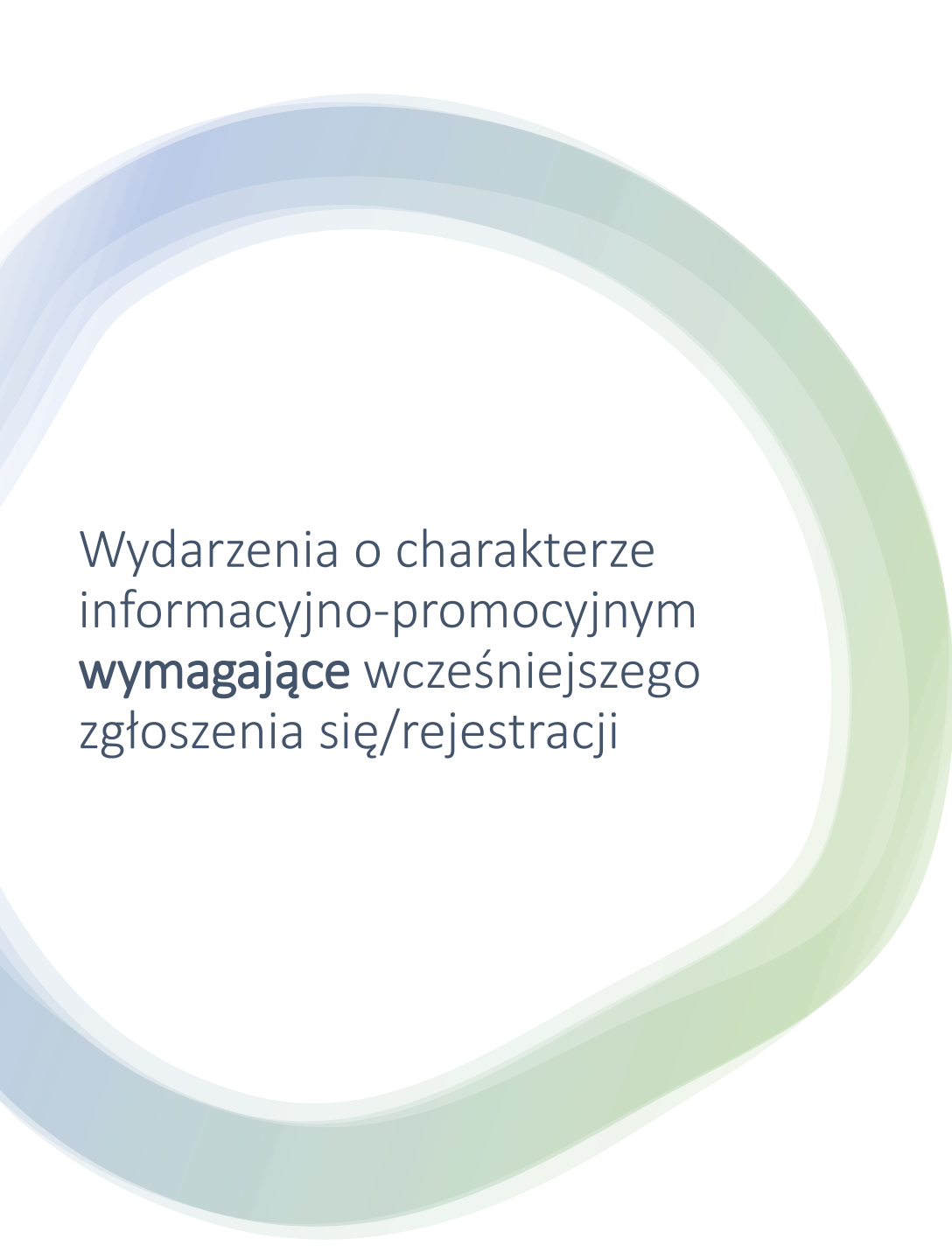
Wydarzenia o charakterze
informacyjno-promocyjnym
wymagające wcześniejszego zgłoszenia
się/rejestracji

6. Komunikacja z potencjalnymi
uczestnikami/czkami wydarzeń jest
możliwa przez co najmniej dwa kanały
komunikacji (na przykład z wykorzystaniem
telefonu; e maila; informacji w mediach
społecznościowych).

Wydarzenia
o charakterze informacyjno-
promocyjnym **wymagające**
wcześniejszego zgłoszenia
się/rejestracji

Dobre praktyki

Przy wyborze sposobów komunikacji, dobrą praktyką powinno być uwzględnienie, co najmniej dwóch kanałów sensorycznych (wzrok, słuch).



Wydarzenia o charakterze
informacyjno-promocyjnym
wymagające wcześniejszego
zgłoszenia się/rejestracji

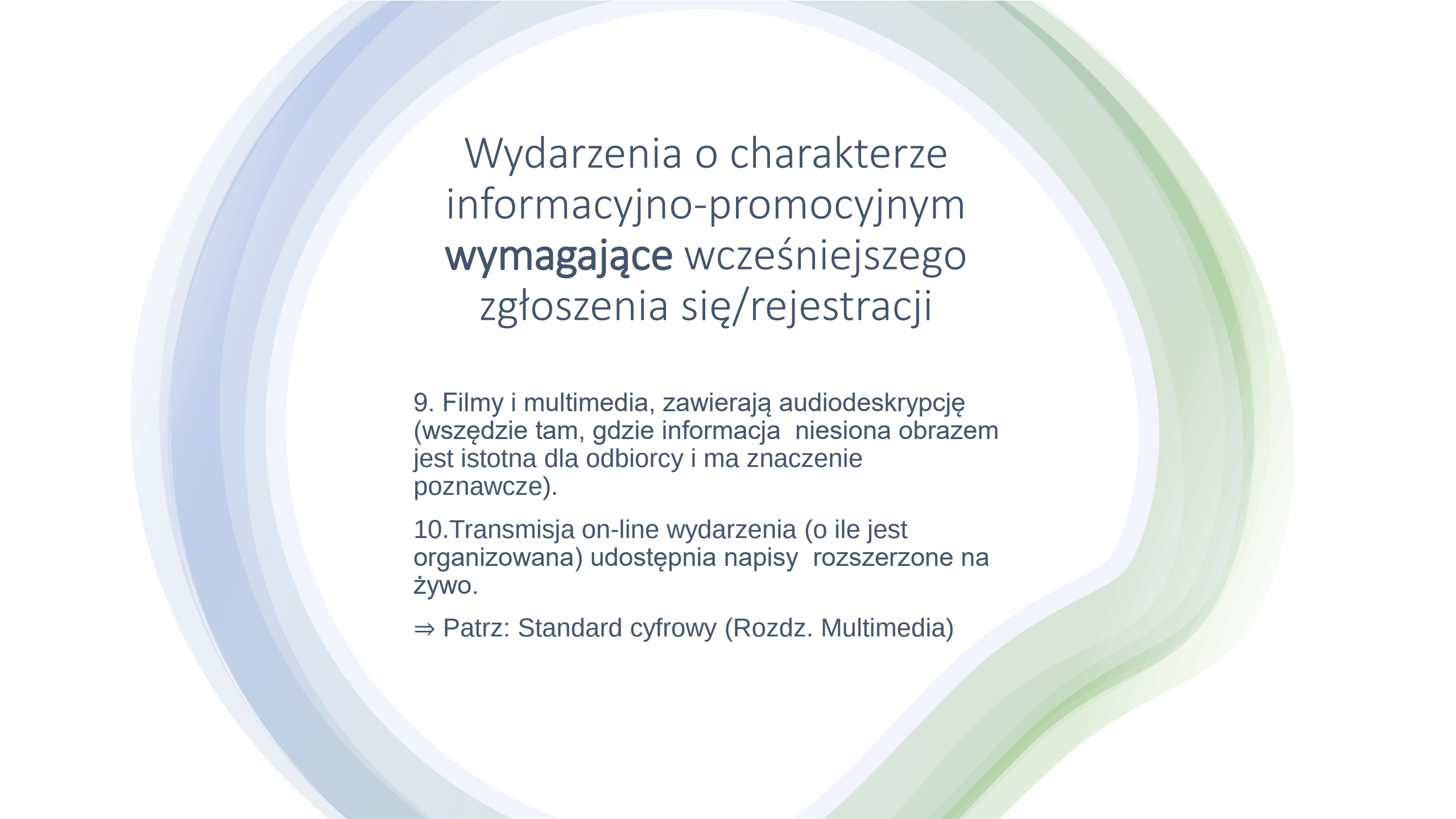
7. Jeżeli wydarzenie organizowane jest w ramach postępowania w trybie ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. - Prawo zamówień publicznych, zamawiający już na etapie dokumentacji zamówienia uwzględnia kwestie dostępności – w zależności od tego co jest treścią zamówienia (na przykład klauzule społeczne – włączenie osoby z niepełnosprawnością do wykonania zamówienia; uniwersalne projektowanie – materiały audio-video).

⇒ Patrz: Dobre praktyki powyżej

Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **wymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

8. Prezentacje multimedialne przedstawiane podczas wydarzenia uwzględniają kryteria dostępności:

- unikalne tytuły dla każdego ze slajdów
- ograniczona ilość tekstu na slajdzie – maksymalnie 4-6 wierszy,
- użycie krótkich równoważników zdań
- zastosowanie dużej czcionki – minimum 18-20 punktów
- zastosowanie czcionek bezszeryfowych, na przykład Helvetica, Arial, Calibri, Verdana, Tahoma bez cieni
- zachowanie kontrastu czcionki do tła
- zastosowanie wysokiej jakości grafiki, dużych zdjęć wraz z obligatoryjnym tekstem alternatywnym.



Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **wymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

9. Filmy i multimedia, zawierają audiodeskrypcję (wszędzie tam, gdzie informacja niesiona obrazem jest istotna dla odbiorcy i ma znaczenie poznawcze).

10. Transmisja on-line wydarzenia (o ile jest organizowana) udostępnia napisy rozszerzone na żywo.

⇒ Patrz: Standard cyfrowy (Rozdz. Multimedia)

Wydarzenia o charakterze informacyjno-promocyjnym **wymagające** wcześniejszego zgłoszenia się/rejestracji

11. Materiały z wydarzenia są możliwe do pozyskania dla jego uczestników/-czek w postaci dostępnego pliku. Jeżeli materiały są wydrukowane bądź na przykład przekazywane w formie płyty z prezentacją, leżą w miejscach dostępnych dla osób na wózkach inwalidzkich.

⇒ Patrz: Standard cyfrowy (Rozdz. Dokumenty elektroniczne)

⇒ Patrz: Standard informacyjno-promocyjny (Rozdz. Materiały. Informacja pisana)



Materiały. Informacja pisana

Dostępne materiały mają zastosowanie zawsze, gdy chcemy przygotować informację łatwą do przeczytania i zrozumienia. Stosujemy je tam, gdzie jest to zasadne, w tym w szczególności opracowując:

- materiały dla otwartego grona różnych odbiorców
- materiały dedykowane dla osób z niepełnosprawnościami
- materiały informacyjne, promocyjne i rekrutacyjne dotyczące projektu/działań finansowanych ze środków europejskich.

Materiały. Informacja pisana

Uwaga!

Należy pamiętać, że nie zawsze konieczne i celowe jest stosowanie wszystkich zawartych tu zasad.

Warto zastosować jak najwięcej z nich, aby mieć pewność, że realizowane działania nikogo nie dyskryminują i trafiają do różnych odbiorców.

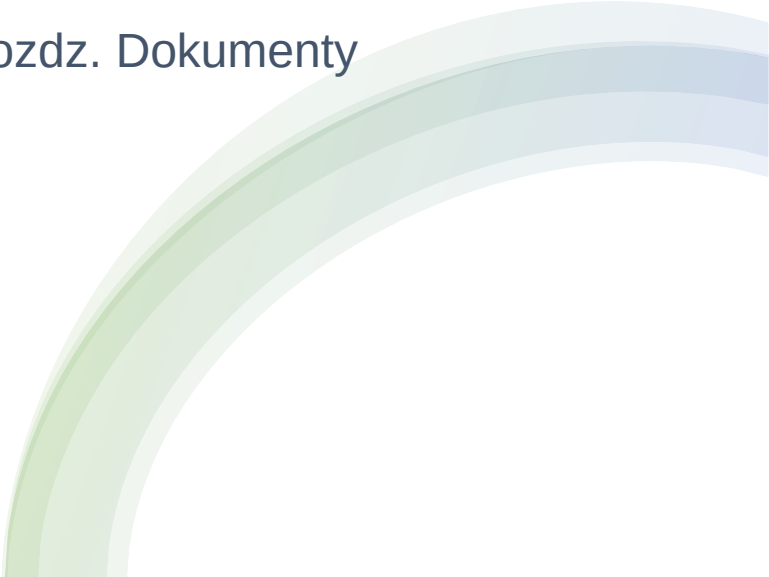




Materiały. Informacja pisana

1. Materiały są przygotowane co najmniej w wersji elektronicznej. Organizator wydarzenia decyduje, w jaki sposób i którymi sposobami komunikacji zapewnia dostępność materiałów na przykład wersja w druku powiększonym, wersja w języku łatwym do czytania, w systemie Braille'a, nagrania tłumaczenia na język migowy na nośniku elektronicznym.

⇒ Patrz: Standard cyfrowy (Rozdz. Dokumenty elektroniczne).



Materiały. Informacja pisana

Dobre praktyki

Przy wyborze sposobów komunikacji, dobrą praktyką jest uwzględnienie, co najmniej dwóch kanałów sensorycznych (wzrok, słuch).



Materiały. Informacja pisana

2. Teksty – są pisane prostym językiem:

- o ile to możliwe, unika się żargonów, skrótów i związków frazeologicznych
- nie używa się trudnych wyrazów, a także skrótów zapożyczonych z innego języka, chyba że są dobrze znane
- jeśli używane są skróty branżowe (na przykład EFSiL, PO WER, UP), to przy pierwszym ich użyciu w dokumencie wskazuje się w nawiasie ich rozwinięcie
- w zdaniach stosuje się stronę czynną zamiast biernej
- podawane są przykłady
- wyrównane są do lewej strony – nie stosujemy justowania
- stosuje się zdania krótkie, jeśli jest to możliwe – pozytywne zamiast negatywnych (na przykład: „Realizuj dostępny projekt” zamiast „Nie powinienes realizować niedostępnego projektu”).

Materiały. Informacja pisana

3. Dzielenie wyrazów – funkcja domyślnie wyłączona. Do rozsuwania znaków używa się funkcji „tekst rozstrzelony”. Błędem jest wstawianie spacji między literami, ponieważ czytnik ekranu każdą z liter będzie traktował jak oddzielny wyraz.

4. Czcionka:

- bezzeryfowa, czyli o kroju pozbawionym ozdobników w postaci szeryfów – końcówki znaków są proste (na przykład Helvetica, Arial, Calibri, Tahoma); przykłady czcionek szeryfowych, których nie należy stosować, to między innymi Times New Roman, Century
- rozmiar: minimum 12
- należy stosować interlinię między wierszami: 1,15 lub 1,5.



Materiały. Informacja pisana

5. Nagłówki – używa się wbudowanych stylów: Nagłówek 1, 2 itd., które pozwalają osobom korzystającym z klawiatury i czytników ekranu przenosić kursor bezpośrednio do wybranego nagłówka. Prawidłowo oznaczone nagłówki pozwalają wyświetlić konspekt dokumentu, dzięki czemu można szybko zapoznać się z jego strukturą.

6. Akapity – tekst jest dzielony na akapity, które decydują o jego czytelności:

- przeniesienie fragmentu akapitu czy zdania do nowej linii wykonuje się przez wstawienie znaku podziału linii – znak ten można wstawić używając klawiszy: <Shift+Enter>
- przeniesienie fragmentu dokumentu na nową stronę wykonuje się przez wstawienie znaku podziału strony: <Ctrl+Enter>
- nie używa się klawisza <Enter> do przesuwania treści – użytkownicy niewidomi otrzymują wówczas błędną informację od czytnika ekranu; może to również spowodować błędne wyświetlanie się dokumentów
- nie tworzy się pionowych napisów – czytniki ekranu odczytują teksty zgodnie z obowiązującą w języku polskim zasadą pisania i czytania od lewej do prawej i od góry do dołu (tworzenie pionowych tekstów zaburza kolejności czytania tekstu).

Materiały. Informacja pisana

7. Hiperłącza – przy tworzeniu alternatywnego opisu hiperłączy (linków) nie używa się nazw całych linków – należy nadać im nazwę, która jasno określi ich przeznaczenie, na przykład:

- zamiast: <http://power.parp.gov.pl/harmonogram/harmonogram-naborow-na-2017-rok>,
- napisz: Terminy naborów.

8. Listy elementów – numeracja i punktory:

- przy wymienianiu używane w sytuacji wymieniania w tekście powiązanych ze sobą elementów
- ich zastosowanie ułatwia osobie z niepełnosprawnością nawigowanie po dokumencie
- symbol punktora lub liczba oznaczająca element listy powinna być wysunięta na lewo względem tekstu, dzięki temu elementy listy będą łatwo zauważalne.

Materiały. Informacja pisana

9. Kontrast⁴ pomiędzy tłem a tekstem jest wystarczający, na przykład czarny tekst na białym tle, niebieski tekst na białym tle, niebieski tekst na żółtym tle, czarny tekst na żółtym tle, biały tekst na niebieskim tle:

Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst Tekst

⁴Przykładowe narzędzia do badania kontrastu głównie na stronach internetowych: Colour Contrast Check, Contrast Checker, Check My Colours, Juicy Studio Accessibility. Wymienione narzędzia są w internecie. Opracowano na podstawie Fundacja Instytut Rozwoju Społecznego, Narzędzia do badania dostępności i tworzenia dostępnych treści, Warszawa, czerwiec 2014.

Materiały. Informacja pisana

10. Tabele:

- określa się wiersz nagłówek tabeli – zdefiniowanie wiersza nagłówek pozwala osobom niewidomym korzystającym z czytnika ekranu zrozumieć znaczenie treści odczytywanych komórek tabeli
- używa się funkcji „Powtórz wiersz nagłówka na nowych stronach” – w sytuacji, gdy tabela będzie zajmowała więcej niż jedną stronę dokumentu, wiersz nagłówka automatycznie zostanie powtórzony na kolejnych stronach
- linie siatki są widoczne, co pozwala wizualnie rozpoznawać wiersze i kolumny, · wyrównując tekst w kolumnach należy wyrównywać do lewej
- dane liczbowe wyrównuje się do prawej lub do przecinka dziesiętnego.

11. Eksportowanie pliku do pdf jest niezbędne dla zwiększenia dostępności tego pliku.

⇒ Patrz: Standard informacyjno-promocyjny (Rozdz. Materiały. Informacja pisana)

Materiały. Informacja pisana

Uwaga!

- Aby dowiedzieć się więcej o języku prostym skorzystaj na przykład z publikacji „Komunikacja pisana” (link do strony internetowej Komunikacja pisana)⁵ oraz „Prosto o konkursach funduszy europejskich” (link do strony internetowej Prosto o konkursach funduszy europejskich)⁶.
- Informacja pisana, spełniająca standardy tekstu łatwego do czytania dla języka polskiego, nazywana jest często informacją „łatwą do czytania” (easy-to-read). Do jej oznaczenia można użyć europejskiego logo tekstu łatwego do czytania. Wygląda ono tak:



⁵https://dsc.kprm.gov.pl/sites/default/files/pliki/komunikacja_pisemna_0.pdf

⁶<http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/wiadomosci/prosto-o-konkursach-funduszy-europejskich>

Materiały.
Informacja pisana

Uwaga!

Poniżej przykład jak
wygląd tekst łatwy do
czytania:

Pracownicy instytucji chcą
mieć pewność, że
w projektach nikt nie
dyskryminuje osób
z niepełnosprawnościami.



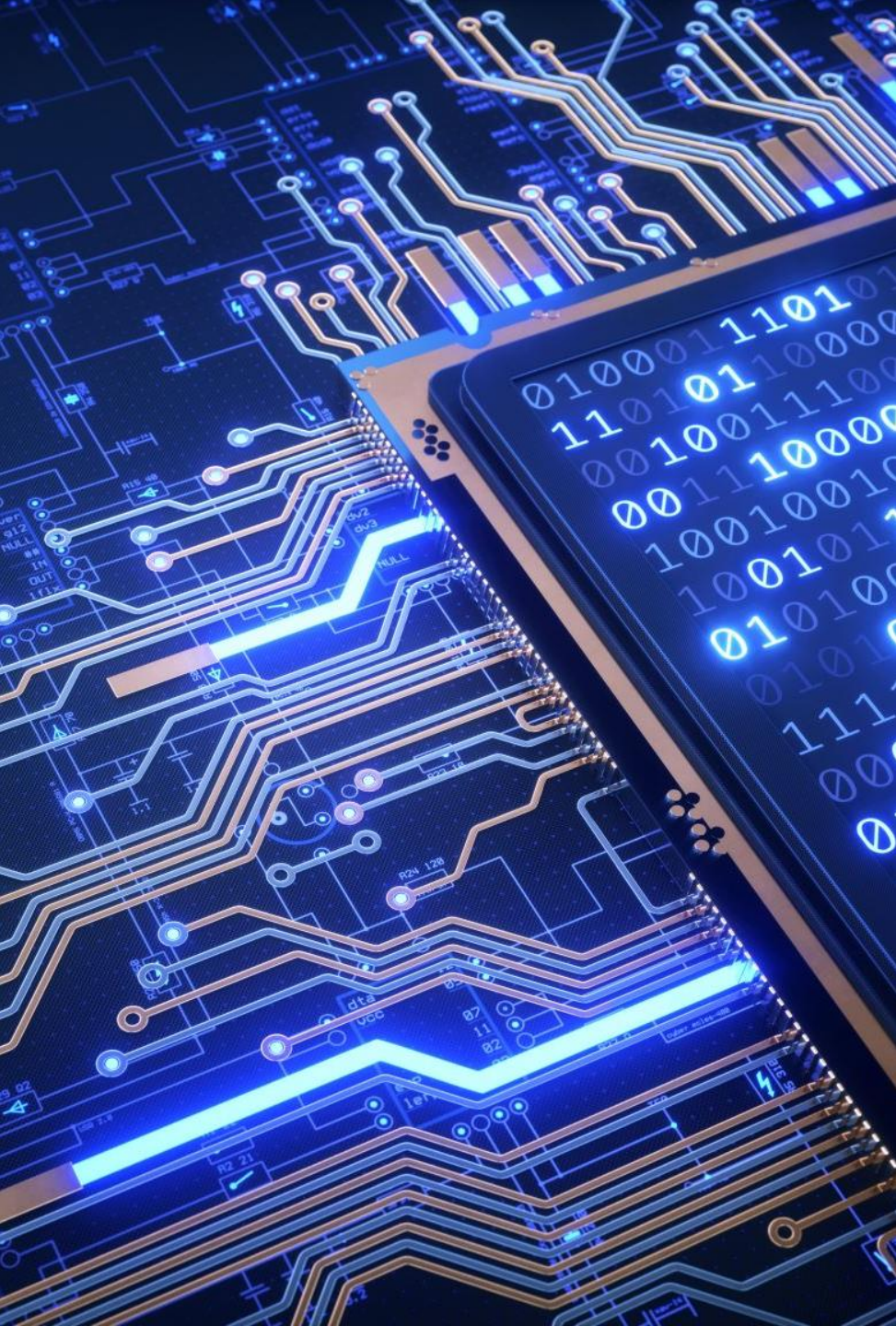
Materiały. Informacja pisana

Dobre praktyki

Tam, gdzie to możliwe powinno się unikać pisania kolorowym drukiem, kursywą, stosowania podkreśleń, pisania całych słów/zdań WIELKIMI LITERAMI.

W przypadku potrzeby zaznaczenia w tekście istotnej informacji, proponowane jest zastosowanie pogrubienia, w celu zwiększenia widoczności ważnego fragmentu.

Należy pamiętać o wypełnieniu metadanych (tytuł dokumentu, autor (na przykład osoba i instytucja), słowa kluczowe). Można to zrobić w zakładce „Plik”, w dziale „Informacje”.



Materiały. Informacja elektroniczna.

⇒ Patrz: Standard cyfrowy (Rozdz. Dokumenty elektroniczne)

1. PDF tworzy się w sposób zapewniający dostęp do warstwy tekstowej dokumentu oraz informacji o strukturze dokumentu w celu zastosowania technologii asystujących. W przypadku skanowania dokumentu tekstowego do pliku PDF należy pamiętać, aby wybrać opcję skanowania z możliwością przeszukiwania tekstu. Jeżeli skaner nie posiada takiej funkcji, utworzony plik PDF będzie niedostępny dla osób z niepełnosprawnościami. W takim wypadku należy użyć oprogramowania do OCR czyli rozpoznania druku i (po korekcie) zapisania go do pliku tekstowego.

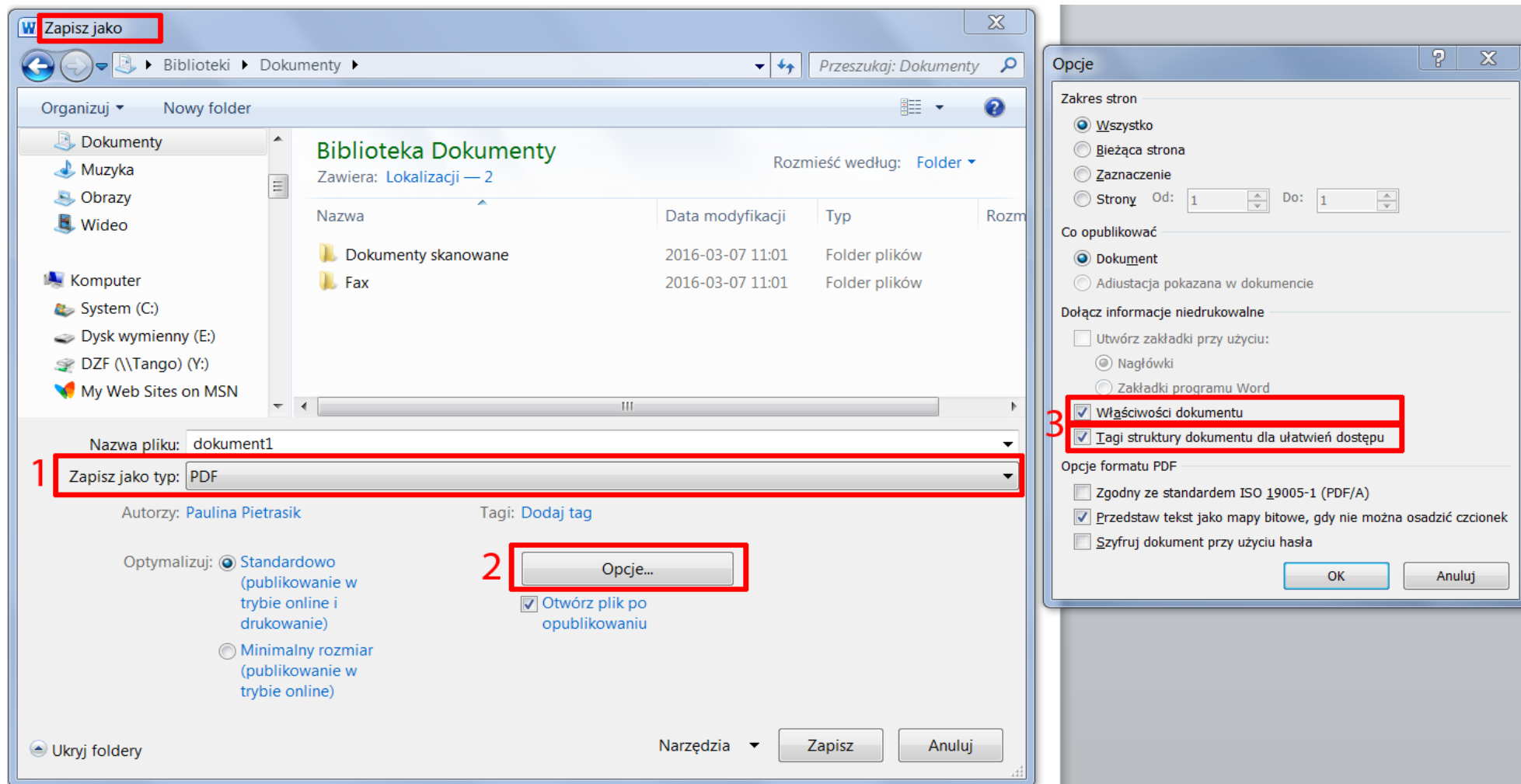
Materiały. Informacja elektroniczna.

2. Przy tworzeniu dokumentu typu PDF na przykład z dokumentów MS Word lub MS Excel należy wywołać polecenie Zapisz jako następnie w polu Zapisz jako typ wybrać opcję PDF i po naciśnięciu przycisku Opcje zaznacza się checkbox Tagi struktury dla ułatwień dostępu oraz checkbox Właściwości dokumentu.



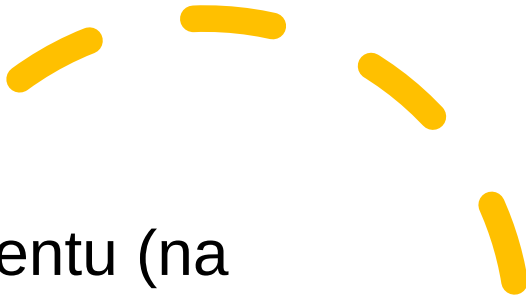
Materiały. Informacja elektroniczna.

Poniżej instrukcja jak to zrobić:





Materiały.
Informacja
elektroniczna.



3. Podczas wysyłania zeskanowywanego dokumentu (na przykład gdy istnieje konieczność odwzorowania elektronicznie dokumentu tradycyjnego), dołączany jest również dokument w formacie pozwalającym na dostęp do warstwy tekstowej na przykład RTF, ODT, DOCX, DOC, dostępny dokument w formacie PDF.

Kampanie medialne (na przykład filmy, videoblogi)

⇒ Patrz: Standard cyfrowy (Rozdz. Multimedia)

1. W kampanii medialnej kierowanej do osób z niepełnosprawnościami lub poruszającej kwestie niepełnosprawności biorą udział osoby z niepełnosprawnościami (na przykład poparcie celebryckie – nie tylko z niepełnosprawnością fizyczną, ale też intelektualną). Wykluczone jest angażowanie aktorów/statystów odgrywających niepełnosprawność.
2. Używany jest niestereotypowy przekaz, w tym w szczególności: promowanie praw i godności osób z niepełnosprawnościami, zdolności do pracy, zwalczanie stereotypów i przedstawiania pomocowego modelu osoby z niepełnosprawnością (wyłącznie jako biednego, chorego, nieporadnego, potrzebującego pomocy i wsparcia).



Kampanie medialne (na przykład filmy, videoblogi)



3. Użyty język jest zrozumiały dla przeciętnego obywatela (zawiera jak najmniej specjalistycznego słownictwa, unika skomplikowanej składni, zachowuje naturalny szyk zdania).



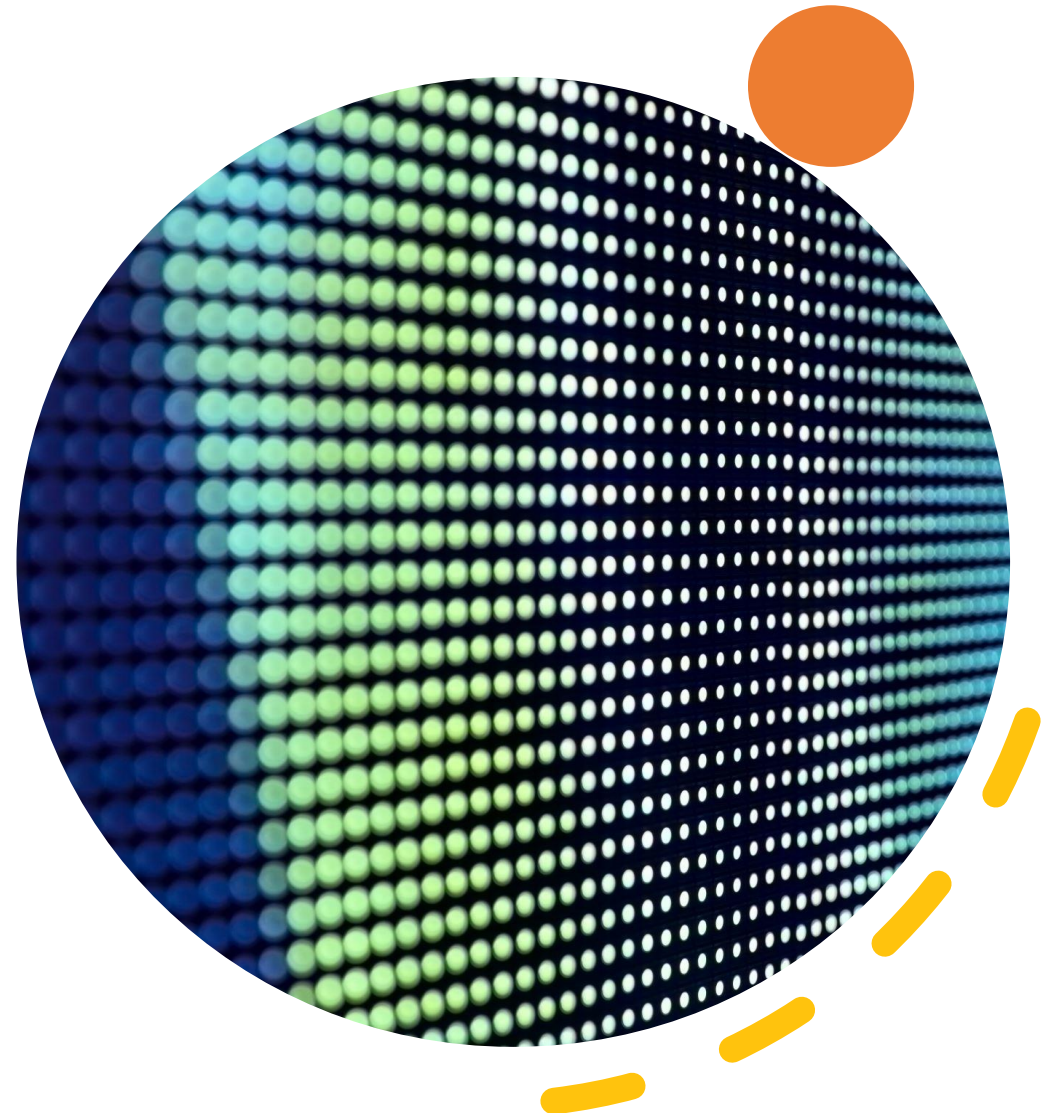
4. Kampania medialna jest prowadzona w oparciu o zróżnicowany przekaz (wykorzystuje co najmniej dwa kanały sensoryczne jak wzrok, słuch) i odpowiednie kanały informacyjne (zależnie od formy kampanii, na przykład serwisy branżowe, dedykowane dla osób głuchych, autystów itd.).



5. Nagranie każdorazowo zawiera audiodeskrypcję.



6. Transmisja on-line wydarzenia (o ile jest organizowana) udostępnia napisy rozszerzone na żywo.



Kampanie medialne (na przykład filmy, videoblogi)

Dobre praktyki

Pomocny podział kanałów to:

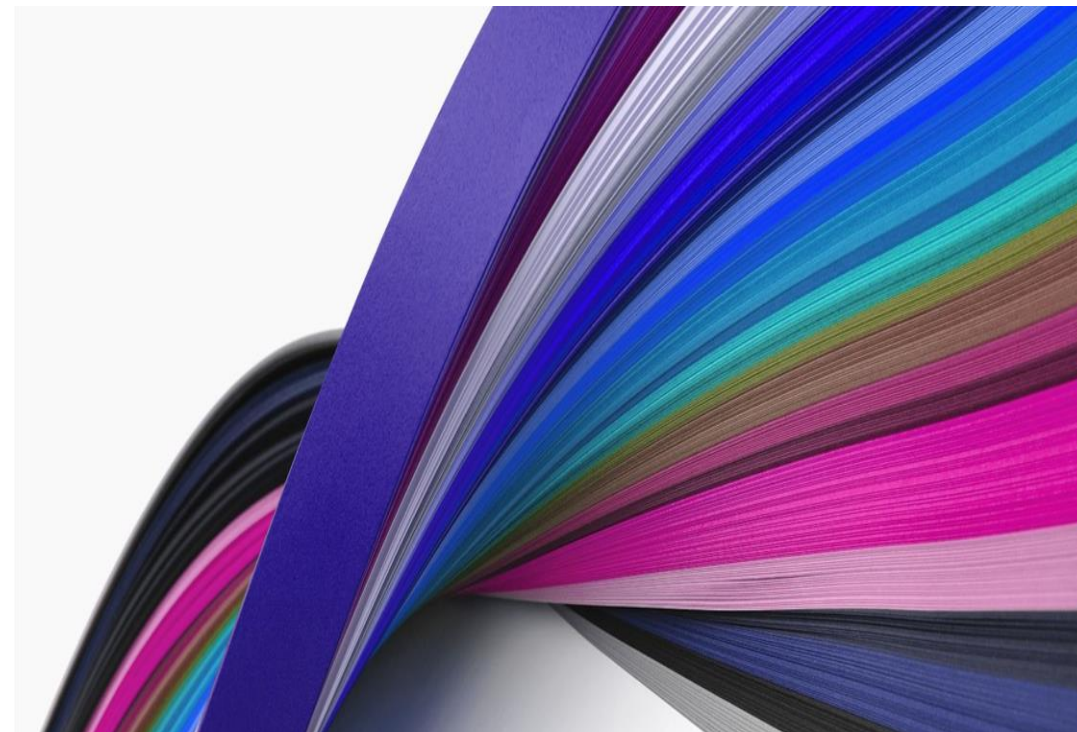
- osoby głuche i słabosłyszące – media społecznościowe, materiały z napisami, spot w języku migowym a nie tłumaczony na język migowy
- osoby niewidome i słabowidzące – radio, materiały tekstowe w Internecie – głuchoniewidomi – Internet.

W przypadku audiodeskrypcji, odbiorca ma możliwość włączyć lub wyłączyć ją w dowolnym momencie. Nagranie zawiera informację mówiącą jak to zrobić.

Dziękuję za uwagę.

Andrzej Świerczek

Miejsce na logo



Prezentacja stanowi moją własność i jest utworem w rozumieniu ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (T. j.: Dz. U. z 2016 r., poz. 666).