

PRIRUČNIK ZA ZAGOVARANJE PRISTUPAČNE KOMUNIKACIJE



Sadržaj

1. Razumijevanje pristupačne komunikacije	7
2. Vodič za planiranje zagovaranja	12
3. Alati za uključivanje i uticaj	15
4. Komunikacioni materijali	21
5. Pravne i političke reference	25
6. Praćenje i evaluacija	29
ANEKSI	33

Advocacy Toolkit – ACTIVE projekat

O priručniku

Ovaj Advocacy Toolkit izrađen je kao podrška naporima ka pristupačnoj komunikaciji i inkluziji osoba s invaliditetom i drugih grupa koje se suočavaju sa preprekama u pristupu informacijama. Namijenjen je jačanju kapaciteta organizacija civilnog društva (CSO), organizacija osoba s invaliditetom (DPO) i organizacija za izgradnju kapaciteta (CBO) da zagovaraju usvajanje i sprovođenje standarda pristupačnosti u komunikacionim praksama, javnim politikama i institucionalnim dokumentima. Priručnik nudi praktične smjernice, alate i primjere koji lokalnim akterima mogu pomoći da promovišu pristupačnu komunikaciju kroz podizanje svijesti, dijalog sa institucijama i aktivno učešće u procesima donošenja odluka.

Zašto je pristupačna komunikacija važna na Zapadnom Balkanu
Na Zapadnom Balkanu mnogi ljudi i dalje se suočavaju sa značajnim preprekama u pristupu informacijama i komunikaciji. Javne institucije često objavljuju informacije u složenom ili tehničkom jeziku, bez verzija prilagođenih osobama sa različitim komunikacionim potrebama. Tumačenje na znakovni jezik i titlovi i dalje nijesu sistematski obezbijeđeni na javnim događajima ili u onlajn materijalima. Veb-sajtovi i digitalne platforme često su nepristupačni korisnicima čitača ekrana ili osobama sa ograničenom digitalnom pismenošću. Ove prepreke ograničavaju učešće osoba s invaliditetom, starijih osoba, ljudi sa niskim nivoom pismenosti i pripadnika manjinskih zajednica u društvenom, kulturnom i političkom životu.

Pristupačna komunikacija zato nije samo tehničko pitanje — ona je pitanje ljudskih prava i preduslov za ravnopravno učešće, inkluziju i demokratiju.

Šta je zagovaranje?

Zagovaranje znači preduzimanje organizovanih akcija kako bi se uticalo na odluke, politike i prakse koje utiču na živote ljudi. U kontekstu pristupačne komunikacije, zagovaranje podrazumijeva rad sa donosiocima odluka, institucijama, medijima i zajednicama kako bi informacije i komunikacija bile razumljive i dostupne svima.

Zagovaranje prevazilazi samo podizanje svijesti, koje se uglavnom fokusira na informisanje i edukaciju. Takođe se razlikuje od pružanja usluga, koje obezbjeđuje direktnu podršku pojedincima.

Zagovaranje se fokusira na mijenjanje sistema i pravila kako bi inkluzija postala trajni dio rada institucija. Efikasno zagovaranje kombinuje dokaze, stratešku komunikaciju, partnerstva i istrajnost kako bi se postigla promjena. Ono zahtijeva jasne ciljeve, snažnu saradnju između organizacija i aktivno učešće osoba sa invaliditetom — u skladu sa principom „Ništa o nama bez nas“.

Za koga je ovaj Priručnik?

Ovaj priručnik je namijenjen širokom spektru aktera koji imaju ulogu u promovisanju pristupačne komunikacije, uključujući:

- **Organizacije koje rade na izgradnji kapaciteta**
- **Organizacije civilnog društva fokusirane na inkluziju i jednakost**
- **Grupe za samozastupanje i organizacije koje se bave pravima osoba sa invaliditetom**
- **Javne institucije i pružaoce usluga na lokalnom i nacionalnom nivou**
- **Donosiocje odluka i kreatore politika na centralnom i lokalnom nivou**
- **Medije, IT sektor i aktere u obrazovanju koji oblikuju način na koji se informacije kreiraju i dijele**

Kako koristiti ovaj priručnik

Priručnik je osmišljen kao praktični vodič korak po korak, koji organizacije mogu prilagoditi svom kontekstu. Svaki dio priručnika podržava različitu fazu zagovaračkog procesa:

Razumijevanje pristupačne komunikacije – Upoznajte ključne koncepte i principe koji komunikaciju čine inkluzivnom.

Vodič za planiranje zagovaranja – Definišite svoje ciljeve, identifikujte aktere i razvijte lokalni plan zagovaranja.

Alati za angažman i uticaj – Pronađite spremne šablone, pisma i praktične savjete za izgradnju partnerstava i organizovanje događaja.

Komunikacioni materijali – Pregledajte primjere i vizuelne smjernice za izradu pristupačnih kampanjskih materijala.

1. Razumijevanje pristupačne komunikacije

• Što je pristupačna komunikacija?

Pristupačna komunikacija znači kreiranje i dijeljenje informacija na način koji svi mogu da razumiju i koriste, bez obzira na njihove sposobnosti, godine, obrazovanje ili porijeklo.

Obuhvata jasno pisanje i dizajniranje informacija, korišćenje jednostavnog/jasnog jezika, pristupačnih vizuala i inkluzivnih digitalnih formata. To uključuje materijale na lakom jeziku, audio opise, titlove, znakovni jezik i digitalne formate kompatibilne sa čitačima ekrana.

Za gluve osobe, video materijali sa prevodom na znakovni jezik i titlovima su neophodni kako bi se obezbijedio jednak pristup informacijama.

Za slijepe osobe ili osobe sa slabijim vidom, dokumenta treba da sadrže alt tekst za slike, vizuale sa provjerenim kontrastom i formate koji su čitljivi pomoću asistivnih tehnologija.

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

• Zašto je važna?

Pristupačna komunikacija pomaže u smanjivanju nejednakosti i unapređenju ljudskih prava tako što obezbjeđuje jednak pristup informacijama i učešću. Podržava sprovođenje Konvencije UN o pravima osoba s invaliditetom (CRPD), posebno članova 9 i 21, koji garantuju pristupačnost i pristup informacijama.

Kada je komunikacija inkluzivna, zajednice postaju bolje informisane, aktivnije i osnaženije.

• Ko ima koristi?

- Osobe s invaliditetom (gluve, slijepe, slabovide, nagluve, osobe s intelektualnim teškoćama)
- Osobe s demencijom ili kognitivnim poteškoćama
- Osobe s poteškoćama u čitanju ili učenju
- Nepismene osobe ili osobe sa nižim nivoom obrazovanja
- Pripadnici manjinskih zajednica
- Osobe kojima je drugi jezik maternji
- Osobe koje su pod stresom, umorne ili imaju ograničenu koncentraciju

Vrste pristupačnosti u komunikaciji

Pristupačna komunikacija je povezana sa više različitih vrsta pristupačnosti:

- Fizička pristupačnost – obezbjeđivanje da prostori u kojima se dijele informacije (npr. sastanci, događaji, kancelarije) budu pristupačni osobama sa poteškoćama u kretanju ili drugim fizičkim oštećenjima.
- Digitalna pristupačnost – obezbjeđivanje da veb-sajtovi, aplikacije, video materijali i dokumenta ispunjavaju standarde pristupačnosti (npr. da mogu da se čitaju pomoću čitača ekrana, da video materijali imaju titlove, da se koriste pristupačni formati fajlova).
- Jezička (lingvistička) pristupačnost – obezbjeđivanje da je korišćeni jezik jasan, razumljiv i kulturno primjeren (npr. Laki jezik, Jasni jezik, prevod na manjinske ili lokalne jezike).
- Senzorna pristupačnost – obezbjeđivanje da informacije mogu da se primaju kroz različita čula (vid, sluh, dodir), na primjer kroz znakovni jezik, audio opis ili materijale na Brajevom pismu.

Ove vrste pristupačnosti se često preklapaju — inkluzivan događaj, na primjer, zahtijeva fizički pristup prostoru, pristupačne štampane materijale, tumača za znakovni jezik i onlajn sadržaj koji prati standarde digitalne pristupačnosti.



Pravni i policy okvir

Pristupačna komunikacija je podržana kroz više međunarodnih i evropskih dokumenata:

- Konvencija Ujedinjenih nacija o pravima osoba s invaliditetom (UN CRPD) – Članovi 9 i 21 garantuju pristupačnost i pravo na informacije.
- EU Direktiva o pristupačnosti veb-sajtova i mobilnih aplikacija javnog sektora (2016/2102) – zahtijeva da veb-sajtovi i aplikacije javnih institucija budu pristupačni osobama s invaliditetom.
- Evropski akt o pristupačnosti (2019/882) – proširuje zahtjeve pristupačnosti na proizvode i usluge poput računara, bankarskih usluga i onlajn trgovine.
- Smjernice za pristupačnost veb-sadržaja (WCAG 2.1) – međunarodni standardi za izradu digitalnog sadržaja koji je moguće percipirati, koristiti, razumjeti i koji je tehnički stabilan.
- ISO 30071-1 standard – daje smjernice za uvođenje pristupačnosti u proces razvoja digitalnih proizvoda.



**European
Accessibility
Act**

Primjeri pristupačne i nepristupačne komunikacije (uz dodatke za veću jasnoću)

Nepristupačna komunikacija	Pristupačna komunikacija
Nepristupačna komunikacija Pristupačna komunikacija Javno obavještenje napisano dugim, komplikovanim rečenicama punim administrativnog žargona.	Kratko, jasno saopštenje napisano jednostavnim jezikom, sa ključnim informacijama (šta, gdje, kada, ko) predstavljenim u vidu nabiranja.
Video zapis bez titlova ili tumača za znakovni jezik.	Video sa titlovima, tumačenjem na znakovni jezik i govornim opisom vizuelnih elemenata.
PDF dokument skeniran kao slika, koji čitači ekrana ne mogu da pročitaju.	Označen PDF ili HTML dokument sa pravilnim naslovima, alternativnim tekstom za slike i čitljivom strukturom.
Plakat sa sitnim tekstom i slabim kontrastom boja.	Poster sa velikim, lako čitljivim fontom, snažnim kontrastom boja i jasnim ikonama.
Plakat sa sitnim tekstom i slabim kontrastom boja.	Slike koje se dijele na društvenim mrežama i internet stranicama sadrže ALT tekst.

Primjeri dobre prakse

• Ljubljana (Slovenija)

U Sloveniji, nacionalni javni emiter RTV Slovenija svakodnevno pruža vijesti na znakovnom jeziku, sa titlovima i u formatu Lakog za čitanje (ETR). Segment vijesti u formatu Lakog za čitanje „Dostopno – novice v lahkem jeziku“ („Pristupačno – vijesti na lakom jeziku“) nastaje u saradnji sa stručnjacima i osobama sa intelektualnim invaliditetom.

• Austrija – TV kanal ORF

U Austriji, nacionalni TV emiter redovno proizvodi i emituje informativne emisije na jeziku Lakom za čitanje (ETR). Pojednostavljeni informativni sadržaji namijenjeni su osobama sa intelektualnim invaliditetom, starijim osobama i svima koji standardne formate vijesti smatraju previše složenim.

• **Grad Novi Sad, Srbija:** Servisne informacije na znakovnom jeziku
Grad Novi Sad je uveo pionirsku inicijativu kako bi gradske informacije učinio dostupnim gluvim osobama. Na zvaničnoj internet stranici grada i YouTube kanalu, javna obavještenja i servisne informacije — poput informacija o lokalnim događajima, komunalnim uslugama i hitnim obavještenjima — redovno se predstavljaju na srpskom znakovnom jeziku, uz govorne i pisane verzije.

• **Grad Sarajevo, Bosna i Hercegovina:** „Meet Sarajevo“ – pristupačan i inkluzivan vodič za posjetioce
Projekat „Meet Sarajevo – pristupačan i inkluzivan vodič za posjetioce“ nudi turističke informacije i brošure o Sarajevu na lakom, jednostavnom jeziku, kako bi osobe sa različitim sposobnostima i stranci mogli lakše da im pristupe i koriste ih.

• Crna Gora

RTCG emituje „Dnevnik na gestovnom jeziku“, informativnu emisiju namijenjenu gluvim i nagluvim osobama, koja se prikazuje radnim danima od 19:15 do 19:20 na TVCG1. Program se realizuje na crnogorskom znakovnom jeziku uz interpretaciju, čime se obezbjeđuje inkluzivno informisanje i pristup vijestima za osobe koje koriste znakovni jezik.



2. Vodič za planiranje zagovaranja

• Šta je planiranje zagovaranja?

Planiranje zagovaranja je proces definisanja promjene koju želite da postignete, načina na koji ćete je ostvariti i aktera na koje je potrebno uticati. Plan zagovaranja pomaže organizacijama da djeluju strateški, efikasno koriste resurse i mjere rezultate. U promociji pristupačne komunikacije, dobar plan pravi razliku između jednokratne aktivnosti i dugoročne promjene u institucionalnom ponašanju ili javnim politikama.

• Postavljanje cilja zagovaranja

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

Primjeri:

- „Uticati na Opštinu X da usvoji lokalnu politiku o pristupačnoj komunikaciji do decembra 2026. godine.“
- „Obezbijediti da svi opštinski informativni leci budu dostupni na lakom jeziku i znakovnom jeziku do sredine 2025. godine.“

Zapitajte se:

- Koju tačno promjenu želimo da vidimo?
- Ko ima moć da tu promjenu sprovede?
- Kako će izgledati uspjeh i kako ćemo znati da smo ga postigli?

Jasni i realni ciljevi pomažu u održavanju fokusa i kredibiliteta tokom cijele kampanje.

- Razumijevanje problema i identifikacija zainteresovanih strana

Počnite analizom trenutne situacije:

- Koje su prepreke za pristupačnu komunikaciju u vašoj zajednici ili instituciji?
- Postoje li zakoni, strategije ili smjernice koje podržavaju pristupačnost, ali se još ne primjenjuju?
- Koje su potrebe osoba koje su pogođene nepristupačnom komunikacijom?

Zatim identifikujte ključne zainteresovane strane — osobe, grupe ili institucije koje mogu pomoći ili odmoći vašim zagovaračkim naporima.

Zainteresovane strane mogu uključivati:

- Lokalne i nacionalne organe vlasti
- Organizacije osoba sa invaliditetom (DPO) i organizacije civilnog društva
- Udruženja gluhih i korisnika znakovnog jezika
- Medije i novinare
- Obrazovne i IT institucije
- Preduzeća koja pružaju komunikacione ili digitalne usluge

Uvijek primjenjujte princip „Ništa o nama, bez nas“.

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: Koji konkretnu promjenu želite da postignete?

Istraživanje i analiza: Prikupite informacije o problemu i ključnim zainteresovanim stranama.

Ciljevi (zadaci): Konkretni koraci koji vode ka ostvarenju glavnog cilja.

Ključne poruke: Šta želite da kažete i kako to jasno i razumljivo saopštiti?

Ciljna publika: Ko ima moć da sprovede željenu promjenu?

Aktivnosti: Akcije koje vode ka cilju (sastanci, kampanje, događaji, medijski nastupi).

Vremenski okvir: Kada će se svaka aktivnost realizovati?

Resursi i budžet: Koji su potrebni ljudski i finansijski resursi?

Praćenje i evaluacija: Kako ćete pratiti napredak i mjeriti uspjeh?

Kreiranje efikasnih zagovaračkih poruka

Poruka je ono što povezuje vaš cilj sa ciljnom publikom.

Da bi bile uvjerljive, zagovaračke poruke treba da budu:

- Jasne i jednostavne – jedna glavna ideja po poruci.
- Zasnovane na dokazima – potkrijepljene činjenicama, podacima i ličnim iskustvima.
- Emotivno angažujuće – uključuju stvarne priče i ljudsku perspektivu.
- Usmjerene na rješenja – ne samo da opisuju problem, već nude realne i ostvarive korake.
- Prilagođene publici – koriste jezik i argumente koji odgovaraju prioritetima donosilaca odluka (npr. efikasnost, pravičnost, korist za zajednicu).

Primjer:

☐ „Osobe sa invaliditetom se suočavaju sa barijerama u komunikaciji.“

☐ „Korišćenjem jednostavnog jezika i tumačenja na znakovni jezik, vaša opština može obezbijediti da svaki građanin razumije javne informacije — i time ojačati povjerenje u lokalne institucije.“

- Upravljanje rizicima i predviđanje izazova

Zagovaranje često podrazumijeva izazove poput ograničenog finansiranja, nedostatka političke volje ili nerazumijevanja pitanja pristupačnosti.

Kako bi se rizici smanjili:

- Pravovremeno identifikujte moguće prepreke (npr. spore birokratske procedure, promjene u rukovodstvu).
- Pripremite alternativne aktivnosti ili saveznike ukoliko ključni partneri nijesu dostupni.
- Održavajte konstruktivnu komunikaciju čak i sa akterima koji u početku pružaju otpor promjenama.
- Dokumentujte napredak — pisani dokazi pomažu da se kontinuitet zagovaranja održi i u slučaju promjena u rukovodstvu.

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

*** Ubaciti šablon plana zagovaranja koji korisnici mogu da koriste, po mogućnosti kao aneks.

3. Alati za uključivanje i uticaj

Efikasno zagovaranje zavisi od toga koliko dobro komunicirate, sarađujete i motivišete druge. Ovaj dio pruža praktične alate koji vam mogu pomoći da se povežete sa institucijama, izgradite partnerstva i podignete svijest o pristupačnoj komunikaciji.

- Šabloni za pisma i imejllove

Pisana komunikacija sa javnim institucijama treba uvijek da bude formalna, kratka i jasna. Dobro strukturirano pismo povećava vjerovatnoću da ćete dobiti blagovremen i pozitivan odgovor.

Primjer šablona pisma: (dodati u aneks sa šablonima)

Predmet: Zahtjev za sastanak o pristupačnoj komunikaciji

Poštovani/a [titula i ime],

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

Bili bismo zahvalni na prilici da se sastanemo sa vama i razgovaramo o načinima na koje [naziv institucije] može doprinijeti unapređenju pristupačnosti u javnoj komunikaciji, u skladu sa Konvencijom Ujedinjenih nacija o pravima osoba sa invaliditetom.

Vjerujemo da saradnja između javnih institucija i organizacija civilnog društva može dovesti do praktičnih i inkluzivnih rješenja koja koriste svim članovima zajednice.

Molimo vas da nam javite termin koji vam odgovara za ovaj sastanak.

Srdačno,

[ime i prezime, pozicija]

[naziv organizacije]

[imejl / telefon]

Savjeti:

- Neka vaš zahtjev bude konkretan i pun poštovanja.
- Ako ne dobijete odgovor u roku od dvije sedmice, pošaljite ljubazan podsjetnik.
- Uvijek zahvalite institucijama na vremenu ili trudu, čak i ako dogovor nije postignut.

• Organizovanje okruglih stolova i javnih događaja

Okrugli stolovi i javne diskusije predstavljaju snažne prilike za predstavljanje ključnih poruka, povezivanje zainteresovanih strana i izgradnju saveza za pristupačnu komunikaciju.

Koraci za uspješno organizovanje događaja:

Definišite cilj: Koji rezultat očekujete (podizanje svijesti, obavezu, saradnju)?

Odaberite učesnike: Uključite organizacije osoba sa invaliditetom (DPO), lokalne vlasti, NVO, medije i međunarodne partnere.

Izaberite pristupačan prostor: Osigurajte fizički pristup, dobro osvjetljenje, kvalitet zvuka i prostor za tumače.

Pripremite dnevni red: Uključite kratke prezentacije, otvorenu diskusiju i jasan sažetak zaključaka.

Osigurajte pristupačnost: Pružite tumačenje na znakovni jezik, titlove i materijale na Lakom jeziku.

Praćenje i follow-up: Pošaljite sažetak zaključaka, fotografije ili saopštenje za medije nakon događaja.

Kontrolna lista pristupačnosti za javne događaje: (dodati u aneks sa šablonom)

- ☐ Prostor ima ulaz bez stepenica i pristupačne toalete.
- ☐ Dostupan zvučni sistem i mikrofoni.
- ☐ Osigurano tumačenje na znakovni jezik.
- ☐ Titlovi ili live captioning za video sadržaje.
- ☐ Štampani materijali u formatu Lakog jezika i digitalni format.
- ☐ Pristupačan transport i parking.

Status	Segment pristupačnosti	Detaljni opis i napomena
☐	Fizički pristup objektu	Prostor ima obezbeđen ulaz bez stepenica (rampa ili lift) i funkcionalne, označene pristupačne toalete.
☐	Audio-vizuelna podrška	Dostupan je adekvatan zvučni sistem i funkcionalni mikrofoni (fiksni i bežični za publiku).
☐	Jezička inkluzivnost	Osigurano je stručno tumačenje na znakovni jezik tokom celog trajanja glavnog programa.
☐	Digitalni i video sadržaj	Obezbeđeni su titlovi ili <i>live captioning</i> (prevod u realnom vremenu) za sve video i multimedijalne sadržaje.
☐	Materijali i informacije	Štampani materijali su pripremljeni u formatu Lakog jezika (Easy-to-read), a svi dokumenti su dostupni i u pristupačnom digitalnom formatu (PDF/Word optimizovan za čitače ekrana).
☐	Dolazak na lokaciju	Obezbeđen je pristupačan javni transport do lokacije ili rezervisana i jasno označena parking mesta za osobe sa invaliditetom u blizini ulaza.



• Izgradnja koalicija i partnerstava

Zagovaranje je snažnije kada se radi zajednički. Formiranje koalicija omogućava organizacijama da objedine stručnost i dosegnu širu publiku.

Koraci za izgradnju ili pridruživanje koaliciji:

Identifikujte potencijalne partnere – DPO, NVO, medije, obrazovne i IT aktere, inkluzivne poslovne subjekte.

Organizujte inicijalni koordinacioni sastanak kako biste definisali zajedničke ciljeve.

Dogovorite se o podjeli odgovornosti (npr. jedan partner upravlja medijima, drugi komunicira sa zajednicom).

Formalizujte saradnju kroz Memorandum o razumijevanju (MoU).

Koalicije mogu takođe koordinisati zajedničke kampanje ili prijedloge politika, koji imaju veću vidljivost i legitimitet kada ih podržava više organizacija.

• Mobilizacija zajednice i uključivanje medija

Mobilizacija zajednice pomaže u izgradnji javne podrške i osigurava da pristupačnost bude shvaćena kao odgovornost svih. Uključite građane i lokalne medije dijeljenjem pozitivnih, stvarnih priča i primjera inkluzije.

Savjeti za saradnju s medijima:

Pošaljite kratka saopštenja za medije (1 strana) sa jasnim naslovom, citatom i kontakt osobom.

Ponudite novinarima ljudsku priču ili svjedočanstvo (npr. kako je pristupačna informacija promijenila nečiji život).

Organizujte male konferencije za medije ili pozovite novinare na javne događaje.

Osigurajte vizuale – fotografije, infografike ili kratke video zapise koji konkretizuju i inspirišu pristupačnost.

● Digitalno zagovaranje i online kampanje

Digitalni alati olakšavaju dopiranje do široke publike i brzo mobilisanje podrške. Koristite društvene mreže i web stranice za podizanje svijesti, promociju uspješnih priča i upućivanje poziva na akciju.

Praktični savjeti za digitalno zagovaranje:

- Kreirajte kratke, pristupačne poruke i vizuale za društvene mreže (koristite hashtagove poput #AccessibleCommunication ili #InclusionForAll).
- Objavljujte videosnimke sa titlovima i tumačenjem na znakovni jezik.
- Dijelite svjedočanstva osoba sa invaliditetom, ali uvijek uz informisani pristanak i poštovanje njihovog dostojanstva.
- Koristite besplatne, pristupačne alate za dizajn (npr. Canva) i osigurajte visok kontrast boja i čitljive fontove.
- Podstičite interakciju putem anketa, priča ili online obećanja.
- Razmotrite online peticije ili otvorena pisma kao način pozivanja na promjene politika.

Etičko pripovijedanje:

Kada koristite iskustva iz stvarnog života, uvijek:

- Dobijte eksplicitan pristanak osobe koja je predstavljena.
- Izbjegavajte prikazivanje pojedinaca kao pasivnih „korisnika“.
- Istaknite osnaživanje i sposobnost djelovanja, a ne sažaljenje.
- Omogućite ljudima da govore vlastitim glasom kad god je to moguće.



● **Komunikacija sa donositeljima odluka**

Uključivanje donosilaca odluka zahtijeva pripremu, profesionalizam i upornost.

Sastanci za zagovaranje su najuspješniji kada su fokusirani i puni poštovanja.

Savjeti za efikasnu komunikaciju:

Istražite instituciju i njene trenutne prioritete prije sastanka.

Pripremite kratak informativni zapis ili sažetak prijedloga na jednoj stranici.

Započnite razgovor isticanjem zajedničkih interesa ili vrijednosti (npr. socijalna inkluzija, transparentnost).

Koristite činjenice i primjere, ne samo mišljenja.

Zatražite jasan sljedeći korak (npr. „Možemo li vam sljedeće sedmice poslati nacrt prijedloga politike?“).

Uvijek pošaljite kratak zahvalni imejl sa sažetkom diskusije i dogovorenih akcija.

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



4. Komunikacioni materijali

Jasni, pristupačni i inkluzivni komunikacioni materijali su ključni za širenje poruka i podsticanje akcije. Ovaj dio pruža praktične smjernice za pripremu kampanjskih materijala koji su laki za razumijevanje, vizuelno inkluzivni i dostupni svima.

- Primjeri poruka i slogana

Pri dizajniranju kampanja za podizanje svijesti birajte kratke, pamtljive i pozitivne poruke koje ističu inkluziju i pristupačnost.

Primjeri:

Jedna poruka, dostupna svima.

Inkluzija počinje komunikacijom.

Jednostavan jezik – pravo na informisanost.

Razumijevanje je inkluzija.

Pristupačne informacije, inkluzivno društvo.

Komunikacija bez barijera.

□ Savjet: Slogane držite ispod 8 riječi, koristite glagole akcije kad god je moguće i izbjegavajte stručne termine.

- Vizuelni šabloni i primjeri

Vaši vizuelni materijali—plakati, brošure i objave na društvenim mrežama—trebaju slijediti iste principe pristupačnosti kao i pisani sadržaj.

Smjernice za dizajn:

Koristite jednostavne rasporede sa dovoljno praznog prostora.

Birajte kontrastne kombinacije boja (npr. tamni tekst na svijetloj pozadini).

Koristite sans-serif fontove poput Arial, Calibri ili Helvetica; minimum 14 pt za štampu i 18 pt za prezentacije.

Izbjegavajte tekst preko slika ili šarenih pozadina.

Uključite QR kod ili kratki link do online ili Lakog za čitanje formata materijala.

Koristite ikone i ilustracije da podrže ključne ideje, ne kao dekoraciju.

Uvijek dodajte alternativni tekst (alt text) za slike kada objavljujete online.

Primjeri koncepta:

Plakat: Jednostavan vizuel raznolikih ljudi koji komuniciraju, 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: Dvije kolone sa jasnim naslovima, ikonama i tačkama koje sumiraju glavnu poruku.

- Priprema materijala u jednostavnom jeziku (Plain Language)
Jednostavan jezik omogućava da što veći broj ljudi razumije poruku.

Ključna pravila:

Koristite kratke rečenice (do 15 riječi).

Koristite poznate riječi; izbjegavajte metafore i idioma.

Pišite u aktivnom obliku („Pozivamo vas“) umjesto pasivnog („Bićete pozvani“).

Iznesite jednu ideju po pasusu.

Koristite naslove i nabrojanja za organizaciju informacija.

Koristite velike, čitljive fontove i jasan razmak između redova.

Podržite tekst slikama ili piktogramima koji pojašnjavaju, a ne odvlače pažnju.

Kombinujte formate: Jednostavan jezik + titlovi + znakovni jezik = potpuna pristupačnost.

● Testiranje pristupačnosti

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

Jednostavni koraci za testiranje:

Povratne informacije korisnika: Zamolite 3–5 osoba sa različitim komunikacijskim potrebama (gluhi, slijepi, starije osobe, korisnici Lakog jezika) da pregledaju nacrt materijala.

Provjera razumijevanja: Pitajte: „O čemu govori ovaj materijal?“

Provjera čitača ekrana: Koristite besplatne alate kao NVDA (Windows), JAWS ili VoiceOver (Mac/iPhone) za testiranje digitalnih dokumenata.

Kontrast boja: Provjerite vizuale pomoću alata kao što su Contrast Checker (WebAIM), Colour Contrast Analyser ili Colors.co Contrast Tool.

Čitljivost Lakog jezika: Koristite online alate (npr. Hemingway Editor ili Readable.com) da izmjerite jednostavnost rečenica.

□ Savjet: Učinite testiranje sastavnim dijelom radnog procesa, a ne naknadnom provjerom. Pristupačnost se poboljšava iteracijom i povratnim informacijama.

● Besplatni alati i resursi

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

Svrha - Preporučeni alati / linkovi

Dizajn pristupačnih vizuala - Canva , Piktochart

Testiranje kontrasta boja - Colour Contrast Analyser

Testiranje čitača ekrana - NVDA, JAWS

Jednostavan jezik i čitljivost - Alati za provjeru čitljivosti (npr. Hemingway Editor, Readable)

Besplatne biblioteke fotografija - Unsplash, Pexels, Pixabay

- **Pristupačnost na više jezika i lokalnim jezicima**

Pristupačna komunikacija podrazumijeva i jezičku inkluziju. U multilingvalnim zajednicama, osigurajte da materijali budu dostupni jezicima koje ljudi u zajednici koriste.

Praktični savjeti:

Prevedite ključne kampanjske materijale na manjinske i znakovne jezike.

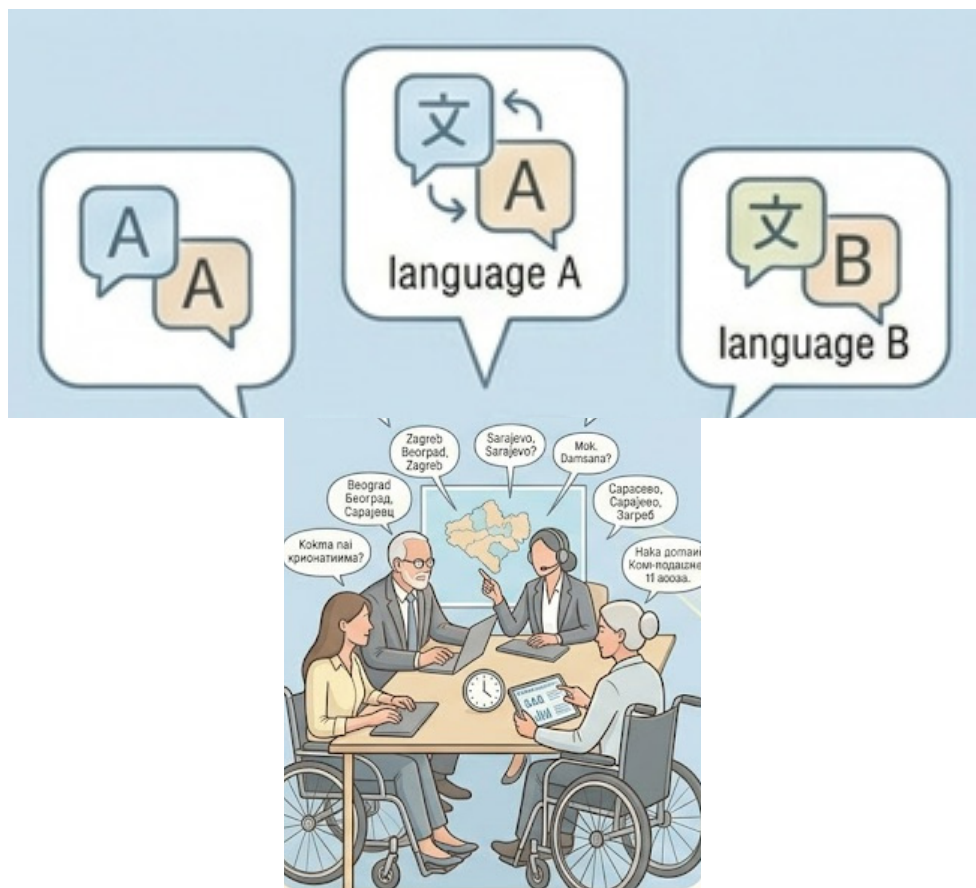
Koristite jednostavne i kulturno relevantne primjere pri prevođenju.

Uključite dvojezične QR kodove ili titlove pri dijeljenju video sadržaja.

Kada su resursi ograničeni, prioritet dajte verzijama na Lakom jeziku za široko razumijevanje.

Višelingvalna pristupačnost ne samo da poboljšava razumijevanje, već i gradi povjerenje i inkluziju među različitim grupama.

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



5. Pravne i političke reference

- Pregled ključnih dokumenata:

1. Konvencija Ujedinjenih nacija o pravima osoba sa invaliditetom (UNCRPD)

UNCRPD je osnovni međunarodni ugovor koji garantuje prava osoba sa invaliditetom. Dva člana su posebno relevantna za komunikaciju:

Član 9 (Pristupačnost): zahtijeva od država da omoguće pristup informacijama, komunikacijama i uslugama.

Član 21 (Sloboda izražavanja i pristup informacijama): zahtijeva od država da osiguraju pristup informacijama u pristupačnim formatima i da promovišu znakovne jezike i pristupačne medije (npr. tumačenje na znakovni jezik, titlovanje, brajevo pismo).

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

2. Direktiva EU o pristupačnosti web sadržaja (Directive (EU) 2016/2102)

Ova direktiva obavezuje javne institucije u EU da svoje web stranice i mobilne aplikacije učine pristupačnim i da objave izjavu o pristupačnosti. Direktiva se oslanja na tehničke standarde (npr. EN 301 549 / WCAG). Iako Kosovo nije član EU, ovi standardi se široko primjenjuju kao najbolja praksa i mogu se koristiti u lokalnom zagovaranju.

3. Evropski zakon o pristupačnosti (Directive 2019/882 / “EAA”)

EAA postavlja harmonizovana pravila za pristupačnost određenih proizvoda i usluga (uključujući digitalne usluge) u EU. Podiže standarde pristupačnosti na unutrašnjem tržištu i predstavlja važnu referencu za zagovaranje uvođenja harmonizovanih zahtjeva u regiji.

4. Tehnički standardi i smjernice (WCAG, EN 301 549, ISO 30071-1)

Tehnički standardi prevode pravne obaveze u konkretne zahtjeve za web stranice, dokumente i multimediju:

WCAG (Web Content Accessibility Guidelines)** – međunarodne smjernice za digitalni sadržaj (verzije 2.1/2.2).

EN 301 549** – evropski standard koji harmonizuje tehničke zahtjeve.

ISO 30071-1** – smjernice za implementaciju pristupačnosti u digitalnim uslugama.

Ove standarde možete koristiti kada od IT timova ili dobavljača tražite da primijene konkretne mjere.

5. Nacionalni okviri

Kosovo – Strategija za prava osoba sa invaliditetom 2025–2030

Strategija postavlja nacionalne prioritete za prava osoba sa invaliditetom i eksplicitno uključuje pristupačnost kao princip. Referenciranje ovog dokumenta jača lokalno zagovaranje jer povezuje vaše zahtjeve sa strateškim ciljevima države.

Srbija – Strategija za prava osoba sa invaliditetom 2020–2024

Strategija Srbije definiše obaveze države da osigura jednakost, pristupačnost i puno učešće osoba sa invaliditetom. Posebno naglašava:

- * promociju Lakog jezika i Plain Language;
- * širenje tumačenja na znakovni jezik u medijima i javnoj upravi;
- * osiguravanje pristupačnosti digitalnog sadržaja i e-usluga u skladu sa standardima Evropske unije.

Strategija takođe poziva na obuku javnih službenika o pristupačnoj komunikaciji i uključivanje organizacija osoba s invaliditetom (DPO) u implementaciju politika. Organizacije u Srbiji mogu koristiti ovu strategiju kako bi zahtijevale od opština i ministarstava uvođenje standarda pristupačne komunikacije u interne i javne dokumente.

Crna Gora – Strategija za zaštitu lica s invaliditetom od diskriminacije i promociju jednakosti 2022–2027

Uz prateće akcione planove, jedan od ključnih ciljeva Strategije jeste unapređenje fizičke, informacione i komunikacione pristupačnosti, u skladu s Konvencijom UN o pravima osoba s invaliditetom.

Ulazne tačke za zagovaranje — gdje i kako uticati na politiku

Civilno društvo može djelovati na izradu i implementaciju politika kroz različite praktične “ulazne tačke”:

Javne konsultacije – odgovarajte na nacрте strategija, zakona i opštinskih propisa kratkim, dokazima potkrijepljenim prijedlozima koji se pozivaju na UNCRPD i nacionalne strategije.

Lokalne skupštine i sastanci vijeća – tražite termine na dnevnom redu da predstavite prijedloge za pristupačnu komunikaciju i model-klausa.

Parlamentarni ili vladini radni timovi – identifikujte relevantne odbore (socijalna pitanja, obrazovanje, digitalna pitanja) i ponudite tehničke inpute ili pilot-primjere.

Procesi javnih nabavki – insistirajte da se zahtjevi za pristupačnost uključe u javne nabavke (npr. usluge komunikacije, web stranice, video produkcija).

Politički dijalozi / okrugli stolovi – organizujte ili se pridružite sastancima sa više zainteresovanih strana (DPO, opštinski službenici, IT timovi) radi izgradnje konsenzusa i planiranja implementacije korak-po-korak.

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

Regionalni i EU primjeri za citiranje (best-practice reference):

Access City Award (EU gradovi, npr. Ljubljana) – konkretne opštinske mjere poput informacija na Lakom jeziku, usluga tumačenja na znakovni jezik i imenovanja službenika za pristupačnost.

European Accessibility Act (EAA) – koristi se da pokaže kako EU teži pravno obavezujućoj pristupačnosti usluga i proizvoda, trend koji regionalna politika treba pratiti.

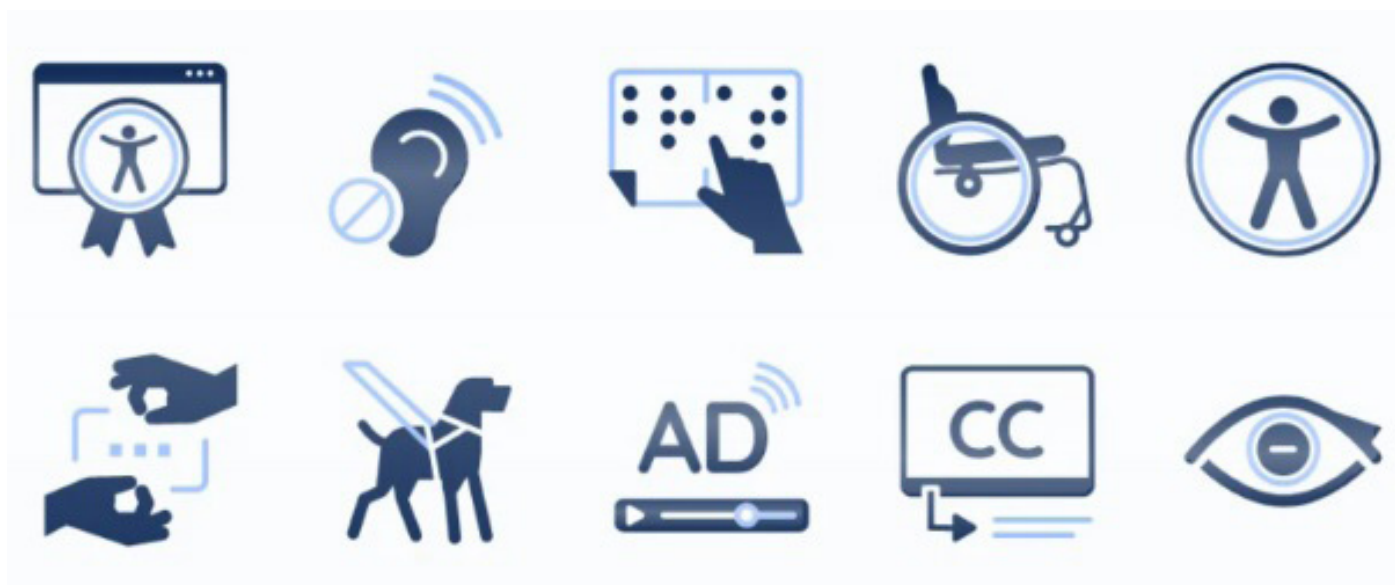
Ljubljana, Slovenija – grad nagrađen Access City Award za implementaciju pristupačne opštinske komunikacije, informacija na Lakom jeziku i višejezičnih javnih objava.

RTS, Srbija – prošireni dnevni programi vijesti sa znakovnim jezikom i titlovima, pokazujući kako inkluzija medija može napredovati kroz političke smjernice i zagovarački pritisak.

Hrvatska – pristupačni turizam i kulturne kampanje – nacionalni parkovi i muzeji implementirali pristupačne informacije uključujući video sa znakovnim jezikom i titlovima, te materijale za posjetioce na Lakom jeziku.

Kosovo – Strategija za prava osoba sa invaliditetom

Beč, Austrija – primjeri lokalnih politika za pristupačnu komunikaciju i usluge.



6. Praćenje i evaluacija

Da biste mjerili uspjeh zagovaračke kampanje, koristite konkretne indikatore, npr. broj institucija koje su uvele stvarne promjene.

Primjer cilja: 70% organizacija koje učestvuju u obukama uvedu barem dvije promjene u svom radu. Evaluacija treba biti kontinuirana i obuhvatati kvantitativne podatke (brojevi) i kvalitativne podatke (komentari, intervjui).

Indikatori i alati za praćenje:

Broj institucija koje su usvojile politiku ili regulativu o pristupačnoj komunikaciji.

Broj osoba iz ranjivih grupa koje prijavljuju da su primile pristupačne informacije.

Broj medijskih kuća koje su izvještavale o kampanji.

Korištenje anketa, intervjua, fokus grupa i analize medijskog sadržaja.

Broj dokumenata objavljenih i na znakovnom jeziku.

Broj javnih događaja na kojima je obezbijeđeno tumačenje na znakovni jezik.

Broj video sadržaja proizvedenih sa tumačenjem na znakovni jezik.

Tabela praćenja
i evaluacije
zagovaračkih
aktivnosti

Specifični ciljevi

Indikatori uspjeha
(Kako ćemo mjeriti?)

Sastanak sa Opštinom
[ime]

Osigurati da
politika pristupačne
komunikacije bude
uključena u godišnji
plan rada.

Pismeni dogovor
sa Opštinom o
uključivanju klauzule.

Online kampanja za
podizanje svijesti „Laki
jezik“

Podizanje svijesti
među javnošću
i institucijama o
važnosti Lakog jezika.

Broj pratilaca, lajkova
i dijeljenja objava.
Broj medijskih kuća
koje su izvještavale o
kampanji.
Broj NGO-a koji su
učestvovali u obuci.

Prezentacija Alata /
Toolkita NGO-ima

Omogućiti partnerskim
organizacijama da
koriste priručnik za
svoje kampanje.

Pozitivne povratne
informacije od
učesnika.

Zagovaranje za
uključivanje klauzule

Uticati na javnu
instituciju da usvoji
predloženu klauzulu
u svojim internim
pravilnicima.

Zvanično odobrenje
internog pravilnika
sa zagovaračkom
klauzulom.

Rezultat evaluacije

Komentari / Izazovi

Sljedeći koraci

(Šta smo postigli?)
Opština je izrazila spremnost, ali zahtijeva nacrt prijedloga.
5.000 novih pratilaca; 1.200 lajkova; 2 lokalna medija su izvještavala o temi.

15 NGO-a je učestvovalo.
Povratne informacije su uglavnom pozitivne, posebno za predloške pisama .
Pravilnik je u procesu revizije, klauzula je uključena u nacrt.

Nedostatak tehničkih informacija od strane opštinskog osoblja.

Niska angažovanost online donosioca odluka.

Neke NGO-e tražile su više primjera iz prakse.

Proces revizije je spor.

Izrada konkretnog prijedloga pravilnika i slanje Opštini.

Organizovanje press konferencije sa novinarima i predstavnicima vlasti.

Kreiranje online grupe za dijeljenje iskustava i primjera.

Potpisivanje memoranduma o razumijevanju sa institucijom radi ubrzanja procesa.

• Dodatni preporučeni dijelovi za dodavanje

Da bi priručnik bio sveobuhvatan i orijentisan na akciju, dodajte:

☐ Rječnik ključnih pojmova (pristupačnost, DPO, Laki jezik, zagovaranje, inkluzija).

☐ Kontrolnu listu za pristupačne zagovaračke kampanje (obuhvata komunikaciju, logistiku i angažman zajednice).

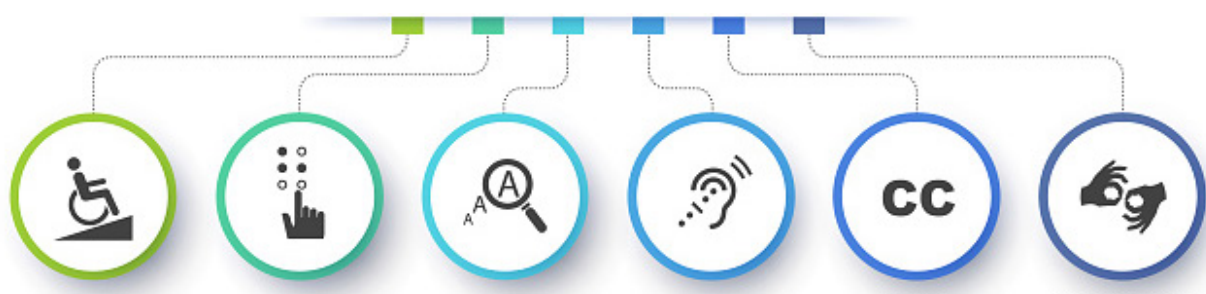
☐ Resurse i dodatnu literaturu (UN, EU, NGO-i, vodiči za dizajn pristupačnosti, itd.).

☐ Aneke sa predlošcima – obrazac advocacy plana, mapa zainteresovanih strana, kontrolna lista za događaje, predlošci emailova, primjeri saopštenja za medije.

☐ Kratku listu kontakata ili mreža relevantnih za pristupačnu komunikaciju (DPO, udruženja korisnika znakovnog jezika, stručnjaci za pristupačnost).



ANEKSI



Template 1: Pismo zahtjeva za sastanak sa javnom institucijom

[Memorandum / Logo organizacije]

Datum: [Unijeti datum]

Za: [Titula i ime]

Institucija: [Naziv institucije]

Email / Adresa: [Kontakt podaci]

Predmet: Zahtjev za sastanak na temu pristupačne komunikacije

Poštovani/a [titula i ime],

U ime [naziv organizacije], obraćamo Vam se sa interesovanjem da zakažemo sastanak kako bismo razgovarali o mogućnostima unapređenja pristupačne komunikacije u okviru institucije [naziv institucije].

Naša organizacija posvećena je tome da javne informacije i usluge budu razumljive i dostupne svima, u skladu sa Konvencijom Ujedinjenih nacija o pravima osoba s invaliditetom (UN CRPD).

Zahvalni bismo bili na prilici da se sastanemo, razmijenimo ideje i istražimo praktične načine saradnje na unapređenju pristupačnosti u javnoj komunikaciji.

Molimo Vas da nam javite termin koji Vam najviše odgovara.

Srdačan pozdrav,

[Ime i prezime]

[Pozicija]

[Naziv organizacije]

[Email / telefon]

Template 2: Memorandum o razumijevanju (MoU)

Memorandum o razumijevanju (MoU)

između [Organizacija A] i [Organizacija B]

Datum: [Unijeti datum]

Svrha:

Ovaj Memorandum o razumijevanju predstavlja namjeru strana da sarađuju na promociji pristupačne komunikacije i uključivanja osoba s invaliditetom i drugih

marginalizovanih
grupa u [ciljnu oblast / zajednicu].

Oblasti saradnje:

- zagovaranje politika i praksi koje promovišu pristupačnu komunikaciju
- organizovanje kampanja podizanja svijesti, obuka i događaja
- razmjena znanja, resursa i dobrih praksi
- zajedničko djelovanje u dijalogu sa javnim institucijama

Obaveze strana:

Svaka strana doprinosi u skladu sa svojim kapacitetima i ekspertizom. Detaljne aktivnosti biće definisane u zajedničkim akcionim planovima.

Trajanje:

Ovaj Memorandum stupa na snagu danom potpisivanja i ostaje važeći [navesti trajanje], uz mogućnost produženja uz obostranu saglasnost.

Potpisi:

Ime / Pozicija – Organizacija – Potpis – Datum

Template 3: Saopštenje za medije

Saopštenje za medije

[Naziv organizacije]

[Datum]

Naslov: [Kratak i jasan naslov]

Podnaslov: [Opcioni red koji pojašnjava kontekst]

[Grad, država] – [Datum] – [Naziv organizacije] organizovao/la je [naziv događaja ili inicijative] s ciljem promocije pristupačne komunikacije i podizanja svijesti o značaju razumljivog i inkluzivnog informisanja za sve građane.

Događaj je okupio predstavnike [navesti učesnike: opštine, DPO, NVO, mediji, institucije]

kako bi razgovarali o praktičnim načinima primjene standarda pristupačnosti u komunikaciji i javnim uslugama.

Izjava (opciono):

„Pristupačna komunikacija je ključna za jednako učešće u društvu. Svako ima pravo da

prima informacije koje može razumjeti“, izjavio/la je [ime, pozicija].

Za više informacija:

[Ime i prezime]

[Pozicija, organizacija]

[Email, telefon]

Template 4: Kontrolna lista za pristupačan događaj

Kontrolna lista planiranja pristupačnog događaja

Oblast – Kontrola – Napomena / Odgovorna osoba

Pristupačnost prostora:

- ☐ Ulaz bez prepreka i pristupačan toalet
- ☐ Blizina javnog prevoza ili pristupačnog parkinga

Komunikaciona podrška:

- ☐ Objebijeden tumač za znakovni jezik
- ☐ Titlovi ili simultano transkribovanje
- ☐ Mikrofon obezbijeden i testiran



Materijali:

- ☐ Agenda i prezentacije u lako-čitalnom i digitalnom formatu
- ☐ Materijali u uvećanom fontu, audio formatu i Brajevom pismu
- ☐ QR kod ili link ka elektronskim materijalima

Informacije i asistencija:

- ☐ Poziv za događaj sadrži informacije o pristupačnosti
- ☐ Osoblje ili volonteri spremni da pomognu učesnicima

Okruženje:

- ☐ Obezbijedena tiha zona za odmor
- ☐ Prikladni nivo svjetla i zvuka

Evaluacija:

- ☐ Pitanja o pristupačnosti uključena u evaluacioni upitnik

Savjet:

Uvijek konsultovati osobe s invaliditetom tokom planiranja događaja.

Čist minimalistički dizajn
sa mekim bojama





Caritas Crne Gore
Nadbiskupa Dobrečića 3a 85000 Bar, Crna Gora Tel/fax: 030 304
168 E-mail: carbar@t-com.me <https://caritascg.me>