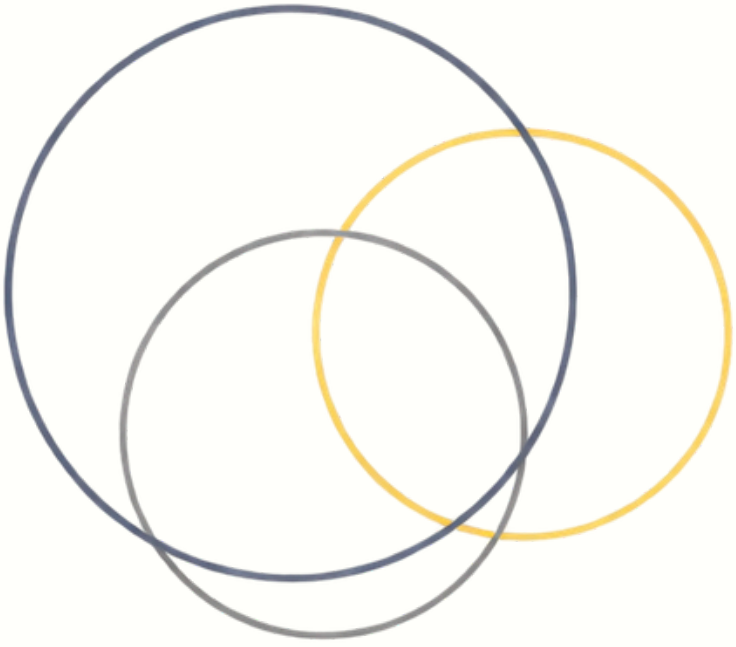
PRIRUČNIK

ZA JAVNO ZAGOVARANJE U OBLASTI PRISTUPAČNE KOMUNIKACIJE



Caritas Srbije / 2026.

SADRŽAJ

Uvod
O priručniku za zagovaranje 3
Zašto je pristupačna komunikacija važna za Srbiju..... 4
Šta je zagovaranje? 5
Kome je Praktični vodič za zagovaranje namenjen? 5
Kako koristiti ovaj vodič? 6

1. Razumevanje koncepta pristupačne komunikacije..... 7
Šta je pristupačna komunikacija? 7
Zašto je važna pristupačna komunikacija?..... 7
Ko ima koristi od pristupačne komunikacije?..... 8
Tipovi pristupačnosti..... 8
Primeri dobre prakse 10

2. Plan za zagovaranje 11
Šta je plan za zagovaranje? 11
Postavljanje ciljeva 11
Razumevanje problema i identifikacija aktera.....12
Koraci za izradu lokalnog plana zagovaranja.....13
Kreiranje efikasnih zagovaračkih poruka 14
Upravljanje rizicima i predviđanje izazova 14

3.Alati.....14
Šabloni za pisma i imejlove..... 14
Organizovanje okruglih stolova i javnih događaja.....15
Izgradnja koalicija i partnerstava.....16
Mobilizacija zajednice i uključivanje medija 16
Digitalno zagovaranje i internet kampanje 17
Komunikacija sa donosiocima odluka 18

4. Materijali za komunikaciju..... 18
Primeri poruka i slogana 19
Vizuelni šabloni i primeri 19
Primeri koncepta 20
Priprema materijala na lakom i jednostavnom jeziku 21
Testiranje pristupačnosti 21
Besplatni alati i resursi 22
Višejezična i lokalna jezička pristupačnost 23

5. Pravni i strateški resursi 24
Konvencija Ujedinjenih nacija o pravima osoba
sa invaliditetom (UNCRPD) 24
EU Direktiva o pristupačnosti veb-sajtova
(Direktiva (EU) 2016/2102).... 24
Evropski akt o pristupačnosti
(Direktiva (EU) 2019/882 – „EAA").....24
Standardi i smernice (WCAG, EN 301 549, ISO 30071-1).. 25
Republika Srbija – Strategija unapređenja položaja
osoba sa invaliditetom 2025–2030..... 25
Gde i kako uticati na politiku 27

6. Monitoring i evaluacija.....28
Kako meriti uspeh kampanje zagovaranja? 28
Pokazatelji i alati za praćenje 28
Resursi i dodatna literatura 29
Aneks 1 – Primer šablona pisma 31
Aneks 2 – Lista za proveru pristupačnosti događaja 32
Aneks 3 – Predlog akcionog plana 35

O praktičnom vodiču za zagovaranje

Praktični vodič za zagovaranje razvijen je kako bi podržao napore usmerene ka razvoju pristupačne komunikacije, te socijalnom uključivanju osoba sa invaliditetom i drugih grupa koje se suočavaju sa preprekama u pristupu i razumevanju informacija.

Namenjen je jačanju kapaciteta organizacija civilnog društva, organizacija osoba sa invaliditetom i pojedinaca u cilju zagovaranja usvajanja i primene standarda pristupačnosti u komunikacionim praksama, javnim politikama i institucionalnim dokumentima.
Ovaj vodič pruža praktične smernice, alate i primere koji pomažu lokalnim akterima da promovišu pristupačnu komunikaciju kroz dijalog sa institucijama, aktivno učešće u procesima donošenja odluka i podizanje svesti javnosti.

Priručnik je nastao u okviru projekta ACTIVE – Pristupačna komunikacija u cilju inkluzije ranjivih grupa na Zapadnom Balkanu. Projekat ACTIVE ima za cilj razvoj koncepta inkluzivne i pristupačne komunikacije na Zapadnom Balkanu i podržan je od organizacije Renovabis iz Nemačke i Caritasa Austrije.

Zašto je pristupačna komunikacija važna za Srbiju

U Srbiji se mnogi ljudi i dalje suočavaju sa značajnim preprekama u pristupu informacijama i komunikaciji.

Institucije često objavljuju informacije na složenom ili tehničkom jeziku, bez verzija prilagođenih osobama sa različitim komunikacionim potrebama. Tumačenje na znakovni jezik i titlovi još uvek se ne obezbeđuju sistematski na javnim događajima, u medijima ili onlajn materijalima. Veb-sajtovi i digitalne platforme često su nepristupačni korisnicima čitača ekrana ili osobama sa ograničenom digitalnom pismenošću. Ove prepreke ograničavaju učešće osoba sa invaliditetom, starijih osoba, ljudi sa niskim nivoom pismenosti, kao i pripadnika manjinskih zajednica u društvenom, kulturnom i političkom životu.

Zato pristupačna komunikacija nije samo tehničko pitanje - ona je pitanje ljudskih prava i preduslov za ravnopravno učešće, inkluziju i demokratiju. Pristupačna komunikacija podržava sprovođenje Konvencije Ujedinjenih nacija o pravima osoba sa invaliditetom i doprinosi smanjenju socijalnih i ekonomskih nejednakosti time što obezbeđuje da informacije budu dostupne i razumljive za sve.

Pristupačna komunikacija podržava sprovođenje Konvencije Ujedinjenih nacija o pravima osoba sa invaliditetom i doprinosi smanjenju socijalnih i ekonomskih nejednakosti time što obezbeđuje da informacije budu dostupne i razumljive za sve.

Šta je zagovaranje?

Zagovaranje znači preduzimanje organizovanih aktivnosti kako bi se uticalo na odluke, praktične politike i prakse koje utiču na živote ljudi.
U kontekstu pristupačne komunikacije, zagovaranje podrazumeva saradnju sa donosiocima odluka, institucijama, medijima i zajednicama kako bi se obezbedilo da **informacije i komunikacija budu razumljive i dostupne svima**.

Zagovaranje prevazilazi podizanje svesti, koje uglavnom informiše i edukuje. Razlikuje se i od pružanja usluga, koje se fokusira na direktnu podršku pojedincima.

Zagovaranje se usredsređuje na **menjanje sistema i pravila** kako bi inkluzija postala trajni deo načina na koji društvo i institucije funkcionišu.
Efikasno zagovaranje kombinuje **dokaze, stratešku komunikaciju, partnerstva** i **istrajnost** kako bi se postigla promena. Ono zahteva jasne ciljeve, snažnu saradnju između organizacija i aktivno učešće osoba sa invaliditetom — u skladu sa principom „**Ništa o nama bez nas**“.

Kome je Priručnik namenjen?

Ovaj vodič je namenjen svima koji imaju ulogu u promociji pristupačne komunikacije, uključujući:

- Organizacije civilnog društva (fokusirane na inkluziju i jednakost);
- Grupe za zagovaranje prava osoba sa invaliditetom;
- Samozastupnike;
- Institucije i pružaoce usluga na lokalnom i nacionalnom nivou;
- Donosioce odluka i one koji kreiraju politike na nacionalnom i lokalnom nivou;
- Medijske, IT i obrazovne aktere koji utiču na to kako se informacije kreiraju i dele.

Kako koristiti ovaj vodič?

Ovaj vodič je osmišljen kao praktičan vodič, koji organizacije mogu prilagoditi sopstvenom kontekstu. Vodič se sastoji iz 6 poglavlja i svaki deo vodiča podržava različitu fazu procesa zagovaranja:

1. **Razumevanje koncepta pristupačne komunikacije** – Upoznavanje ključnih principa koji čine komunikaciju inkluzivnom.

2. **Plan za zagovaranje** – Definisanje ciljeva, identifikacija aktera i razvoj lokalnog plana za zagovaranje.

3. **Alati** – Gotovi šabloni, pisma i praktični saveti za izgradnju partnerstava i organizovanje događaja.

4. **Materijali** – Primeri i vizuelne smernice 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, merenje uspeha i naučene lekcije.

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

1. Razumevanje koncepta pristupačne komunikacije

- **Šta je pristupačna komunikacija?**

Pristupačna komunikacija podrazumeva kreiranje, prilagođavanje i razmenu informacija na način koji je razumljiv i dostupan svima, omogućavajući učešće velikog broja ljudi u društvenom, političkom i kulturnom životu bez obzira na njihovu sposobnosti, uzrast, obrazovanje ili poreklo.

To obuhvata jasno pisanje i dizajniranje informacija, korišćenje lakog i jednostavnog jezika, pristupačnih grafičkih elemenata i pristupačnih digitalnih formata. Tu spadaju materijali na jednostavnom ili lakom jeziku, Brajevom pismu, audio opisi, titlovi, tumačenje na znakovni jezik i digitalni formati kompatibilni sa čitačima ekrana.

Za osobe oštećenog sluha, video materijali sa tumačenjem na znakovni jezik i titlovima ključni su za ravnopravan pristup informacijama.
Za slepe ili slabovide osobe digitalni sadržaji treba da sadrže alternativni tekst (alt tekst) za slike, vizuale sa proverenim kontrastom i formate koji su čitljivi pomoću asistivnih tehnologija.

Pristupačna komunikacija obezbeđuje da niko ne bude isključen iz razumevanja ili učešća zbog načina na koji su informacije predstavljene.

- **Zašto je važna pristupačna komunikacija?**

Pristupačna komunikacija pomaže u smanjenju nejednakosti i promociji ljudskih prava tako što obezbeđuje jednak pristup informacijama i učešću. Ona podržava sprovođenje Konvencije Ujedinjenih nacija o pravima osoba sa invaliditetom (UN CRPD), posebno članova 9 i 21, koji garantuju pristupačnost i pristup informacijama.
Kada je komunikacija inkluzivna, zajednice postaju bolje informisane, više uključene i osnaženije.

Ko ima koristi od pristupačne komunikacije?

- Osobe sa invaliditetom (gluve i nagluve osobe, slepe i slabovide osobe, osobe sa intelektualnim teškoćama),
- osobe sa demencijom ili kognitivnim teškoćama,
- osobe sa teškoćama u čitanju ili učenju,
- nepismene osobe ili osobe sa ograničenim nivoom obrazovanja,
- pripadnici manjinskih zajednica i osobe kojima srpski jezik nije maternji,
- starije osobe,
- osobe koje su pod stresom, umorne ili imaju smanjenu koncentraciju.

Tipovi pristupačnosti:

Pristupačna komunikacija povezana je sa više oblika pristupačnosti:

● **Fizička pristupačnost** – obezbeđivanje da prostor u kojem se informacije dele (npr. sastanci, događaji, kancelarije) budu pristupačni osobama sa smanjenom ili ograničenom pokretljivošću.

● **Digitalna pristupačnost** – obezbeđivanje da veb-sajtovi, aplikacije, video-sadržaji i dokumenti ispunjavaju standarde pristupačnosti (npr. da ih mogu čitati čitači ekrana, da video-zapisi imaju titlove, da se koriste pristupačni formati dokumenata).

● **Jezička pristupačnost** – obezbeđivanje da se koristi jasan, razumljiv i kulturno primeren jezik (npr. laki jezik, jednostavan jezik, prevod na manjinske ili lokalne jezike).

● **Senzorna pristupačnost** – obezbeđivanje da se informacije mogu primiti putem različitih čula (vida, sluha, dodira), na primer kroz znakovni jezik, audio-opis ili materijale na Brajevom pismu.

Ovi oblici pristupačnosti često se prepliću - na primer, inkluzivan događaj zahteva fizički pristup prostoru, pristupačne štampane materijale, tumačenje na znakovni jezik i onlajn sadržaje koji poštuju standarde digitalne pristupačnosti.

Nepristupačna komunikacija	Pristupačna komunikacija
Javno obaveštenje napisano dugim, složenim rečenicama punim administrativnog žargona.	Kratko i jasno obaveštenje napisano jednostavnim jezikom, sa ključnim informacijama (šta, gde, kada, ko) prikazanim u tačkama.
Video materijal bez titlova ili tumačenja na znakovni jezik.	Video materijal sa titlovima i/ili tumačenjem na znakovni jezik.
PDF dokument napravljen od skeniranih slika koji ne može da se čita pomoću čitača ekrana.	Označen PDF ili HTML dokument sa pravilno strukturisanim naslovima, alternativnim tekstom za slike i čitljivom strukturom.
Plakat sa sitnim tekstom i slabim kontrastom boja.	Plakat sa velikim, čitljivim fontom, dobrim kontrastom boja i jasnim ikonicama.
Slike objavljene na društvenim mrežama ili veb-sajtovima bez alternativnog teksta.	Slike koje se dele na društvenim mrežama i veb-sajtovima sadrže alternativni tekst (ALT tekst).

Primeri dobre prakse:

U **Sloveniji (RTV Slovenija)** i **Austriji (nacionalna televizija ORF)** nacionani javni servisi svakodnevno obezbeđuje vesti na znakovnom jeziku, sa titlovima i u formatu lakog i jednostavnog jezika. Ovi pojednostavljeni informativni sadržaji namenjeni su osobama sa invaliditetom, starijim osobama, kao i svima koji standardne formate vesti doživljavaju kao previše složene.

Poverenik za zaštitu ravnopravnosti je objavio vodič na lakom jeziku u kome je pojašnjeno šta je diskriminacija, kako prijaviti diskriminaciju, te koja su postupanja i nadležnosti Poverenika u slučaju prijave diskriminacije.

Vodič možete pronaći na linku: Poverenik za zaštitu ravnopravnost

U **Nišu**, Organizacija „DAN“ i Gradska opština Medijana, postavili su **komunikacijske table** sa ARASAAC (Aragonese Portal of Augmentative and Alternative Communication) simbolima na tri lokacije u gradu. Reč je o univerzalno razumljivim piktogramima, dizajniranim da budu jasni, kulturno neutralni i prilagodljivi različitim kontekstima, a koji su namenjeni osobama koje imaju poteškoće u govoru, jeziku ili razumevanju.

Grad Beograd, Grad Novi Sad, gradske opštine Vračar i Savski venac pokrenuli su inicijativu **Servis podrške u mobilnosti i komunikaciji** u cilju unapređenja pristupačnosti kroz pružanje servisnih informacija na znakovnom jeziku i audio formatu.

2. Plan za zagovaranje

- ## Šta je plan za zagovaranje?

Planiranje zagovaranja je proces definisanja promena koje želite da postignete, načina na koji ćete ih ostvariti i aktera na koje je potrebno da utičete.
Plan zagovaranja pomaže organizacijama da deluju strateški, efikasno koriste resurse i mere rezultate. U promociji pristupačne komunikacije, dobar plan pravi razliku između jednokratne aktivnosti i dugoročne promene u ponašanju institucija ili u kreiranju i sprovođenju javnih politika.

- ## Postavljanje ciljeva

Snažan cilj zagovaranja treba da bude **specifičan, merljiv, ostvariv, realan i vremenski određen (SMART)**.

Primeri:

- „Organizovati okrugli sto kako bi se iniciralo da opština usvoji lokalnu politiku o pristupačnoj komunikaciji do decembra 2026. godine.“
- „Obezbediti da svi opštinski informativni leci budu dostupni na lakom jeziku i na znakovnom jeziku do sredine 2027. godine.“

Zapitajte se:
Koju konkretnu promenu želimo da vidimo?

- Ko ima moć da tu promenu sprovede?
- Kako će izgledati uspeh i kako ćemo znati da smo ga postigli?

Jasni i realni ciljevi pomažu da se tokom cele kampanje zadrže fokus i kredibilitet.

- **Razumevanje problema i identifikacija aktera**

Započnite analizom trenutne situacije:
- Koje su prepreke za pristupačnu komunikaciju u vašoj zajednici ili instituciji?
- Da li postoje važeći zakoni, strategije ili smernice koje podržavaju pristupačnost, ali se još uvek ne primenjuju?
- Koje su potrebe osoba koje su pogođene nepristupačnom komunikacijom?

Zatim identifikujte ključne aktere: osobe, grupe ili institucije koje mogu da pomognu ili otežaju zagovaračke napore.

Akteri mogu uključivati:
- Lokalne i nacionalne vlasti
- Organizacije osoba sa invaliditetom i organizacije civilnog društva
- Medije i novinare
- Obrazovne i IT institucije
- Preduzeća koja pružaju komunikacione ili digitalne usluge

Uvek primenjujte princip:

Osobe sa invaliditetom treba da imaju aktivnu ulogu u svakoj fazi zagovaranja - od planiranja i donošenja odluka do javnog predstavljanja.

• Koraci za izradu lokalnog plana zagovaranja:

Cilj: Koju konkretnu promenu želite da postignete?
Istraživanje i analiza: Prikupite informacije o problemu i ključnim akterima.
Zadaci: Konkretni koraci koji vode ka ostvarivanju cilja.
Ključne poruke: Šta želite da poručite i kako to jasno da saopštite?
Ciljna grupa: Ko ima moć da sprovede promenu?
Aktivnosti: Aktivnosti za postizanje cilja (sastanci, kampanje, događaji, nastupi u medijima).
Vremenski okvir: Kada će se svaka aktivnost realizovati?
Resursi i budžet: Koje ljudske i finansijske resurse imate, a koji su vam potrebni?
Praćenje i evaluacija: Kako ćete pratiti napredak i meriti uspeh?

• Kreiranje efikasnih zagovaračkih poruka

Poruka je veza između vašeg cilja i publike kojoj se obraćate.
Da bi bile ubedljive, zagovaračke poruke treba da budu:
- **Jasne i jednostavne** – jedna glavna ideja po poruci.
- **Zasnovane na dokazima** – potkrepljene činjenicama, podacima i iskustvima iz stvarnog života.
- **Emocionalno angažujuće** – uključuju stvarne priče i ljudsku perspektivu.
- **Usmerene na rešenja** – ne samo da opisuju probleme, već i da nude realna rešenja.
- **Prilagođene publici** – koriste jezik i argumente koji su bliski prioritetima donosilaca odluka (npr. efikasnost, pravičnost, korist za zajednicu).

ⓘ **Primeri:**

❌ „Osobe sa invaliditetom se suočavaju sa preprekama u komunikaciji.“

✅ „Korišćenjem lakog jezika i tumačenja na znakovni jezik, vaša opština može obezbediti da svaki građanin razume javne informacije i time ojača poverenje u lokalne institucije.“

- **Upravljanje rizicima i predviđanje izazova**

Zagovaranje često uključuje izazove kao što su ograničena finansijska sredstva, nedostatak političke volje ili nerazumevanje značaja pristupačnosti.

Kako bi se rizici smanjili:
● Na vreme identifikujte moguće prepreke (npr. spore birokratske procedure, promene u rukovodstvu);
● Pripremite alternativne aktivnosti ili saveznike ukoliko ključni partneri nisu dostupni:
● Održavajte konstruktivnu komunikaciju čak i sa akterima koji u početku pružaju otpor promenama;
● Dokumentujte napredak - pisani dokazi pomažu da se kontinuitet zagovaranja očuva čak i u slučaju promena u rukovodstvu.

Upornost, saradnja i transparentna komunikacija ključni su za prevazilaženje izazova.

3. Alati

Efikasno zagovaranje zavisi od toga koliko dobro komunicirate, sarađujete i motivišete druge da se uključe. Ovaj deo pruža praktične alate koji vam pomažu da stupite u kontakt sa institucijama, izgradite partnerstva i podignete svest o značaju pristupačne komunikacije.

• Šabloni za pisma i imejlove

Pisanu komunikaciju sa javnim institucijama uvek treba voditi na formalan, kratak i jasan način. Dobro strukturisano pismo povećava verovatnoću da dobijete blagovremen i pozitivan odgovor.

Pogledati Aneks 1 - Primer šablona pisma

Saveti:

- Neka vaš zahtev bude konkretan i uvek izražen s poštovanjem.
- Ako ne dobijete odgovor u roku od dve nedelje, pošaljite ljubazan podsetnik.
- Uvek zahvalite institucijama na izdvojenom vremenu ili trudu, čak i ako ne dođe do dogovora.

● Organizovanje okruglih stolova i javnih događaja

Okrugli stolovi i javne diskusije predstavljaju snažnu priliku za predstavljanje ključnih poruka, povezivanje različitih aktera i izgradnju savezništava za unapređenje pristupačne komunikacije.

Koraci za organizovanje uspešnog događaja:

1. **Definišite cilj**: Koji ishod očekujete (podizanje svesti, preuzimanje obaveza, saradnju)?
2. **Izaberite učesnike:** Uključite organizacije osoba sa invaliditetom i druga udruženja, lokalne vlasti, medije i međunarodne partnere.
3. **Odaberite pristupačan prostor**: Obezbedite fizičku pristupačnost, dobro osvetljenje, kvalitetan zvuk i prostor za tumače.
4. **Obezbedite pristupačnost komunikacije**: Obezbedite tumačenje na znakovni jezik, titlove i materijale na lakom jeziku.
5. **Pripremite agendu**: Uključite kratka izlaganja, otvorenu diskusiju i jasan sažetak zaključaka.
6. **Nastavak aktivnosti**: Nakon događaja pošaljite sažetak zaključaka, fotografije ili saopštenje za medije.

Detaljne smernice za organizovanje pristupačnih događaja možete pronaći na linku: Smernice za organizovanje pristupačnih događaja

Pogledati Aneks 2 - Listu za proveru pristupačnosti događaja

- **Izgradnja koalicija i partnerstava**

Zagovaranje je snažnije kada se sprovodi zajednički. Formiranje koalicija omogućava organizacijama da udruže znanje i iskustvo i dopru do šire publike.

Koraci za formiranje ili pridruživanje koaliciji:

1. Identifikujte potencijalne partnere: organizacije osoba sa invaliditetom i druge organizacije civilnog društva, medije, obrazovne i IT aktere, kao i preduzeća koja promovišu inkluziju.
2. Organizujte početni koordinacioni sastanak kako biste definisali zajedničke ciljeve.
3. Dogovorite se o podeli odgovornosti (npr. jedan partner zadužen za medije, drugi za rad sa zajednicom).
4. Formalizujte saradnju kroz Memorandum o razumevanju.

Koalicije mogu zajednički sprovoditi kampanje ili predlagati javne politike, koje imaju veću vidljivost i legitimitet kada iza njih stoji više organizacija.

Mobilizacija zajednice i uključivanje medija

Mobilisanje zajednice pomaže u izgradnji javne podrške i doprinosi tome da se pristupačnost prepozna kao zajednička odgovornost. Uključite građane i lokalne medije deljenjem pozitivnih, stvarnih priča i primera inkluzije.

Saveti za saradnju sa medijima:

- Šaljite kratka saopštenja za medije (do jedne strane) sa jasnim naslovom, citatom i kontakt osobom.
- Ponudite novinarima ličnu priču ili svedočenje (npr. kako je pristupačna informacija nekome promenila život).
- Organizujte manje konferencije za medije ili pozovite novinare na javne događaje.
- Obezbedite vizuelne materijale – fotografije, infografike ili kratke video-zapise koji pristupačnost čine konkretnom i inspirativnom.

- **Digitalno zagovaranje i internet kampanje**

Digitalni alati olakšavaju dopiranje do velikog broja ljudi i brzo mobilisanje podrške. Koristite društvene mreže i veb-sajtove za podizanje svesti, promociju uspešnih primera i poziv na akciju.

Praktični saveti za digitalno zagovaranje:

- Kreirajte kratke, pristupačne poruke i vizuale za društvene mreže (koristite heštagove poput #PristupačnaKomunikacija ili #InkluzijaZaSve).
- Objavljujte video-sadržaje sa titlovima i tumačenjem na znakovni jezik.
- Delite svedočenja osoba sa invaliditetom, ali isključivo uz informisanu saglasnost i uz poštovanje dostojanstva.
- Koristite pristupačne alate za dizajn i obezbedite dobar kontrast boja i čitljive fontove.
- Podstičite interakciju putem anketa, storija ili onlajn peticija.
- Razmotrite onlajn peticije ili otvorena pisma kao način poziva na promenu javnih politika.

Etičko pripovedanje (storytelling):
Prilikom korišćenja ličnih iskustava, uvek:

- Obezbedite izričitu saglasnost osobe koja je predstavljena.
- Izbegavajte prikazivanje osoba kao pasivnih „korisnika“.
- Ističite osnaživanje i aktivnu ulogu, a ne sažaljenje.
- Omogućite ljudima da govore sopstvenim glasom kad god je to moguće.

- **Komunikacija sa donosiocima odluka**

Rad sa donosiocima odluka zahteva pripremu, profesionalnost i istrajnost. Zagovarački sastanci su najuspešniji kada su fokusirani i vođeni s poštovanjem.

Saveti za efikasnu komunikaciju:

- Pre sastanka istražite instituciju i njene trenutne prioritete.
- Pripremite kratak informativni dokument ili sažetak predloga (jedna strana).
- Razgovor započnite zajedničkim interesima ili vrednostima (npr. socijalna uključenost, transparentnost).
- Koristite činjenice i primere, a ne samo lična mišljenja.
- Zatražite jasan sledeći korak (npr. „Da li možemo sledeće nedelje poslati nacrt predloga politike?“).
- Nakon sastanka uvek pošaljite kratak imejl zahvale sa sažetkom razgovora i dogovorenih koraka.

Zapamtite: zagovaranje je dugoročan dijalog, a ne jednokratan sastanak. Izgradnja poverenja sa institucijama povećava šanse za održive promene.

4. Materijali za komunikaciju

Jasni, pristupačni i inkluzivni komunikacioni materijali su ključni za prenošenje važnih poruka i podsticanje akcije. Ovaj deo pruža praktične smernice za pripremu materijala za kampanje koji su lako razumljivi, vizuelno inkluzivni i pristupačni svima.

Primeri poruka i slogana

Prilikom kreiranja kampanja za podizanje svesti, birajte kratke, pamtljive i pozitivne poruke koje ističu inkluziju i pristupačnost.

Primeri:

- Jedna poruka, pristupačna svima.
- Inkluzija počinje komunikacijom.
- Jednostavan jezik - pravo da budete informisani.
- Razumevanje je inkluzija.
- Pristupačne informacije, inkluzivno društvo.
- Komunikacija bez barijera.

Vizuelni šabloni i primeri

Vaši vizuelni materijali (posteri, brošure i objave na društvenim mrežama) treba da prate iste principe pristupačnosti kao i pisani sadržaj.

Smernice za dizajn:

- Koristite jednostavan raspored sa puno praznog prostora.
- Birajte kontrastne kombinacije boja (npr. tamni tekst na svetloj pozadini).
- Koristite sans-serif fontove poput Arial, Calibri ili Helvetica; minimalna veličina 14 pt za štampu i 18 pt za prezentacije.
- Izbegavajte tekst preko slika ili šarenih pozadina.
- Dodajte QR kod ili kratak link do onlajn ili Easy-to-Read verzije materijala.
- Koristite ikonice i ilustracije da podrže ključne ideje, a ne samo za dizajn.
- Uvek dodajte alternativni tekst (alt tekst) za slike kada objavljujete materijale na internetu.

Primeri koncepta:

- Poster: Jednostavan vizual koji prikazuje različite ljude u komunikaciji, sa kratkim sloganom i QR kodom.
- Objava na društvenim mrežama: Kratka poruka („Jednostavan jezik je moć“) na čistoj pozadini sa logotipom projekta i linkom.
- Brošura: Dve kolone sa jasnim naslovima, ikonama i tačkama koje sumiraju glavnu poruku.

- ## Priprema materijala na lakom i jednostavnom jeziku

Materijali napisani jednostavnim i lakim jezikom omogućavaju da informacije budu razumljive svima, uključujući osobe sa različitim sposobnostima, starije osobe, osobe sa nižim nivoom pismenosti ili manjinske zajednice.

Saveti za pripremu materijala:

- Koristite kratke rečenice i jednostavne reči.
- Koristite aktivne umesto pasivnih rečenica(npr. „Pošaljite zahtev“ umesto „Zahtev treba biti poslat“).
- Podelite informacije u odeljke sa jasnim naslovima.
- Koristite nabrajanje po stavkama za ključne informacije.
- Objasnite stručne ili složene termine ili ih izbegavajte.
- Koristite velike, čitljive fontove.
- Koristite slike, ikonice i ilustracije koje pomažu razumevanje teksta.
- Uvek proverite da li je tekst pristupačan u digitalnom formatu, kompatibilan sa čitačima ekrana i drugim pomoćnim tehnologijama.
- Koristite više formata: jednostavan jezik, titlovi, znakovni jezik...

Detaljna uputstva o izradi materijala na lakom i jednostavnom jeziku možete pronaći na sledećem linku: Priručnik za pristupačnu komunikaciju

- ## Testiranje pristupačnosti

Pre nego što objavite ili podelite materijale, testirajte ih sa aspekta pristupačnosti. Uključite stvarne korisnike i tražite iskrene povratne informacije.

Jednostavni koraci za testiranje:

1. **Povratne informacije korisnika**: Zamolite 3-5 osoba sa različitim komunikacionim potrebama (gluve, slepe, starije osobe, korisnike lakog jezika) da pregledaju vaš nacrt.
2. **Provera razumevanja:** Pitajte: „O čemu govori ovaj materijal?“

3. **Provera čitača ekrana**: Koristite besplatne alate kao što su NVDA (Windows), JAWS ili VoiceOver (Mac/iPhone) da testirate digitalne dokumente.
4. **Kontrast boja:** Proverite dizajnirani materijal koristeći alate kao što su Contrast Checker (WebAIM), Colour Contrast Analyser ili Coolors.co Contrast Tool.

Savet: Uključite testiranje u svoj radni proces, a ne kao dodatnu aktivnost. Pristupačnost se poboljšava kroz stalno unapređivanje i povratne informacije.

- **Besplatni alati i resursi**

Možete kreirati materijale i testirati njihovu pristupačnost koristeći open-source ili besplatne alate:

Tema	Preporučeni alati
Dizajniranje pristupačnih vizuala	https://www.canva.com/ https://piktochart.com/
Testiranje kontrasta boja	Colour Contrast Analyser
Testiranje sa čitačem ekrana	NVDA, JAWS
Besplatne biblioteke fotografija	https://www.pexels.com/ https://unsplash.com/

- **Višejezična i lokalna jezička pristupačnost**

Pristupačna komunikacija podrazumeva i jezičku inkluziju. U višejezičnim sredinama važno je da materijali budu dostupni na svim jezicima koji se govore u toj zajednica.

Praktični saveti:

- Prevedite ključne materijale kampanje na jezike manjina i na znakovni jezik.
- Prilikom prevođenja koristite jednostavne i kulturološki primerene primere.
- Uključite dvojezične QR kodove ili titlove kada delite
- video-sadržaje.
- Kada su resursi ograničeni, dajte prioritet verzijama na lakom jeziku kako bi sadržaj bio razumljiv što većem broju ljudi.
- Višejezična pristupačnost ne doprinosi samo boljem razumevanju, već i jačanju poverenja i inkluzije među različitim grupama.

Zapamtite: pristupačnost nije dodatni korak — ona je osnova dobre komunikacije.

5. Pravni i strateški resursi

Preled ključnih dokumenata:

Konvencija Ujedinjenih nacija o pravima osoba sa invaliditetom (UNCRPD)
UNCRPD je osnovni međunarodni ugovor koji garantuje prava osobama sa invaliditetom. Dva člana su posebno važna za komunikaciju:

- **Član 9** – Pristupačnost: obavezuje države da obezbede pristup informacijama, komunikacijama i uslugama.
- **Član 21** – Sloboda izražavanja i pristup informacijama: obavezuje države da osiguraju pristup informacijama u pristupačnim formatima i da promovišu znakovne jezike i pristupačne medije (npr. tumačenje na znakovni jezik, titlove, brajevo pismo).

Ove članove koristite kao osnovne pravne argumente kada od institucija tražite da javne informacije učine pristupačnim.

EU Direktiva o pristupačnosti veb-sajtova (Direktiva (EU) 2016/2102)

Direktiva o pristupačnosti veb-sajtova obavezuje organe javnog sektora u EU da svoje veb-sajtove i mobilne aplikacije učine pristupačnim i da objave izjavu o pristupačnosti. Direktiva upućuje na tehničke standarde (kao što su EN 301 549 i WCAG) koje javne institucije treba da primenjuju.

Evropski akt o pristupačnosti (Direktiva (EU) 2019/882 – „EAA“)

Evropski akt o pristupačnosti utvrđuje usklađena pravila o pristupačnosti određenih proizvoda i usluga (uključujući i neke digitalne usluge) u državama članicama EU. On podiže nivo zahteva za pristupačnost na jedinstvenom tržištu i predstavlja važnu referencu za zagovaranje usklađenih standarda pristupačnosti širom regiona. EAA se može koristiti kao argument da su obaveze u vezi sa pristupačnošću sve više prepoznate i ugrađene u zakonodavstvo i javne politike u Evropi.

Standardi i smernice (WCAG, EN 301 549, ISO 30071-1)

Tehnički standardi prevode zakonske obaveze u konkretne zahteve za veb-sajtove, dokumenta i multimedijalne sadržaje. Smernice za pristupačnost veb-sadržaja (WCAG, trenutno verzije 2.1 i 2.2) predstavljaju glavni međunarodni okvir za digitalnu pristupačnost. EN 301 549 je evropski standard koji usklađuje tehničke zahteve za IKT proizvode i usluge, dok ISO 30071-1 pruža smernice za sistemsko uključivanje pristupačnosti u razvoj i pružanje digitalnih usluga. Na ove standarde se možete pozivati kada od IT timova ili dobavljača tražite primenu konkretnih mera za unapređenje pristupačnosti.

Republika Srbija – Strategija unapređenja položaja osoba sa invaliditetom 2025-2030

Ovaj strateški dokument definiše obaveze Republike Srbije u oblasti obezbeđivanja jednakosti, pristupačnosti i punog učešća osoba sa invaliditetom u društvu.

U okviru Strategije pristupačna komunikacija i kognitivna pristupačnost nisu izdvojene kao potpuno zasebne oblasti (kao npr. fizička pristupačnost), ali su **sistemski integrisane kroz više ciljeva i mera**, posebno kroz:

- **Problem 5: Nedovoljno prepoznavanje kognitivne pristupačnosti**

Kognitivna pristupačnost kao uslov za pristup pravima i uslugama osobama sa intelektualnim i mentalnim teškoćama nije adekvatno prepoznata. Fokus je do sada bio na fizičkoj pristupačnosti i komunikaciji (Brajevo pismo, znakovni jezik), dok su potrebe osoba sa kognitivnim teškoćama zanemarene. Neophodno je dalje zakonsko uređivanje i praktična primena kako bi se povećalo društveno učešće svih osoba.

- **Problem 4: Nedovoljna pristupačnost objekata i komunikacije**

Pristupačnost javnih i stambenih objekata i dalje je nedovoljna, posebno u pogledu komunikacijske i kognitivne pristupačnosti. Problemi su naročito izraženi u razumljivosti informacija, komunikaciji sa službenicima i snalaženju u prostoru. Potrebne su izmene propisa, mapiranje nepristupačnih objekata, ulaganja u adaptaciju, kao i edukacija i podizanje svesti.

- **Poseban cilj 3: Ravnopravno učešće osoba sa invaliditetom u svim segmentima u životu zajednice**

Nedovoljan nivo pristupačnosti (arhitektonske, komunikacione i kognitivne) ograničava puno učešće osoba sa invaliditetom. Unapređenje pristupačnosti na svim nivoima ključno je za njihovu inkluziju i ravnopravan pristup sadržajima i uslugama.

Organizacije u Srbiji mogu koristiti ovu strategiju kao osnov za zagovaranje da opštine, gradovi i ministarstva uvedu **standarde pristupačne komunikacije** u svoje interne dokumente i u javnoj komunikaciji.

Pored Strategije postoji još nekoliko pravnih dokumenata koje obuhvataju obaveze i pravo na pristupačne informacije:

- **Zakon o sprečavanju diskriminacije osoba sa invaliditetom** – propisuje obavezu obezbeđivanja pristupačnosti informacija i komunikacija.
- **Zakon o zabrani diskriminacije** – zabranjuje diskriminaciju, uključujući i diskriminaciju po osnovu invaliditeta u pristupu informacijama.
- **Zakon o elektronskim komunikacijama** – predviđa mere za obezbeđivanje pristupačnosti elektronskih komunikacija osobama sa invaliditetom.
- **Uredbe o bližim uslovima za izradu i održavanje veb prezentacija organ**a – utvrđuje obavezu da veb-sajtovi organa javne vlasti budu pristupačni, u skladu sa međunarodnim standardima.

- **Gde i kako uticati na politiku**

Praktične tačke za civilno društvo da utiče na kreiranje i sprovođenje politika:

1. **Javne konsultacije** – odgovarajte na nacrte strategija, zakona i opštinskih pravilnika kratkim, argumentovanim podnescima koji se pozivaju na UN CRPD i nacionalne strategije.

2. **Lokalna veća i skupštine** – zatražite da vas uključe u dnevni red kako biste predstavili predloge za pristupačnu komunikaciju.

3. **Parlamentarni ili vladini radni timovi** – identifikujte relevantne odbore (socijalna pitanja, obrazovanje, digitalna pitanja) i ponudite tehnički doprinos ili pilot primere.

4. **Procesi javnih nabavki** – zagovarajte uključivanje zahteva za pristupačnost u javne nabavke (npr. komunikacione usluge, veb-sajtovi, produkcija video sadržaja).

5. **Dijalog o politici / okrugli stolovi** – organizujte ili se pridružite sastancima sa više zainteresovanih strana, uključujući organizacije osoba sa invaliditetom, opštinske službenike i IT timove, kako biste izgradili konsenzus i korak-po-korak plan implementacije.

6. **Medijske i javne kampanje** – koristite dokaze i lične priče da stvorite pritisak i pokažete javnu podršku za konkretne promene.

6. Monitoring i evaluacija

Kako meriti uspeh kampanje zagovaranja?

Koristite **konkretne pokazatelje** za praćenje uspeha kampanje, kao što je broj institucija koje su usvojile konkretne promene. Na primer, cilj može biti da **70% organizacija koje učestvuju u obukama** uvede **najmanje dve promene u svom radu.**

Evaluacija treba da bude **kontinuirana** i da obuhvati:

- **kvantitativne podatke** – broj promena, broj uključenih institucija, učesnika u obukama itd.
- **kvalitativne podatke** – komentari, intervjui, iskustva korisnika i osoblja.

Ovakav pristup omogućava praćenje napretka i uočavanje oblasti koje zahtevaju dodatnu podršku.

Pokazatelji i alati za praćenje

Pokazatelji:

- Broj institucija koje su usvojile politiku ili pravilnik o pristupačnoj komunikaciji.
- Broj ranjivih ili ugroženih osoba koje prijavljuju da su primile pristupačne informacije.
- Broj medijskih kuća koje su izveštavale o kampanji.
- Broj dokumenata koji su objavljeni i na znakovnom jeziku.
- Broj javnih događaja gde je obezbeđeno tumačenje na znakovni jezik.
- Broj video-sadržaja sa tumačenjem na znakovni jezik.

Alati za praćenje:

- Upitnici i ankete
- Intervjui
- Fokus grupe
- Analiza medijskog sadržaja

Pogledati Aneks 3 – predlog akcionog plana

Resursi i dodatna literatura

- Konvencija Ujedinjenih nacija o pravima osoba sa invaliditetom (UNCRPD)
- EU Direktiva o pristupačnosti veb-sajtova (Direktiva (EU) 2016/2102)
- Evropski akt o pristupačnosti (Direktiva (EU) 2019/882 – „EAA“)
- Zakon o sprečavanju diskriminacije osoba sa invaliditetom
- Strategija unapređenja položaja osoba sa invaliditetom u Republici Srbiji 2025-2030
- Korisnički interfejsi — Zahtevi i preporuke za pravljenje teksta na jednostavnom jeziku
- Zakon o zabrani diskriminacije
- Zakon o elektronskim komunikacijama
- Uredbe o bližim uslovima za izradu veb-prezentacija organa javne vlasti
- Smernice za pristupačnu komunikaciju Caritasa Srbije

- Capito – alat za jasan i jednostavan jezik
- Inclusion Europe – Easy to read
- Selsi Smernice za lak govorni jezik
- Savez za pristupačnost Srbije

Aneks 1 - Primer šablona pisma

Predmet: Zahtev za sastanak na temu pristupačne komunikacije

Poštovani/Poštovana [titula i ime],

Obraćamo Vam se u ime [naziv organizacije], organizacije koja se bavi promocijom pristupačne komunikacije i jednakog pristupa informacijama za sve građane.

Bilo bi nam zadovoljstvo da se sastanemo sa Vama kako bismo razgovarali o načinima na koje [naziv institucije] može doprineti unapređenju pristupačnosti u javnoj komunikaciji, u skladu sa Konvencijom Ujedinjenih nacija o pravima osoba sa invaliditetom.

Verujemo da saradnja između javnih institucija i organizacija civilnog društva može dovesti do praktičnih i inkluzivnih rešenja koja su od koristi celoj zajednici.

Molimo Vas da nam javite koji termin Vam odgovara za ovaj sastanak.

Srdačan pozdrav,
[ime i prezime, funkcija]
[naziv organizacije]
[imejl / telefon]

Aneks 2 - Listu za proveru pristupačnosti događaja

PRISTUPAČNOST

- ☐ Da li su prostorije adekvatno obeležene?
- ☐ Da li objekat poseduje vidno obeleženo parking mesto za osobe sa invaliditetom?
- ☐ Da li objekat ima pristup bez fizičkih prepreka?
- ☐ Ako ne, da li postoji alternativni način ulaska (rampa, podizna platforma)?
- ☐ Da li se vrata u svim prostorijama automatski ili lako otvaraju?
- ☐ Da li postoji sistem vođenja za slepe osobe(taktilne staze) u celom objektu?
- ☐ Da li postoji info pult gde mogu da se dobiju servisne informacije?
- ☐ Da li do objekta postoji pristupačan javni prevoz ili taksi?

RADNI PROSTOR

- ☐ Da li korisnici invalidskih kolica mogu da sede zajedno sa ostalim učesnicima?
- ☐ Da li je omogućen pristup bini/govornici za osobe u kolicima i sa poteškoćama u kretanju?
- ☐ Da li je visina govornice podesiva za korisnike invalidskih kolica/osobe niskog rasta?
- ☐ Da li su prvi redovi rezervisani za osobe sa oštećenim sluhom i slabovide goste?
- ☐ Da li korisnici invalidskih kolica mogu nesmetano da se kreću u sali?
- ☐ Da li su planirana prazna mesta za stolovima za osobe u invalidskim kolicima?
- ☐ Da li su vrste hrane i sastojci hrane vidno obeleženi?
- ☐ Da li je obezbeđen pristupačan pribor za jelo (tanjiri sa visokim ivicama, čaše sa drškom i slamčice)?

PAUZE I OSVEŽENJE

- ☐ Da li je mesto distribucije hrane dostupno po visini za korisnike invalidskih kolica?
- ☐ Da li postoje stolovi različite visine pristupačni za osobe u invalidskim kolicima i druga lica kojima su potrebni niži stolovi?
- ☐ Da li su pauze dovoljno duge (min 20 minuta)?

TOALET

- ☐ Da li postoji toalet za osobe u invalidskim kolicima (pristupačan u skladu sa standardima)?
- ☐ Da li je toalet jasno i pristupačno obeležen?

BEZBEDNOST

- ☐ Da li postoji zvučni i vizuelni informacioni sistem za hitne slučajeve?
- ☐ Da li je put za evakuaciju pristupačan za korisnike invalidskih kolica?
- ☐ Da li se protivpožarni aparat nalazi na visini pristupačnoj za korisnike invalidskih kolica (ne više od 1,1m)?

KOMUNIKACIJA

- ☐ Da li se pozivnim pismom ispituju potrebe učesnika događaja?
- ☐ Da li se nude različiti načini komunikacije sa organizatorima?
- ☐ Da li ste na vreme rezervisali tumače/prevodioce za znakovni jezik?
- ☐ Da li će vam biti potrebni naratori za audio opis?
- ☐ Da li je pozivno pismo napisano na jasnom i jednostavnom jeziku?
- ☐ Da li postoji audio indukciona petlja, FM sistem?
- ☐ Da li video zapisi imaju titlove?
- ☐ Da li video zapisi imaju prevod na znakovni jezik?

- ☐ Da li ste obavestili predavače/govornike da, ukoliko nije neophodno, ne upotrebljavaju previše stručnih i stranih reči ili da ih u izlaganju objasne?
- ☐ Da li postoji opcija prevođenja govora u tekst?
- ☐ Da li su sve prezentacije poslate učesnicima i prevodiocima znakovnog jezika nekoliko dana pre događaja?
- ☐ Da li ste naznačili kontakt osobu kojoj se učesnici mogu obratiti ukoliko im je potrebna dodatna podrška?
- ☐ Da li ste predvideli učešće ličnog asistenta osobe sa invaliditetom (troškovi prevoza, hrane, smeštaja)?
- ☐ Da li su govornici obavešteni da u izlaganju opišu grafiku koja se nalazi na prezentacijama ukoliko ima učesnika koji su slepi ili slabovidi?

Aneks 3 - Predlog akcionog plana

Aktivnosti zagovaranja	Specifični ciljevi	Pokazatelj uspeha (Kako ćemo meriti?)	Rezultat evaluacije (Šta smo postigli?)	Komentari / Izazovi	Sledeći koraci
Sastanak sa opštinom [ime]	Osigurati da politika pristupačne komunikacije bude uključena u godišnji plan rada.	Pismeni dogovor sa opštinom o uključivanju.	Opština je izrazila spremnost, ali zahteva nacrt predloga.	Nedostatak tehničkih informacija od osoblja opštine.	Priprema konkretnog nacrta pravilnika i slanje opštini.
Onlajn kampanja pod nazivom „Lak jezik“	Podizanje svesti javnosti i institucija o važnosti Lakog jezika.	Broj pratilaca, lajkova i deljenja objava; broj medija koji su izveštavali o kampanji.	5.000 novih pratilaca; 1.200 lajkova; 2 lokalna medija su izveštavala o temi.	Slabo angažovanje online donosioca odluka.	Organizovanje konferencije za novinare sa predstavnicima medija i vlasti.
Predstavljanje vodiča organizacijama civilnog društva	Omogućiti partnerskim organizacijama korišćenje priručnika za njihove kampanje.	Broj organizacija civilnog društva koje su učestvovale na obuci; pozitivne povratne informacije učesnika.	15 organizacija civilnog društva je učestvovalo; povratne informacije uglavnom pozitivne, posebno za predloške pisama.	Neke organizacije civilnog društva su tražile više primera iz prakse.	Kreiranje onlajn grupe za razmenu iskustava i primera.
Lobiranje za uključivanje odredbi o pristupačnoj komunikaciji	Uticati na javnu instituciju da usvoji predloženu odredbu u svojim internim pravilnicima.	Zvanično odobrenje internog pravilnika sa odredbom za zagovaranje.	Pravilnik je u procesu revizije; odredba je uključena u nacrt.	Proces revizije je spor.	Potpisivanje memoranduma o saradnji sa institucijom kako bi se ubrzao proces.

Caritas Srbije
www.caritas.rs / +381 11 4099561 / secretariat@caritas.rs
Vojvode Stepe 78/lokal 5
11 000 Beograd, Republika Srbija

Caritas
SRBIJE