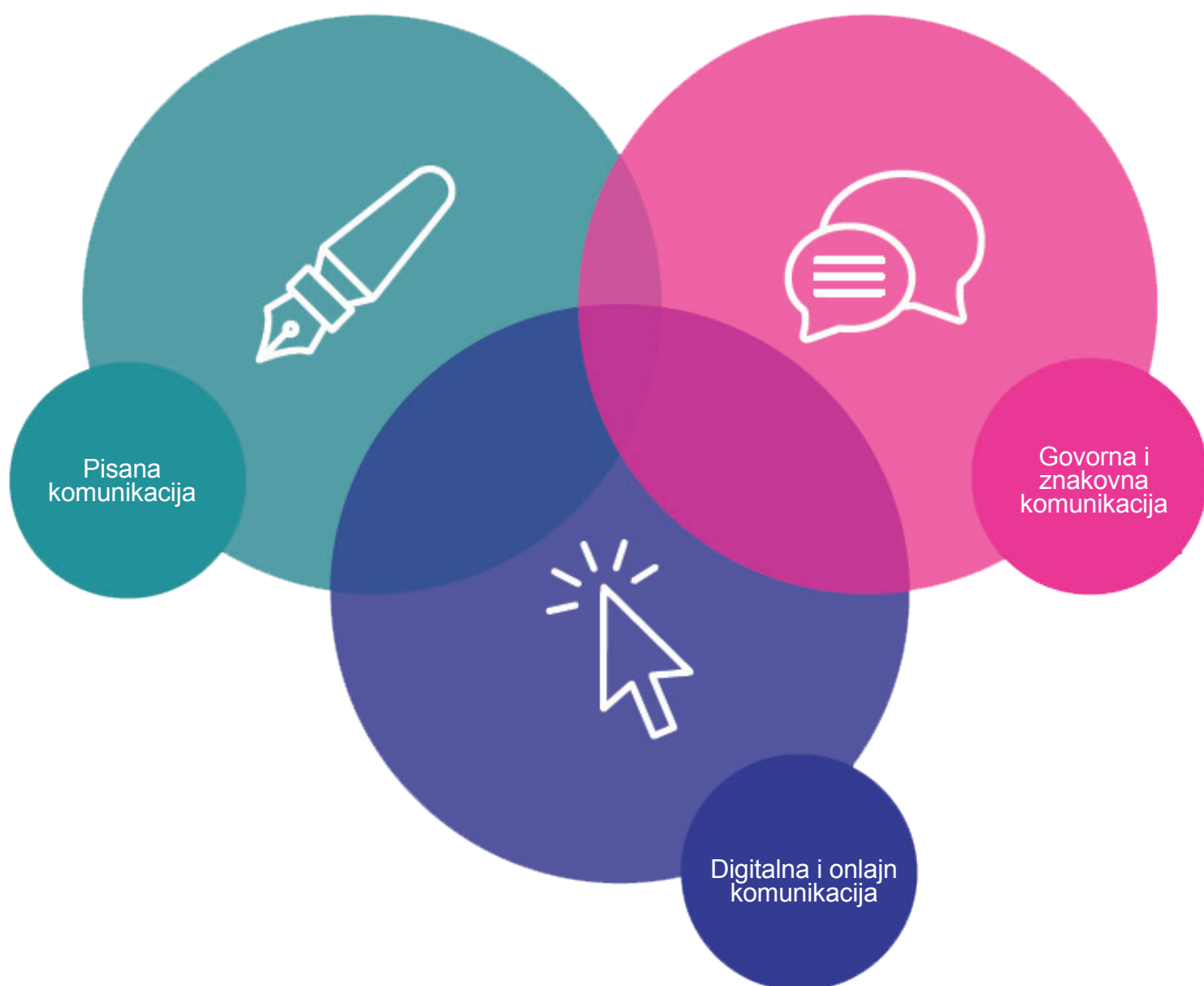


Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna



**An Roinn Caiteachais
Phoiblí agus Athchóirithe**
Department of Public
Expenditure and Reform



Centre for
Excellence in
Universal Design

nda

IZDAVAČ ZA SRPSKI JEZIK:

Tim za socijalno uključivanje i smanjenje siromaštva Vlade Republike Srbije

KOORDINACIJA PRIPREME IZDANJA NA SRPSKOM JEZIKU:

Dragana Malidžan Vinkić

PREVOD NA SRPSKI JEZIK:

Sonja Arnautović

LEKTURA:

Tim za socijalno uključivanje i smanjenje siromaštva Vlade Republike Srbije

TEHNIČKA PRIPREMA:

Dalibor Jovanović

GODINA IZDANJA:

2021.



Vlada Republike Srbije



TIM

ZA SOCIJALNO UKLJUČIVANJE I
SMANJENJE SIROMAŠTVA



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development
and Cooperation SDC

PODRŠKA: Prevod i štampa ove publikacije omogućeni su sredstvima projekta „Podrška unapređenju socijalnog uključivanja u Republici Srbiji” koji sprovodi Tim za socijalno uključivanje i smanjenje siromaštva Vlade Republike Srbije uz podršku Švajcarske Konfederacije.

NAPOMENA: Ova publikacija ne predstavlja zvaničan stav Vlade Republike Srbije, kao ni Vlade Švajcarske. Svi pojmovi upotrebljeni u publikaciji u muškom gramatičkom rodu obuhvataju muški i ženski rod lica na koja se odnose.

TITLE

Customer Communications Toolkit for the Public Service – A Universal Design Approach

AUTHOR

Center for Excellence in Universal Design

Department of Public Expenditure and Reform

SOURCE –

www.ops2020.gov.ie

www.universaldesign.ie/publicservice



**An Roinn Caiteachais
Phoiblí agus Athchóirithe**
Department of Public
Expenditure and Reform



Centre for
Excellence in
Universal Design

nda



This publication is available in accordance with the principles of Open Access under the Attribution-Share Alike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>).

Priručnik za javne službe — komunikacija sa korisnicima — Pristup univerzalnog dizajna

**Komunikacija sa korisnicima
treba da bude laka za:**



Pristup,



Razumevanje i



Korišćenje.

**Primeri, saveti, kontrolne liste i linkovi
koji se nalaze u Priručniku se mogu
koristiti za:**



Planiranje,



Obučavanje i



Informisanje dobavljača.



Poglavlja Priručnika pružaju informacije koje pomažu pri kreiranju:



Pisane,



Govorne i Znakovne i



Digitalne komunikacije.

Ovaj pristupačni Priručnik možete pronaći na sledećim linkovima.

www.ops2020.gov.ie

www.universaldesign.ie/publicservice

Uvod



Dobro došli u revidirani **Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima - pristup univerzalnog dizajna**. Ovaj Priručnik je zamena za verziju iz 2017. godine i predstavlja usklađivanje sa promenama relevantnih zakona i terminologije - za dodatne informacije pogledajte deo „Saznajte više“ koji se nalazi na kraju ovog odeljka.

Smernice iz ovog Priručnika pružaju informacije javnim službama koje im pomažu u oblikovanju i nabavci komunikacijskih rešenja za korisnike, a mogu poslužiti i kao podrška onima koji su u direktnom kontaktu sa korisnicima. Priručnik može biti koristan i drugim organizacijama. Zasniva se na pristupu univerzalnog dizajna, koji promoviše Centar za izvrsnost u univerzalnom dizajnu (Centre for Excellence in Universal Design – CEUD) koji je deo Nacionalne uprave za osobe sa invaliditetom (National Disability Authority - NDA).

Univerzalni dizajn nastoji da stvori okruženje koje je u najvećoj mogućoj meri pristupačno, razumljivo i upotrebljivo za sve ljude, bez obzira na njihove godine, veličinu, sposobnosti ili invaliditete.

(Deo iz Akta o invaliditetu iz 2005. godine)

U ovom Priručniku ćete naći delove koji se odnose na kreiranje Pisane, Govorne i Znakovne, kao i Digitalne komunikacije. Predviđeno je da javne službe koriste ovaj Priručnik za planiranje, obučavanje i informisanje osoblja i dobavljača. Priručnik sadrži odabrane smernice, primere, savete, kontrolne liste i linkove pomoću kojih se može proširiti znanje o ovoj temi. Određene delove relevantnih poglavlja je moguće koristiti samostalno, a mogu biti i dostupni na lokacijama gde javne službe pružaju svoje usluge. Poslednji deo Priručnika sadrži „Liste pitanja“ koje vam pomažu da procenite svoju uslugu komunikacije sa korisnicima.

Razvoj i nabavka komunikacionih rešenja treba da se vodi redosledom po kome ljudi stupaju u kontakt sa informacijama, a to je:

1. Pristup (priđi i opazi)
2. Razumevanje (shvati i odluči)
3. Upotreba (postupi ili reaguj)

Važno je takođe uzeti u obzir da fizičko i društveno okruženje čoveka utiče na njegovu interakciju sa informacijama.

Komunikacija uvek treba da bude dostupna u više različitih formata.

Saznajte više

[Univerzalni dizajn u okviru Konvencije Ujedinjenih nacija o pravima osoba sa invaliditetom](#) pokriva robu, proizvode, objekte, tehnologiju i usluge kojima se obezbeđuje pun, jednak i neograničen pristup svima, uključujući osobe sa invaliditetom, kao i trenutne i potencijalne korisnike.

[Evropski akt o pristupačnosti](#) utvrđuje zahteve za pristupačnost određenih proizvoda i usluga.

[Direktiva Evropske unije 2016/2102](#) obavezuje tela javnog sektora da osiguraju potpunu pristupačnost vojih Internet stranica i mobilnih aplikacija

SADRŽAJ

UVOD	3
PISANA KOMUNIKACIJA	7
SMERNICE ZA PISANE TEKSTOVE	8
DODATNE INFORMACIJE	12
DIZAJN DOKUMENATA	16
ŠTAMPANJE	28
DIZAJN OBRAZACA	31
DIZAJN NATPISA I OZNAKA	35
GOVORNA I ZNAKOVNA KOMUNIKACIJA	42
KOMUNIKACIJA LICEM U LICE	43
KOMUNIKACIJA SA GLUVIM I NAGLUVIM OSOBAMA	55
SISTEMI I SERVISI DIGITALNE I ONLAJN KOMUNIKACIJE	59
VODIČ ZA DIGITALNU I ONLAJN KOMUNIKACIJU	60
SMERNICE ZA PRISTUPAČNOST ONLAJN SADRŽAJA 2.1 (WEB CONTENT ACCESSIBILITY GUIDELINES 2.1 – WCAG)	61
PISANJE SADRŽAJA ZA INTERNET	62
KVALITET SADRŽAJA	70
LINKOVI I MIKRO SADRŽAJ	71
NASLOVI I OPISI	74
DIZAJN I RAZVOJ FUNKCIONALNIH VEB-SAJTOVA	76
ONLAJN (ELEKTRONSKI) OBRASCI	81
PORUKE KOJE JAVLJAJU GREŠKE	85

LOZINKA I PODACI O PRIJAVLJIVANJU	86
PORUKE KOJE NAJAVLJUJU PREKID ZAPOČETE AKTIVNOSTI	87
CAPTCHA TEST	88
PRETRAŽIVANJE	88
MULTIMEDIJA, SLIKE I BOJA	91
PRISTUPAČNOST ZASNOVANA NA SMERNICAMA ZA PRISTUPAČNOST ONLAJN SADRŽAJA 2.1 (WCAG 2.1)	96
MOBILNI VEB SADRŽAJ I APLIKACIJE	97
APLIKACIJE ZA PAMETNE TELEFONE I UREĐAJE	99
SMERNICE ZA ELEKTRONSKU POŠTU (IMEJL) I BILTENE	101
PRISTUPAČNA DOKUMENTA	104
KAKO UČINITI DOKUMENT PRISTUPAČNIM	104
TELEFONSKI SISTEMI	108
SMS KOMUNIKACIJA	112
SMERNICE ZA DRUŠTVENE MREŽE	116
PRISTUPAČNOST ONLAJN SASTANAKA	120
PLANIRANJE SASTANAKA	120
AKTIVNOSTI ZA VREME SASTANKA	123
AKTIVNOSTI POSLE SASTANKA	125
LISTE PITANJA ZA DIZAJN KOMUNIKACIJE	127

Pisana komunikacija



**Pisana
komunikacija**

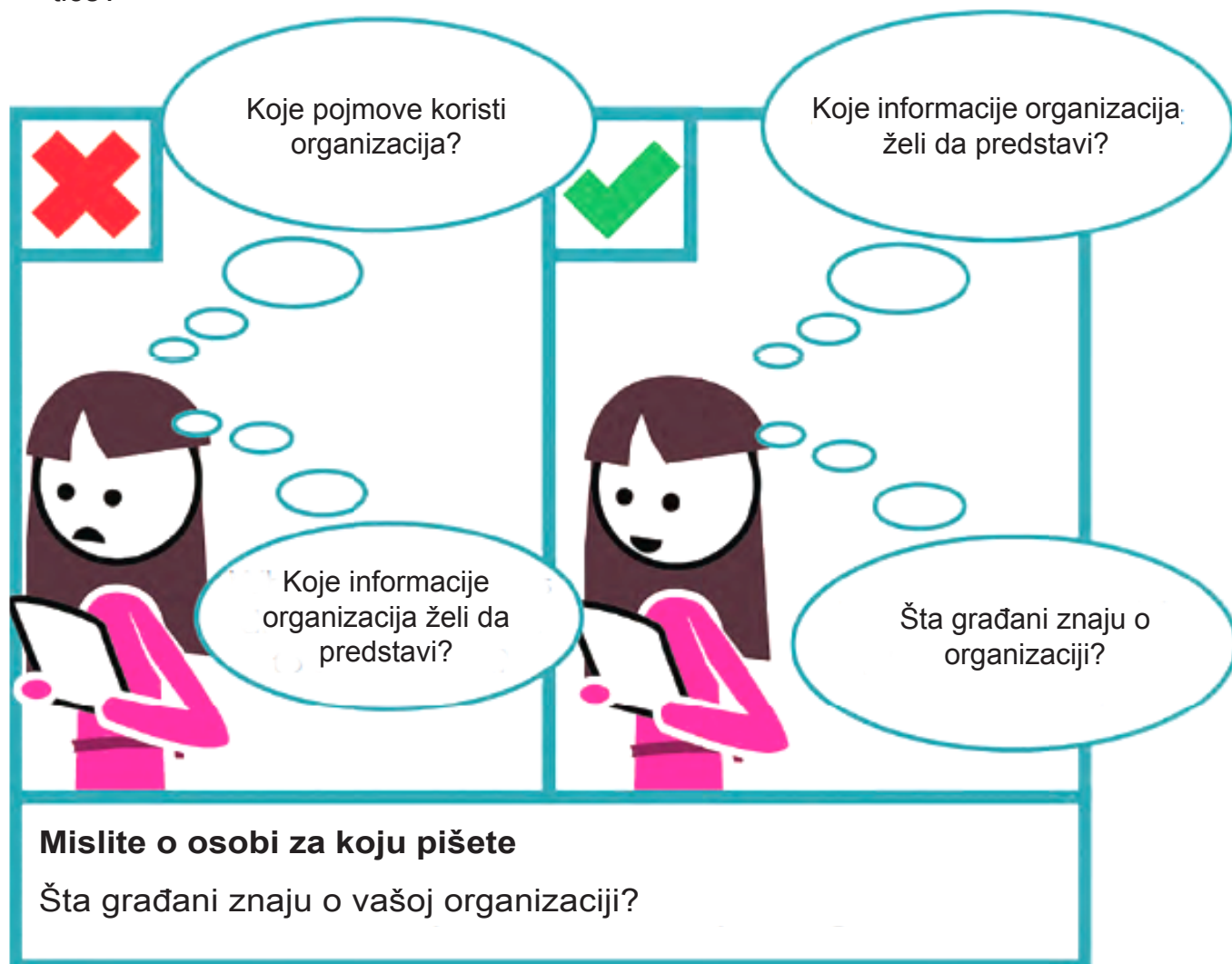
Smernice za pisane tekstove

U nastavku teksta biće predstavljene ključne teme u okviru dizajna pisane komunikacije, kojima se razmatraju mogućnosti unapređenja komunikacije sa korisnicima, odnosno građanima.

Važno je kako razgovarate sa korisnicima vaše usluge; vaš ton, reči koje koristite i stil pisanja. Važno je takođe da razmišljate o tome za koga pišete (građani) i šta te osobe znaju o vašoj organizaciji (posebno koliko su upoznati sa terminologijom koju koristite).

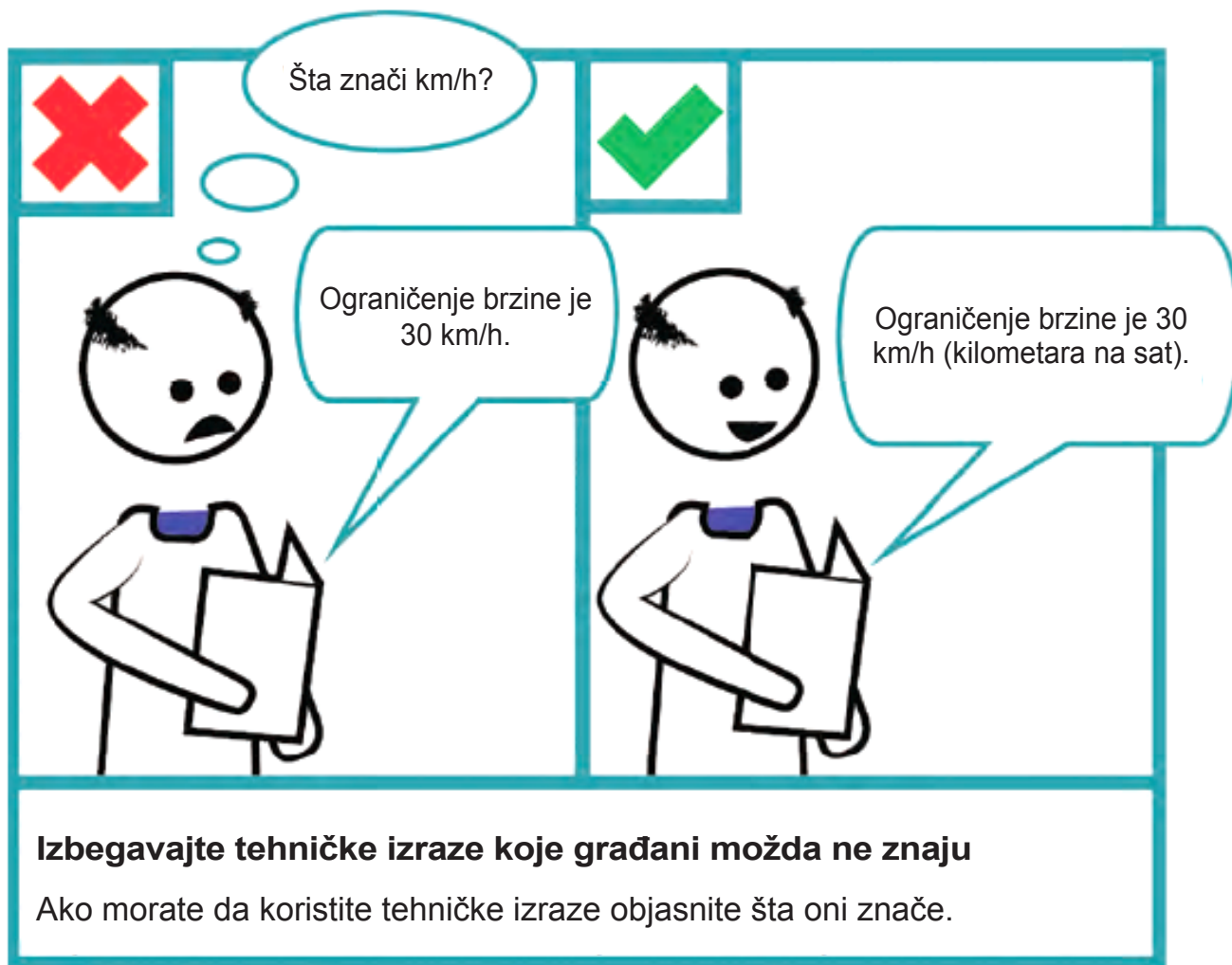
Mislite o osobama za koje pišete

- Šta znaju o vašoj organizaciji?
- Da li su upoznate sa tehničkim terminima koje koristi vaša organizacija?
- Kako će čitati tekst? Da li će jednostavno preskočiti sve osim dela koji se njih tiče?



Olakšajte čitanje i razumevanje teksta

Uvek koristite najjednostavnije i najjasnije moguće rečenice. Izbegavajte tehničke izraze koje šira javnost možda neće razumeti. Ukoliko morate da koristite tehničke izraze, obavezno objasnite šta oni znače.



Koristite kratke rečenice

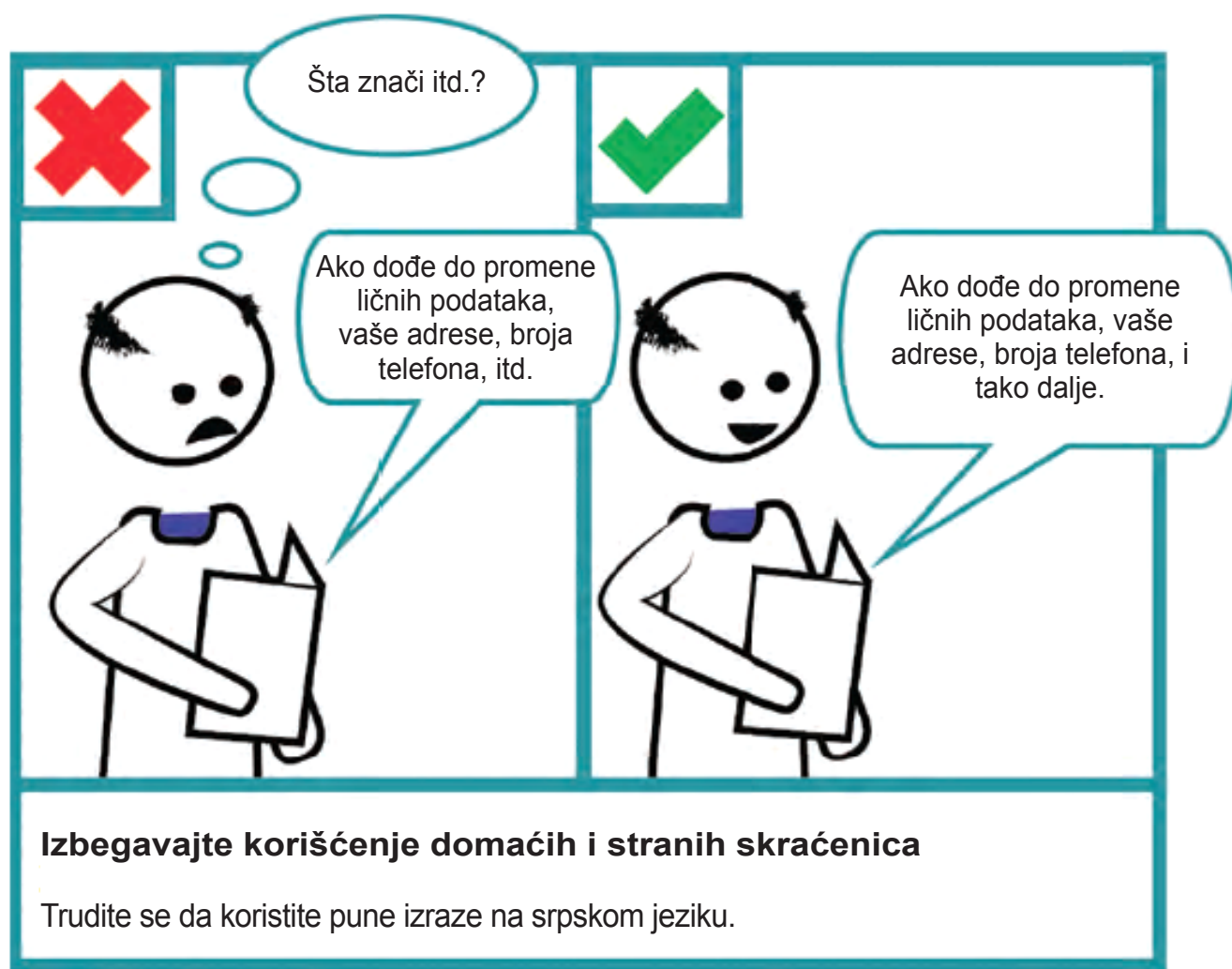
Trudite se da rečenice nemaju više od 15 do 20 reči. Previše kratkih rečenica u nizu mogu čitaocu delovati agresivno. Kombinujte rečenice različitih dužina. Ovo će čitaocu pružiti raznolikost, dok će u isto vreme održati dinamiku vašeg teksta.

Celine u rečenici razdvojite tačkom i izbegavajte tačku sa zapetom. Koristite jedan razmak posle tačke kako biste olakšali pristupačnost teksta, posebno za osobe koje koriste sintetizatore govora.

Izbegavajte korišćenje domaćih i stranih skraćenica

Može doći do zabune kada se u tekstu koriste skraćenice koje potiču iz stranih jezika kao što su – *e.g.* (na primer na engleskom), *i.e.* (to jest, odnosno na latinskom), *etc.* (i tako dalje na latinskom).

Trudite se da koristite pune izraze na srpskom jeziku - *na primer, to jest/odnosno, i tako dalje.*



Navedite definicije nepoznatih skraćenica i verzalnih skraćenica (akronima)

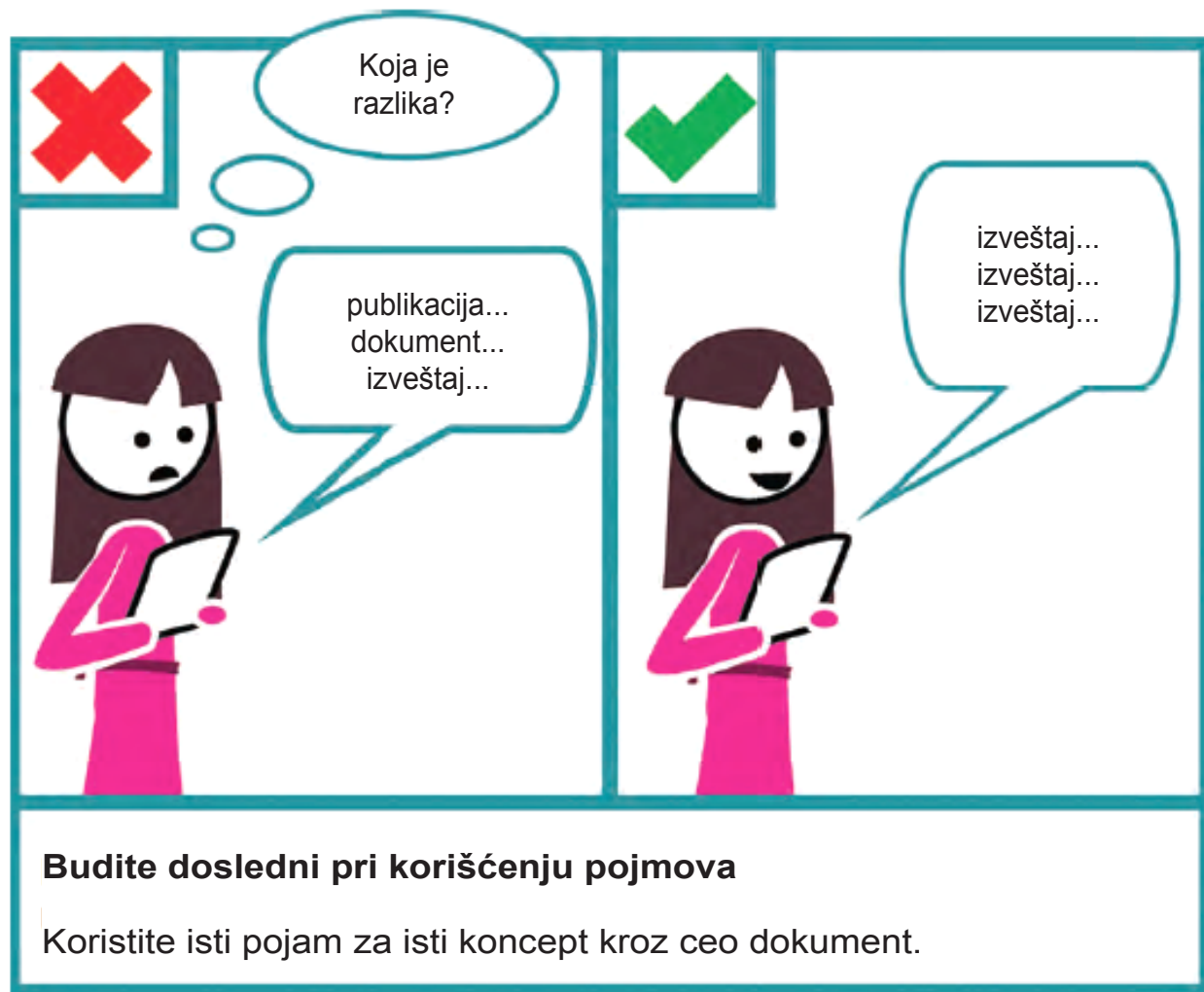
Tamo gde postoji mogućnost da šira javnost nije upoznata sa značenjem određene skraćenice, kada je prvi put navodite u tekstu ispišite njen pun naziv, a skraćenicu napišite u zagradi.

Na primer, Vojno medicinska akademija (VMA).

Pokušajte da koristite što manji broj nepoznatih skraćenica i akronima.

Budite dosledni sa pojmovima i formatima koje koristite

Svaki put kada u tekstu jednog dokumenta navodite neku informaciju, uvek koristite iste pojmove i formate. Na primer, uvek na isti način pišite datume i brojeve; nemojte na jednom mestu u tekstu pisati „sedam“ a na drugom „7“.



Koristite pitanja i odgovore

Pitanja i odgovori pomažu kod prenošenja informacija i isticanja određenih činjenica.

Lektorišite tekstove svojih dokumenata

Veoma je važno da izvršite lekturu dokumenta. Preporučuje se da se lektura obavi najmanje sat vremena po završetku rada na dokumentu, mada bi najbolje bilo ovo uraditi 24 sata kasnije. Na ovaj način dokument pregledate odmorni, što će povećati vaše šanse da uočite potencijalne greške. Ako je moguće, pitajte još nekoga da izvrši lekturu vašeg teksta.

Koristite skupove pojmova, izraza i objašnjenja

Sastavite skup pojmova, izraza i objašnjenja vaše stručne terminologije koju zaposleni u vašoj organizaciji često koriste. Ovo se takođe može primeniti na standarde vaše pisane komunikacije koji se odnose na stil i izgled pisanja.

- Da li imate utvrđena objašnjenja tehničkih izraza koje koristite za ljude izvan vaše organizacije?
- Koja utvrđena objašnjenja tehničkih izraza možda neće biti razumljiva široj javnosti?

Dodatne informacije

Pisanje datuma

Sledeća pravila treba primenjivati kada se pišu datumi:

- Napisati dan, mesec i godinu dd. mm. gggg.

Na primer: 15.01.2020.

15. januar 2020.

- Kada se obuhvata više datuma, koristiti crtu između datuma ili odrednice „od“ „do“:

Na primer: 12-15. 01. 2020. ili 12-15. januara 2020.

ili od 12. do 15. 01. 2020. ili od 12. do 15. januara 2020.

- Umesto naziva meseca ili arapskog broja, mogu se koristiti rimski brojevi za mesec bez tačke na kraju.

Na primer: 15. I 2020.

- Pisanje nule ispred jednocifrenih brojeva u datumu nije preporučljivo, osim u poslovnoj korespondenciji.

Pisanje datuma		
Loš primer	Dobar primer	
15/1/2020.	15. 01. 2020. 15. januar 2020.	Pisati datume: dan, mesec, godina

Pisanje brojeva i iznosa

- Brojevi od jedan do deset (u stvari do 11), pišu se slovima po pravopisu, a iznad deset mogu da se koriste i cifre. Izuzetak su merne jedinice.
Na primer: jedan čovek, ali 1 kg hleba.
- U jednom tekstu pravilo je da se ne mešaju dva stila pisanja brojeva, ili se pišu slovima ili ciframa, osim u navedenim izuzecima;
- Iza rednog broja neophodno je staviti tačku;
- Veliki brojevi se odvajaju tačkom, a decimale zapetom, kako bi se veliki brojevi lakše čitali. Tako je na primer veličina Srbije 77.474 kvadratnih kilometara;
- Vekove i dekade bi uvek trebalo pisati slovima. Koristi osamdesete, i devetnaesti vek;
- Rečenicu nikada ne počinjati brojem;

Pisanje procenata

- Procenti uz brojeve označavaju se simbolom (%) koji se stavlja u kucanju bez razmaka.
Na primer: 5%.
- Umesto simbola može da se koriste slova, ali u jednom tekstu treba dosledno koristiti ili jednu ili drugu varijantu.

Pisanje telefonskih brojeva

- Na početku telefonskog broja treba da stoji pozivni broj grada u kome je broj registrovan. Brojke treba podeliti u više grupa između kojih treba ostaviti razmak, kako bi broj bio pregledan.

Na primer, 011 66 53 222

- Cifre od kojih su sastavljeni besplatni telefonski brojevi podelite tako da ih je lako zapamtiti.

Na primer, 0800 123 123

- Kada pišete telefonski broj u međunarodnom formatu, ispred pozivnog broja za grad morate dodati pozivni broj za Republiku Srbiju, odnosno +381 (znak + se koristi umesto 00).

Pisanje telefonskih brojeva		
Loš primer	Dobar primer	
0116653222 	011 66 53 222 	Na početak obavezno stavite pozivni broj, ostatak cifara podelite u grupe koje ćete razdvojiti razmacima.
0800123123 	0800 123 123 	Cifre besplatnih telefonskih brojeva podelite tako da ih je lakše zapamtiti.
00381 	+381 	Pri pisanju internacionalnih pozivnih brojeva umesto dve nule koristite znak +.

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna

Pisana komunikacija

.....

Kontrolna lista za pisane tekstove

- ☐ Koristite terminologiju koja je svima poznata.
- ☐ Pišite kratke rečenice, 15 do 20 reči u svakoj rečenici.
- ☐ Izbegavajte tehničke izraze, nepoznate skraćenice i akronime, kao i strane izraze i skraćenice.
- ☐ Budite dosledni u korišćenju pojmova kroz ceo tekst.
- ☐ Lektorišite svoja dokumenta kako biste obezbedili ispravnost pravopisa i interpunkcije.

Kontrolna lista za pisanje datuma, brojeva i procenata

- ☐ Cifre telefonskih brojeva podelite u grupe koje ćete odvojiti razmacima.
- ☐ Pišite brojeve od jedan do devet slovima, a brojeve koristite od broja 10.
- ☐ Procenite pišite brojevima i koristite simbol za označavanje procenta (%).
- ☐ Adrese navodite kao što biste ih naveli na koverti.
- ☐ Ako telefonski broj sadrži više cifara, podelite ih u grupe od dve ili tri cifre i odvojite ih razmakom.

Dizajn dokumenata

Kada osmišljavate izgled i razvijate formate pisane komunikacije, ne zaboravite koliko je važno izabrati veličinu slova koju je lako pročitati, odgovarajuće razmake i pregledne tipove fontova. Na ovaj način će vaša pisana komunikacija biti jednostavna za čitanje i razumevanje za sve korisnike.

Najvažnije smernice za osmišljavanje izgleda dokumenata su:

Veličina slova ne treba da bude manja od 12

Da bi tekst bio prijatan za čitanje, nemojte koristiti veličinu slova manju od 12. Brzina čitanja se povećava sa povećanjem veličine slova.

Savet

Neki tipovi fontova mogu izgledati manji od drugih – veličina slova „x“ je najčešće najbolji pokazatelj. Ukoliko je slovo „x“ fonta koji ste izabrali malo (kao što je na primer kod stila *Times New Roman*), preporučljivo je koristiti veličinu slova 14.

Na primer,

- Ovo je veličina slova 12 u stilu Tahoma
- Ovo je veličina slova 12 u stilu Verdana
- Ovo je veličina slova 12 u stilu Franklin Gothic Book
- Ovo je veličina slova 14 u stilu Times New Roman

Koristite čitak font koji je lako čitljiv

Koristite font koji je korisnicima poznat, koji će im biti jednostavan i lak za čitanje i koji će lako prepoznati. Najbolje je koristiti fontove iz grupe sans serif kao što su Verdana ili Helvetica koji su jednostavni za čitanje. Stil i veličina fonta olakšava korisnicima čitanje pisane komunikacije.

U tabeli koja se nalazi ispod možete videti primere fontova koje je lakše i koje je teže pročitati:

Stilovi fontova koji su laki za čitanje	Stilovi fontova koji su teški za čitanje
Verdana	<i>Brush Script</i>
Gills Sans MT	Courier
Tahoma	Noteworthy
Helvetica	<i>ffistral</i>

Saveti

Tamo gde je to moguće, učinite svoju pisanu komunikaciju dostupnom širem spektru korisnika tako što ćete obezbediti alternative kao što su Brajevo pismo ili format „lako za čitanje“, kao i tekstove u kojima ćete koristiti veća slova (veličina 14 i veća).

„Lako za čitanje“ je format koji je osmišljen tako da je sadržaj koji je u njemu predstavljen jednostavan za čitanje i razumevanje. Ovaj format je posebno koristan za osobe sa intelektualnim smetnjama, mlađe čitaoce i osobe sa niskim stepenom pismenosti. Sadržaj teksta koji je u formatu „lako za čitanje“ je načešće dopunjen slikama i grafikonima kojima se objašnjava tekst.

Saznajte više

Za više informacija posetite [Informacije za sve, evropski standardi za olakšavanje čitanja i razumevanja informacija](#).

[illegible]

Obrazac za prijavljivanje

- Applicant Details (page 1)
- Payment information (page 2)

Applicant Details

Name

Address

Phone number

Mobile number

Email address

How did you hear about us? ☐ xxxxxxxxxxxx

☐ xxxxxxxxxxxx

☐ xxxxxxxxxxxx

Would you like further information on our services? ☐ xxxx

☐ xxxxx

Name *

Date

Signature *

* Required field

Page 1

Veličina slova utiče na lakoću čitanja teksta

Ovaj primer Obrasca za prijavljivanje pokazuje da je lakše pročitati informacije koje su napisane većim slovima.

Istaknite važne detalje

Ljudi često preleću pogledom preko teksta u dokumentima, brošurama i pismima, zbog toga se preporučuje da se u okviru teksta istaknu važne informacije, naslovi ili pasusi.

Opšte smernice za isticanje važnih informacija kažu da treba:

- Izbegavati reči napisane VELIKIM SLOVIMA
- Izbegavati korišćenje *kurziva*
- Izbegavati podvlačenje teksta.

Ljudi će pre da prepoznaju oblik poznate reči, nego što će da čitaju svako slovo. Pisanje reči VELIKIM SLOVIMA, kao i korišćenje kurziva i podvlačenja menja oblik reči, što otežava čitanje, posebno za slepe i slabovide osobe.

Ljudi po obliku prepoznaju i čitaju reči.

Koristite podebljana ili veća slova za isticanje teksta

Da biste istakli značaj neke reči ili dela teksta, koristite **podebljana slova** ili **VEĆU veličinu slova**.

Podebljana slova, međutim, ne treba previše koristiti u glavnom delu teksta, već samo kad želite nešto da istaknete.

Tekst treba da stoji horizontalno

Tekst koji je zakrivljen ili postavljen pod uglom je teže pročitati. Nije preporučljivo da osoba mora da rotira dokument da bi mogla da ga pročita.

 Olakšajte čitanje teksta	 Olakšajte čitanje teksta
Tekst treba da stoji horizontalno Tekst koji je zakrivljen ili postavljen pod uglom je teže pročitati.	

LJUDI ĆE PRE DA PREPOZNAJU OBLIK POZNATE REČI, NEGO ŠTO ĆE DA ČITAJU SVAKO SLOVO. 	Izbegavajte korišćenje VELIKIH SLOVA za isticanje važnih informacija.
<i>Ljudi će pre da prepoznaju oblik poznate reči, nego što će da čitaju svako slovo.</i> 	Izbegavajte korišćenje <i>kurziva</i> za isticanje važnih informacija.
<u>Ljudi će pre da prepoznaju oblik poznate reči, nego što će da čitaju svako slovo.</u> 	Izbegavajte <u>podvlačenje teksta</u> za isticanje važnih informacija.
Ljudi će pre da prepoznaju oblik poznate reči, nego što će da čitaju svako slovo. 	Koristite podebljana slova za isticanje važnih informacija.

Obrasci u pristupačnim formatima

Neke organizacije mogu razviti sopstvene obrasce u pristupačnim formatima za dokumenta kao što su pisma, izveštaji i spiskovi. Ovi obrasci se takođe mogu koristiti za izradu dokumenata koji će biti objavljeni onlajn.

Koristite pristupačno formatiranje

Za izveštaje i dokumenta u kojima se iznosi velika količina informacija, obezbedite da vaš tekst ima strukturu tako što ćete:

- **Koristiti utvrđene formate naslova i podnaslova:** što pomaže ljudima da pronađu relevantne informacije na stranici. Od naslova i podnaslova se može sastaviti sadržaj dokumenta.
- **U dokument staviti sadržaj:** u dokumentima sa većim brojem strana, ovo će pomoći korisnicima da pronađu informacije koje ih posebno zanimaju.

Da biste u Microsoft Word-u ili u nekom sličnom programu kreirali sadržaj koji je lako ažurirati, prvo morate tekstu koji želite da se pojavi u sadržaju da dodelite stilove naslova koji su vam ponuđeni u programu, na primer Naslov 1 (Heading 1) i Naslov 2 (Heading 2). Program pronalazi ove naslove i koristi ih da generiše sadržaj koji će moći da ažurira svaki put kada promenite tekst naslova, redosled ili nivo.

Kliknite tamo gde želite da ubacite sadržaj – obično negde pri početku dokumenta.

Kliknite na karticu Referenca (Reference) i iz padajućeg menija izaberite opciju Automatski sadržaj (Automatic Table).

Saznajte više

Pristupačnim formatiranjem teksta dokument se priprema za onlajn upotrebu.

Saznajte više u [Poglavlju 3: Kako se kreira pristupačan dokument](#).

Koristite dosledane i logične formate

Kako biste olakšali pronalaženje informacija, potrudite se da raspored teksta svakog odeljka vašeg dokumenta bude isti. Elemente koji se ponavljaju, kao što su pozicioniranje naslova, logotipa, brojeva strana uvek stavljajte na isto mesto kroz ceo dokument. Ovo deluje kao navigaciono pomagalo za korisnike. Koristite:

- **Crte** – za razbijanje složenog teksta na liste.
- **Uvodne pasuse** – uvod može dati rezime odeljka, ako je odeljak dokumenta naročito dugačak.

Koristite levo poravnanje teksta

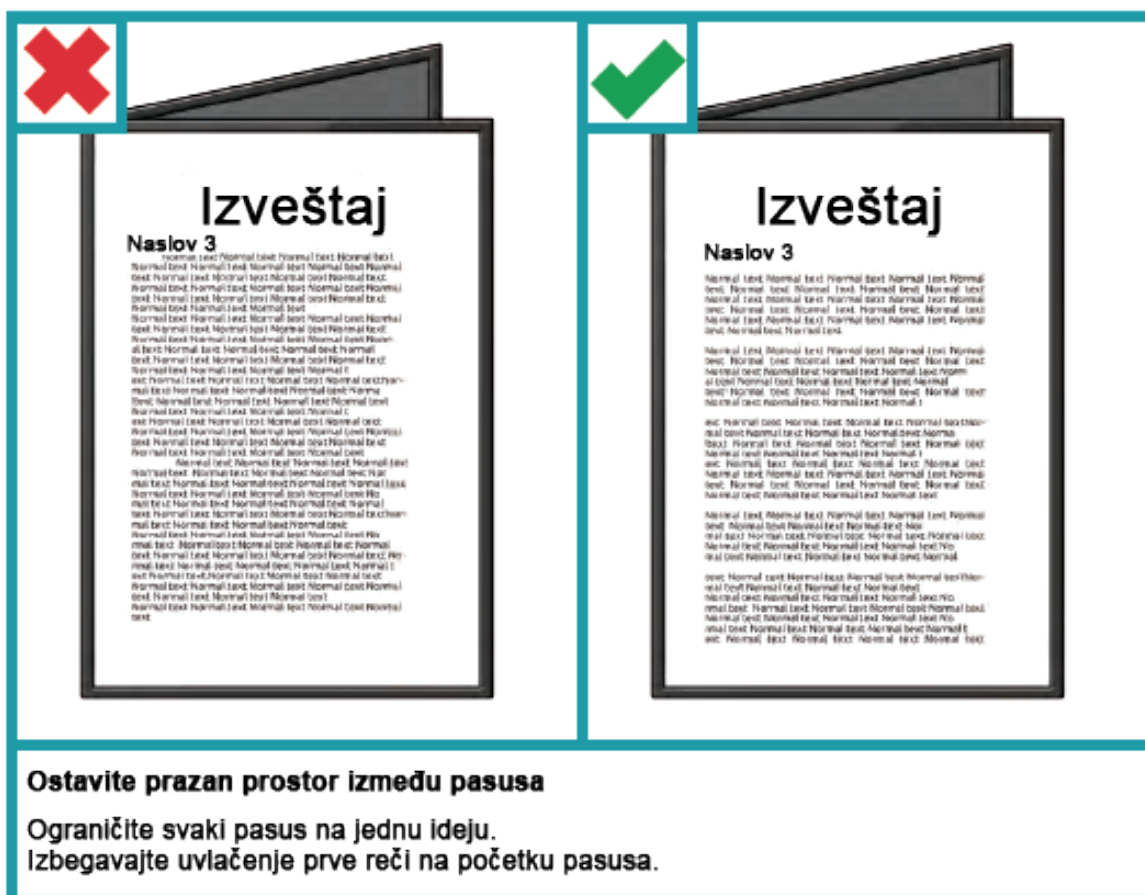
Izbegavajte obostrano poravnanje teksta (justified text) jer može dovesti do pojavljivanja velikih razmaka između reči. Ovo može otežati čitanje rečenica, posebno ako osoba koristi sintetizator govora.

Ograničite svaki pasus na jednu ideju

Važno je da čitaoci ne zasipate informacijama. Iz tog razloga, preporučuje se da se svaki pasus ograniči na jednu ideju.

Pri formatiranju pasusa, treba voditi računa da se:

- Ostavi prazan prostor između pasusa.
- Izbegava uvlačenje prve reči na početku pasusa.
- Izbegava prelazak dela pasusa na sledeću stranu.



Koristite slike i grafikone koji su od značaja za tekst

Slika treba ili da podržava glavni tekst ili da bude ispraćena opisom, kojim se objašnjava njeno značenje. Slike su posebno korisne za čitaoce koji imaju poteškoće kada je u pitanju pismenost, matematička pismenost i učenje, kao i korisnicima kojima srpski nije maternji jezik.

Osnovne smernice za korišćenje slika:

- Budite sigurni da grafikoni i slike pojašnjavaju sadržaj teksta ili mu nešto dodaju.
- Izbegavajte korišćenje slika u pozadini teksta. Ovo otežava čitanje. Međutim, kada je boja slike ujednačena, na primer plavo nebo, možete je koristiti kao pozadinu na koju ćete postaviti tekst. Od presudnog značaja će biti da li je tekst moguće lako pročitati. Ukoliko izaberete da stavite sliku kao pozadinu teksta, obezbedite dobar kontrast između ove dve komponente.
- Koristite slike i grafikone sa jasnim ivicama i dobrim kontrastom boja.
- Ne stavljajte slike jednu preko druge.
- Izbegavajte slike i grafikone sa previše detalja.
- Imajte na umu da neki ljudi nemaju iskustva sa tumačenjem različitih vrsta grafikona.
- Istaknite važne informacije i cifre u grafikonima.
- Tekst koji objašnjava sliku postavite blizu slike, ali ga obavezno odvojite od nje.

Koristite razmake kako biste olakšali čitanje teksta

Dobra upotreba praznog prostora, umesto stranica prenatrpanih tekstom, čini tekst lakšim za čitanje.

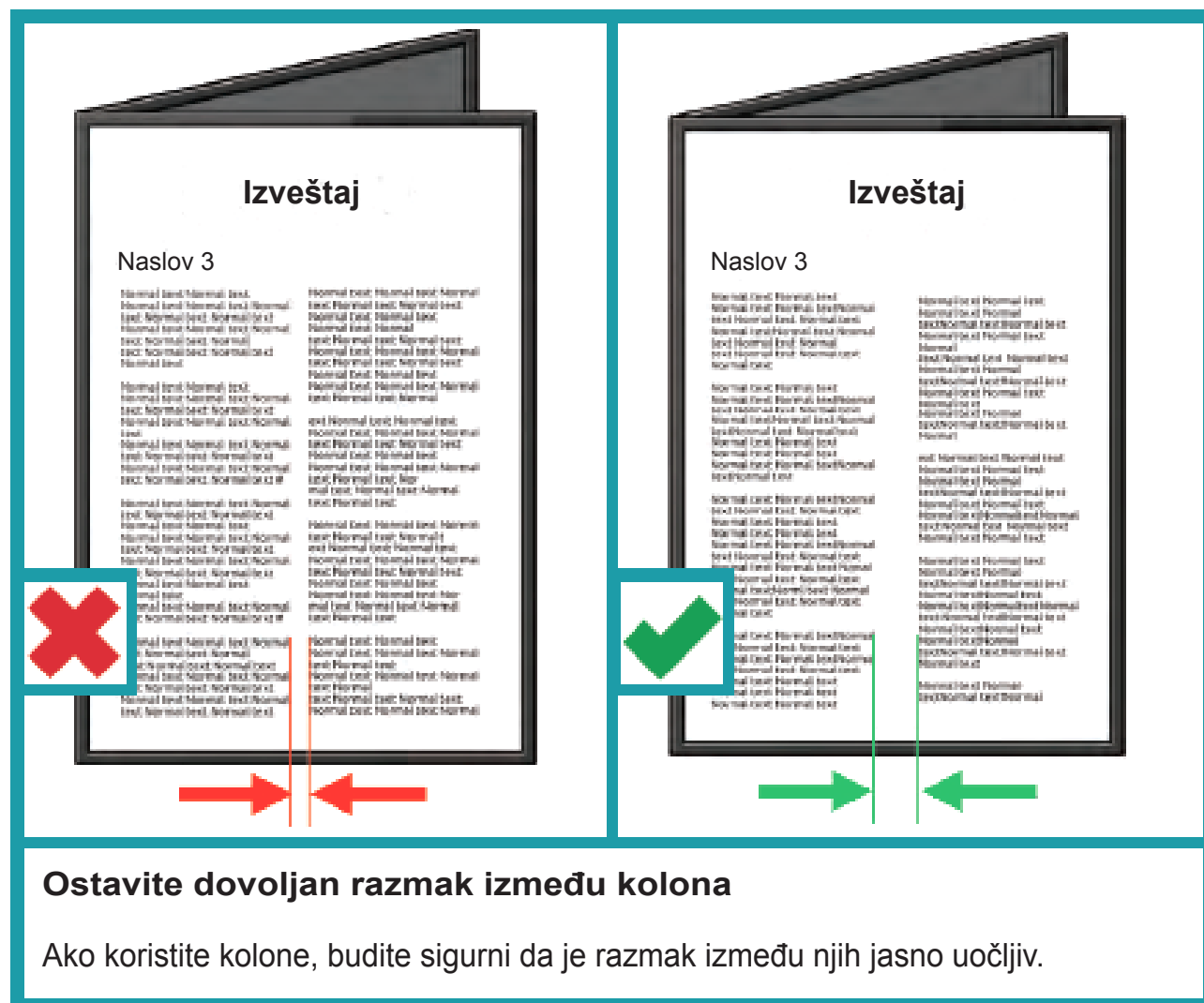
Ostavite dovoljno prostora između pasusa. Veličinu prostora kontroliše opcija Razmak – Posle (Space After) koja je deo funkcije Paragraf (Paragraph) u Microsoft Word programu. Razmak između pasusa kod veličine 12 se u principu smatra dovoljnim.

Obratite pažnju i na to da redovi koji se nalaze u jednom pasusu imaju dovoljno veliki prored između sebe. Veličinu ovog proreda kontroliše opcija Prored između redova (Line spacing) koja je deo funkcije Paragraf (Paragraph) u Microsoft Word programu. Jednostruki prored bi trebalo da bude najmanji razmak između dva reda u telu vašeg teksta.

Međutim, treba izbegavati prorede 1,5 i veće. Prevelika udaljenost uzastopnih redova umanjuje koherentnost teksta i otežava njegovo čitanje.

Ostavite dovoljan razmak između kolona

Ako koristite kolone, budite sigurni da je razmak između njih jasno uočljiv. Ukoliko je razmak između dve kolone previše uzak, može se desiti da osobe koje imaju oštećenje vida jednostavno nastave da čitaju rečenicu koja se nalazi u istom redu susedne kolone.



Slike ne treba da prekidaju tok teksta

Kada koristite opciju da tekst okružuje sliku, sliku je najbolje staviti sa desne strane. Kada se slika postavi na desni deo stranice, ona ne prekida tok čitanja teksta.





Slike ne treba da prekidaju tok teksta

Kada tekst okružuje sliku, sliku postavite sa desne strane kako se ne bi prekidao tok čitanja.

Ne koristite samo slike za iznošenje informacija

Slika treba ili da podržava glavni tekst ili da bude ispraćena opisom kojim se objašnjava njeno značenje.

Obezbedite dobar kontrast između boje teksta i pozadine

Kod svih vrsta dokumenata, od pisama i izjava do brošura i izveštaja, veoma je važno razmišljati o bojama koje se koriste, posebno o boji teksta i pozadine. Odabrane boje utiču na lakoću čitanja izloženih informacija.



Obezbedite dobar kontrast između boje teksta i pozadine

Izbegavajte korišćenje boja teksta i pozadine kod kojih je slab kontrast, kao i šarenih pozadina, jer otežavaju čitanje.

Glavne smernice koje se odnose na kontrast:

- Budite sigurni da postoji jak kontrast između boje teksta i pozadine.
- Ukoliko koristite beo tekst obavezno izaberite boju pozadine koja je dovoljno tamna da pruži dobar kontrast. Najbolji kontrast se postiže kada se kombinuju izrazito tamne boje sa izrazito svetlim bojama.
- Papir bele ili krem boje olakšava čitanje teksta.
- Koristite papir u svetlim bojama ili jednoboje pozadine kako biste učinili dokument živopisnijim.
- Izbegavajte kombinacije žute i plave, kao i zelene i crvene boje, jer ove boje teško razlikuju osobe sa daltonizmom.
- Beo tekst na crnoj pozadini u većini slučajeva izgleda manji, zbog čega ćete možda morati da povećate veličinu i koristite deblja slova.
- Izbegavajte stavljanje teksta preko slike ili šarene pozadine jer otežava čitanje.

ŠTAMPANJE

Koristite nepremazan papir dobrog kvaliteta

Postoje različite vrste papira za štampanje i svaka od njih reaguje drugačije na mastilo. Jedna od stvari o kojoj treba razmišljati pri odabiru papira je koliko papir odbija svetlost (odnosno kakav je odsjaj).

Najkvalitetniji papir je nepremazan ili mat, jer je to najbolji način da se izbegne odsjaj. Pored toga, površina papira dobro upija mastilo, što poboljšava čitkost.

Izbegnite probijanje mastila tako što ćete koristiti deblji papir

Budite sigurni da ste izabrali pravu debljinu papira kako bi se izbeglo „probijanje“ mastila. Probijanje mastila u ovom kontekstu znači da se tekst i slike koji su odštampani sa jedne strane vide kroz papir i sa druge strane.

Preporučuje se težina papira veća od 90 grama (malo teži papir od standardnog papira za štampanje). Kako su neke vrste papira prozirnije od drugih, kada birate papir posavetujte se sa štamparijom koja će vam štampati materijal ili sa svojim dobavljačem.

Ukoričite dokumenta tako da mogu da se otvore pod uglom od najmanje 180 stepeni

Za jednostavnije čitanje, koristite povez koji omogućava da se dokument otvori u potpunosti. Ovo će olakšati držanje dokumenta u toku čitanja i pružiti korisniku mogućnost da ga otvorenog postavi ravno na površinu. Ovo je posebno važno za korisnike koji imaju poteškoće sa motorikom ruku ili za one koji koriste uređaje za pretvaranje pisanog teksta u govor.

Savet

Koričenje sa skrivenom žičanom spiralom omogućava da se dokument otvori i postavi ravno na površinu, a u isto vreme daje mogućnost štampanja naziva dokumenta na bočnoj strani (rikni) što olakšava pronalaženje na polici.

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna

Pisana komunikacija

.....

Kontrolna lista za izgled slova i pasusa

- ☐ Koristite najmanje 12 veličinu fonta i izaberite font koji je lako pročitati.
- ☐ Koristite podebljana slova ili veću veličinu fonta kako biste istakli važne detalje.
- ☐ Izbegavajte korišćenje opcija kao što su podvlačenje, kurziv ili VELIKA SLOVA.
- ☐ Koristite isključivo levo poravnanje teksta, nikako obostrano.
- ☐ Izbegavajte podelu reči na kraju reda.
- ☐ Ograničite jedan pasus na jednu ideju.

Kontrolna lista za formatiranje i raspored

- ☐ Koristite jasno i pristupačno formatiranje da biste olakšali pronalaženje informacija. Na primer, koristite utvrđene stilove naslova, podnaslova i sadržaj.
- ☐ Koristite isti redosled za elemente koji se ponavljaju (kao što su brojevi strana i naslovi).
- ☐ Koristite praznine tako da se vaša poruka ističe.
- ☐ Koristite odgovarajuće prorede:
 - Jednostruki prored bi trebalo da bude najmanji razmak između dva reda u telu vašeg teksta.
 - Pasuse treba odvojiti praznim prostorom.
 - Razmak između dve kolone teksta treba da jasno uočljiv i dovoljno širok.

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna

Pisana komunikacija

.....

Kontrolna lista za dizajn dokumenta

Boje, slike, grafikoni i ostali vizuelni elementi

- ☐ Koristite samo slike, vizuelna pomagala i grafikone koji su relevantni za tekst.
- ☐ Slike ne treba da prekidaju tok teksta.
- ☐ Ne iznosite informacije samo kroz slike.
- ☐ Obezbedite jak kontrast između boje teksta i pozadine.

Štampanje

- ☐ Koristite nepremazan ili mat papir dobrog kvaliteta.
- ☐ Izbegavajte probijanje mastila korišćenjem debljeg papira (preko 90 grama).
- ☐ Ukorićite dokumenta tako da otvorena mogu da se postave ravno na površinu.

Dizajn obrazaca

U javnom sektoru, obrasci se koriste kao deo procesa uključivanja korisnika. Ovo mogu biti različite vrste dokumenata, od upitnika do ugovora. Korisnici sve češće imaju pristup elektronskim obrascima i opciju da ih popunjavanju onlajn. Smernice univerzalnog dizajna za štampane i elektronske obrasce su slične.

Savet

Saznajte više o [dizajnu elektronskih obrazaca u Poglavlju 3](#).

Obrasci treba da budu takvi da ih je lako pročitati i popuniti, bez bilo čije pomoći. Da bi ovo bilo moguće, treba imati na umu da korisnici imaju različite potrebe i veštine koje se odnose na vizuelne poteškoće i nivo pismenosti. Zbog toga, što bolje osmislite izgled svojih obrazaca, tako da odgovaraju potrebama osoba sa različitim poteškoćama čime ćete bolje zadovoljiti potrebe svih svojih korisnika.

Smernice za dizaj obrazaca su sledeće:

- Obrascu dajte jasan naslov.
- Utvrdite kome je namenjen obrazac i koja je njegova svrha.
- U crticama na prvoj strani napišite uputstva.
- Ukoliko su korisnicima potrebni referentni brojevi ili dodatna dokumenta, kako bi uspešno popunili obrazac, obavestite ih o ovome pre nego sto počnu da ga popunjavaju. Ovo možete postići tako što ćete jednostavno na početak obrasca staviti poruku „Pre nego što počnete, trebaće vam ...“.
- Obrazac podelite na jasne i logične delove kojima ćete dati informativne naslove i jasne brojeve.
- Za pisanje naslova koristite veću veličinu slova.
- Delove koji imaju oznaku „Samo za službenu upotrebu“, ukoliko su neophodni, stavite na kraj obrasca.
- Izbegavajte nepotrebna pitanja i pitanja koja se ponavljaju.
- Pozicionirajte pitanja direktno nasuprot prostora koji je predviđen za davanje odgovora.

- Gde god je to moguće, stavite polja za unos teksta umesto linija.
- Stavite što više pitanja na koja se odgovara označavanjem kvadratića kvačicom.
- Budite sigurni da je kvadratić koji treba označiti jasno povezan sa odgovorom.
- Okvir kvadratića za označavanje i linije koje su predviđene za davanje odgovora treba da budu pune linije čija je debljina najmanje 1 tačka.
- Jasno naznačite koja polja su obavezna i moraju da se popune.

[illegible]

Dobar raspored elemenata od kojih je sastavljen obrazac doprinosi lakoći čitanja i popunjavanja

Korisnicima će biti lakše da samostalno popune obrazac čija je struktura logična i pregledna i na kome se jasno vidi gde treba da se unose podaci i koja polja su obavezna za popunjavanje.

Obrasci koji se mogu skenirati

Počinju sve više da se koriste obrasci koje je moguće skenirati, odnosno oni koji dozvoljavaju unošenje jednog karaktera po kvadratiću. Ukoliko koristite ovakvu vrstu obrasca, budite sigurni da ste obezbedili kvadratiće koji su dovoljno veliki i odgovarajuće razmaknuti.

Na primer,

IME:

Saznajte više

Za smernice koje se odnose na dizajn elektronskih (onlajn) obrazaca pogledajte deo [Onlajn obrasci u Poglavlju 3](#). Digitalni i onlajn komunikacioni sistemi.

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna

Pisana komunikacija

.....

Kontrolna lista za dizajn obrazaca

- ☐ Obrazac treba da ima jasan naziv. Na samom početku treba da stoji kome je namenjen i koja mu je svrha.
- ☐ Treba da sadrži jasna uputstva na početku.
- ☐ Delovi koji imaju oznaku „Samo za službenu upotrebu“, ukoliko su neophodni, treba da stoje na kraju obrasca.
- ☐ Slična pitanja treba grupisati ispod korisnih naslova.
- ☐ Naslovi treba da pružaju korisne informacije i budu jasno numerisani.
- ☐ Izbegavajte nepotrebna pitanja i ona koja se ponavljaju.
- ☐ Korisnicima obezbedite dovoljno mesta za unošenje odgovora.
- ☐ Tamo gde je to moguće, koristite polja za unos teksta umesto linija.
- ☐ Budite sigurni da je kvadratić koji se označava kvačicom kako bi se dao odgovor, jasno povezan sa odgovorom, kao i da je debljina okvira kvadratića i linija koje su predviđene za davanje odgovora najmanje 1 tačka.
- ☐ Jasno naznačite polja koja su obavezna za popunjavanje.

Dizajn natpisa i oznaka



Sve zgrade javnog sektora obično imaju različite natpise kako unutra tako i napolju. Ovi natpisi ili oznake mogu predstavljati različite informacije, od oznaka za toalet do onih koje se odnose na zdravlje i sigurnost.

U nastavku teksta su izložene smernice za dizajn natpisa i oznaka za unutrašnje i spoljašnje prostore.

Tekst natpisa

- Tekst treba da bude lak za čitanje. Izbegavajte preterano dekorativna, podebljana ili zgusnuta slova, kao i kurziv, jer ovakva slova otežavaju čitanje natpisa. Primeri *sans serif* fontova koji su laki za čitanje su *Helvetica*, *Tahoma* i *Futura*.
- Formulacije rečenica, koje sačinjavaju natpise, treba da budu što jednostavnije.
- Izbegavajte korišćenje nepoznatih skraćenica.
- Informacije na natpisima treba da budu poređane po azbučnom/abecednom redu, ili logično grupisane. Na primer, po spratovima.
- Koristite arapske brojeve (1, 2, 3), a ne rimske (I, II, III).
- Izbegavajte korišćenje VELIKIH SLOVA, već koristite mešavinu malih i velikih.
- Tekst ravnajte sa leve strane.
- Formulacije, fontovi i slike treba da budu dosledne kroz celu zgradu.
- Veličina slova zavisi od vrste natpisa i daljine sa koje se posmatra.

 KORISNIČKI SERVIS	 Korisnički servis
Izbegavajte korišćenje VELIKIH SLOVA Preporučuje se korišćenje mešavine malih i velikih slova.	

Na tabeli u nastavku možete videti koja je preporučena visina slova u zavisnosti od razdaljine sa koje se gleda natpis.

Preporučena visina slova u zavisnosti od razdaljine sa koje se gleda natpis	
Razdaljina (mm)	Preporučena visina slova (mm)
000	200
4600	150
2500	100
2300	75
1500	50
750	25

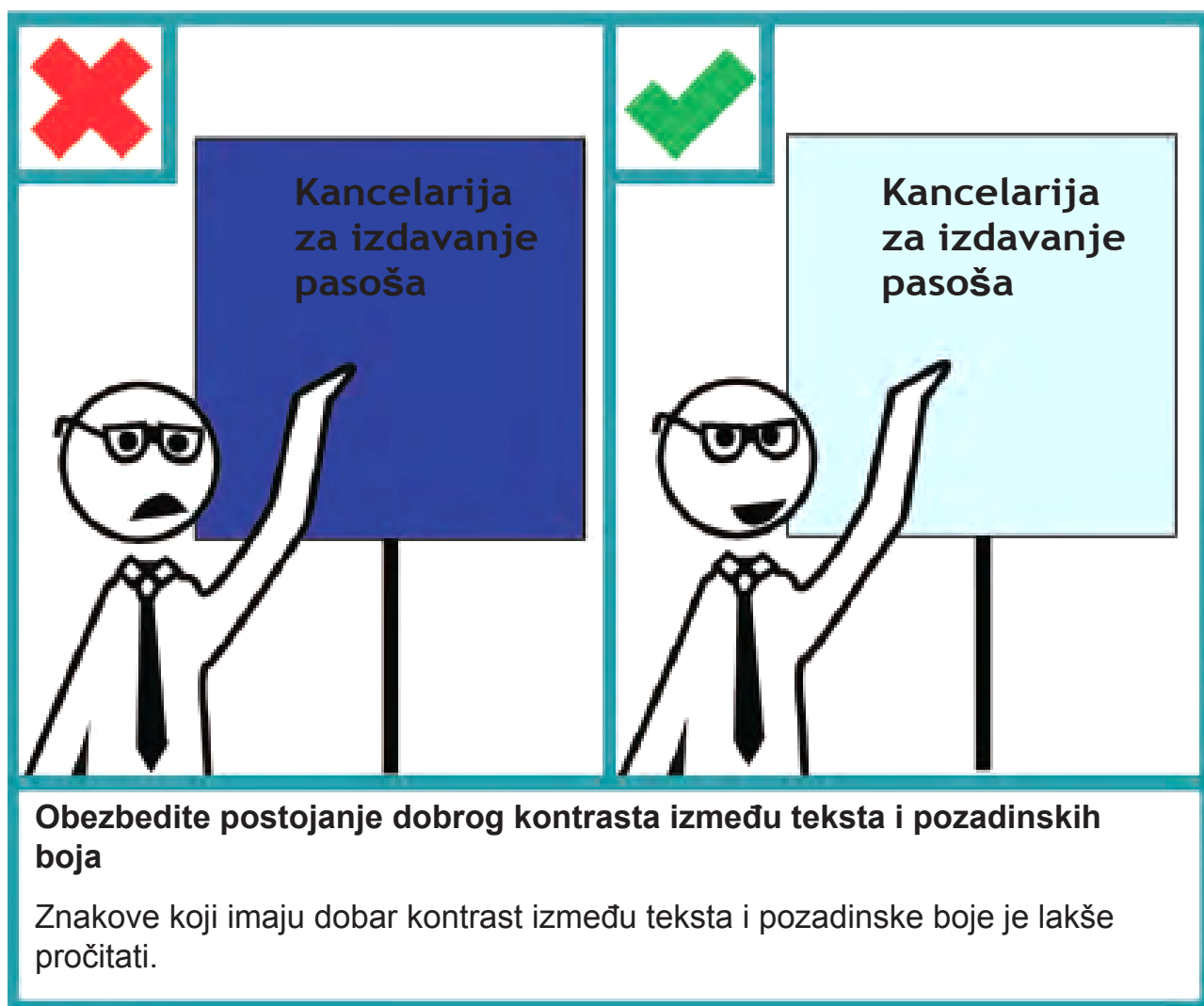
Simboli i strelice na znakovima

- Koristite simbole umesto teksta tamo gde su simboli univerzalno prepoznatljivi. Na primer, simboli za informacije od opšteg značaja.
- Tamo gde je to moguće koristite simbole kao dopunu tekstu. Ovo je posebno važno kod dvojezičnih znakova, jer oni pomažu ljudima da brzo prepoznaju informaciju koja se pruža.
- Koristite strelice kako biste prikazali pravac.

	Pristupačni toaleti	
	Parking	
Koristite simbole umesto teksta tamo gde su simboli univerzalno prepoznatljivi		

Dizajn

- Treba da postoji dobar kontrast između table na kojoj se nalazi natpis i površine na koju se postavlja tabla. Ovime se skreće pažnja na znak.
- Treba da postoji dobar kontrast između teksta/simbola i boje pozadine. Ovime se skreće pažnja na sadržaj znaka.
- Tamo gde se koristi kodiranje bojama, treba koristiti boje koje se lako razlikuju.
- Znakovi treba da budu mat ili polu-mat (saten). Treba izbegavati sjajne i reflektujuće površine kako bi se sprečio odsjaj.
- Znak treba da bude ravnomerno osvetljen, sa jačinom osvetljenja od 200 luksa.



Taktilne oznake

Reljefne oznake omogućavaju slepim i slabovidim osobama da čitaju dodirom. Kod dizajna taktilnih oznaka, treba uzeti u obzir sledeće elemente:

- Reljefna slova bi trebalo da budu izdignuta od površine znaka od 1 do 1,5mm, a širina dodirne površine treba da bude od 1,5 do 2mm.
- Visina reljefnih slova treba da bude između 16 i 50mm.
- Tamo gde je obezbeđen tekst napisan Brajevim pismom, ovaj tekst treba da se nalazi ispod teksta na koji se odnosi.
- Treba izbegavati urezana i udubljena slova, jer su ovakva slova teška za čitanje dodirom.

Pozicioniranje natpisa i oznaka

- Natpisi i oznake treba da budu postavljeni na važnim tačkama duž cele putanje, odnosno na svim tačkama gde se putanje ukrštaju ili razilaze.
- Taktilne oznake i oznake sa Brajevim pismom treba da budu postavljene na mesta gde im se može lako pristupiti.
- Oznake treba postaviti na mesta gde osobe koje ih čitaju neće predstavljati prepreke za druge ljude.
- Obezbedite da oznake koje pokazuju pravac pomažu ljudima da se vrate istim putem i da pronađu alternativne lokacije u zgradi, a da pritom ne moraju da se vrate na glavni ulaz zgrade.

Saznajte više

Kolekcija od preko 6000 grafičkih simbola iz standarda koje objavljuje Međunarodna organizacija za standardizaciju (ISO) se može pogledati i kupiti na Internet stranici [ISO Onlajn platforma za pretraživanje](#).

Za dodatne informacije o kontrastima boja pogledajte deo [Dizajn dokumenata](#).

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna

Kontrolna lista za dizajn pisane komunikacije

.....

Kontrolna lista za dizajn natpisa i oznaka

- ☐ Koristite fontove koji su laki za čitanje.
- ☐ Formulacije rečenica na oznakama treba da budu što jednostavnije.
- ☐ Treba izbegavati korišćenje nepoznatih skraćenica.
- ☐ Koristite arapske brojeve (1,2,3), a ne rimske (I, II, III).
- ☐ Samo početna slova imena i poruka treba da budu napisana velikim slovima, ostatak pišite malim slovima.
- ☐ Imena i poruke ređajte po azbučnom/abecednom redu ili ih grupišite logično, na primer, po spratovima.
- ☐ Tekst ravnajte sa leve strane.
- ☐ Formulacije i fontovi na oznakama treba da budu dosledni kroz celu zgradu.
- ☐ Izaberite veličinu slova koja odgovara razdaljini sa koje se natpis ili oznaka posmatra.

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna

Pisana komunikacija

.....

Kontrolna lista za simbole, kontrast, boje i pozicioniranje natpisa i znakova

- ☐ Koristite simbole umesto teksta ili da dopunite tekst tamo gde je to moguće.
- ☐ Koristite strelice kako biste pokazali pravac.
- ☐ Treba da postoji dobar kontrast između boje table znaka i površine na kojoj je tabla postavljena. Dobar kontrast takođe treba da postoji i između boje teksta i pozadinske boje kako bi se olakšalo čitanje.
- ☐ Tamo gde se koristi kodiranje bojama, koristite boje koje je lako razlikovati.
- ☐ Površina na kojoj je ispisan znak ne sme da odbija svetlost.
- ☐ Reljefna slova bi trebalo da budu izdignuta od površine znaka od 1 do 1,5mm. Izbegavajte ugarvirana slova.
- ☐ Visina reljefnih slova treba da bude između 16 i 50mm.
- ☐ Natpise ispisane Brajevim pismom postavite tako da im se može lako pristupiti.
- ☐ Znakove treba postaviti tako da osobe koje ih čitaju ne predstavljaju prepreke za kretanje.

Govorna i znakovna komunikacija



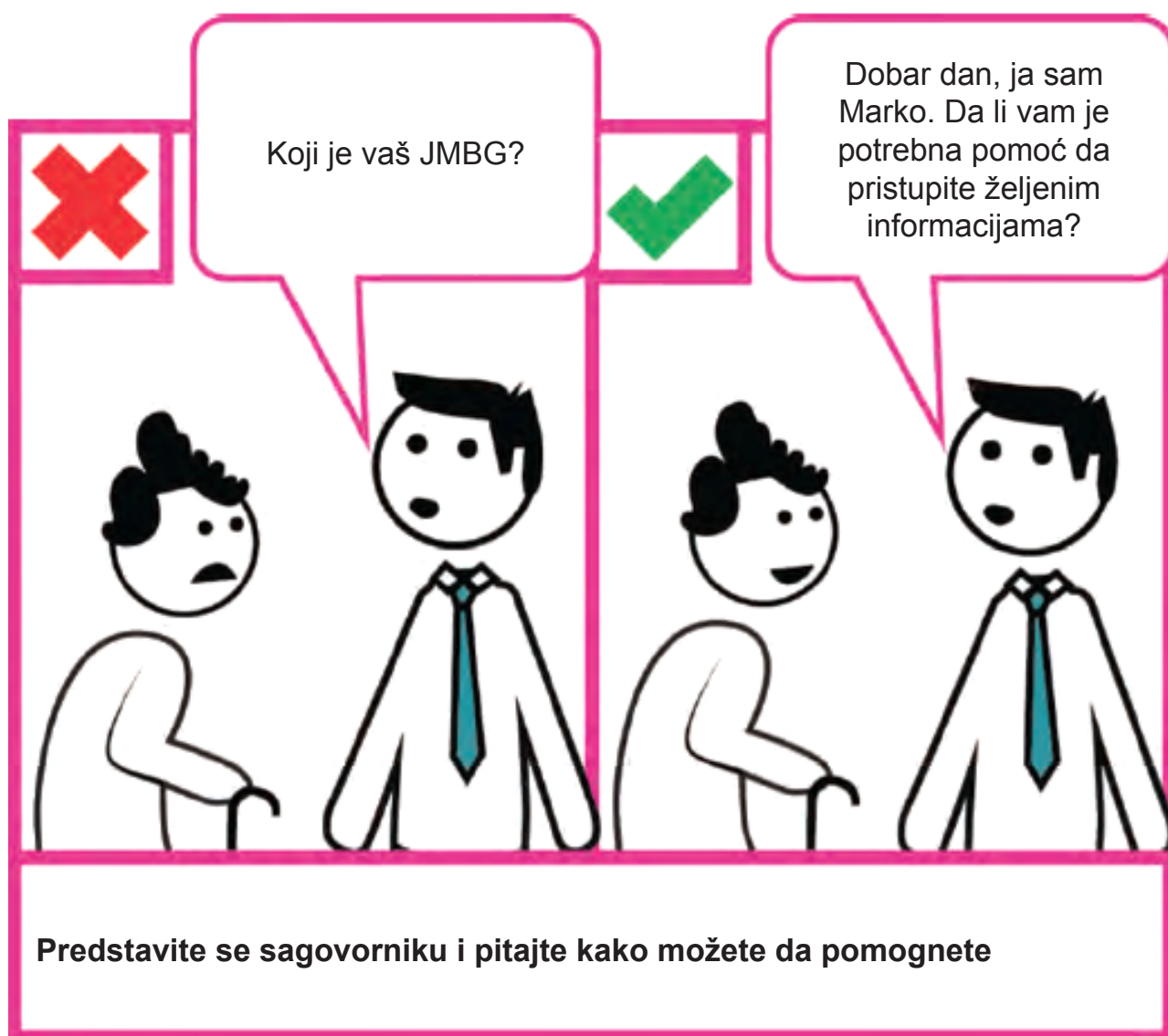
**Govorna i
znakovna
komunikacija**

Govorna i znakovna komunikacija

U nastavku teksta predstavljeni su glavni elementi dizajna kojima se unapređuje komunikacija sa svim korisnicima, odnosno građanima. Iako su ove smernice koncentrisane na komunikaciju licem u lice, kao i telefonsku i video komunikaciju, podjednako se mogu primeniti i na govore, razgovore i prezentacije. Neke od smernica se mogu primeniti i na dizajn audio sadržaja u formi snimljenih automatizovanih poruka i javnih saopštenja.

Predstavite se ljudima

Predstavite se osobi kojoj prilazite i obraćajte se direktno toj osobi.



Razmotrite alternativne vidove komunikacije

Razmotrite da li osoba možda želi da komunicira sa vama koristeći alternativna sredstva i pitajte ih; na primer, neko možda želi da komunicira koristeći cedulje (kratke pisane poruke).

Koristite jednostavan jezik koji je razumljiv svima

Uvek koristite najjednostavniji i najjasniji mogući jezik. Izbegavajte korišćenje tehničkih pojmova koje šira javnost možda ne koristi. Ako morate da koristite tehničke pojmove, obavezno objasnite šta znače.

Neka vaša poruka bude jednostavna

Navodite jedan po jedan podatak. Pružajte informacije prateći logičan redosled.

Govorite razgovetno

Govorite čistim glasom i jasno izgovarajte svaku reč.

Govorite polako

Ne žurite i polako razgovarajte sa korisnicima. Prilagodite ono što govorite potrebama osobe kojoj se obraćate.

Navedite svrhu razgovora

Odmah na početku recite koja je svrha razgovora.

Slušajte sagovornika i odgovarajte na pitanja

Obratite pažnju na karakteristike jezika koji koristi osoba sa kojom razgovarate, kao i na nivo pismenosti.

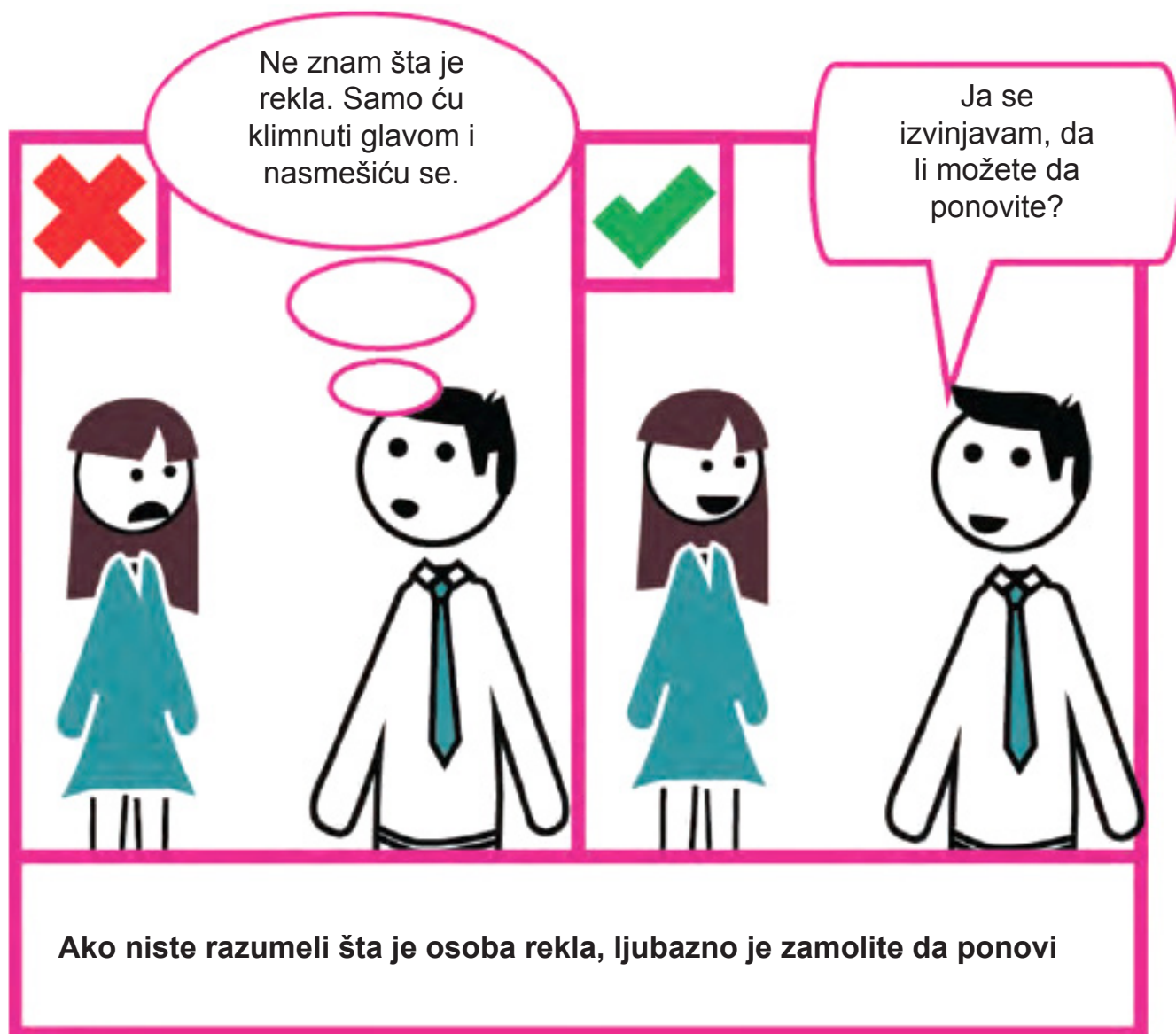
Ne dovršavajte tuđe rečenice

Ne prekidajte osobu dok govori. Strpljivo sačekajte da završi. Osobama koje imaju neke oblike invaliditeta će možda trebati malo više vremena da razumeju šta im govorite i da vam odgovore.



Ako niste sigurni šta je osoba rekla, ljubazno je zamolite da ponovi

Druga opcija je da kratko rezimirate informaciju i proverite sa sagovornikom da li ste dobro razumeli zahtev.



Razmišljajte o tome šta govorite

Da li odgovarate na nečije pitanje?

Da li je šira javnost upoznata sa tehničkim pojmovima koje koristi vaša organizacija?

Otvorena i zatvorena pitanja

Upotrebljavajte otvorena pitanja kako biste prikupili što više informacija. Otvorena pitanja obično dobiju informativnije odgovore. Na primer, „Šta želite da pitate?“

Odgovori na zatvorena pitanja su najčešće da ili ne. Na primer, „Da li je to vaš odgovor?“

Obezbedite posvećeno osoblje za pružanje pomoći korisnicima

Tamo gde je to moguće, i ako je potrebno, obezbedite posebno obučeno osoblje koje će se baviti korisnicima kojima je potrebno posvetiti više vremena.

Pitanja i odgovori mogu biti dobar način da se sazna da li je osoba razumela pružene informacije.

Pronađite način komunikacije koji odgovara osobi sa kojom razgovarate

Na primer, neka vam pri ruci uvek budu olovka i papir kako biste mogli da zapišete informaciju ako je to neophodno. Možete takođe da koristite slike ili ilustracije kako biste olakšali razumevanje informacije koju pružate.



Potrudite se da ima što manje pozadinske buke

Pokušajte da obavljate razgovore u prostoriji u kojoj ima što manje ometajućih zvukova. Ovo je posebno važno za osobe sa autizmom, kao i za osobe koje imaju oštećenje sluha.



Koristite alternativne vidove komunikacije

Kada je potrebno pružiti informaciju na više jezika, tamo gde je to moguće, koristite različite oblike neverbalne komunikacije kao što su znakovni jezik, univerzalni simboli, prevodilački programi ili rečnici fraza.

Razgovore završavajte tako što ćete reći hvala vam i doviđenja

Saveti

Kada komunicirate sa osobama sa invaliditetom uzmite u obzir sledeće smernice:

- Neki invaliditeti nisu vidljivi. Odvojite vreme da upoznate potrebe korisnika.
- Budite strpljivi. Osobama koje imaju neke oblike invaliditeta će možda trebati malo više vremena da razumeju šta im govorite i da vam odgovore.
- Predstavite se ukoliko prilazite slepoj ili slabovidoj osobi. Ne odlazite bez toga da kažete doviđenja.
- Ne dirajte radne životinje kao što su psi pomoćnici, jer oni moraju da obraćaju pažnju na sve što se događa oko njih u svakom trenutku.
- Ukoliko osoba ima intelektualne smetnje, iznosite jednu po jednu informaciju. Koristite jednostavne reči i kratke rečenice.

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna

Govorna i znakovna komunikacija

Kontrolna lista za govornu i znakovnu komunikaciju

- ☐ Predstavite se na početku razgovora.
- ☐ Razmišljate o alternativnim vidovima predstavljanja informacija.
- ☐ Koristite jednostavan jezik koji svi razumeju.
- ☐ Neka poruka koju želite da prenesete bude jednostavna.
- ☐ Govorite razgovetno i polako.
- ☐ Prvo saslušajte osobu sa kojom razgovarate pa onda odgovorite na pitanje.
- ☐ Ne dovršavajte tuđe rečenice.
- ☐ Ako niste razumeli šta vam je osoba rekla, ljubazno je pitajte da ponovi.
- ☐ Budite sigurni da je osoba sa kojom razgovarate razumela šta ste joj rekli.
- ☐ Potrudite se da ima što manje pozadinske buke.
- ☐ Razgovore završavajte tako što ćete reći hvala vam i doviđenja.

Komunikacija licem u lice

Više od 90% značenja poruke se komunicira neverbalno, 38% čine vokalni faktori kao što su jačina zvuka, visina tona i ritam, dok 55% čine pokreti tela, a posebno izraz lica.

Smernice koje su predstavljene u tekstu ispod treba uzeti u obzir prilikom komunikacije licem u lice.

Prijateljski se osmehujte i govorite ljubaznim tonom

Ovo opušta osobe sa kojima komunicirate. Svi ljudi žele da njihovo korisničko iskustvo bude prijatno.



Nosite oznaku sa imenom

Ukoliko je to moguće, nosite oznaku sa vašim imenom kada komunicirate sa osobom licem u lice. Ovo će pomoći osobi da vas identifikuje.

Uzmite u obzir razdaljinu između vas i osobe sa kojom razgovarate

Nemojte stajati preblizu, ali takođe pazite da ne stojite predaleko.

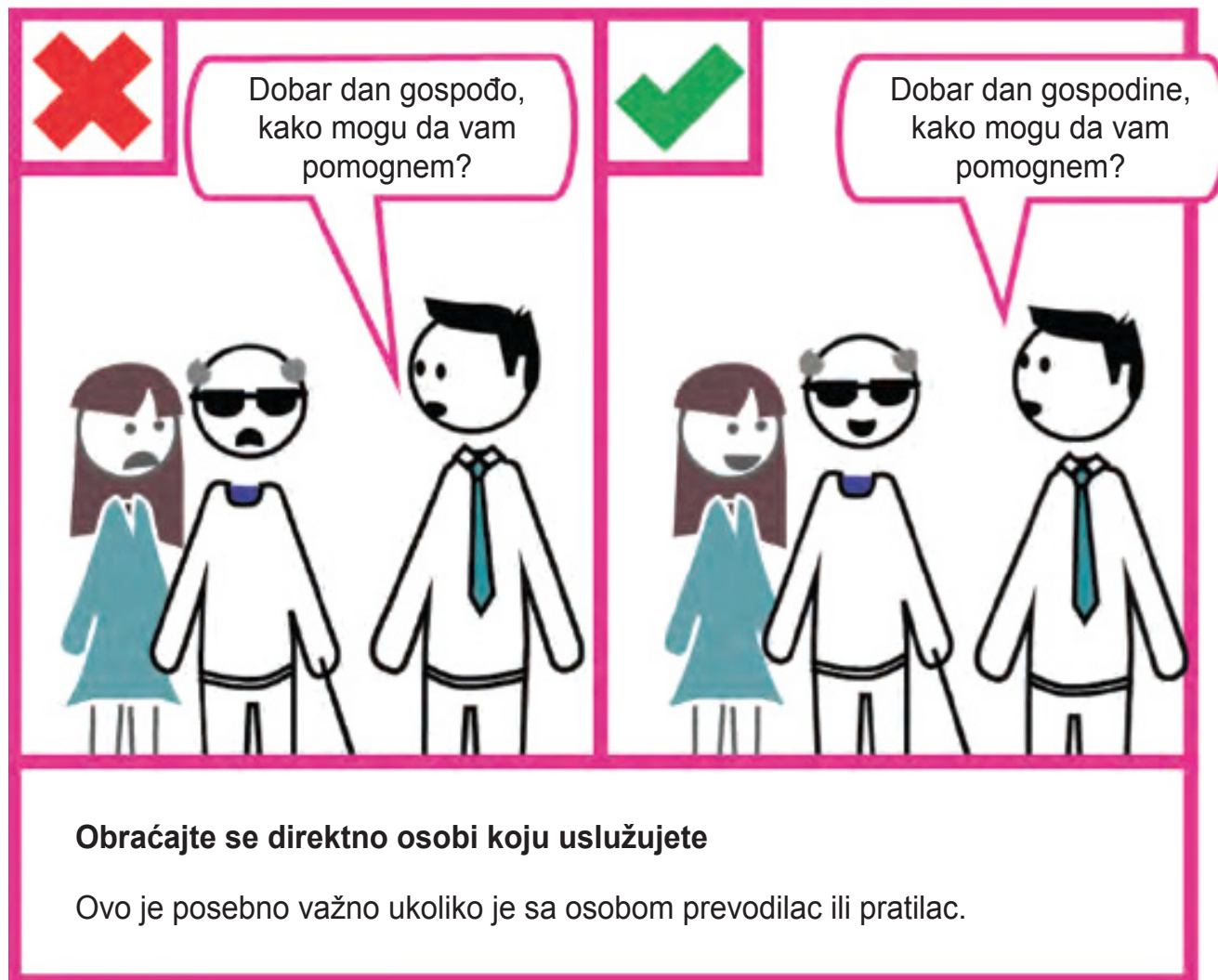
Okrenite se prema osobi sa kojom razgovarate

Okrenite se prema osobi i gledajte je u oči kada joj se obraćate.



Obraćajte se direktno osobi koju uslužujete

Kod komunikacije licem u lice, obraćajte se direktno osobi koju uslužujete. Ovo je posebno važno kada je sa osobom prevodilac (za osobe koje imaju smetnje u govoru ili one kojima srpski nije maternji jezik) ili pratilac (koji pruža pomoć toj osobi).



Pitajte „Kako mogu da vam pomognem?“

U zavisnosti od konteksta vaše komunikacije, ako niste sigurni šta treba da uradite, pitajte kako možete da pomognete. Nemojte samo uskočiti u razgovor. Osoba će znati da li joj je potrebna pomoć i kako joj je možete pružiti. Uvek pitajte osobu kako želi da komunicira.

Slušajte osobu koja vam se obraća

Dok slušate, vaš govor tela je izuzetno važan deo vašeg ponašanja; obratite pažnju na držanje, gde gledate i kakve izraze lica pravite.

Budite strpljivi

Imajte na umu da će nekim ljudima trebati više vremena da razumeju šta im govorite i da vam odgovore.

Ukoliko nudite pomoć, sačekajte da dobijete dozvolu

Nikada ne dodirujte osobu, radnu životinju (na primer, psa vodiča za slepe) ili pomoćna sredstva koja koriste (na primer, invalidska kolica) bez dozvole.

Razmotrite mogućnost obezbeđivanja tihih perioda ili prostorija

Razmotrite mogućnost obezbeđivanja perioda tišine ili prostorija u kojima je tišina, kako biste izašli u susret osobama koje mogu doživeti senzorno preopterećenje, uključujući i osobe sa autizmom.

Komunikacija sa gluvim i nagluvim osobama

Nekim osobama koje imaju oštećenje sluha može biti teško da čuju regularan govor ili određene frekvencije; dok druge mogu biti u potpunosti gluve. Mnoge osobe koje imaju oštećenje sluha umeju da čitaju sa usana, neke koriste slušne aparate, a neke vizuelna pomagala (kao što su video pozivi na mobilnim uređajima, titlovanje u realnom vremenu ili usluge video releja).

Ne okrećite leđa izvoru svetlosti

Kada se obraćate osobi, vodite računa o tome da ne budete okrenuti leđima izvoru svetlosti (kao što je na primer prozor). Slabovidim korisnicima će biti teško da vas vide kako treba, a gluvim i nagluvim korisnicima će biti teško da vam čitaju sa usana, s obzirom na to da ćete izgledati kao silueta.

Okrenite se prema osobi kada joj se obraćate i ne prekrivajte usta

Gluvim i nagluvim osobama će biti izuzetno teško da vas slušaju ili da vam čitaju sa usana ukoliko držite ruke ispred usta, kao i kada se u toku obraćanja okrećete. Gledajte pravo u sagovornika. Nemojte skretati pogled, gledati dole u svoje beleške, nemojte prekrivati lice, žvakati žvakaće gume, ili držati olovku u ustima dok govorite. Govorite razgovetno i za nijansu sporije, ali nikako nemojte vikati i prenaglašeno otvarati usta, pošto će to deformisati oblik vaših usta. Na sastancima vodite računa da govori jedna po jedna osoba.

Komunikacija sa osobama koje koriste Srpski znakovni jezik (SZJ)

Omogućite prevodilačke usluge za srpski znakovni jezik onima koji to traže. Kada najavljujete neki javni događaj ili zakazujete sastanke, obavestite zainteresovane da ćete, ukoliko neko bude tražio, obezbediti usluge tumača srpskog znakovnog jezika ili titlovanje u realnom vremenu. Naznačite kada najkasnije mogu da vas obaveste da im je potrebna ovakva usluga. Na primer, možete da kažete „Ako imate zahteve koji se odnose na pristupačnost, molimo vas da nas o tome obavestite najmanje 3 nedelje pre sastanka“. U prisustvu tumača obraćajte se direktno gluvoj osobi, a ne tumaču. Ne pitajte tumača za mišljenje. Tumača stavite da sedi pored vas i budite sigurni da gluva osoba može oboje da vas vidi nesmetano.

Saveti

Obezbedite sisteme koji se ne oslanjaju na sposobnost ljudi da čuju, na primer, izdavanje kartica sa brojevima za čekanje u redu.

Obezbedite sisteme indukcionih petlji na mestima gde se pružaju javne usluge i redovno ih proveravajte.

Obezbedite sisteme koji omogućavaju korisnicima da koriste tekstualne poruke i imejl za zakazivanje sastanaka.

Obezbedite [uslugu titlovanja u realnom vremenu](#) za vreme predavanja i konferencija.

Na Internet stranicama obezbedite mogućnost [onlajn razgovora uživo](#).

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna Govorna i znakovna komunikacija

Kontrolna lista za komunikaciju licem u lice

- ☐ Obratite pažnju na neverbalnu komunikaciju kada sa nekim razgovarate licem u lice.
- ☐ Budite nasmejani i koristite ljubazan ton.
- ☐ Obratite pažnju na razdaljinu između vas i sagovornika.
- ☐ Slušajte osobu koja vam se obraća.
- ☐ Obraćajte se direktno osobi koju uslužujete.
- ☐ Kada je to prikladno, pitajte „Kako mogu da vam pomognem?“
- ☐ Pronađite koji vid komunikacije najviše odgovara korisniku.
- ☐ Budite strpljivi.
- ☐ Ako ponudite nekome pomoć, sačekajte da dobijete dozvolu.
- ☐ Razmotrite mogućnost obezbeđivanja perioda tišine ili prostorija u kojima je tišina.
- ☐ Nemojte sedeti ili stajati leđima okrenuti izvoru svetlosti.
- ☐ Okrenite se prema osobi kojoj se obraćate. Ne prekrivajte usta rukama dok govorite.

Postupanje u komplikovanim situacijama

Smernice koje slede se odnose na to kako treba da postupate kada komunicirate sa nezadovoljnim korisnikom:

- Pažljivo slušajte osobu i ozbiljno shvatite njenu zabrinutost.
- Ohrabrite osobu tako što ćete je uveriti da ste je saslušali i razumeli njena osećanja i zabrinutost. Pronađite nešto oko čega možete da se složite.
- Ako je osoba agresivna, želi da se raspravlja ili nepotrebno ponavlja jedno isto, recite joj da ste je razumeli i ponovite joj ono što vam je rekla, kako biste je uverili da ste je u potpunosti razumeli.
- Osobi nekad možda neće biti jasno šta vi možete i šta ne možete da učinite za nju. Ako morate da prosledite informaciju nekoj drugoj organizaciji ili službi, budite sigurni da osoba shvata zašto to morate da učinite i da vam je dala dozvolu da delite njene lične podatke sa nekom drugom organizacijom ili službom.
- Kada šaljete osobu negde drugde, trudite se da prosledite što više detalja, kako osoba ne bi morala ponovo da objašnjava svoju situaciju.

Saveti

Da biste poboljšali korisničko iskustvo, pogledajte kako možete unaprediti komunikaciju koju pruža vaša organizacija. Ovo obuhvata:

- Organizovanje obuka za komunikacijske tehnike kao što su intervjui, prezentacije, primanje poruka, telefonski razgovori, konverzacijske veštine.
- Organizovanje obuka za zaposlene na temu potreba za pristupačnošću.
- Organizovanje obuka na temu tehnika video komunikacije uz pomoć računara.

Sistemi i servisi digitalne i onlajn komunikacije



**Digitalna
i onlajn
komunikacija**

Vodič za digitalnu i onlajn komunikaciju

U daljem tekstu biće predstavljeni neki od ključnih elemenata dizajna digitalne i onlajn komunikacije sa korisnicima.

Navedene smernice treba primeniti za osmišljavanje različitih načina komunikacije sa korisnicima prilikom upotrebe telefona, elektronske pošte, elektronskih biltena, veb-sajtova ili društvenih mreža.

Savet

Onlajn razgovor uživo je usluga koja omogućava komunikaciju (ili razgovor) sa posetiocima veb-sajta u realnom vremenu korišćenjem tekstualnih poruka. Onlajn razgovor uživo se najčešće koristi za pružanje neposredne podrške i informacija korisnicima. Transkript razgovora se može poslati korisniku putem imejla.

Savet Evropske unije je odobrio Direktivu (EU) 2016/2102 o pristupačnosti Internet stranica i mobilnih aplikacija tela javnog sektora. Direktiva

- se odnosi samo na javni sektor
- zahteva od tela javnog sektora da njihovi veb-sajtovi i mobilne aplikacije ispunjavaju evropske standarde pristupačnosti.

U cilju ispunjavanja zahteva sadržanih u Direktivi, tela javnog sektora mogu da koriste [Evropski standard EN 301 549](#) za pristupačnost IKT proizvoda i usluga. Standard je namenjen **javnim** nabavkama IKT proizvoda i usluga.

Saznajte više

Ažurirane informacije koje se odnose na evropsku pristupačnost Interneta i digitalnu inkluziju, kao i na [Direktivu \(EU\) 2016/2102](#), možete pronaći na Veb-sajtu [Evropske komisije](#).

Smernice za pristupačnost onlajn sadržaja 2.1

.....

Tela javnog sektora bi trebalo da postignu AA nivo usaglašenosti sa najnovijim Smernicama za pristupačnost onlajn sadržaja.

Saznajte više

[Smernice za pristupačnost onlajn sadržaja](#) su obezbeđene od strane međunarodne organizacije Konzorcijum W3 (*World Wide Web Consortium - W3C*).

Alati

Centar za izvrsnost u univerzalnom dizajnu (CEUD) pruža smernice za veb pristupačnost za programere, veb dizajnere i autore sadržaja/urednike u [Smernicama za onlajn javne službe](#).

Konzorcijum W3 je sastavio listu [alata za procenu veb pristupačnosti](#).

Učinite tekst lakim za čitanje i razumevanje

Uvek koristite što jednostavnije i razumljivije rečenice. Izbegavajte korišćenje stručne terminologije koju vaši korisnici možda neće razumeti. Ako morate da koristite tehničke pojmove, obavezno ih objasnite jednostavnim rečima koje su svima poznate.

Pisanje sadržaja za internet

Tamo gde je to potrebno, predstavite važne informacije na više jezika

Ukoliko veliki procenat vaših korisnika ne govori srpski jezik kao maternji, tamo gde je to potrebno, obezbedite sadržaj na drugim jezicima ili ponudite dugme za prevod.

Pomozite korisnicima da pretraže tekst

Podelite tekst na manje delove koristeći kratke pasuse, liste i podnaslove kako biste pomogli korisnicima da brzo razumeju i apsorbuju informacije.

Postarajte se da sadržaj bude jasan i sažet

Definišite ciljeve koji se odnose na broj reči i koji odgovaraju vašim korisnicima i sadržaju.

Preporučeni brojevi reči su predstavljeni u tabeli ispod:

Vrsta sadržaja	Broj reči
Naslov	8 reči
Rečenica	15 - 20 reči
Uvodni pasus	30 reči
Ostali pasusi	60 reči
Veb stranica	600 reči

Koristite „Alternativni (Alt) tekst“ kako biste napravili pristupačne slike i ostale medije

Alternativni (Alt) tekst je tekst povezan sa slikama ili medijima, koji prenosi iste bitne informacije kao i slika.

Obezbedite alt tekst za svaku sliku ili medij koji ima vremensku komponentu (na primer, video zapisi i reklame). Ovo omogućava ljudima koji ne mogu da pristupe slici ili imaju oštećenje vida da pročitaju sadržaj slike. Tekstualni opis slika takođe omogućava promenu teksta u druge oblike koji su potrebni ljudima, kao što su veća slova, Brajevo pismo, govor, simboli ili jednostavniji jezik.

Pišite za korisnike

Ljudi drugačije pristupaju tekstu koji je na Internetu nego štampanom tekstu. Većina ljudi je sklona tome da pogledom preleti tekst koji se nalazi na Internet stranici. Prema tome, sadržaj teksta bi trebalo da bude predstavljen tako da korisnici mogu brzo da dobiju ključne informacije kada pretraže tekst.

Da bi se ovo postiglo, treba pratiti sledeće korake:

1. Najvažnije zaključke ili činjenice predstavite na početku teksta.
2. Poređajte informacije po važnosti. Najvažniji zaključak potkrepite najvažnijom informacijom.
3. Predstavite prateće detalje ili propratne informacije.
4. Ako postoje, navedite linkove za propratne informacije ili ostale relevantne informacije.

Savet

Obučavajte autore i urednike sadržaja da koriste ove tehnike.

Koristite jasan i čitak font

Koristite jasan font koji se lako čita i koji će ljudi lako prepoznati. Na primer, Verdana ili Helvetica.

Za naglašavanje delova teksta, koristite podebljan tekst ili veću veličinu slova

Opšte smernice za naglašavanje važnih informacija su:

- Izbegavajte korišćenje VELIKIH SLOVA
- Izbegavajte korišćenje *kurziva*
- Izbegavajte korišćenje podvačenja teksta.

Izbegavajte korišćenje nepotrebnih stručnih izraza

Ako morate da koristite stručne izraze, obavezno jasno objasnite šta znače.

Definišite nepoznate skraćenice i akronime

Tamo gde čitaocu možda neće biti poznata neka skraćenica ili akronim, obavezno napišite pun naziv prvi put kada se pojavljuje u tekstu, a skraćenicu ili akronim stavite u zagradu.

Na primer, Vojno medicinska akademija (VMA).

Trudite se da korišćenje nepoznatih skraćenica i akronima svedete na minimum.

Izbegavajte strane izraze i skraćenice

Korisnike može da zbuni upotreba izraza kao što su itd, npr, i sl.

Trudite se da koristite pune izraze na srpskom jeziku kao što su „na primer“, „odnosno“ i „i tako dalje“.

Koristite pun naziv vaše organizacije na svakoj stranici

Napišite pun naziv vaše organizacije na svakoj stranici. Ovo je posebno važno za korisnike koji do određenih stranica dođu preko Internet pretraživača.

Koristite vizuelni identitet

Da biste osigurali doslednost, razvite sopstveni vizuelni identitet (ili usvojite nezavisni vodič za vizuelni identitet). Ovo se takođe može primeniti na standarde pisanja i formatiranja.

	
Definišite nepoznate akronime Tamo gde čitaocu možda neće biti poznata neka skraćenica ili akronim, obavezno napišite pun naziv prvi put kada se pojavljuje u tekstu, a skraćenicu ili akronim stavite pored u zagradu.	

	
Izbegavajte korišćenje domaćih i stranih skraćenica Trudite se da koristite pune izraze na srpskom jeziku..	

Koristite „Alternativni (Alt) tekst“ kako biste napravili pristupačne slike i ostale medije

Alternativni (Alt) tekst je tekst povezan sa slikama ili medijima, koji prenosi iste bitne informacije kao i slika.

Obezbedite alt tekst za svaku sliku ili medij koji ima vremensku komponentu (na primer, video zapisi i reklame). Ovo omogućava ljudima koji ne mogu da pristupe slici ili imaju oštećenje vida da pročitaju sadržaj slike. Tekstualni opis slika takođe omogućava promenu teksta u druge oblike koji su potrebni ljudima, kao što su veća slova, Brajevo pismo, govor, simboli ili jednostavniji jezik.

Osnove alternativnog teksta:

- Alternativni tekst može biti naveden u alt atributu ili u okolnom kontekstu slike - u naslovu.
- Trebalo bi takođe obezbediti alternativne načine prenošenja informacija za medije koji imaju vremensku komponentu (video i audio zapisi i reklame). Na primer, transkripti, titlovi i opisni video zapisi svi obezbeđuju veću pristupačnost doživljaja.

Savet

Da biste utvrdili poruku slike pravite se da je opisujete nekome preko telefona. Ovu tehniku možete da koristite za određivanje sadržaja alt teksta.



Koristite boje, razmake, slike i raspored elemenata na stranici kako biste razbili velike celine teksta

- Koristite slike kako biste razbili velike celine teksta.
- Koristite slike kao podršku informacijama u tekstu.
- Koristite prazan prostor kako biste odvojili informativne celine.
- Koristite boje, razmake i raspored elemenata kako biste naglasili važne informacije.

Koristite relevantne slike dobrog kvaliteta

Koristite relevantne slike dobrog kvaliteta koje dopunjuju ili podržavaju sadržaj teksta. Izbegavajte slike koje su slabog kvaliteta ili slike koje nisu relevantne za sadržaj teksta.



Izbegavajte velike tekstualne celine jer mogu biti teške za čitanje i razumevanje.



Koristite razmake i slike kako biste razbili velike tekstualne celine. Izabrane slike bi trebalo da dopunjuju ili podržavaju sadržaj teksta.



Koristite boje, razmake i raspored elemenata kako biste naglasili važne informacije i razbili velike tekstualne celine.

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna

Sistemi i servisi digitalne i onlajn komunikacije

.....

Kontrolna lista za pisanje onlajn sadržaja

- ☐ Budite sigurni da poštujete Direktivu (EU) 2016/2102 o pristupačnosti Internet stranica i mobilnih aplikacija tela javnog sektora.
- ☐ Izbegavajte stručne izraze, strane reči i nepoznate skraćenice i akronime.
- ☐ Predstavite sadržaj tako da čitaoci mogu brzo da ga apsorbuju u razumeju. Pomozite korisnicima da pretraže sadržaj tako što ćete:
 - Najvažnije zaključke predstaviti na početku.
 - Informacije ređati po važnosti.
 - Pružati detaljne ili propratne informacije.
 - Navoditi linkove za propratne i relevantne informacije.
- ☐ Postarajte se da sadržaj bude jasan i sažet.
- ☐ Koristite pun naziv vaše organizacije na svakoj stranici.
- ☐ Koristite vizuelni identitet.
- ☐ Koristite alt tekst da biste preneli iste informacije koje su predstavljene slikama ili drugim multimedijalnim sadržajem.
- ☐ Koristite relevantne slike dobrog kvaliteta koje dopunjuju ili podržavaju sadržaj teksta.

Kvalitet sadržaja

Ako postoji problem sa kvalitetom sadržaja na vašem veb-sajtu, vaši korisnici će to vrlo brzo primetiti. Smernice koje se nalaze u nastavku teksta su tu da vam pomognu da razvijete sadržaj visokog kvaliteta.

Budite sigurni da se sadržaj koji se nalazi na vašem veb-sajtu redovno ažurira

Zastarele informacije kompromituju kvalitet ostatka sadržaja.

Obratite pažnju na slovne greške i interpunkciju

Ovo može imati uticaja na kredibilitet vaše Internet stranice, a samim time i usluge koju pružate.

Budite dosledni po pitanju izraza i formata koje koristite

Koristite iste izraze i formate za iste koncepte na celom veb-sajtu.

Na primer, nemojte menjati način na koji pišete datume „7. jul 2020. godine“ ne treba da pređe u „07/07/20“.

Saznajte više

Za više informacija o tome kako treba pisati datume, adrese i brojeve, molimo vas pogledajte odeljak [Pisanje adresa, Poglavlje 1: Pisana komunikacija](#).

Proces kontrole kvaliteta sadržaja

Kako biste upravljali kvalitetom vašeg sadržaja možete pratiti sledeće korake:

Odredite odgovornog rukovodioca

Rukovodilac treba da preuzme odgovornost za sadržaj i aktivno upravlja njime.

Uspostavite proces kojim se vrši provera sadržaja

Uspostavite proces uređivanja sadržaja koji uključuje najmanje jedan krug revizije i odobravanja celokupnog sadržaja.

Organizujte obuke na temu razvoja veb sadržaja

Svi urednici i autori sadržaja treba da budu obučeni za pripremu veb sadržaja, kao i za praćenje kvaliteta.

Pripremite vodič za vizuelni identitet

Autori i urednici veb sadržaja u svom radu treba da se oslanjaju na vodič za vizuelni identitet ili relevantne standarde i smernice.

Dodajte poslove vezane za pripremu sadržaja u opise radnih mesta

Priprema sadržaja treba da bude ključni deo opisa radnog mesta autora i urednika.

Savet

Jedan od najvrednijih procesa za osiguravanje kvaliteta sadržaja je sprovođenje redovnih pregleda i uključivanje povratnih informacija koje se dobijaju od korisnika.

Pregled sadržaja bi trebalo da se sastoji od posmatranja svih stavki u tekstu i procenjivanja koliko su one u skladu sa vizuelnim identitetom organizacije, standardima i smernicama.

Linkovi i mikro sadržaj

.....

Stavljajte opisne linkove kako biste pomogli čitaocima

Hiperlinkovi (linkovi) se obično kreiraju lepljenjem URL adrese i pritiskom na taster za razmak. Uredite ove linkove kako bi vašim korisnicima bilo lakše da ih razumeju tako što ćete ubaciti opise.

Napomena: Ako dokument ili sadržaj treba da se štampa možda bi najbolje bilo da koristite punu URL adresu, kao i opis u tekstu linka.

	
https://euprava.gov.rs/%C5%BEivotna-oblast/15/%C5%BEivotna-situacija/170	Matična knjiga rođenih
Deskriptivni hiperlinkovi Uredite hiperlinkove dodavanjem opisa kako bi se lakše razumeli.	

Sledeće smernice se preporučuju za navođenje linkova:

- Opisi linkova treba da budu kratki i deskriptivni. Dužina opisa treba da bude između dve i pet reči.
- Navedite relevantne informacije koje se odnose na link. Na primer, veličinu dokumenta ili format.
- Opisi linkova treba da opisuju ono za šta predstavljaju link.
- Kada se pišu opisi linkova treba da se izbegavaju izrazi kao što je „kliknite ovde“.
- Opisi linkova treba da se prirodno javljaju u rečenici.
- Link može da se navede u tekstu ili može da stoji nezavisno od teksta, na primer, na dnu stranice.

	
Kliknite ovde kako biste platili taksu za motorna vozila	Platite vašu taksu za motorna vozila elektronski .
Opisi linkova treba da opisuju ono za šta predstavljaju link Izbegavajte izraze kao što je „kliknite ovde“ kada pišete opis linka.	

Saznajte više

Centar za izvrsnost u univerzalnom dizajnu (CEUD) je pripremio [smernice za pisanje smislenih linkova](#) i [smernice za pisanje visokokvalitetnog veb sadržaja](#).

Mikro sadržaj

Termin mikro sadržaj se odnosi na male grupe reči pomoću kojih čitalac, koji pogledom preleti sadržaj, može da zaključi kakav sadržaj se nalazi na veb-sajtu. Mikro sadržaj uključuje:

- **Opise slika:** oni pružaju informacije koje pomažu čitaocu da razume sliku u kontekstu ostatka stranice.
- **Podnaslove:** oni se koriste kako bi se prekinule dugačke tekstualne celine i obezbedili putokazi za čitaoce koji pretražuju tekst.
- **Naslove:** koristite različite stilove naslova i tagove na pravi način, odnosno tako da obezbedite strukturu teksta koja se može čitati uz pomoć softvera za čitanje ekrana. Ne koristite tekst koji samo izgleda kao naslov; na primer, nemojte samo povećati veličinu i debljinu slova kako biste kreirali naslov.

Saznajte više

Za više informacija, pogledajte [Poglavlje 1 Pisana komunikacija, Pristupačno formatiranje](#).

Naslovi i opisi

Dobro napisani naslovi i opisi pomažu korisnicima da pronađu vaš veb-sajt koristeći Internet pretraživače i kada ga pronađu, podstiču ih da se na njemu zadrže.

Da biste pisali dobre naslove i opise:

- Izaberite dve ili tri ključne fraze koje su specifične i karakteristične za vaš veb-sajt.
- Koristite ključne fraze i izraze za koje postoji najveća šansa da ih vaši korisnici upotrebljavaju.
- Izaberite ključnu frazu za vaš naslov (manje od 70 karaktera).

Opisi bi trebalo da:

- Navode ključne fraze ili njihove varijacije na samom početku.
- Iznose činjenice i precizno odražavaju sadržaj.
- Imaju manje od 156 karaktera, uključujući razmake.

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna

Sistemi i servisi digitalne i onlajn komunikacije

.....

Kontrolna lista za kontrolu kvaliteta

- ☐ Budite sigurni da se sadržaj koji se nalazi na vašem veb-sajtu redovno ažurira.
- ☐ Obratite pažnju na slovne greške i interpunkciju.
- ☐ Budite dosledni po pitanju izraza i formata koje koristite.
- ☐ Uspostavite proces kojim se vrši kontrola kvaliteta:
 - Odredite rukovodioca koji je odgovoran za sadržaj.
 - Uspostavite proces provere sadržaja pre nego što ga postavite na veb-sajt.

Kontrolna lista za linkove

- ☐ Opisi linkova treba da budu kratki i deskriptivni.
- ☐ Opisi linkova treba da opisuju ono za šta predstavljaju link.
- ☐ Kada se pišu opisi linkova treba izbegavati izraze kao što je „kliknite ovde“.

Kontrolna lista za naslove

- ☐ Koristite ključne fraze i izraze za koje postoji najveća šansa da ih vaši korisnici upotrebljavaju.
- ☐ Izaberite ključnu frazu za vaš naslov (manje od 70 karaktera).

Kontrolna lista za opise

- ☐ Opisi treba da iznose činjenice i precizno odražavaju sadržaj.
- ☐ Opisi treba da imaju manje od 156 karaktera, uključujući razmake.

Dizajn i razvoj funkcionalnih veb-sajtova

Smernice za navigaciju kroz veb-sajt

Svi vaši korisnici treba da budu u mogućnosti da koriste vaš veb-sajt bez obzira na to koliko imaju iskustva u korišćenju Interneta ili uređaja/operativnih sistema koje poseduju. Smernice predstavljene u tekstu koji sledi imaju za cilj da svim vašim korisnicima olakšaju pristup i korišćenje navigacije.

Celokupna navigacija treba da bude u potpunosti pristupačna preko tastature

Veb-sajt koji je u potpunosti pristupačan ne treba da ima nijednu aplikaciju koja zavisi isključivo od korišćenja miša ili slične vrste kontrole kursorom.

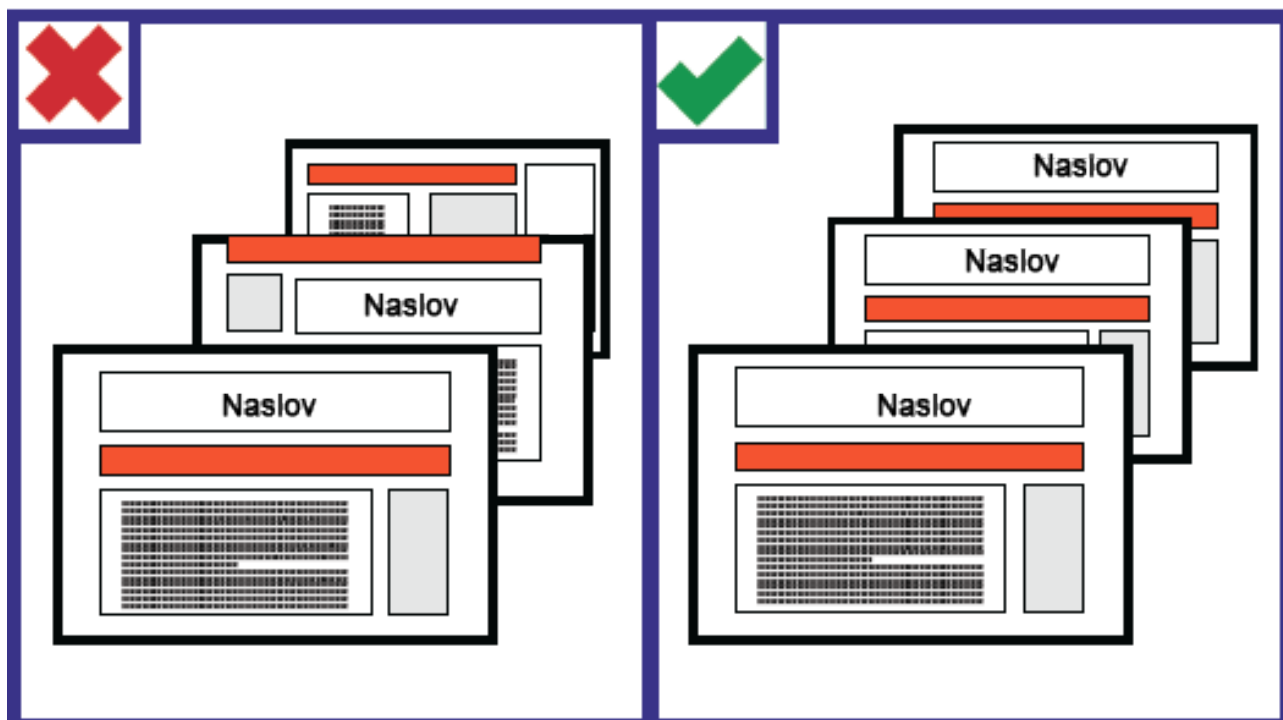
Budite dosledni sa rasporedom navigacije

Dosledan i dobro raspoređen sadržaj olakšava korisniku kretanje po veb-sajtu i pomaže mu da pronađe željeni sadržaj.

Raspored, struktura i boja sadržaja bi trebalo da budu dosledni kako bi se olakšalo pronalaženje informacija. Izuzetak bi mogla da bude početna stranica, koja ukoliko je to neophodno, može imati drugačiji format/redosled.

Postavljanje i izgled elemenata koji se ponavljaju više puta, kao što je logo, navigaciona traka i stil naslova treba da budu isti svuda.

Na svakoj stranici postavite link koji korisnika vraća na početnu stranicu.



Koristite doslednu strukturu i raspored

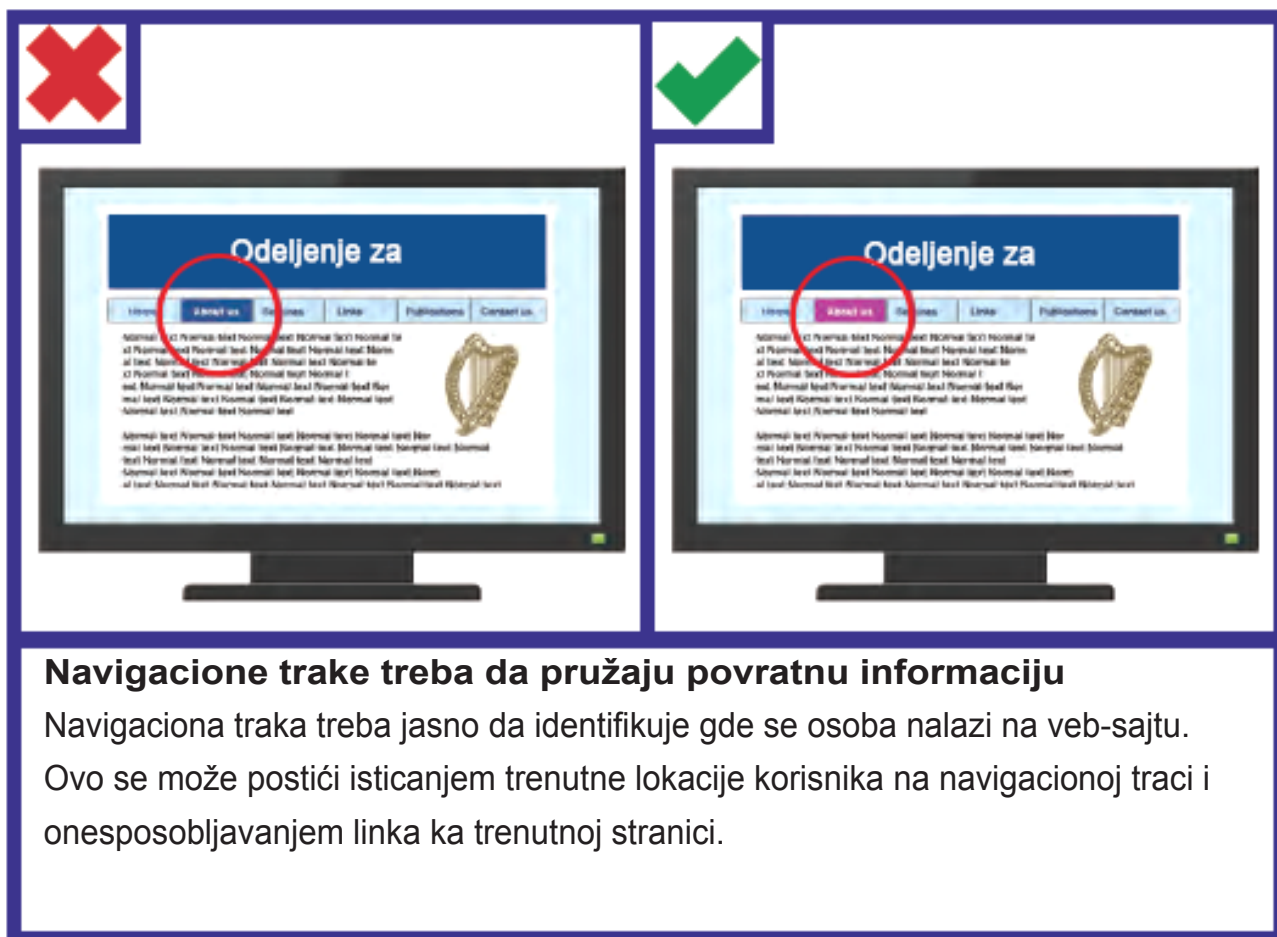
Doslednim predstavljanjem elemenata koji se ponavljaju kao što su navigaciona traka, naslovi i logo doprinosi se lakšoj navigaciji.

Navigacione trake treba da budu takve da ih je lako prepoznati i razlikovati

Koristite jasne navigacione trake koje je lako razlikovati od ostatka sadržaja.

Navigacione trake treba da pružaju povratnu informaciju

Navigaciona traka treba jasno da identifikuje gde se osoba nalazi na veb-sajtu. Ovo se može postići isticanjem trenutne lokacije korisnika na navigacionoj traci i onesposobljavanjem linka ka trenutnoj stranici.



Navigacione trake treba da pružaju povratnu informaciju

Navigaciona traka treba jasno da identifikuje gde se osoba nalazi na veb-sajtu.

Ovo se može postići isticanjem trenutne lokacije korisnika na navigacionoj traci i onesposobljavanjem linka ka trenutnoj stranici.

Obezbedite da se veb-sajt pojavljuje i radi na predvidljiv način

Rad veb-sajtova, aplikacija i onlajn okruženja treba da bude intuitivan i predvidljiv. Veb-sajtovi obično imaju utvrđenu strukturu. Ovo pomaže ljudima da se lako kreću kroz nove veb-sajtove i da pronađu željene informacije.

Vaš veb-sajt treba da bude intuitivan i jednostavan za korišćenje za sve korisnike. Primeri prethodno utvrđenih funkcija, koji čine navigaciju intuitivnijom su:

- **Navigacija sa putanjom (Breadcrumb navigation):** pruža informacije o poziciji trenutne stranice u strukturi celokupnog veb-sajta i obezbeđuje navigaciju ka višim nivoima.
- Primer ove vrste navigacije je Početna strana (Home) > O nama (About) > Usluge (Services).
- **Odeljak gde je prikazan pregled sadržaja stranice:** kod dugih stranica treba obezbediti pregled sadržaja koji se nalazi na stranici.

- **Primarna navigaciona traka:** najčešće postavljena horizontalno blizu vrha stranice.
- **Polje za pretraživanje:** najčešće se nalazi na vrhu stranice. Ovo polje treba da bude vidljivo na svakoj stranici bez pomeranja klizne trake.

Ukoliko je to moguće i prigodno, sadržaj veb-sajta treba da bude upotrebljiv na različitim uređajima

Internet sadržaji i aplikacije bi trebalo da mogu da se koriste od strane najšireg mogućeg spektra pretraživača, uređaja i asistivnih tehnologija, tako što će primenjivati fluidan dizajn i relativne širine. (Napomena: Razgovarajte sa svojim veb dizajnerom o stranicama „prilagodljivog dizajna“).



Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna

Sistemi i servisi digitalne i onlajn komunikacije

.....

Sistemi i servisi digitalne i onlajn komunikacije

- ☐ Celokupna navigacija treba da bude u potpunosti pristupačna preko tastature.
- ☐ Budite dosledni sa rasporedom navigacije.
- ☐ Navigacione trake treba da budu takve da ih je lako prepoznati i razlikovati od ostatka sadržaja.
- ☐ Navigacione trake treba da pružaju povratnu informaciju koja identifikuje gde se korisnik nalazi na veb-sajtu.
- ☐ Obezbedite dovoljno vremena korisniku da može da pročita, razume i odgovori na informaciju.
- ☐ Obezbedite da se veb-sajt pojavljuje i radi na predvidljiv način, koji je intuitivan za korišćenje.
- ☐ Internet sadržaji i aplikacije bi trebalo da mogu da se koriste od strane najšireg mogućeg spektra pretraživača, uređaja i asistivnih tehnologija.
- ☐ Izbegavajte iskaćuće prozore (pop-ups).

Onlajn (elektronski) obrasci

Obrasci moraju biti pravilno strukturirani i optimizovani tako da korisnici mogu da ih popune bez greške.

Smernice za dizajn obrazaca su:

- Obrascu dajte jasan naslov. Odmah na početku navedite kome je namenjen obrazac i koja je njegova svrha.
- U crticama na prvoj strani napišite uputstva.
- Obavezno objasnite sve uslove i odredbe koristeći terminologiju koju svako može da razume.
- Ako korisnikova pretraga nema rezultata, predložite neke alternative koje mu mogu pomoći.
- Podelite obrazac na jasne i logične delove sa informativnim naslovima i jasnom numeracijom.
- Izbegavajte nepotrebna pitanja i pitanja koja se ponavljaju.
- Jasno naznačite koja polja su obavezna i moraju da se popune.
- Obezbedite dovoljno mesta za davanje odgovora.
- Gde je to moguće, za davanje odgovora koristite polja za unos teksta umesto linija.
- Obezbedite jasnu putanju koja vodi kroz obrazac.
 - Izbegavajte obrasce sa više kolona, ako nije neophodno.
 - Izbegavajte „nazubljeni“ neravan izgled.
- Budite sigurni da je kvadratić koji treba označiti kako bi se dao odgovor jasno povezan sa odgovorom.
- Budite sigurni da je debljina okvira kvadratića za označavanje i linija koje su predviđene za davanje odgovora najmanje 1 tačka.
- Mnogi korisnici se kreću od polja do polja obrasca koristeći tastere. Kako biste podržali ovu aktivnost, koristite raspored elemenata na obrascu i ako je neophodno tabindeks atribut u HTML-u.
- Neka dugmići „dalje“ i „pošalji“ budu lako uočljivi i prepoznatljivi. Ovo je izuzetno važno kada su postavljeni pored konkurentnih dugmića kao što je „nazad“.

- Koristite najjednostavniji način da predstavite opcije:
 - Za manje od sedam opcija preporučuje se korišćenje kvadratića za označavanje kvačicom.
 - Za više od sedam opcija preporučuje se korišćenje padajućeg menija.

 Ime i prezime imejl adresa telefon (mobilni)	 Ime i prezime imejl adresa telefon (mobilni)
datum rođenja	datum rođenja (na primer: 01 – 01 – 1991) DD MM GGGG
Obezbedite jednostavan raspored prostora za pitanja i odgovore Izbegavajte „nazubljeni“ neravni izgled. Obezbedite jasnu putanju koja vodi kroz obrazac i pružite smernice koje će pomoći korisnicima da popune obrazac bez greške. -----	

	☐ Aranđelovac ☐ Beograd ☐ Valjevo ☐ Vranje ☐ Jagodina ☐ Kragujevac ☒ Kraljevo ☐ Niš ☐ Novi Sad		Kraljevo ▲ ▼ Aranđelovac Beograd Valjevo Vranje Jagodina Kragujevac Kraljevo Niš
Za više od sedam opcija preporučije se korišćenje padajućeg menija			

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna

Sistemi i servisi digitalne i onlajn komunikacije

.....

Kontrolna lista za onlajn (elektronske) obrasce

- ☐ Obrascu dajte jasan naslov.
- ☐ Na početku obrasca dajte jasna uputstva.
- ☐ Poređajte pitanja po logičnom redosledu.
- ☐ Grupišite slična pitanja ispod informativnih naslova.
- ☐ Izbegavajte nepotrebna pitanja i pitanja koja se ponavljaju.
- ☐ Jasno naznačite koja polja je obavezno popuniti.
- ☐ Numeracija treba da bude što jednostavnija.
- ☐ Jasno naznačite mesta gde se očekuje davanje odgovora.
- ☐ Obezbedite laku navigaciju kroz obrazac.
- ☐ Obezbedite da korisnik može lako da izabere ponuđenu opciju.
- ☐ Neka dugmići „dalje“ i „pošalji“ budu lako uočljivi i prepoznatljivi.

Poruke koje javljaju greške

Ako se od osobe očekuje da popuni obrazac na Internetu, po završetku popunjavanja, obrazac bi trebalo potvrditi. Ovime se osigurava ispravnost datih informacija pre nego što se obrazac pošalje dalje. Ukoliko se identifikuje greška u obrascu, nastupa proces od tri koraka kojim se vrši ispravka greške:

1. Obavestite korisnika o postojanju greške na očigledan način koji je jednostavan za razumevanje

Postoji nekoliko načina da obavestite korisnika o postojanju greške:

- Razmotrite zamene za iskaćuće prozore kako biste izbegli poteškoće koje oni izazivaju za ljude koji koriste čitače ekrana i druge asistivne tehnologije.
- Obezbedite poruku o grešci na samoj stranici.
- Postavite poruku o grešci odmah na početak sledeće stranice ili postavite fokus direktno na nju.
- Istaknite grešku. Ovo se radi i bojom i simbolima (kao što je *). Greške ne treba prikazivati samo korišćenjem druge boje.

2. Ukažite na to gde se greška nalazi na samom obrascu

Ako je napravljena jedna greška, možda bi bilo bolje prikazati poruku i postaviti fokus na deo koji se nalazi odmah ispred dela obrasca u kome je greška napravljena.

Ako je napravljeno više grešaka, neispravne informacije obično bi trebalo prikazati zajedno. Osobi koja popunjava obrazac je takođe korisno da bude obaveštena o broju grešaka.

3. Dozvolite korisniku da ponovo pošalje i ponovo potvrdi obrazac





***Greška**
nedostaju označeni podaci

***Ulica**

***Grad**

***Država**



Greške ne treba prikazivati samo korišćenjem druge boje

Greška koja je nastala u popunjavanju obrasca treba da se istakne drugom bojom i simbolom (kao što je *).

Lozinka i podaci o prijavljivanju

Uputstva treba postaviti ispred polja za unos lozinke

Na primer, kod kreiranja lozinke, treba obezbediti podsetnik za to da lozinka treba da sadrži mala slova i da se sastoji od najmanje šest slova bez razmaka. Ova uputstva treba da budu postavljena ispred polja u koji se unose korisnički podaci koji se odnose na prijavljivanje



Lozinka (Najmanje šest karaktera. Bez razmaka)



Lozinka, (Najmanje šest karaktera. Bez razmaka)

Uputstva treba postaviti ispred polja za unos lozinke

Poruke koje najavljuju prekid započete aktivnosti

Obezbedite korisniku dovoljno vremena da pročita, razume i odgovori na informaciju

Ovo možete učiniti tako što ćete utvrditi koje su vremenski ograničene aktivnosti. Na primer, pri popunjavanju obrasca, korisniku se daje obaveštenje „imate 15 minuta da popunite ovaj obrazac“. Preporučuje se dodavanje opcije za pružanje dodatnog vremena za vremenski ograničene aktivnosti.

Trudite se da izbegavate prekidanje započete aktivnosti i vremenska ograničenja

Tamo gde postoje vremenska ograničenja i prekidi započelih aktivnosti zbog isteka prethodno određenog vremena, obezbedite mogućnost korisniku da traži dodatno vreme kako bi završio aktivnost. Razmislite o tome da li korisnik mora da traži ili prethodno pripremi neku od informacija koje treba da unese u obrazac.

Ako dođe do prekida, pokušajte da pružite korisniku mogućnost da ponovo pokrene proces, a da pritom ne izgubi podatke koje je prethodno uneo.

CAPTCHA test

Ako je moguće izbegavajte upotrebu CAPTCHA testa

Međutim, tamo gde u obrascima moraju da se sprovedu mere protiv neželjene pošte, koristite tehnike Konzorcijuma W3 koje omogućavaju pristupačnost CAPTCHA testa. Ovo obično podrazumeva obezbeđivanje CAPTCHA testa u više različitih formata (na primer, vizuelnoj i audio verziji), kao i postojanje tekstualnih alternativa koje opisuju ove formate.

Saznajte više

Konzorcijum W3 (W3C) pruža informacije o [nepristupačnosti CAPTCHA testa: alternative vizuelnom tjuringovom testu na Internetu](#).

Pretraživanje

Pretraživanje je jedan od glavnih načina na koji ljudi pronalaze željene sadržaje na Internetu. Većina poseta vašem veb-sajtu obično započinje pretragom uz pomoć nekog od Internet pretraživača (kao što je Google). Ljudi koji preko Internet pretraživača dođu na vaš veb-sajt najverovatnije nisu videli nijednu drugu stranicu koja je u sastavu vaš veb-sajta; zato je izuzetno važno da mogu brzo da shvate gde se nalaze i gde žele da idu dalje.

Vaš veb-sajt treba da pomogne posetiocima u pronalaženju sadržaja koji im je najpotrebniji. Ovo ćete postići tako što ćete:

- Koristiti webmaster alate kako biste bili sigurni da je Internet pretraživač indeksirao vašu stranicu. Ovo se naziva optimizacija pretraživača (SEO).
- Proveravati veb analitiku i webmaster alate kako biste utvrdili kako možete da unapredite vidljivost vaše stranice kod Internet pretraživača.
- Biti sigurni da su vam nazivi metapodataka i opisi adekvatni.

U okviru veb-sajta obezbedite pretragu koja je jednostavna za korišćenje

Kada ljudi pokušavaju da pronađu određeni sadržaj na vašoj stranici (i ako nije lako pronaći gde se ovaj sadržaj nalazi), oni će najverovatnije upotrebiti polje za pretragu koje se nalazi na samoj stranici. Smernice koje se nalaze ispod će vam pomoći da napravite pretraživač stranice koji je jednostavan za korišćenje:

- Pretraživač koji je na vašoj stranici treba da funkcioniše kao i svaki drugi Internet pretraživač koji su vaši korisnici navikli da koriste (na primer, Google).
- Rezultati pretrage treba da budu poređani po značaju. Ne treba da postoje duplikati rezultata.
- Stranica na kojoj se nalaze rezultati pretrage treba da prikaže termin za koji je izvršena pretraga, kao i broj pronađenih podudaranja.
- Pretraga bi trebalo da obuhvati i pogrešno napisane reči i varijacije u pravopisu, posebno za najvažnije termine koji se pretražuju.

Obezbedite osnovni oblik pretraživača

Većina ljudi koristi samo osnovni oblik i ne voli da bira između različitih vrsta pretraživača. Iz toga razloga se preporučuje da glavni pretraživač u okviru vaše stranice bude jednostavnog oblika. Ukoliko na vašoj stranici nudite i opciju napredne pretrage, postarajte se da ona ne komplikuje ovu drugu osnovnu pretragu.

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna

Sistemi i servisi digitalne i onlajn komunikacije

.....

Kontrolna lista za poruke koje javljaju greške

Kada nastane greška:

- ☐ Na očigledan i lako razumljiv način obavestite korisnika o tome da je napravljena greška.
- ☐ Navedite broj grešaka i gde se nalaze na obrascu.
- ☐ Omogućite korisniku da ponovo pošalje i potvrdi ispravnost obrasca.

Kontrolna lista za podatke o prijavljivanju

- ☐ Smernice/uputstva treba postaviti ispred polja za unos podataka o prijavljivanju.

Kontrolna lista za poruke koje najavljuju prekid aktivnosti

- ☐ Najbolje bi bilo izbegavati prekidanje aktivnosti zbog isteka vremena, kao i vremenska ograničenja.

Kontrolna lista za CAPTCHA testove

- ☐ Gde god je to moguće, izbegavajte CAPTCHA testove.
- ☐ Postavite više različitih formata CAPTCHA testova (na primer, vizuelne i audio verzije).

Kontrolna lista za pretraživanje

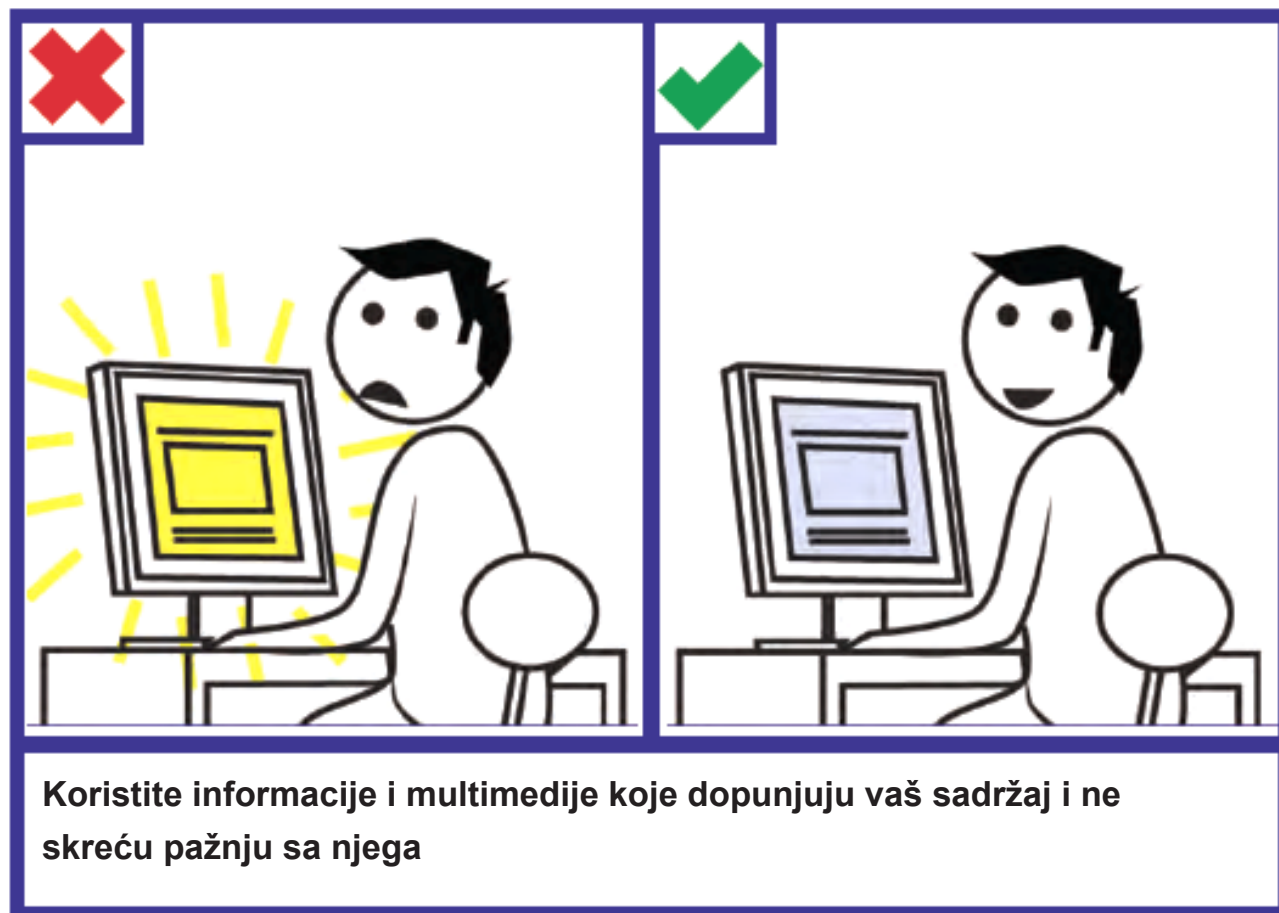
- ☐ Obezbedite jednostavan pretraživač na vašem veb-sajtu.
- ☐ U rezultate pretrage uključite korisne predloge i alternativne opcije.

Multimedija, slike i boja

U nastavku slede ključne smernice za upotrebu multimedija:

Vaš dizajn treba da istakne informaciju, a ne da skreće pažnju sa nje

Koristite elemente kao što su video zapisi i animacije kako biste dopunili ili unapredili vaš sadržaj, a ne kako biste skretali pažnju sa njega.



Obezbedite inkluzivnost multimedija

Obezbedite da multimedijalni sadržaj ne sprečava pristup informacijama onim korisnicima koji ne mogu da ga vide, čuju ili puste.

- Treba izbegavati upotrebu video plejera za puštanje multimedijalnih sadržaja. Sav video sadržaj treba da koristi HTML5 za puštanje sadržaja MP4 ili OGG formata.
- Kod ugrađenih multimedijalnih sadržaja treba obezbediti link prema samostalnoj verziji.

- Obezbedite postojanje opcija za preskakanje, pauziranje i prekidanje prezentacije.
- Obezbedite titlove za sav multimedijalni sadržaj, tako da ga mogu koristiti svi bez obzira na jačinu zvuka pri puštanju. Ovo je izuzetno važno s obzirom na to da jedna od sedam osoba ima oštećenje sluha.
- Tamo gde nema titla, obezbedite transkript multimedijalnih sadržaja. Transkript možete postaviti na istu stranu na kojoj se nalazi sadržaj ili ostavite link prema nekoj drugoj stranici na koju ćete postaviti transkript.
- Ako koristite slajd-šou (takođe poznat i kao „vrteška“) obezbedite njegovu pristupačnost.

Saznajte više

Dodatne informacije o gluvima možete pronaći u odeljku „Komunikacija sa gluvim i nagluvim osobama“.

Informacije o tome kako možete kreirati pristupačan slajd-šou možete pronaći na [Internet stranici „Vrteška“ Konzorcijuma W3](#).

Izbegavajte sadržaj koji trepće više od tri puta u sekundi

Česti treptaji mogu izazvati napade kod nekih ljudi.

Slike

Neke od ključnih smernica za korišćenje slika uključuju:

- Kada postavljate slike ili grafikone istu informaciju pružite i kroz alt tekst.
- Izbegavajte stavljanje teksta u okviru slike.

Boja

Obezbedite dobar kontrast između boje teksta i pozadine

Kontrast između teksta i pozadinskih elemenata utiče na lakoću čitanja informacija.

Ključne smernice za postizanje odgovarajućeg kontrasta boja su:

- Obezbedite jak kontrast između boje teksta i pozadine.
- Ukoliko koristite beo tekst obavezno izaberite boju pozadine koja je dovoljno tamna da pruži odgovarajuć kontrast. Najbolji kontrast se postiže kada se kombinuju izrazito tamne boje sa izrazito svetlim bojama.
- Izbegavajte kombinacije žute i plave, kao i zelene i crvene boje, jer ove boje teško razlikuju osobe sa daltonizmom.
- Svetao tekst na tamnoj pozadini u većini slučajeva izgleda manji, zbog čega ćete možda morati da povećate veličinu i koristite deblja slova.
- Izbegavajte stavljanje teksta preko slike ili šarene pozadine jer otežava čitanje.

Savet

Odštampane stranicu u crno-belom varijanti. Ovo će vam pomoći da vidite da li ste postigli dovoljan kontrast.

Alati

Koristite analizador kontrasta kako biste bili sigurni da je postignut dovoljno jak kontrast između boje pozadine i onoga što se na njoj nalazi. [WebAim](#) nudi uslugu onlajn analizatora kontrasta, koji takođe pruža smernice za nivo kontrasta kod normalnog i krupnog teksta.

	 Izbegavajte korišćenje svetlog teksta na svetloj pozadini
	 Izbegavajte da stavljate tekst na šarene pozadine
	 Obezbedite dobar kontrast između boje teksta i pozadine
	 Povećavanjem debljine ili veličine svetlog teksta na tamnoj pozadini tekst postaje lakši za čitanje

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna

Sistemi i servisi digitalne i onlajn komunikacije

.....

Kontrolna lista za multimedije

- ☐ Koristite dizajn koji će da unapredi informaciju, a ne da skrene pažnju sa nje.
- ☐ Obezbedite postojanje opcija za preskakanje, pauziranje i prekidanje prezentacije.
- ☐ Ponudite različite veličine dokumenata za preuzimanje.
- ☐ Izbegavajte sadržaje koji trepću više od tri puta u sekundi.
- ☐ Obezbedite natpise/titlove za multimedijalne sadržaje.
- ☐ Tamo gde nema natpisa/titlova, obezbedite transkript.

Kontrolna lista za slike

- ☐ Obezbedite alt tekst koji predstavlja istu informaciju koja je predstavljena na slici ili grafikonu.
- ☐ Izbegavajte da stavljate tekst preko slike.

Kontrolna lista za boje

- ☐ Obezbedite jak kontrast između boje teksta i pozadine.
- ☐ Pažljivo birajte kombinacije boja.
- ☐ Povećajte veličinu ili debljinu svetlih slova na tamnoj pozadini.

Pristupačnost zasnovana na smernicama za pristupačnost onlajn sadržaja 2.1 (WCAG 2.1)

.....

Smernice za pristupačnost onlajn sadržaja (WCAG) 2.1 pokrivaju širok spektar preporuka koje se odnose na kreiranje pristupačnijeg onlajn sadržaja.

Prema Konzorcijumu W3, sadržaj koji se nalazi na veb-sajtu ili aplikaciji (uključujući tekst, slike, obrasce i zvukove) treba da bude:

- **Uočljiv:** upotrebljiv bez obzira na to da li osoba može da ga vidi, čuje ili dodirne.
- **Funkcionalan:** upotrebljivi obrasci, kontrole i navigacija.
- **Razumljiv:** sadržaj i okruženje (interfejs) treba da budu jasni i jednostavni za razumevanje.
- **Robustan:** može pouzdano da se koristi pomoću širokog spektra različitih uređaja.

Važno je da se kontinuirano brine o pristupačnosti. Iako veb-sajt u trenutku postavljanja možda poštuje odredbe WCAG 2.0, ove standarde je potrebno zadržati i kada se dodaju novi sadržaji i funkcije.

Faktori koji pomažu da se unapredi pristupačnost uključuju:

- Upotrebu jasnih oznaka za navigaciju i važne dugmiće.
- Korišćenje jasnih i jednostavnih izraza.
- Obezbeđivanje da informacija ne zavisi samo od boje.
- Ponudu pristupačnih dokumenata.
- Obezbeđivanje alt teksta, transkripta ili natpisa/titlova za video i audio sadržaje. Takođe se može dodati i kratak rezime koji prikazuje o čemu govori video ili audio zapis.
- Predstavljanje informacija na više različitih načina.
- Na primer, ponudite osobi informaciju koja je predstavljena korišćenjem krupnijih slova, Brajevim pismom ili u formatu „lako za čitanje“.
- „Lako za čitanje“ je format koji je osmišljen tako da je sadržaj koji je u njemu

predstavljen jednostavan za čitanje i razumevanje. Ovaj format je posebno koristan za osobe sa intelektualnim smetnjama, mlađe čitaoce i osobe sa niskim stepenom pismenosti. Sadržaj teksta koji je u formatu „lako za čitanje“ je načešće dopunjen slikama i grafikonima kojima se objašnjava tekst.

- Procenu pristupačnosti veb-sajta. U procesu pripreme i redizajniranja veb-sajta, rana procena pristupačnosti, kao i procena koja se obavlja u toku procesa mogu rezultirati prepoznavanjem problema koji se odnose na pristupačnost u trenutku kada ih je lakše otkloniti.

Alati

Konzorcijum W3 (W3C) je sastavio listu [alata za procenu veb pristupačnosti](#).

Mobilni veb sadržaj i aplikacije

.....

Ove smernice su pripremljene kako bi se unapredilo korisničko iskustvo kod pristupanja Internet sadržaju preko mobilnih uređaja. U nastavku teksta slede primeri dobre prakse koje je razvio Konzorcijum W3 kako bi se obezbedio sadržaj koji je upotrebljiv i kada mu se pristupa preko mobilnih uređaja:

- Korisnici bi trebalo da mogu da pristupe željenom sadržaju sa različitih uređaja, bez obzira na razlike koje se odnose na mogućnosti prezentovanja i metode pristupa.
- Na vrh stranice postavite samo osnovni oblik navigacije.
- Iskoristite funkcionalnosti i prednosti mobilnih uređaja kako biste obezbedili bolje korisničko iskustvo.
- Dodelite prečice za funkcije koje se najčešće koriste.
- Ne dovodite do pojavljivanja iskaćućih i drugih vrsta prozora i ne menjajte trenutni prozor, a da pre toga ne obavestite korisnika.
- Podelite stranice na upotrebljive delove ograničene veličine.

- Budite sigurni da ukupna veličina stranice odgovara kapacitetu memorije uređaja.
- Ne koristite slike koje neki uređaji ne mogu da otvore. Izbegavajte velike slike ili one koje imaju visoku rezoluciju, osim ukoliko je to neophodno kako se ne bi izgubila neka važna informacija.
- Obezbedite da je informacija koja je prikazana u boji takođe dostupna i bez boje.
- Obezbedite da izabrane boje teksta i pozadine prave jak kontrast.
- Ne koristite tabele, ako nije poznato da ih uređaji podržavaju. Tabelarni podaci mogu predstavljati izazov čak i za korisnike koji su iskusni kada je u pitanju čitanje ekrana. Važno je da su podaci koje predstavljate u obliku grafikona ili tabela takođe dostupni i u obliku teksta. Neka tabele koje koristite budu što jednostavnije i obratite pažnju na to da su pravilno označene.
- Šaljite sadržaj u formatu koji znate da podržava većina uređaja. Koristite ponuđene stilove tabela kako biste kontrolisali raspored prezentacije, osim ako znate da ih uređaju ne podržavaju.
- Obezbedite informativne poruke koje javljaju greške, kao i navigaciona sredstva koja će korisnika odvesti sa poruke o grešci nazad do korisne informacije.

Saznajte više

Ako želite da saznate kako možete da testirate pristupačnost mobilnog Internet sadržaja posetite stranicu na kojoj je predstavljena [Metodologija za testiranje pristupačnosti mobilnog sadržaja](#).

Aplikacije za pametne telefone i uređaje

Svi pametni telefoni obično imaju ugrađene karakteristike i funkcije pristupačnosti, koje pružaju platformu na kojoj se mogu graditi aplikacije (aplikacije).

Ako razvijete aplikaciju za javnost, ponuđeni sadržaj i okruženje (interfejs) treba da slede smernice dobre prakse koje je razvio Konzorcijum W3. Ove smernice uključuju:

- Umereno korišćenje kolačića. Kolačići su uobičajeno i efikasno sredstvo za čuvanje malih količina informacija o korisniku aplikacije. Oni se obično koriste za personalizaciju podataka i čuvanje tokena koji predstavljaju identitet osobe kako bi se omogućilo automatsko prijavljivanje.
- Uverite se da je osoba obaveštena o korišćenju ličnih podataka i podataka o uređaju.
- Dozvolite osobi da kontroliše ponašanje aplikacije koje možda inače nije očigledno, kao što su pristup mreži i pristup podacima o uređaju.
- Omogućite automatsko prijavljivanje.
- Smanjite veličinu aplikacija i podataka.
- Telefonske brojeve napravite da budu „poziv na klik“.
- Optimizujte vreme koje je potrebno za pokretanje aplikacija. Vreme potrebno za pokretanje aplikacije snažno utiče na kvalitet korisničkog iskustva.

Saznajte više

Za informacije o kreiranju pristupačnih iPhone aplikacija posetite [iOS Vodič za pristupačno programiranje](#).

Za informacije o kreiranju pristupačnih Android aplikacija posetite [Učinite aplikacije pristupačnijim](#).

[TPG Testiranje mobilne pristupačnosti za Android i iOS](#) (PDF, 2.6MB) je besplatan i pristupačan PDF u kome je opisano kako se sprovodi testiranje pristupačnosti izvornih aplikacija i Interneta na Android i iOS uređajima.

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna Sistemi i servisi digitalne i onlajn komunikacije

.....

Kontrolna lista za mobilni Internet sadržaj i aplikacije

- ☐ Korisnici bi trebalo da mogu da pristupe željenom sadržaju sa različitih uređaja, bez obzira na razlike koje se odnose na mogućnosti prezentovanja i metode pristupa.
- ☐ Dodelite prečice za funkcije koje se najčešće koriste.
- ☐ Podelite stranice na upotrebljive delove ograničene veličine.
- ☐ Budite sigurni da ukupna veličina stranice odgovara kapacitetu memorije uređaja. Za aplikacije - smanjite veličinu aplikacije i podataka.
- ☐ Ako je moguće, izbegavajte velike slike ili one koje imaju visoku rezoluciju.
- ☐ Obezbedite da je informacija koja je prikazana u boji takođe dostupna i bez boje.
- ☐ Obezbedite da izabrane boje teksta i pozadine prave jak kontrast.
- ☐ Šaljite sadržaj u formatu koji znate da podržava većina uređaja.
- ☐ Obezbedite informativne poruke koje javljaju greške, kao i navigaciona sredstva koja će korisnika odvesti sa poruke o grešci nazad do korisne informacije.

Smernice za elektronsku poštu (imejl) i biltene

U tekstu ispod su predstavljene smernice koje se odnose na komunikaciju sa korisnicima pomoću elektronske pošte i biltena.

Pisanje sadržaja za Internet

Ljudi drugačije pristupaju tekstu koji je na Internetu nego štampanom tekstu.

Izaberite boju fonta koja će pružiti dobar kontrast

Jednostavni crno-beli imejlovi su dovoljni za većinu komunikacije koja se obavlja preko imejla, međutim, neki ljudi vole da koriste slova druge boje. Ako birate drugu boju teksta, budite sigurni da izabrana boja pravi dobar kontrast sa bojom pozadine, na primer, tamno plava ili tamno zelena.

Izaberite format

Imejlove, automatska obaveštenja koja se šalju preko imejla i biltene možete pisati koristeći običan tekst, obogaćen tekst (Rich Text Format) ili HTML (jezik za označavanje hiperteksta). Dobra praksa je, međutim, pružiti opciju da se bira između običnog teksta i HTML-a.

Imejl u formatu običnog teksta je pogodan za najjednostavniju i rutinsku korespondenciju. Prednosti formata običnog teksta su:

- Kompatibilan je sa svim sistemima elektronske pošte.
- Koristi najmanju količinu snage procesora i prostora za čuvanje podataka.
- Kompatibilan je sa svim oblicima asistivne tehnologije.

Međutim, ograničenje običnog teksta je to što ne možete primeniti formatiranje teksta, a linkovi su ograničeni na pune URL adrese koje nisu jednostavne za korišćenje.

Obogaćen tekst (Rich Text) vam dozvoljava da dodajete formatiranje u vaš tekst. Možete da podebljate i podvučete tekst, kao i da ubacujete linkove u njega. Obogaćen tekst vam ne dozvoljava da dodate „semantičku strukturu“ kao što su naslovi, koji pomažu korisnicima koji koriste čitače ekrana da se kreću kroz dugačka, komplikovana dokumenta.

HTML format se preporučuje kao najpristupačniji format elektronske pošte, pošto vam dozvoljava da formatirate i strukturirate sadržaj vaše poruke. Imejlovi kreirani u HTML formatu mogu da sadrže pogodnosti koje se mogu naći na standardnoj veb stranici.

Obezbedite alternativni (alt) tekst za slike i grafikone

U slučaju da su slike nedostupne (na primer, ako uređaj nije u mogućnosti da prikaže sliku ili je osoba slepa ili slabovidna) iste informacije se moraju pružiti na drugačiji način. Alt tekst se koristi kako bi se prenela ista poruka koja je predstavljena u obliku slike. Ovo treba primeniti na sve slike.

Naslov (subject) vašeg imejla treba da bude jasan i deskriptivan

Ovo će pomoći osobi da odmah prepozna sadržaj imejla.

Ukoliko dodajete dokumenta kao priloge, obavezno im dajte jasna i deskriptivna imena

Ovo olakšava prepoznavanje sadržaja svakog pojedinačnog dokumenta u prilogu.

Obavestite osobu kojoj šaljete imejl ako ste priložili dokument

U telu poruke treba navesti da je dokument priložen u različitim formatima. Svi formati koji se koriste treba da budu pristupačni.

Obavestite osobu o tome kada može očekivati odgovor

Pružanjem informacije korisniku o tome kada može očekivati odgovor poboljšavate komunikaciju i samim time unapređujete njihovo korisničko iskustvo.

Bilteni

Digitalni bilteni su najčešće kombinacija imejla u HTML formatu koji korisniku stiže u elektronsko sanduče (inbox) i koji ga zatim povezuje sa „mikro sajtom“ na kome se nalaze dodatne informacije.

Obezbedite da vaši bilteni prate smernice koje su predstavljene ranije u Priručniku, a koje se odnose na:

- **Pisanje dobrog Internet sadržaja**
- **Elektronsku poštu**
- **Dizajn i razvoj funkcionalnih veb-sajtova**

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna Sistemi i servisi digitalne i onlajn komunikacije

.....

Kontrolna lista za elektronsku poštu i biltene

- ☐ Izaberite boju teksta koja pravi dobar kontrast sa bojom pozadine.
- ☐ Izaberite odgovarajući format imejla. Dobra praksa je pružiti opciju da se bira između običnog teksta i HTML-a.
- ☐ Obezbedite alternativni (alt) tekst za slike i grafikone.
- ☐ Svi prilozi treba da budu pristupačni.
- ☐ Naslov vašeg imejla treba da bude jasan i deskriptivan.
- ☐ Sva dokumenta u prilogu treba da imaju jasna i deskriptivna imena.
- ☐ Obavestite osobu kojoj šaljete imejl ako ste priložili dokument.
- ☐ Obavestite osobu o tome kada može očekivati odgovor.

Pristupačna dokumenta

Pristupačnost oflajn dokumenata

Mnoge organizacije koriste svoj veb-sajt kao glavno sredstvo za objavljivanje i razmenu dokumenata i informacija. Važno je da korisnici znaju šta preuzimaju i da je taj sadržaj upotrebljiv i pristupačan. Ovo se odnosi i na dokumenta koja se korisnicima šalju putem elektronske pošte.

Prilikom objavljivanja dokumenata na Internetu, obratite pažnju na to da koristite formate koji su najlakši za čitanje. Dokumenta koja su u PDF i Microsoft Word formatu se lako mogu učiniti pristupačnim. Ovo se međutim ne dešava automatski, zbog toga u svim fazama razvoja dokumenata treba voditi računa o njihovoj pristupačnosti.

Za početak, sva dokumenta koja se mogu preuzeti treba da imaju predstavljen rezime u HTML formatu, kao i detalje o formatu dokumenta i njegovoj veličini.

Kako učiniti dokument pristupačnim

Ne treba vam poseban program da učinite dokument pristupačnim, samo treba da prilikom pripreme dokumenta uzmete u obzir određene karakteristike (kao što su veličina slova i kontrast boja). Ovo će pomoći korisnicima da lakše pročitaju i razumeju ono što je napisano – posebno će značiti korisnicima koji koriste asistivne tehnologije, kao što je čitač ekrana.

Smernice koje slede će vam pomoći da olakšate pristup vašim dokumentima, kao i njihovo razumevanje i upotrebu.

Napravite strukturu dokumenta tako što ćete koristiti stilove naslova

Dobra struktura naslova je verovatno najvažnija karakteristika pristupačnosti u većini Microsoft Word dokumenata.

Veliki broj ljudi ne koristi prave stilove naslova u Microsoft Word dokumentima. Na primer, kada pišu naslove oni jednostavno promene vrstu fonta, povećaju slova i podebljaju ih. Problem je u tome što programi za čitanje ekrana ovakav tekst ne prepoznaju kao naslov, jer je njihova navigacija podešena da prepozna prethodno

utvrđene stilove naslova. Dakle, u suštini, program ne može da prepozna da postoji struktura teksta. U programu Microsoft Word ispravan način za kreiranje strukture je korišćenje opcije „Stil reči“ (Word Style) koji se nalazi u okviru kartice „Početna strana“ (Home).

Koristite prethodno formirane stilove crtica (bullet points), numeracije (numbering) i tabela (tables)

Koristite prethodno utvrđene formate kao što su crtice, numeracija i tabele kako biste kreirali strukturu vašeg dokumenta. Ova struktura će kasnije moći da se prenese u druge formate, kao što je PDF, što će olakšati navigaciju kroz dokument.

Kod dužih dokumenata kreirajte sadržaj

Za dokumenta koja imaju više od 10 strana treba kreirati sadržaj. Ovo će olakšati pronalaženje konkretnih informacija. Dodatno, ukoliko ste prethodno u dokumentu koristili utvrđene stilove naslova, to će učiniti kreiranje sadržaja neuporedivo jednostavnijim.

Obezbedite alternativni (alt) tekst

U slučaju da su slike nedostupne (na primer, ako uređaj nije u mogućnosti da prikaže sliku ili je osoba slepa ili slabovidna) iste informacije se moraju pružiti na drugačiji način. Alt tekst se koristi kako bi se prenela ista poruka koja je predstavljena u obliku slike. Ovo treba primeniti na sve slike.

Popunite svojstva dokumenta

Popunite svojstva dokumenta (autor, naslov, predmet, ključne reči). U polju za ostavljanje komentara treba ostaviti link koji vodi nazad na veb-sajt, ukoliko već ne postoji link u telu dokumenta.

Sačuvajte ili prebacite dokument u PDF

Sačuvajte ili prebacite svoj dokument u PDF. Ovo možete učiniti tako što ćete kliknuti na opciju „Sačuvaj kao“ (Save as) i u padajućem meniju „Sačuvaj u obliku“ (Save as type) izabrati PDF. Ne koristite funkciju „Štampati u PDF-u“ (Print-to-PDF).

Uključite funkcije za pristupačnost

Pri čuvanju dokumenta, budite sigurni da ste uključili funkcije za pristupačnost, kao što je označavanje (tagging).

Proverite pristupačnost

Ako je moguće, za proveru pristupačnosti vašeg PDF dokumenta, koristite softver za uređivanje PDF-a koji podržava pristupačnost.

Saveti

Aplikacije za obradu teksta mogu sadržati proveru pristupačnosti koja vam omogućava da proverite da li ima problema sa pristupačnošću. Na primer, da biste pokrenuli proveru pristupačnosti u programu Word 2016, izaberite: Datoteka (File) > Informacije (Info) > Proveri da li postoje probelmi (Check for Issues) > Proveri pristupačnost (Check Accessibility).

Dugačka dokumenta podelite u poglavlja ili odeljke

Kod izuzetno dugačkih dokumenata i izveštaja, razmislite o tome da podelite dokument na poglavlja ili odeljke. Ovo će pružiti mogućnost čitaocu da preuzme dokument i pročitati samo ono što ga zanima.

Saznajte više

Program Adobe daje uputstva kako [pripremiti Microsoft Word dokumenat da bi se dobio pristupačan PDF dokument](#).

Konzorcijum W3 je pripremio [PDF tehnike za WCAG 2.1](#).

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna Sistemi i servisi digitalne i onlajn komunikacije

.....

Kontrolna lista za pristupačna dokumenta

- ☐ Obezbedite rezime sadržaja dokumenta u HTML-u, kao i detalje o formatu dokumenta i njegovoj veličini.
- ☐ Napravite strukturu dokumenta tako što ćete koristiti stilove naslova.
- ☐ Za formatiranje dokumenta koristite prethodno utvrđene formate kao što su crtice, numeracija i tabele.
- ☐ Kod dužih dokumenata kreirajte sadržaj.
- ☐ Obezbedite alternativni (alt) tekst za sve slike.
- ☐ Popunite svojstva dokumenta (autor, naslov, predmet, ključne reči).
- ☐ Sačuvajte svoj dokument u PDF-u tako što ćete kliknuti na opciju „Sačuvaj kao“ (Save as) i u padajućem meniju „Sačuvaj u obliku“ (Save as type) izabrati PDF.
- ☐ Pri čuvanju dokumenta, budite sigurni da ste uključili funkcije za pristupačnost, kao što je označavanje (tagging).
- ☐ Ako je moguće, za proveru pristupačnosti vašeg PDF dokumenta, koristite softver za uređivanje PDF-a koji podržava pristupačnost.
- ☐ Dugačka dokumenta podelite u poglavlja ili odeljke.

Telefonski sistemi

Sledeće smernice bi trebalo sprovesti ukoliko u vašoj organizaciji koristite sistem interaktivnog govornog odgovora (Interactive Voice Response – IVR) ili preusmeravanje poziva:

Neka sistem preusmeravanja poziva bude jednostavan

Sistem za preusmeravanje poziva treba da bude što jednostavniji. Ne bi trebalo da ima više od tri nivoa, sa više od četiri opcije po nivou.

Ako osoba koja zove ne izabere nijednu od opcija preusmerite poziv na nekog od zaposlenih

Ako osoba koja zove ne izabere neku od prepoznatih opcija, trebalo bi je automatski preusmeriti na nekog od zaposlenih. Ovo bi trebalo da se desi odmah pošto su sve opcije ponuđene dva puta.

Izbegavajte ponavljanje ili nepotrebno prikupljanje informacija

Ako je tokom poziva potrebno preusmeriti pozivaoca na drugi sektor ili organizaciju, izbegavajte prikupljanje nepotrebnih informacija ili ponavljanje.

Na primer, ukoliko vam je osoba već dala svoje ime i prezime ili kontakt informacije, ove podatke treba da prosledite zaposlenom u drugom sektoru na koga preusmeravate poziv.

Iznosite samo važne informacije

Informacije koje su važne za pozivaoca bi trebalo izneti na početku opcije automatizovanog odgovora. Na ovaj način se osigurava da osoba koja zove ne dobije previše informacija, što bi joj otežalo da prati uputstva.

Opcije poredajte po prioritetu

Opcije treba da budu poredane po važnosti. Ovo bi trebalo da se zasniva na vrstama poziva koje najčešće primite.

Pružite samo one opcije koje se najviše koriste

Dostupne opcije treba da budu one koje najčešće biraju vaši korisnici. Na ovaj način se izbegavaju preobimne liste.

Unapred obavestite pozivaoca o broju opcija

Na samom početku poziva navedite koliko pozivalac ima opcija za biranje.

Obezbedite muziku ili zvučni signal koji ukazuje na to da je pozivalac na čekanju

Kada sistem stavi pozivaoca na čekanje, treba obezbediti muziku ili neki drugi zvučni signal, koji će osobi dati do znanja da je stavljena na čekanje.

Dajte procenu koliko će trajati čekanje

Kada je to moguće, dajte pozivaocu procenu koliko će dugo morati da čeka ili koji je po redu.

Obezbedite alternativne načine za stupanje u kontakt sa vašom organizacijom

Za korisnike koji nisu u stanju da koriste telefonske sisteme obezbedite alternativne načine da stupe u kontakt sa vašom organizacijom. Na primer, komunikacija preko SMS poruka.

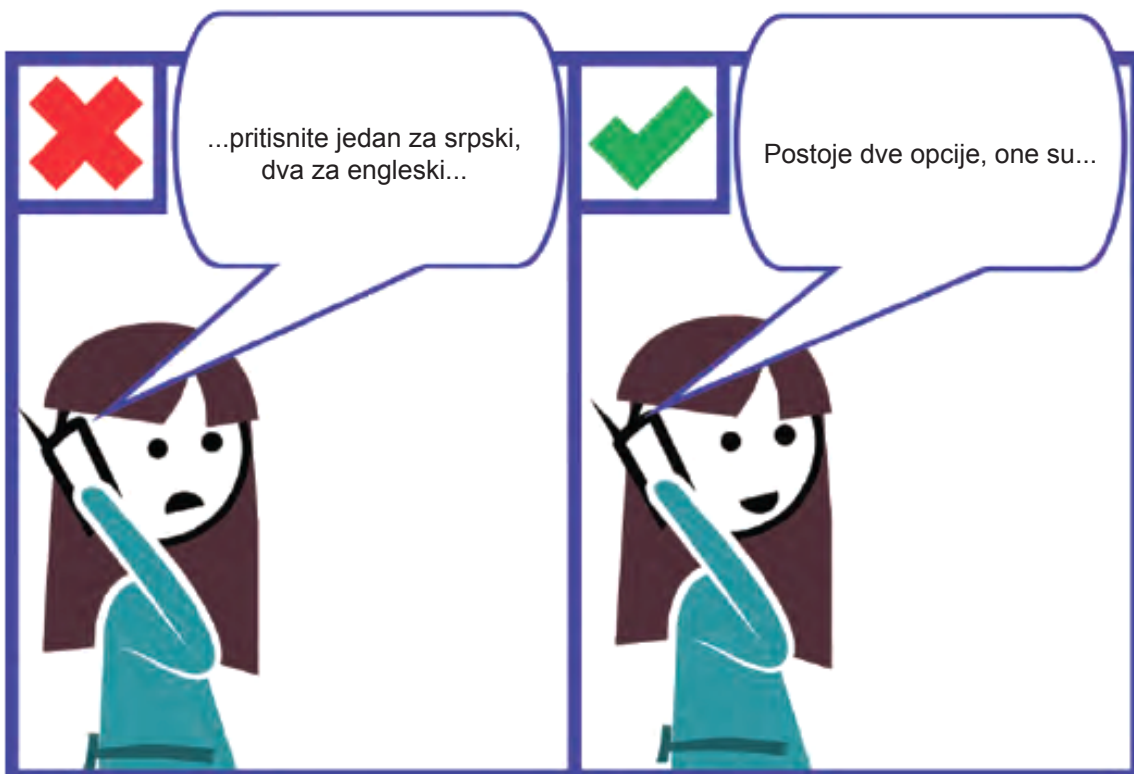
Savet

Postavite informacije o preusmeravanju poziva i IVR sistemu na vaš Internet stranicu, a gde je to primenljivo i u štampanoj verziji. Ovo će pomoći korisnicima da vide koje su im opcije i izaberu onu koja najviše odgovara njihovim potrebama.



The comic strip consists of two panels. The left panel is marked with a red 'X' in the top left corner. It shows a woman with long brown hair and a teal shirt talking on a black mobile phone. A thought bubble above her head says, "...jel sam ja na čekanju?". The right panel is marked with a green checkmark in the top left corner. It shows the same woman talking on the phone, with a speech bubble saying, "Molimo vas sačekajte dok neko od naših članova tima ne bude slobodan." Below the panels, there is a text box with the following content:

Obavestite pozivaoca da je na čekanju
Pustite neku melodiju, zvuk ili muziku koja će pozivaoca obavestiti da je na čekanju.



The comic strip consists of two panels. The left panel is marked with a red 'X' in the top left corner. It shows a woman with long brown hair and a teal shirt talking on a black mobile phone. A speech bubble above her head says, "...pritisnite jedan za srpski, dva za engleski...". The right panel is marked with a green checkmark in the top left corner. It shows the same woman talking on the phone, with a speech bubble saying, "Postoje dve opcije, one su...". Below the panels, there is a text box with the following content:

Unapred obavestite pozivaoca o broju opcija
Na samom početku poziva navedite koliko pozivalac ima opcija za biranje.

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna Sistemi i servisi digitalne i onlajn komunikacije

.....

Kontrolna lista za telefonski servis za preusmeravanje poziva i poruke

- ☐ Unapred obavestite pozivaoca o broju opcija za biranje i poredajte opcije po važnosti.
- ☐ Pružite samo one opcije koje se najviše biraju.
- ☐ Ako osoba koja zove ne izabere nijednu od opcija, preusmerite poziv na nekog od zaposlenih.
- ☐ Treba obezbediti muziku ili neki drugi zvučni signal koji će osobi dati do znanja da je stavljena na čekanje.
- ☐ Izbegavajte ponavljanje ili nepotrebno prikupljanje informacija.
- ☐ Obezbedite alternativne načine za korisnike da stupe u kontakt sa vašom organizacijom.
- ☐ Kada je to moguće, obavestite osobu koliko će morati da čeka.
- ☐ Potvrdite kada je razmena uspešno završena.

SMS komunikacija

.....

Postoje dve osnovne vrste SMS (tekstualnih) usluga koje koristi javni sektor:

- Opšta služba obaveštavanja: tamo gde javni organ šalje poruke obaveštenja unapred određenoj grupi korisnika.
- Direktna tekstualna komunikacija koja uključuje direktan kontakt između dvoje ljudi koji komuniciraju o određenom pitanju. Na primer, između korisničke podrške i korisnika.

Opšte smernice za slanje tekstualnih poruka

Navedite vremena kada je SMS usluga dostupna. Tamo gde je dostupana direktna tekstualna komunikacija, važno je da jasno naznačite vreme kada je ova usluga dostupna; na primer, od 09.00 do 18.00 časova.

Ne koristite izraze SMS žargona

Osim u posebnim slučajevima kada to zahteva kontekst, izbegavajte korišćenje žargonskih izraza karakterističnih za jezik kratkih tekstualnih poruka. Koristite jednostavne izraze koje svi razumeju.

Ograničite sve poruke na 160 karaktera

Koristite kratke rečenice.

Koristite identifikaciju na početku svakog SMS-a

Ovo će pomoći korisnicima da prepoznaju broj.

Tamo gde je to primenljivo, obavestite korisnika da li se i koliko plaća slanje odgovora

Ako je potrebno navedite da li se očekuje odgovor na poruku ili ne

Ako se očekuje od korisnika da odgovori, u SMS dodajte rečenicu „Molimo Vas da odgovorite na poruku.“

Tamo gde nije predviđeno da odmah odgovorite na dobijenu poruku, pošaljite automatski odgovor na dobijeni SMS, koji će potvrditi da ste primili poruku i pružiti ostale važne informacije. Na primer, „Zahvaljujemo Vam se na pitanju. Možete očekivati da ćemo vas uskoro kontaktirati“.

Ako SMS koji ste dobili od korisnika nije jasan, tražite pojašnjenje

Na primer, „Da li želite da zakažete sastanak za 12. jul u 14 časova?“

Koristite opcije za dobijanje informacije. Na primer, „Izvinite, da li ste želeli da **1** –zakažete sastanak za 12. jul u 14 časova? **2** –otkažete sastanak koji ste ranije zakazali? **3** –zakažete nov sastanak? Molimo vas da izaberete opciju **1**, **2** ili **3**?

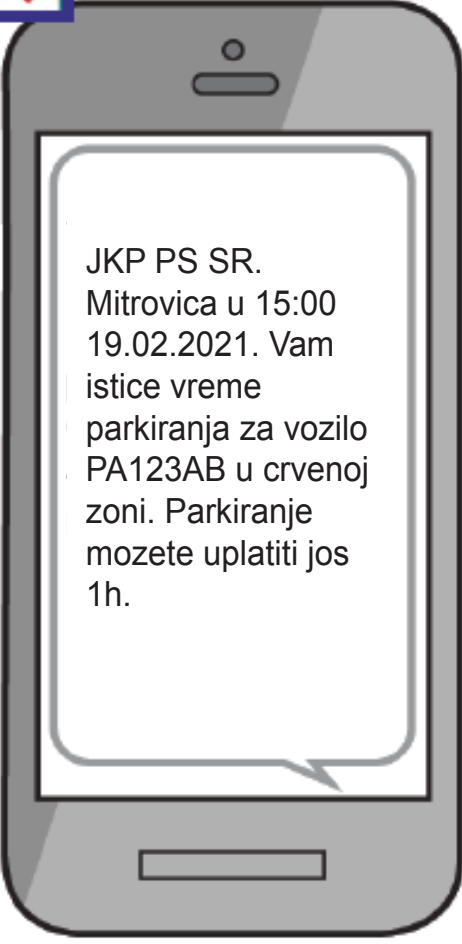
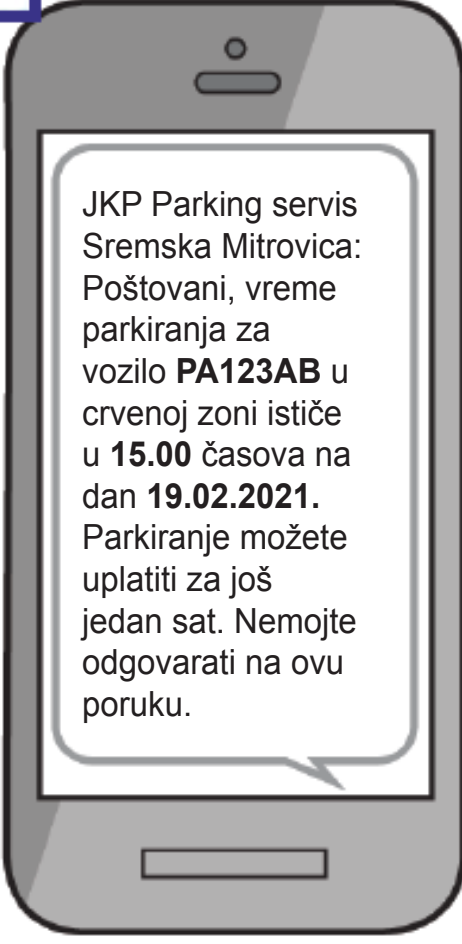
Ako u roku od 30 minuta ne dobijete odgovor, ponovo kontaktirajte osobu tako što ćete joj poslati istu poruku i na kraju dodati do kada očekujete da dobijete odgovor.

Na primer, „Izvinite gospođo Jovanović, da li ste želeli da **1** –zakažete sastanak za 12. jul u 14 časova? **2** –otkažete sastanak koji ste ranije zakazali? **3** –zakažete nov sastanak? Molimo vas da izaberete opciju **1**, **2** ili **3** i pošaljete odgovor do 18 časova“.

Ako ne dobijete odgovor – završite komunikaciju.

Na kraju zaokružite razgovor

Kada završite razgovor sa korisnikom, na kraj poslednjeg SMS-a obavezno stavite završnu frazu. Na primer, „Ne morate odgovoriti na ovu poruku“.

 	 
Ne koristite izraze SMS žargona Jasno komunicirajte sa korisnikom tako što ćete koristiti identifikaciju na početku svakog SMS-a i obavestiti ga o tome da li očekujete odgovor.	

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna Sistemi i servisi digitalne i onlajn komunikacije

.....

Kontrolna lista za SMS komunikaciju

- ☐ Navedite vremena kada je SMS usluga dostupna.
- ☐ Ne koristite SMS žargon.
- ☐ Ograničite poruke na 160 karaktera.
- ☐ Stavite identifikaciju na početak svakog SMS-a.
- ☐ Tamo gde je to primenljivo, obavestite korisnika da li se i koliko plaća slanje odgovora.
- ☐ Ako je potrebno navedite da li se očekuje odgovor na poruku ili ne.
- ☐ Ako SMS koji ste dobili od korisnika nije jasan, tražite pojašnjenje.
- ☐ Na kraju zaokružite razgovor.
- ☐ Ne stavljajte osetljive informacije u tekst poruke.
- ☐ Obavestite korisnika kada može da očekuje odgovor.

Smernice za društvene mreže

U tekstu ispod su predstavljene neke od glavnih preporuka koje se odnose na unapređenje usluge koju pružate svojim korisnicima na društvenim mrežama. Budite sigurni da su aktivnosti vaše organizacije na društvenim mrežama u skladu sa vašim utvrđenim Smernicama ili politikom koja se odnosi na društvene mreže.

Kreirajte ton koji odgovara vašoj organizaciji

Uverite se da su vaš sadržaj i ton prikladni za vašu organizaciju, kao i za publiku kojoj su namenjeni.

Navedite kontakt informacije

Navedite kontakt informacije na nalogu/profilu vaše organizacije. Obezbedite više od jednog načina na koji korisnici mogu da vas kontaktiraju, na primer, ostavite broj telefona, imejl adresu ili obrazac preko koga mogu da vas kontaktiraju.

Haštagovi (Hashtags)

Haštag, koji se piše sa # simbolom ispred, koristi se da indeksira ključne reči ili teme na društvenim mrežama. Ova funkcija je stvorena na Twitter-u i ona pomaže ljudima da lako prate teme koje ih zanimaju.

Korišćenje haštagova za kategorizaciju objava po ključnim rečima:

- Haštag simbol (#) se koristi ispred ključnih reči ili fraza u objavama kako bi se izvršila kategorizacija tih objava i obezbedilo da se te objave pojavljuju kada se vrši pretraga ovih ključnih reči i izraza.
- Ukoliko u bilo kojoj objavi kliknete na ili pipnete (kod ekrana koji su osetljivi na dodir) reč koja ispred sebe ima haštag simbol prikazaće vam se i druge objave koje u sebi imaju ovaj isti haštag.

Koristite „kamilju notaciju“ (CamelCase) za haštagove koji imaju u sebi više reči. Odnosno, koristite veliko početno slovo kod svake pojedinačne reči koja formira složenicu (dve ili više spojenih reči). Na primer, napišite #VodećaPitanja, a ne #Vodećapitanja.

Simbol „at“ @

Na društvenim mrežama korisničko ime je ono po čemu se identifikuju korisnici, ispred svakog korisničkog imena stoji @ simbol. Na primer, korisničko ime Ministarstva finansija je @ministarstvo_finansija.

Simbol @ se koristi za povezivanje korisničkih imena u objavama na društvenim mrežama. Korisnici mogu da koriste @korisničkoime kako bi se povezali u objavama, poslali poruku ili link za konkretni profil.

Sastavljanje objava

#Haštagove i @ simbole stavite na početak objave.

Ako imate prostora napišite pun naziv akronima ili nađite drugačiji način da prenesete informaciju.

Ne koristite skraćenice Internet žargona u objavama kojima ažurirate status na društvenim mrežama. U delu gde se ažurira status ima dovoljno mesta za tekst, tako da možete napisati pun naziv akronima koje koristite. Preporučuje se da kada nešto pominjete prvi put, napišete puno ime, a akronim napišete u zagradi pored. Na primer, Ministarstvo za državnu upravu i lokalnu samoupravu (MDULS).

Koristite prefikse ispred slika, video i audio zapisa

Ovo šalje informaciju osobama koje koriste čitače ekrana šta se očekuje pre nego što se pročita naglas. Na primer:

- Slika: [IMG]
- Video: [VIDEO]
- Audio: [AUDIO]

Obezbedite postojanje alternativnog (alt) teksta

Dodajte alt tekst za sliku ako slika prenosi informacije koje su korisne ili važne za sadržaj, ovo isto treba uraditi i za video i audio zapise.

Postavite link koji vodi nazad na zvaničnu Internet stranicu organizacije na kojoj se nalazi kopija slike/video/audio zapisa sa punim opisom ili transkriptom.

Za video zapise obezbedite skrivene (pomoćne) titlove za gluve i nagluve

Svi video zapisi treba da imaju skrivene titlove. Zovu se skriveni zato što postaju vidljivi tek kada ih uključi gledalac.

YouTube ima funkciju koja omogućava automatsko titlovanje video zapisa za manje od 10 minuta. Iako YouTube ima mogućnost da proizvodi titlove na osnovu audio zapisa, da bi se obezbedila preciznost treba koristiti pisani transkript. Pošto učitate tekst transkripta, podesite YouTube da ga uskladi sa snimkom. Kada se ovo završi, transkript treba pregledati i urediti kako bi se uverili da se titlovi na ekranu pojavljuju u skladu sa zvukom. Kada YouTube video ima titl, preporučuje se da se ovaj titl preuzme i uredi.

Alati za kreiranje i uređivanje titlova (natpisa)

Postoji veliki broj besplatnih alata koji vam mogu pomoći kada kreirate titlove za vaše video zapise ili uređujete one koje je generisao YouTube:

- **Caption YouTube:** je onlajn alat za kreiranje titlova koji je napravljen posebno za YouTube.

MAGpie: besplatna Windows aplikacija koju je razvio [Nacionalni centar za pristupačne medije](#).

Pružite mogućnost gledanja titlovanih video zapisa u objavama na društvenim mrežama

Ako vaša organizacija ima svoj YouTube kanal, video zapise postavljajte na ovaj kanal i obavezno obezbedite opciju skrivenih titlova. Nemojte postavljati video na vaš profil na društvenim mrežama, već u polje za ažuriranje statusa unesite link koji vodi ka videu na vašem YouTube kanalu. Ovime ćete osigurati da će posetioци vaših društvenih mreža biti upućeni na pristupačnu verziju video zapisa, koja se nalazi na YouTube-u.

Saznajte više

YouTube ima [tutorijale za kreiranje skrivenih titlova za gluve i nagluve](#).

Twitter pruža [informacije o tome kako možete dodati natpise slikama na Twitter-u](#).

Instagram pruža [informacije o tome kako možete urediti alternativni tekst za fotografije na Instagram-u](#).

LinkedIn pruža [informacije o tome kako možete dodati skrivene titlove za gluve i nagluve video zapisima na LinkedIn-u](#).

Facebook pruža [informacije o svojim funkcijama pristupačnosti](#).

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna Sistemi i servisi digitalne i onlajn komunikacije

.....

Kontrolna lista za društvene mreže

- ☐ Kreirajte ton koji je prikladan za vašu organizaciju.
- ☐ Navedite kontakt informacije na nalogu/profilu vaše organizacije.
- ☐ Za haštagove koristite veliko početno slovo kod svake pojedinačne reči koja formira složenicu.
- ☐ #Haštagove i @ simbole stavite na početak objave.
- ☐ Pišite pun naziv akronima.
- ☐ Stavite prefikse ispred slika, video i audio zapisa.
- ☐ Obezbedite alt tekst za slike, video i audio zapise.
- ☐ Obezbedite pristup detaljnom opisu ili transkriptu slike, video i audio zapisa.
- ☐ Obezbedite skrivene titlove za gluve i nagluve u svojim video zapisima.

Pristupačnost onlajn sastanaka

Ove smernice su fokusirane na pristupačnost onlajn sastanaka. Priručnik sadrži i druge smernice koje se takođe mogu primeniti na onlajn sastanke, kao što su korišćenje jednostavnog jezika, obezbeđivanje tumača srpskog znakovnog jezika i titlova, kao i priprema pristupačnih dokumenata. Neki od termina u ovom delu sadrže hiperlinkove koji će vas odvesti na odgovarajuće delove Priručnika. U ovom delu su izložene smernice koje se odnose na planiranje sastanaka, kao i na aktivnosti za vreme i posle sastanaka.

Planiranje sastanaka

Proverite da li funkcije koje koristite u okviru onlajn sastanka podržavaju pristupačnost

Sve kontrole i funkcije treba da budu pristupačne preko tastature, bez potrebe da se koristi miš.

Sve kontrole i funkcije, kao što su „pričaonica“, „deljenje ekrana“, „ankete“ i „pitanja i odgovori“ treba da budu dostupne onima koji koriste asistivne tehnologije, poput softvera za čitanje ekrana.

Alat za održavanje onlajn sastanka treba da pruža mogućnost korišćenja titlovanja u realnom vremenu, kao i usluge tumačenja srpskog znakovnog jezika.

Alat za održavanje onlajn sastanka treba da pruža mogućnost povezivanja korišćenjem telefonske linije, a ne samo putem govornog poziva preko Internet protokola (Voice over Internet Protocol – VOIP).

Alat za održavanje onlajn sastanka **mora** da bude jednostavan za instalaciju i korišćenje.

Saznajte više

Proverite karakteristike pristupačnosti alata za održavanje onlajn sastanaka na njihovim stranicama o pristupačnosti. Neki od primera ovih alata su:

[Zoom](#)

[Microsoft Teams](#)

[GoToMeeting](#)

[Skype](#)

[Cisco Webex Meetings](#)

Savet

Kada birate alat za onlajn sastanke, proverite šta prodavac kaže o usklađenosti sa međunarodnim standardima pristupačnosti. Relevantni standardi su [WCAG 2.1](#), [EN 301 549](#).

U pozivnicu za sastanak uključite sledeće informacije

Pozivnica za onlajn sastanak treba da:

- Poštuje smernice iz Priručnika koje se odnose na pisani tekst.
- Sadrži link sastanka, identifikator sastanka i lozinku za sastanak.
- Sadrži listu brojeva telefona koje učesnici mogu da pozovu kako bi pristupili sastanku.
- Sadrži dnevni red sastanka u pristupačnom formatu.
- Pita učesnike da li imaju neke potrebe koje se odnose na pristupačnost, kako bi organizator imao dovoljno vremena da ih obezbedi. Uključite spisak usluga kao što su titlovanje sadržaja u realnom vremenu, tumačenje srpskog znakovnog jezika i dokumenta u pristupačnim formatima.
- Sadrži link ka listi funkcija pristupačnosti i prečica na tastaturi za konkretni alat za onlajn sastanke koji će se koristiti.
- Zamoli učesnike da se upoznaju sa radom alata koji će se koristiti za održavanje onlajn sastanka, uključujući funkcije kao što je „pričaonica“ ili „podignuta ruka“.

- Zamoli učesnike sastanka da poštuju uobičajena pravila onlajn sastanaka (pogledajte sledeći odeljak).

Savet

Pre sastanka, dostavite sva dokumenta u pristupačnom formatu. Ovo će pružiti šansu učesnicima da pre sastanka pročitaju materijal na svojim uređajima.

Savet

Organizujte probu sastanka dan ili dva pre zakazanog termina kako biste utvrdili da sve funkcije pristupačnosti rade.

Pitajte učesnike sastanka šta njima najviše odgovara.

Ako koristite titlovanje ili ste angažovali tumača srpskog znakovnog jezika, pitajte pružaoca usluge da li ima neke savete ili instrukcije koje biste mogli da prosledite učesnicima.

Saznajte više

Resursi primera za pristupačnost onlajn sastanaka:

Niz vodiča za [titlovanje u realnom vremenu uz pomoć različitih alata za održavanje onlajn sastanaka](#).

Pristupačni [onlajn sastanci i događaji](#), Univerzitet u Minesoti.

[Pristupačan sadržaj i onlajn sastanci](#), australijski Centar za univerzalni dizajn.

Aktivnosti za vreme sastanka

Govorite razgovetno

Govorite čistim glasom, jasno izgovarajući svaku reč. Ovo je posebno važno za učesnike sastanka kojima srpski nije maternji jezik, koji moraju da čitaju sa usana, koji čitaju titl ili koji prate tumača srpskog znakovnog jezika.

Govorite razgovetno i za nijansu sporije nego obično, ali nemojte vikati ili prenaplašeno otvarati usta, pošto će to deformisati oblik vaših usta.

Isključite svoj mikrofons kada ne govorite

Što je više moguće, smanjite pozadinsku buku.

Okrenite se licem prema kameri kada govorite i nemojte prekrivati usta ili okretati glavu od kamere

Gluvim i nagluvim osobama je izuzetno teško da vas slušaju ili da vam čitaju sa usana ako rukama zaklanjate usta, kao i ako okrećete glavu od kamere dok govorite. Gledajte direktno u kameru. Dok govorite ne okrećite glavu, ne gledajte dole u svoju tastaturu, ne prekrivajte lice, ne žvaćite žvakaću gumu i ne držite olovku u ustima.

Ne okrećite se leđima izvoru svetlosti

Ako koristite video, obezbedite pozadinu koja nije pretrpana detaljima i budite sigurni da osvetljenje ne narušava vidljivost vašeg lica. Kada govorite u kameru, budite sigurni da niste leđima okrenuti izvoru svetlosti (kao što je na primer prozor), jer će slabovidim učesnicima biti teško da vas vide kako treba, a gluvim i nagluvim učesnicima će biti teže da vam čitaju sa usana, s obzirom na to da ćete izgledati kao silueta.

Predviđene pauze

Onlajn sastanci treba da imaju pauze. Za sastanke koji će trajati dugo, objavite plan predviđenih pauza. Gluvim ili nagluvim učesnicima će možda trebati češće pauze, s obzirom na to da intenzivna koncentracija koju zahteva praćenje znakovnog jezika, kao i čitanje sa usana može da bude izuzetno zamorno.

Uloga moderatora sastanka: pravila sastanka

Moderator sastanka treba da podstakne učesnike da poštuju opšti bonton onlajn sastanka.

Moderatori treba da:

- Osiguraju da govori jedan po jedan učesnik.
- Zamole učesnike da svaki put pre nego što počnu da govore kažu svoje ime.
- Zamole učesnike da isključe svoje mikrofone kad prekinu da govore.
- Podstaknu i podsete učesnike da gledaju u kameru i govore razgovetno, za nijansu sporije nego obično.

Uloga moderatora sastanka: saradnja sa tumačima srpskog znakovnog jezika i piscima titlova

Tumači srpskog znakovnog jezika i pisci titlova u realnom vremenu će samo tumačiti audio sadržaj govornika, neće tumačiti ono što se piše na ekranu niti dokumenta koja se pojavljuju na ekranu. Moderator ili voditelj sastanka treba da ponovi sva pitanja koja su učesnici postavili u funkciji „pričaonica“ ili „pitanja i odgovori“ pre nego što odgovori na njih. Ovime će osigurati da tumačenje obuhvati i pitanja i odgovore, kao i da sve bude dostupno učesnicima koji su samo telefonski uključeni u sastanak.

Uloga moderatora sastanka: upravljanje sastankom

Moderator treba da proveri sa učesnicima sastanka, koji imaju određene potrebe koje se odnose na pristupačnost, da li sve funkcioniše nesmetano.

Moderator treba da strukturira sastanak tako da tumači i učesnici mogu da prave odgovarajuće pauze. Ovo će omogućiti tumačima da se odmore ili ukoliko je to potrebno zamene sa drugim tumačem.

Aktivnosti posle sastanka

Obezbedite skrivene titlove za video snimke onlajn sastanaka

Svi video snimci onlajn sastanaka i seminara koji su dostupni široj javnosti treba da imaju opciju sakrivenog titla.

Moderator ili organizator treba od učesnika da traži povratne informacije u vezi sastanka i planira kako će unaprediti organizaciju sledećeg sastanka u odnosu na te povratne informacije.

Saznajte više

Za informacije koje se tiču alata za kreiranje i uređivanje titlova, pogledajte deo Priručnika pod nazivom [Za video zapise obezbedite skrivene \(pomoćne\) titlove za gluve i nagluve](#).

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna

Onlajn sastanci

.....

Kontrolna lista za planiranje sastanaka

- ☐ Proverite da li alat koji koristite za održavanje onlajn sastanaka podržava pristupačnost tako što ćete pročitati njegovu stranicu na kojoj se nalaze informacije o pristupačnosti.
- ☐ U okviru pozivnice za sastanak navedite link ka informacijama koje se odnose na pristupačnost.
- ☐ Pitajte učesnike koje su njihove potrebe koje se odnose na pristupačnost.
- ☐ Sva dokumenta koja se dele na sastanku treba da budu u pristupačnim formatima.

Kontrolna lista za aktivnosti za vreme sastanka

- ☐ Svi učesnici treba da kažu svoje ime pre nego što počnu da govore, treba da govore razgovetno, kao i da isključe svoj mikrofonski kada završe.
- ☐ Moderator sastanka treba da podstakne učesnike da poštuju opšti bonton onlajn sastanka.
- ☐ Moderator sastanka treba da ponovi sva pitanja koja su učesnici postavili u funkciji „pričaonica“ ili „pitanja i odgovori“ pre nego što odgovori na njih.
- ☐ Moderator sastanka treba da proveriti sa učesnicima sastanka, koji imaju određene potrebe koje se odnose na pristupačnost, da li sve funkcioniše nesmetano.

Kontrolna lista za aktivnosti posle sastanka

- ☐ Video snimci onlajn sastanaka treba da imaju opciju skrivenog titla.
- ☐ Tražite povratne informacije i unapredite sledeći sastanak na osnovu tih povratnih informacija.

Liste pitanja za dizajn komunikacije

Za neke odluke koje se odnose na dizajn komunikacije nije lako naći postojeće smernice koje su i dalje relevantne.

U nekim slučajevima biće neophodno koristiti pristup Univerzalnog dizajna, koji daje prioritet različitim potrebama, karakteristikama, mogućnostima i preferencijama ljudi. Jednostavan način da naučite nešto više o svemu ovome je da pogledate kratku animaciju [Upoznajte porodicu Normal](#). Ovaj pristup je detaljno opisan u Evropskom standardu [IS EN 17161:2019](#).

Sledeće liste pitanja mogu biti korisne kada odgovarajuće smernice za dizajn komunikacije nisu dostupne. Ova pitanja takođe mogu da pomognu kod početnog planiranja, definisanja specifikacija za nabavke i korisničkog testiranja.

Pitanja za dizajn pisane i usmene komunikacije takođe mogu da se koriste kao smernice za odlučivanje u okviru dizajna digitalne i onlajn komunikacije, tamo gde je to primenljivo.

Alati

Dodatne informacije su dostupne u Vodiču Međunarodne organizacije za standardizaciju (ISO) 71:2014 na [Vodiču za adresiranje pristupačnosti u standardima](#). Prilog B sadrži alat za alternativnu terminologiju koja se zasniva na [Međunarodnoj klasifikaciji funkcionisanja, invalidnosti i zdravlja](#) (International Classification of Functioning, Disability and Health – ICF).

Saznajte više

Centar za izvrsnost u univerzalnom dizajnu (CEUD) pruža dalje informacije o [Univerzalnom dizajnu i ljudskoj građi](#).

Centar za izvrsnost u univerzalnom dizajnu (CEUD) pruža informacije o univerzalnom dizajnu i [Međunarodnoj klasifikaciji funkcionisanja, invalidnosti i zdravlja](#) (ICF)

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna

Pitanje za dizajn pisane komunikacije

.....

Pitanja koja slede su kreirana da vam pomognu u razvoju nove pisane komunikacije sa korisnicima:

1. Da li su informacije predstavljene tako što su poređane po važnosti i da li imaju logičan redosled? (Na primer, da li su grupisane slične informacije).
2. Da li su važne informacije strukturirane tako da ih je lako pronaći? (Upotreba sadržaja, naslova, podnaslova, i tako dalje).
3. Da li je raspored elemenata dosledan? Da li se elementi koji se ponavljaju kroz ceo dokument nalaze uvek na istim mestima? (Na primer, broj strana, logo)
4. Da li je važna informacija jasna, sažeta, laka za čitanje i laka za razumevanje kada se prvi put pročita?
5. Da li je informacija napisana jednostavnim jezikom koji svako razume? Tamo gde ste morali da koristite stručnu terminologiju, da li ste objasnili značenje nepoznatih reči koristeći reči koje svako može da razume?
6. Da li je informacija dostupna na drugom jeziku, tamo gde je to potrebno?
7. Da li ste izbegli korišćenje pojmova, skraćenica i akronima koji su potencijalno nepoznati onima kojima je namenjena informacija?
8. Da li su simboli i reči koje se koriste poznati čitaocu?
9. Da li ste važnu informaciju predstavili na više različitih načina? (Na primer, uz pomoć zvuka, dodira ili slika)
10. Da li je informacija dostupna osobama koje koriste asistivne tehnologije? (kao što je čitač ekrana)

Priručnik za javne službe – Komunikacija sa korisnicima – pristup univerzalnog dizajna

Pitanja za dizajn govorne i znakovne komunikacije

.....

Pitanja koja slede su kreirana da vam pomognu u razvoju dizajna govorne i znakovne komunikacije sa korisnicima:

1. Da li pružate iste informacije u različitim formatima? Na primer, koristeći tekst ili slike?
 2. Da li pružate govorne informacije koje su izražene jednostavnim jezikom koji svi razumeju?
 3. Da li u svom radu koristite asistivne tehnologije i servise?
 4. Da li su informacije predstavljene tako što su poređane po važnosti?
 5. Da li su opcije predstavljene na jasan i sažet način?
 6. Da li je sadržaj predstavljen tako da ga je lako razumeti i koristiti?
 7. Da li je osoba upoznata sa rečima i simbolima koje koristite?
 8. Da li je osobi omogućeno da dobije informaciju na drugom jeziku, ukoliko je to potrebno?
-

Angažovanje korisnika kao i ishodi njihove interakcije sa vašom organizacijom mogu biti unapređeni ukoliko u razmatranje uzmete sledeće:

1. Da li ste direktno uključili predstavnike javnosti u proces dizajna, razvoja i testiranja (posebno korisnike koji bi u redovnim situacijama bili isključeni iz ovih procesa)?
2. Da li ste koristili specijalizovane resurse kako biste procesom obuhvatili široki spektar sposobnosti i prioriteta korisnika?
3. Da li je vaša organizacija primenila politiku kojom se promoviše Univerzalni dizajn i sprovela obuke kojima se unapređuje komunikacija sa korisnicima?

