

Komunicirajmo za inkluziju

Priručnik za zagovaranje



Ovaj Priručnik za zagovaranje izrađen je s ciljem potpore naporima usmjerenima na pristupačnu komunikaciju i uključivanje osoba s invaliditetom te drugih skupina koje se suočavaju s preprekama u pristupu informacijama.

Namijenjen je jačanju kapaciteta organizacija civilnog društva (OCD), organizacija osoba s invaliditetom (OOSI) i organizacija za izgradnju kapaciteta (CBO) za zagovaranje usvajanja i provedbe standarda pristupačnosti u komunikacijskim praksama, javnim politikama i institucionalnim dokumentima.

Priručnik nudi praktične smjernice, alate i primjere koji lokalnim akterima mogu pomoći u promicanju pristupačne komunikacije kroz podizanje svijesti, dijalog s institucijama i aktivno sudjelovanje u procesima donošenja odluka.

Zašto je pristupačna komunikacija važna na Zapadnom Balkanu?

Na području Zapadnog Balkana mnogi se ljudi i dalje suočavaju sa značajnim preprekama u pristupu informacijama i komunikaciji.

Javne institucije često objavljuju informacije na složenom ili tehničkom jeziku, bez prilagođenih verzija za osobe s različitim komunikacijskim potrebama. Tumačenje na znakovni jezik i titlovi još uvijek se ne osiguravaju sustavno na javnim događanjima ili u mrežnim materijalima. Web stranice i digitalne platforme često nisu pristupačne korisnicima čitača ekrana ili osobama s ograničenom digitalnom pismenošću.

Ove prepreke ograničavaju sudjelovanje osoba s invaliditetom, starijih osoba, osoba s niskom razinom pismenosti i pripadnika manjinskih zajednica u društvenom, kulturnom i političkom životu.

Pristupačna komunikacija stoga nije samo tehničko pitanje – ona je pitanje ljudskih prava i preduvjet za ravnopravno sudjelovanje, uključivanje i demokraciju.

Što je zagovaranje?

Zagovaranje znači poduzimanje organiziranih aktivnosti s ciljem utjecanja na odluke, politike i prakse koje utječu na živote ljudi.

U kontekstu pristupačne komunikacije, zagovaranje podrazumijeva suradnju s donositeljima odluka, institucijama, medijima i zajednicama kako bi se osiguralo da su informacije i komunikacija razumljive i dostupne svima. Zagovaranje nadilazi samo podizanje svijesti, koje uglavnom informira i educira.

Također se razlikuje od pružanja usluga, koje podrazumijeva izravnu potporu pojedincima.

Zagovaranje je usmjereno na promjenu sustava i pravila kako bi uključivanje postalo trajni dio načina na koji institucije djeluju. Učinkovito zagovaranje kombinira dokaze, stratešku komunikaciju, partnerstva i ustrajnost kako bi se postigle promjene. Ono zahtijeva jasne ciljeve, snažnu suradnju među organizacijama i aktivno sudjelovanje osoba s invaliditetom – u skladu s načelom „*Ništa o nama bez nas*“.

Za koga je ovaj priručnik namijenjen?

Ovaj je priručnik namijenjen širokom krugu aktera koji imaju ulogu u promicanju pristupačne komunikacije, uključujući:

- organizacije za izgradnju kapaciteta
- organizacije civilnog društva usmjerene na uključivanje i jednakost
- skupine za samozagovaranje i zaštitu prava osoba s invaliditetom
- javne institucije i pružatelje usluga na lokalnoj i nacionalnoj razini
- donositelje odluka i kreatore politika iz središnjih i lokalnih vlasti
- medije, IT i obrazovne dionike koji oblikuju način na koji se informacije stvaraju i dijele

Kako koristiti ovaj priručnik

Ovaj je priručnik osmišljen kao praktičan vodič korak po korak koji organizacije mogu prilagoditi vlastitom kontekstu. Priručnik se sastoji iz 6 poglavlja i svaki dio podržava različitu fazu procesa zagovaranja.

1. Razumijevanje koncepta pristupačne komunikacije – Upoznavanje ključnih principa koji čine komunikaciju inkluzivnom.
2. Plan za zagovaranje – Definiranje ciljeva, identificiranje aktera i razvoj lokalnog plana za zagovaranje.
3. Alati – Gotovi šabloni, pisma i praktični savjeti za izgradnju partnerstava i organiziranje događaja.
4. Materijali – Primjeri i vizualne smjernice za kreiranje pristupačnih materijala za kampanje.
5. Pravni i strateški okvir – Pravni okviri i politike koji podržavaju zagovaranje i kako ih koristiti u praksi.
6. Praćenje i evaluacija – Praćenje napretka, mjerenje uspjeha i naučene lekcije.

Vodič se može koristiti tijekom treninga, planiranja ili pripreme lokalnih zagovaračkih aktivnosti. Također, može poslužiti kao priručnik prilikom dizajniranja kampanja za podizanje svesti, razvoja pristupačnih materijala ili komunikacije s institucijama.



Što je pristupačna komunikacija?

Pristupačna komunikacija znači stvaranje i dijeljenje informacija na način da ih svi mogu razumjeti i koristiti, bez obzira na njihove sposobnosti, dob, obrazovanje ili porijeklo.

To uključuje jasno pisanje i dizajniranje informacija, korištenje jednostavnog i razumljivog jezika, pristupačnih vizuala i uključivih digitalnih formata. To obuhvaća materijale na jednostavnom ili jasnom jeziku, audio opise, titlove, znakovni jezik i digitalne formate kompatibilne s čitačima ekrana.

Za osobe s oštećenjem sluha, video materijali sa znakovnim jezikom i titlovima ključni su za osiguravanje jednakog pristupa informacijama. Za osobe s oštećenjem vida ili slabim vidom, dokumenti trebaju uključivati alternativni tekst za slike, vizuale provjerene na kontrast i formate čitljive pomoću asistivnih tehnologija.

Pristupačna komunikacija osigurava da nitko nije isključen iz razumijevanja ili sudjelovanja zbog načina na koji su informacije predstavljene.

Zašto je važna?

Pristupačna komunikacija je ključna za omogućavanje ravnopravnog sudjelovanja svih ljudi u društvenom, kulturnom, obrazovnom i političkom životu. Ona osnažuje osobe s invaliditetom i druge ranjive skupine, smanjuje prepreke u pristupu informacijama i potiče uključivanje i jednakost u donošenju odluka.

Pristupačna komunikacija pomaže u smanjenju nejednakosti i promicanju ljudskih prava osiguravajući jednak pristup informacijama i mogućnost sudjelovanja. Ona podržava provedbu Konvencije UN-a o pravima osoba s invaliditetom (UN CRPD), posebno članaka 9 i 21, koji jamče pristupačnost i pristup informacijama. Kada je komunikacija uključiva, zajednice postaju bolje informirane, aktivnije uključene i osnaženije.

Tko ima koristi?

- Osobe s invaliditetom (gluhe i nagluhe osobe, slijepe osobe, slabovidne osobe, osobe s intelektualnim teškoćama)
- Osobe s demencijom ili kognitivnim poteškoćama
- Osobe s poteškoćama u čitanju ili učenju
- Nepismene osobe ili osobe s ograničenim obrazovanjem
- Pripadnici manjinskih zajednica
- Osobe s drugim maternjim jezikom
- Osobe koje doživljavaju stres, umor ili imaju ograničenu koncentraciju

Vrste pristupačnosti u komunikaciji

Pristupačna komunikacija povezana je s nekoliko oblika pristupačnosti:

Fizička pristupačnost – osiguravanje da prostori u kojima se informacije dijele (npr. sastanci, događaji, uredi) budu dostupni osobama s poteškoćama kretanja ili drugim tjelesnim ograničenjima.

Digitalna pristupačnost – osiguravanje da web stranice, aplikacije, videozapisi i dokumenti zadovoljavaju standarde pristupačnosti (npr. čitljivi za čitače ekrana, dodani titlovi za videozapise, pristupačni formati datoteka).

Jezična pristupačnost – osiguravanje da je korišteni jezik jasan, razumljiv i kulturološki prikladan (npr. Jednostavan jezik, Plain Language, prijevod na manjinske ili lokalne jezike).

Senzorna pristupačnost – osiguravanje da informacije mogu biti primljene putem različitih osjetila (vid, sluh, dodir), npr. kroz znakovni jezik, audio opis ili materijale u Brailleovom pismu.

Ove vrste pristupačnosti često se preklapaju — inkluzivan događaj, primjerice, zahtijeva fizički pristup prostoru, pristupačne tiskane materijale, tumačenje na znakovni jezik i online sadržaje koji zadovoljavaju standarde digitalne pristupačnosti.

Primjeri nepristupačne vs. pristupačne komunikacije:

Nepristupačna komunikacija	Pristupačna komunikacija
Javna obavijest napisana u dugim, složenim rečenicama punim administrativnog žargona.	Kratka i jasna obavijest napisana jednostavnim jezikom, s ključnim informacijama (što, gdje, kada, tko) predstavljena u obliku točaka.
Video bez titlova ili tumačenja na znakovni jezik.	Video s titlovima, tumačenjem na znakovni jezik i govornim opisom vizualnih elemenata.
PDF dokument izrađen od skeniranih slika koje čitači ekrana ne mogu pročitati.	Označeni PDF ili HTML dokument s pravilnom strukturom naslova, alternativnim tekstom za slike i čitljivom strukturom.
Plakat s malim tekstom i slabim kontrastom boja.	Plakat s velikim, čitljivim fontom, jakim kontrastom boja i jasnim ikonama.
Slike dijeljene na društvenim mrežama ili web stranicama bez alternativnog teksta.	Slike dijeljene na društvenim mrežama i web stranicama s dodanim ALT tekstom.

Primjeri konkretnih primjena:

- Javna institucija objavljuje najavu lokalnog događaja: umjesto dugog službenog teksta, koristi jednostavan jezik i infografiku.
- Edukativni video materijali za osobe s oštećenjem sluha uključuju titlove i znakovni jezik.
- Digitalni obrazovni dokumenti izrađeni su u HTML formatu s naslovima, alternativnim tekstom za slike i provjerenim kontrastom boja.

Primjeri dobre prakse

Ljubljana, Slovenija

- U Sloveniji, nacionalni javni emiter RTV Slovenija svakodnevno pruža vijesti na znakovnom jeziku, s titlovima i u formatu Jednostavnog jezika (Easy-to-Read, ETR).
- Segment vijesti *“Dostopno – novice v lahkem jeziku”* (“Pristupačno – vijesti u jednostavnom jeziku”) izrađuje se u suradnji s ekspertima i osobama s intelektualnim teškoćama.

Austrija – ORF TV kanal

- U Austriji, nacionalni TV emiter redovito proizvodi i emitira vijesti u formatu Jednostavnog jezika (Easy-to-Read, ETR). Pojednostavljeni segmenti vijesti namijenjeni su osobama s intelektualnim teškoćama, starijim osobama i svima koji standardne vijesti smatraju previše složenima.

Općina Novi Sad, Srbija: Informacije o uslugama na znakovnom jeziku

- Grad Novi Sad uveo je inovativnu inicijativu kako bi informacije bile dostupne gluhim građanima. Na službenoj web stranici i YouTube kanalu grada, javne objave i informacije o uslugama – poput najava lokalnih događaja, komunalnih usluga i hitnih obavijesti – redovito se prikazuju na srpskom znakovnom jeziku, uz govornu i pisanu verziju.

Općina Sarajevo, Bosna i Hercegovina: Meet Sarajevo – Pristupačni i uključivi vodič za posjetitelje

- Projekt *“Meet Sarajevo – Accessible & Inclusive Visitor Guide”* nudi turističke informacije i letke o Sarajevu na jednostavnom jeziku (Easy-to-Read) kako bi osobe različitih sposobnosti i strani posjetitelji mogli pristupiti informacijama i uživati u njima.

Primjeri dobre prakse

Zeničko-dobojski kanton, BiH: Lokalni akcijski plan za osobe s invaliditetom

- Caritas Bosne i Hercegovine u suradnji s Koalicijom organizacija osoba s invaliditetom Zeničko-dobojskog kantona sudjelovao je u izradi Lokalnog akcijskog plana za unapređenje položaja osoba s invaliditetom. Proces je uključivao aktivno sudjelovanje organizacija osoba s invaliditetom u definiranju prioriteta i mjera.
- **Vlada Zeničko-dobojskog kantona: Unaprjeđenje pristupačnosti službene web stranice**
- U suradnji s Vladom Zeničko-dobojskog kantona provedena je analiza i unaprijeđena pristupačnost službene web stranice u skladu sa smjernicama za digitalnu pristupačnost (WCAG), čime je osobama s invaliditetom omogućen lakši pristup javnim informacijama i uslugama.
- **Mostar, Bosna i Hercegovina: Pristupačni turistički vodič**
- U suradnji s Turističkom zajednicom Grada Mostara izrađen je pristupačni turistički vodič koji pruža informacije prilagođene osobama s različitim vrstama invaliditeta te promovira inkluzivan i pristupačan turizam.



Što je planiranje zagovaranja?

- Planiranje zagovaranja je proces definiranja promjene koju želite postići, kako ćete je postići i koga trebate uključiti i utjecati.
- Plan zagovaranja pomaže organizacijama da djeluju strateški, učinkovito koriste resurse i mjere rezultate. U promicanju pristupačne komunikacije, dobar plan razlikuje jednokratnu aktivnost od dugoročne promjene u institucionalnom ponašanju ili politici.

Postavljanje cilja zagovaranja

Snažan cilj zagovaranja trebao bi biti **specifičan, mjerljiv, ostvariv, realan i vremenski ograničen (SMART)**.

Primjeri:

- „Utjecati na Općinu X da usvoji lokalnu politiku pristupačne komunikacije do prosinca 2026.“
- „Osigurati da svi općinski informativni letci budu dostupni u Jednostavnom jeziku i znakovnom jeziku do sredine 2025.“

Pitanja koja trebamo postaviti:

- Koju konkretnu promjenu želimo vidjeti?
- Tko ima moć donijeti tu promjenu?
- Kako će izgledati uspjeh i kako ćemo znati da smo ga postigli?
- Jasni i realni ciljevi pomažu u održavanju fokusa i kredibiliteta tijekom cijele kampanje.

Razumijevanje problema i identifikacija dionika

- Počnite analizom trenutne situacije:
- Koje prepreke postoje za pristupačnu komunikaciju u vašoj zajednici ili instituciji?

Mogući dionici uključuju:

- Lokalne i nacionalne vlasti
- Organizacije osoba s invaliditetom (OOSI) i organizacije civilnog društva
- Udruge gluhih i korisnici znakovnog jezika
- Mediji i novinari
- Obrazovne i IT institucije; Tvrtke koje pružaju komunikacijske ili digitalne usluge

Uvijek primjenjujte načelo „**Ništa o nama bez nas**“

Osobe s invaliditetom trebaju aktivno sudjelovati u svakoj fazi zagovaranja – od planiranja i donošenja odluka do javnog predstavljanja.

Mapa dionika

Mapa dionika pomaže identificirati sve ključne aktere koji mogu utjecati na uspjeh zagovaračke inicijative – tko može pomoći, a tko može otežati provedbu promjene.

Koraci za razvoj lokalnog plana zagovaranja

1. **Cilj:** Koju konkretnu promjenu želite postići?
2. **Istraživanje i analiza:** Prikupite informacije o problemu i ključnim dionicima.
3. **Svrha / Ciljevi:** Konkretni koraci koji vode do vašeg cilja.
4. **Ključne poruke:** Što želite reći i kako to jasno prenijeti?
5. **Ciljana publika:** Tko ima moć donijeti promjenu?
6. **Aktivnosti:** Radnje kojima ćete postići cilj (sastanci, kampanje, događaji, medijske objave).
7. **Vremenski okvir:** Kada će se svaka aktivnost provesti?
8. **Resursi i proračun:** Koji su ljudski i financijski resursi potrebni?
9. **Praćenje i evaluacija:** Kako ćete pratiti napredak i uspjeh?

Kreiranje učinkovitih poruka za zagovaranje

Vaša poruka povezuje vaš cilj s publikom.

Da bi bila uvjerljiva, poruka za zagovaranje trebala bi biti:

- **Jasna i jednostavna** – jedna glavna ideja po poruci.
- **Potkrijepljena dokazima** – podržana činjenicama, podacima i stvarnim iskustvima.
- **Emocionalno privlačna** – uključuje stvarne priče i ljudske perspektive.
- **Usmjerena na rješenja** – ne opisuje samo problem, nego predlaže realna rješenja.
- **Prilagođena publici** – koristi jezik i argumente koji odražavaju prioritete donositelja odluka (npr. učinkovitost, pravednost, korist za zajednicu).

Primjer:

✗ „Osobe s invaliditetom suočavaju se s preprekama u komunikaciji.“

✓ „Korištenjem jednostavnog jezika i tumačenja na znakovni jezik, vaša općina može osigurati da svaki građanin razumije javne informacije – i time ojačati povjerenje u lokalne institucije.“

Upravljanje rizicima i predviđanje izazova

Zagovaranje često uključuje izazove poput ograničenog financiranja, nedostatka političke volje ili nerazumijevanja pristupačnosti.

Kako smanjiti rizike:

- Rano identificirajte moguće prepreke (npr. spore birokratske procedure, promjene u vodstvu).
- Pripremite alternativne akcije ili saveznike ako ključni partneri nisu dostupni.
- Održavajte konstruktivnu komunikaciju čak i s dionicima koji u početku odolijevaju promjeni.
- Dokumentirajte svoj napredak – pisani dokazi pomažu održati zagovaračku inicijativu čak i kada se promijeni vodstvo.

Upornost, suradnja i transparentna komunikacija ključni su za prevladavanje izazova.



Učinkovito zagovaranje ovisi o tome koliko dobro komunicirate, surađujete i mobilizirate druge. Ovaj dio pruža praktične alate koji vam pomažu u uključivanju institucija, izgradnji partnerstva i podizanju svijesti o pristupačnoj komunikaciji.

Predlošci za pisma i e-maile

Pisanje službene komunikacije s javnim institucijama uvijek treba biti formalno, kratko i jasno. Dobro strukturirano pismo povećava šansu za pravovremeni i pozitivan odgovor.

Pogledati Dodatak 1 - Primjer predložka pisma

Savjeti:

- Ostanite specifični i uljudni u svom zahtjevu.
- Ako ne dobijete odgovor nakon dva tjedna, pošaljite ljubazni podsjetnik.
- Uvijek zahvalite institucijama na njihovom vremenu i trudu, čak i ako se dogovor ne postigne.

Organizacija okruglih stolova i javnih događaja

Okrugli stolovi i javne rasprave predstavljaju snažnu priliku za prezentaciju ključnih poruka, povezivanje dionika i izgradnju saveza za pristupačnu komunikaciju.

Koraci za organizaciju uspješnog događaja:

1. **Definirajte cilj:** Koji ishod očekujete (podizanje svijesti, preuzimanje obveza, suradnja)?
2. **Odaberite sudionike:** Uključite OOSI, lokalne vlasti, nevladine organizacije, medije i međunarodne partnere.
3. **Odaberite pristupačan prostor:** Osigurajte fizički pristup, dobro osvjetljenje, kvalitetu zvuka i prostor za prevoditelje.
4. **Pripremite dnevni red:** Uključite kratke prezentacije, otvorenu raspravu i jasan sažetak zaključaka.
5. **Osigurajte pristupačnost:** Pružite tumačenje na znakovni jezik, titlove i materijale u Jednostavnom jeziku.
6. **Praćenje:** Pošaljite sažetak zaključaka, fotografije ili priopćenje za medije nakon događaja.

Provjera pristupačnosti za javne događaje: *(dodati u dodatak s predloškom)*

Detaljne smjernice za organiziranje pristupačnih događaja možete pronaći na linku:

[Smjernice za organiziranje pristupačnih događaja](#)

Pogledati Dodatak 4 - Listu za provjeru pristupačnosti događaja

Izgradnja koalicija i partnerstva

Zagovaranje je jače kada se provodi zajednički. Formiranje koalicija omogućava organizacijama da udruže stručnost i dosegnu širu publiku.

Koraci za izgradnju ili pridruživanje koaliciji:

1. Identificirajte potencijalne partnere – OOSI, NVO, medije, obrazovne i IT dionike, te inkluzivne poslovne subjekte.
2. Organizirajte inicijalni koordinacijski sastanak za definiranje zajedničkih ciljeva.
3. Dogovorite se o raspodjeli odgovornosti (npr. jedan partner vodi medijsku komunikaciju, drugi brine o povezivanju s lokalnom zajednicom).
4. Formalizirajte suradnju putem Memoranduma o razumijevanju (MoU).

Koalicije također mogu koordinirati zajedničke kampanje ili prijedloge politika, koji imaju veću vidljivost i legitimnost kada ih podržava više organizacija.

Mobiliziranje zajednice i uključivanje medija

Mobiliziranje zajednice pomaže u izgradnji javne potpore i osigurava da se pristupačnost vidi kao odgovornost svih. Uključite građane i lokalne medije dijeljenjem pozitivnih, stvarnih priča i primjera inkluzije.

Savjeti za suradnju s medijima:

- Pošaljite kratka priopćenja za medije (1 stranica) s jasnim naslovom, citatom i kontakt osobom.
- Ponudite novinarima ljudsku priču ili svjedočanstvo (npr. kako je pristupačna informacija promijenila nečiji život).
- Organizirajte male konferencije za novinare ili ih pozovite na javne događaje.
- Osigurajte vizualne materijale – fotografije, infografike ili kratke videozapise koji čine pristupačnost konkretnom i inspirativnom.

Digitalno zagovaranje i online kampanje

Digitalni alati olakšavaju dosezanje široke publike i brzo mobiliziranje potpore. Iskoristite društvene mreže i web stranice za podizanje svijesti, promicanje primjera dobre prakse i pozive na akciju.

Praktični savjeti za digitalno zagovaranje:

- Kreirajte kratke, pristupačne poruke i vizuale za društvene mreže (koristite hashtagove poput #AccessibleCommunication ili #InclusionForAll).
- Objavljujte videozapise s titlovima i tumačenjem na znakovni jezik.
- Dijelite svjedočanstva osoba s invaliditetom, ali samo uz informirani pristanak i uz poštivanje dostojanstva.
- Koristite besplatne, pristupačne alate za dizajn (npr. Canva) te osigurajte visok kontrast boja i čitljive fontove.
- Potaknite uključivanje publike kroz ankete, priče ili online obveze (pledge).
- Razmotrite online peticije ili otvorena pisma kao poziv na promjenu politike.

Etičko pripovijedanje:

Prilikom korištenja iskustava iz stvarnog života, uvijek:

- Dobijte izričit pristanak osobe koja je prikazana.
- Izbjegavajte prikazivanje pojedinaca kao pasivnih „korisnika“.
- Naglašavajte osnaživanje i aktivnu ulogu, a ne sažaljenje.
- Dopustite ljudima da govore vlastitim glasom kad god je moguće.

Komunikacija s donositeljima odluka

Uključivanje donositelja odluka zahtijeva pripremu, profesionalnost i upornost. Sastanci za zagovaranje su najučinkovitiji kada su fokusirani i održani s poštovanjem.

Savjeti za učinkovitu komunikaciju:

- Istražite instituciju i njezine trenutne prioritete prije sastanka.
- Pripremite kratak informativni zapis ili sažetak prijedloga od 1 stranice.
- Započnite razgovor s zajedničkim interesima ili vrijednostima (npr. socijalna inkluzija, transparentnost).
- Koristite činjenice i primjere, ne samo mišljenja.
- Zatražite jasan sljedeći korak (npr. „Možemo li vam sljedeći tjedan poslati nacrt prijedloga politike?“).
- Uvijek se naknadno zahvalite kratkim e-mailom u kojem sažimate raspravu i dogovorene akcije.

Zapamtite: zagovaranje je dugoročni dijalog, a ne jednokratni sastanak. Izgradnja povjerenja s institucijama povećava šanse za održive promjene.

4. Komunikacijski materijali

Jasni, pristupačni i uključivi komunikacijski materijali ključni su za širenje poruka i poticanje akcije. Ovaj dio pruža praktične smjernice za pripremu materijala za kampanje koji su lako razumljivi, vizualno inkluzivni i dostupni svima.

Primjeri poruka i slogana

Prilikom dizajniranja kampanja za podizanje svijesti, odaberite kratke, pamtljive i pozitivne poruke koje naglašavaju inkluziju i pristupačnost.



Jasni, pristupačni i uključivi komunikacijski materijali ključni su za širenje poruka i poticanje akcije. Ovaj dio pruža praktične smjernice za pripremu materijala za kampanje koji su lako razumljivi, vizualno inkluzivni i dostupni svima.

Primjeri poruka i slogana

Prilikom dizajniranja kampanja za podizanje svijesti, odaberite kratke, pamtljive i pozitivne poruke koje naglašavaju inkluziju i pristupačnost.

Primjeri:

- Jedna poruka, dostupna svima.
- Inkluzija počinje komunikacijom.
- Jednostavan jezik – pravo na informiranost.
- Razumijevanje je inkluzija.
- Pristupačne informacije, uključivo društvo.
- Komunikacija bez prepreka.

 **Savjet:** Slogane držite ispod 8 riječi, koristite akcijske glagole kad je moguće i izbjegavajte tehničke termine.

Vizualni predlošci i primjeri

Vaši vizualni materijali – plakati, brošure i objave na društvenim mrežama – trebaju odražavati iste principe pristupačnosti kao i pisani sadržaj.

Smjernice za dizajn:

- Koristite jednostavne rasporede s dovoljno bijelog prostora.
- Odaberite kombinacije boja s visokim kontrastom (npr. tamni tekst na svijetloj pozadini).
- Koristite sans-serif fontove poput Arial, Calibri ili Helvetica; minimalno 14 pt za tisak i 18 pt za prezentacije.
- Izbjegavajte tekst preko slika ili uzorkovanih pozadina.
- Uključite QR-kod ili kratku poveznicu na online ili verziju na jednostavnom jeziku
- Koristite ikone i ilustracije da podrže ključne ideje, ne samo za ukras.
- Uvijek dodajte alternativni tekst (alt text) za slike kada objavljujete online.

Primjeri koncepata – kako treba i kako ne treba:

Plakat:

-  Jednostavan vizual različitih ljudi u komunikaciji, kratki slogan i QR kod.
-  Pretrpan plakat s malim tekstom i složenim pozadinama.

Objava na društvenim mrežama:

-  Kratka poruka („Jednostavan jezik = moć“) na čistoj pozadini s logotipom projekta i linkom.
-  Dugački tekstovi preko šarenih pozadina bez logotipa ili linka.

Brošura:

-  Dvije kolone s jasnim naslovima, ikonama i bullet-pointima koji sažimaju glavnu poruku.
-  Dugački blokovi teksta bez strukture ili vizualne podrške.

Priprema materijala na jednostavnom jeziku

Jednostavan jezik čini komunikaciju razumljivom što većem broju ljudi.

Ključna pravila:

- Koristite kratke rečenice (najviše 15 riječi).
- Koristite poznate riječi, izbjegavajte metafore i idiome.
- Pišite u aktivnom glasu („Pozivamo vas“ umjesto „Pozvani ste“).
- Izložite jednu ideju po odlomku.
- Koristite naslove i bullet-pointove za organizaciju informacija.
- Koristite velike, čitljive fontove i jasan razmak.
- Podržite tekst slikama ili piktogramima koji objašnjavaju, a ne ometaju.
- Kombinirajte formate: Jednostavan jezik + Titlovi + Znakovni jezik = potpuni pristup.

Detaljna uputstva o izradi materijala na lakom i jednostavnom jeziku možete pronaći na sledećem linku:

Priručnik za pristupačnu komunikaciju

Testiranje pristupačnosti

Prije objavljivanja ili distribucije materijala, testirajte ih na pristupačnost. Uključite stvarne korisnike i tražite iskrene povratne informacije.

Jednostavni koraci testiranja pristupačnosti

1. **Povratne informacije korisnika:** Zamolite 3–5 osoba s različitim komunikacijskim potrebama (gluhe osobe, slijepe osobe, starije osobe, korisnike Jednostavnog jezika) da pregledaju nacrt.
2. **Provjera razumijevanja:** Pitajte: „O čemu govori ovaj materijal?“
3. **Provjera pomoću čitača ekrana:** Testirajte digitalne dokumente besplatnim alatima poput NVDA (Windows), JAWS ili VoiceOver (Mac/iPhone).
4. **Kontrast boja:** Provjerite vizuale alatima poput Contrast Checker (WebAIM), Colour Contrast Analyser ili Colors.co Contrast Tool.
5. **Čitljivost Jednostavnog jezika:** Koristite online alate (npr. Hemingway Editor ili Readable.com) za mjerenje jednostavnosti rečenica.

✓ **Savjet:** Uključite testiranje u svoj radni proces, a ne kao naknadnu provjeru. Pristupačnost se poboljšava iteracijom i povratnim informacijama.

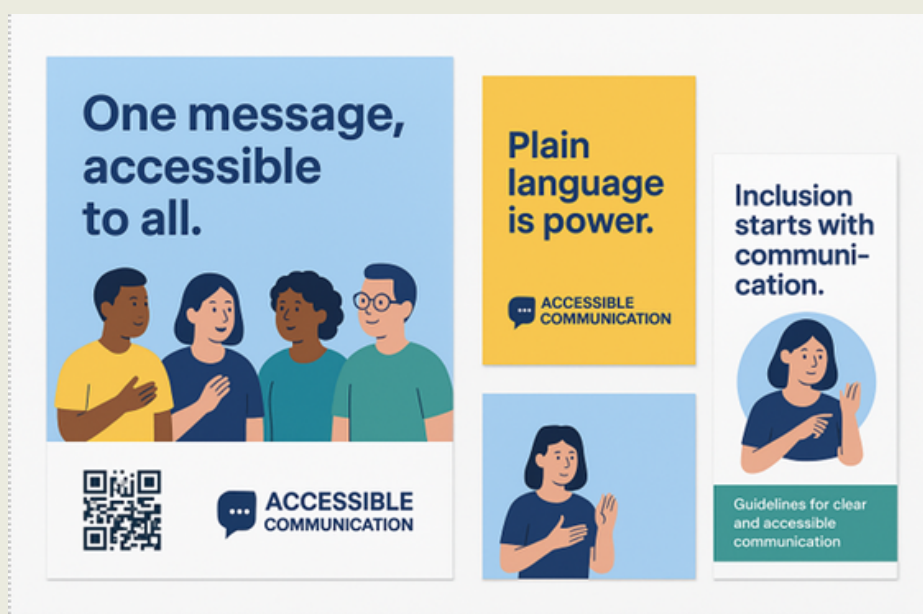
Besplatni alati i resursi

Materijale možete kreirati i testirati pomoću open-source ili besplatnih alata:

Svrha	Preporučeni alati/linkovi
Dizajn prisupačnih materijala	Canva, Pictochart
Testiranje kontrasta boja	Color Contrast Analyser
Testiranje čitača ekrana	NVDA, JAWS
Jednostavan jezik i čitljivost	Hemingway Editor, Readable.com
Besplatne foto biblioteke	Unsplash, Pexels

- **Uključite dvojezične QR-kodove ili titlove** prilikom dijeljenja videozapisa.
- Kada su resursi ograničeni, prioritet dajte barem verzijama na **Jednostavnom jeziku** kako bi se postiglo široko razumijevanje.
- **Višejezična pristupačnost** ne samo da poboljšava razumijevanje, nego i jača povjerenje i inkluziju među različitim skupinama.

✓ **Zapamtite:** Pristupačnost nije dodatni korak — ona je temelj dobre komunikacije.



Sažetak ključnih dokumenata:

Konvencija UN-a o pravima osoba s invaliditetom (UN CRPD)

- UN CRPD je glavni međunarodni sporazum koji jamči prava osoba s invaliditetom. Dva članka posebno se odnose na komunikaciju:
- **Članak 9 (Pristupačnost):** države su obvezne omogućiti pristup informacijama, komunikacijama i uslugama.
- **Članak 21 (Sloboda izražavanja i pristup informacijama):** države trebaju osigurati pristup informacijama u pristupačnim formatima te promovirati znakovni jezik i pristupačne medije (npr. tumačenje znakovnog jezika, titlovi, Braille).
- Ove članke koristite kao osnovne pravne argumente kada tražite od institucija da učine javne informacije pristupačnima.

EU Direktiva o pristupačnosti weba (2016/2102)

- Obvezuje javne institucije u EU da njihove web stranice i mobilne aplikacije budu pristupačne te da objave izjavu o pristupačnosti. Direktiva upućuje na tehničke standarde (npr. EN 301 549 / WCAG) koje javni subjekti trebaju slijediti. Iako Kosovo nije član EU, ovi standardi široko se koriste kao najbolja praksa i mogu se spominjati u lokalnom zagovaranju.

Europski akt o pristupačnosti (2019/882 / EAA)

- Postavlja harmonizirana pravila za pristupačnost određenih proizvoda i usluga (uključujući neke digitalne usluge) u EU. EAA podiže standard pristupačnosti na unutarnjem tržištu i služi kao važna referenca za zagovaranje harmoniziranih zahtjeva pristupačnosti u regiji.



STRATEGIJA ZA UNAPREĐENJE PRAVA I POLOŽAJA OSOBA S INVALIDITETOM U FEDERACIJI BiH 2025–2030.

- Strategija za unapređenje prava i položaja osoba s invaliditetom u Federaciji BiH 2025–2030 je ključni strateški dokument kojim se definiraju ciljevi i mjere za poboljšanje kvaliteta života osoba s invaliditetom u FBiH.
- Strategija predstavlja okvir za sustavno unapređenje jednakih mogućnosti i inkluzije u svim oblastima društva.
- Fokusirana je na oblasti kao što su obrazovanje, zapošljavanje, zdravstvena i socijalna zaštita, pristupačnost okruženja, usluga i informacija.
- Predviđa konkretne mjere, ciljeve i mehanizme praćenja, kako bi se osigurala stvarna primjena, a ne samo formalno postojanje politika.
- Usklađena je s međunarodnim standardima, posebno s UN Konvencijom o pravima osoba s invaliditetom.
- Naglasak je i na međuresornoj suradnji, jačanju institucija i razvoju novih usluga potpore.

Osim Strategije postoji još nekoliko pravnih dokumenata koje obuhvataju obveze i pravo na pristupačne informacije:

- Zakon o slobodi pristupa informacijama u Bosni i Hercegovini
- Zakon o slobodi pristupa informacijama u Federaciji BiH
- Zakon o slobodi pristupa informacijama u Republici Srpskoj
- Zakon o zabrani diskriminacije u Bosni i Hercegovini
- Zakon o komunikacijama Bosne i Hercegovine
- Pravilo o audiovizualnim medijskim uslugama Regulatorne agencije za komunikacije
- Pravilo o radijskim medijskim uslugama Regulatorne agencije za komunikacije
- Zakon o osnovama socijalne zaštite, zaštite civilnih žrtava rata i zaštite porodice s djecom (FBiH)
- Politika unapređenja prava osoba sa invaliditetom u Bosni i Hercegovini

Ulazne točke za zagovaranje – gdje i kako utjecati na politiku:

1. **Javne konzultacije:** odgovarajte na nacрте strategija, zakona i lokalnih propisa s kratkim, dokazima potkrijepljenim prijedlozima, pozivajući se na UN CRPD i nacionalne strategije.
2. **Lokalne skupštine i vijeća:** tražite termine za predstavljanje prijedloga i model-klauzula.
3. **Parlamentarne ili vladine radne skupine:** identificirajte relevantne odbore (socijalna pitanja, obrazovanje, digitalna pitanja) i ponudite tehničke doprinose ili pilot-primjere.
4. **Javni natječaji/javna nabava:** zagovarajte uključivanje zahtjeva za pristupačnost u nabavu (usluge komunikacije, web stranice, video produkcija).
5. **Policy dijalozi/okrugli stolovi:** sudjelujte ili organizirajte sastanke s DPO-ovima, općinskim službenicima i IT timovima radi zajedničkog plana provedbe.
6. **Medijske i javne kampanje:** koristite dokaze i osobne priče za stvaranje pritiska i pokazivanje javne podrške konkretnim promjenama.

Kako bi se uspješno mjerili rezultati zagovaračke kampanje, potrebno je koristiti konkretne pokazatelje, primjerice broj institucija koje su usvojile stvarne promjene.

Cilj može biti da **70 % organizacija koje sudjeluju u obukama uvede najmanje dvije promjene u svom radu**. Evaluacija treba biti **kontinuirana** i obuhvatiti **kvantitativne podatke** (brojke) i **kvalitativne podatke** (komentari, intervjui).

Pokazatelji i alati za praćenje:

- Broj institucija koje su usvojile politiku ili pravilnik o pristupačnoj komunikaciji.
- Broj osoba u nepovoljnom položaju koje su prijavile da primaju pristupačne informacije.
- Broj medijskih kuća koje su pratile kampanju.
- Korištenje anketa, intervjua, fokus grupa i analize medijskog sadržaja.
- Broj dokumenata objavljenih i u formatu sa znakovnim jezikom.
- Broj javnih događaja na kojima je osigurano tumačenje na znakovni jezik.
- Broj videozapisa proizvedenih s tumačenjem na znakovni jezik.

DODACI





[Memorandum / Logo organizacije]

Datum: [upišite datum]

Za: [titula i ime]

Institucija: [upišite naziv institucije]

E-mail / Adresa: [upišite kontakt podatke]

Predmet: Zahtjev za sastanak o pristupačnoj komunikaciji

Poštovani/a [titula i ime],

u ime [naziv organizacije] obraćamo Vam se s iskazanim interesom za održavanje sastanka na temu promicanja i jačanja pristupačne komunikacije unutar [naziv institucije].

Naša organizacija predana je osiguravanju da javne informacije i usluge budu razumljive i dostupne svima, u skladu s **Konvencijom Ujedinjenih naroda o pravima osoba s invaliditetom (UN CRPD)**.

Bili bismo zahvalni na prilici da se sastanemo s Vama, razmijenimo ideje i istražimo praktične načine suradnje na unapređenju pristupačnosti u javnoj komunikaciji.

Molimo Vas da nam javite termin koji bi Vam najviše odgovarao.

Zahvaljujemo na Vašem vremenu i posvećenosti inkluziji.

S poštovanjem,

[Ime i prezime]

[Pozicija]

[Naziv organizacije]

[E-mail / Telefonski broj]



Memorandum o razumijevanju (MoU)

Između [Organizacija A] i [Organizacija B]

Datum: [upišite datum]

Svrha:

Ovim Memorandumom o razumijevanju (MoU) strane izražavaju namjeru za suradnju u promicanju pristupačne komunikacije i uključivanja osoba s invaliditetom te drugih marginaliziranih skupina u [ciljano područje / zajednica].

Područja suradnje:

Strane se slažu surađivati u sljedećim područjima:

- Zagovaranje politika i praksi koje promiču pristupačnu komunikaciju;
- Organizacija kampanja za podizanje svijesti, edukacija i događanja;
- Razmjena znanja, resursa i dobrih praksi;
- Zajedničko predstavljanje u dijalozima s javnim institucijama.

Odgovornosti:

Svaka strana doprinosi u okviru svojih kapaciteta i stručnosti. Konkretnе aktivnosti i odgovornosti definirat će se u zajedničkim akcijskim planovima ili bilješkama sa sastanaka.

Trajanje:

Ovaj MoU stupa na snagu na dan potpisa i vrijedi [upišite trajanje, npr. jednu godinu], uz mogućnost produljenja uz međusobni dogovor.

Potpisi:

Ime / Pozicija

Organizacija

Potpis

Datum



Priopćenje za medije

[Naziv organizacije]

[Datum]

Naslov: [Jasan, kratak naslov – npr. „Lokalne NVO udružuju snage za promicanje pristupačne komunikacije“]

Podnaslov (opcionalno): [Jedna rečenica koja objašnjava kontekst ili glavni cilj.]

[Grad, Država] – [Datum] – [Naziv organizacije] organizirala je [naziv događaja ili inicijative] s ciljem promicanja pristupačne komunikacije i podizanja svijesti o važnosti da informacije budu razumljive i uključive za sve građane.

Događaj je okupio predstavnike [popis dionika – općine, organizacije osoba s invaliditetom, NVO, medije, institucije] kako bi raspravljali o praktičnim načinima primjene standarda pristupačnosti u komunikaciji i javnim uslugama.

Citati (opcionalno):

„Pristupačna komunikacija ključna je za ravnopravno sudjelovanje. Svi zaslužuju primati informacije koje mogu razumjeti,“ rekao je/la [Ime, Pozicija].

[Dodajte 2–3 rečenice koje opisuju postignute rezultate, obveze ili sljedeće korake.]

Za više informacija kontaktirajte:

[Ime i prezime]

[Pozicija, Organizacija]

[E-mail i telefonski broj]



Koristite ovu provjernu listu kako biste osigurali da je vaš događaj pristupačan svim sudionicima.

Aspekt	Provjerna lista	Napomene/Odgovorna osoba
Pristupačnost prostora	☐ Ulaz bez stepenica i pristupačni WC ☐ Prostor blizu javnog prijevoza ili pristupačnih parkirališta	
Podrška u komunikaciji	☐ Potvrđen tumač znakovnog jezika ☐ Omogućeno titlovanje ili live captioning ☐ Mikrofoni dostupni i testirani	
Materijali	☐ Dnevni red i prezentacije u jednostavnom jeziku i digitalnom formatu ☐ Dostupni veliki tisak, audio format i Braille ☐ QR kod ili link na elektroničke materijale	
Informacije i upute	☐ Pozivnica s informacijama o pristupačnosti (pristup prostoru, tumačenje itd.) ☐ Volonteri ili osoblje dostupno za pomoć sudionicima	
Okoliš	☐ Mirno mjesto za odmor ili koncentraciju ☐ Udobna razina osvjetljenja i zvuka	
Povratne informacije i evaluacija	☐ Pitanja o pristupačnosti uključena u obrazac za povratne informacije	

 **Savjet:** Uvijek konzultirajte sudionike s invaliditetom pri planiranju događaja. Njihove povratne informacije osiguravaju da mjere pristupačnosti zadovoljavaju stvarne potrebe.