

zeszyt

7
|
7

Domy kultury
i organizacje pozarządowe

Atlas dla kultury



Opracowanie:

Ewelina Banaszek

Bartek Lis

Jakub Walczyk

Produkcja:

Paweł Gogołek

Koordinacja:

Paulina Skorupska

Projekt graficzny:

ROOM33 Marta i Marcin Szymkowiak

Wydawca:

Stowarzyszenie Edukacyjne MCA

Ćwiczenia z uważności

Zasady projektowania dostępnej oferty kulturalnej

Często w swoich instytucjach/organizacjach chcemy proponować wydarzenia dostępne i otwarte dla wszystkich – osób w różnym wieku i o różnych stopniach sprawności. Jednak warto pamiętać, że nasze potrzeby są odmienne i zależne od wielu zewnętrznych czynników. Na przykład seniorka zależna prawdopodobnie częściej skorzysta z toalety niż licealistka. Osoba g/Głucha tylko ze wsparciem tłumacza polskiego języka migowego będzie mogła w pełni uczestniczyć w spotkaniu z ulubionym reżyserem filmowym, a osobie słabosłyszącej uczestnictwo umożliwią na przykład napisy tworzone na żywo czy pętla indukcyjna. Warto zwracać również uwagę na grupy, które inaczej postrzegają świat i mają inną wrażliwość – na przykład odbiorcy z zaburzeniami ze spektrum autyzmu czy z chorobami demenatycznymi.

Mamy różne stopnie sprawności. Jednym trudność sprawia poruszanie się, innym skupienie, a niektórym zrozumienie prezentowanych treści. Dostępność nie kończy się na podjeździe dla osoby poruszającej się na wózku (choć jest to również jej ważny element). Ma wiele wymiarów, wśród których jest także ten architektoniczny. Dlatego przystępując do przygotowania spotkania autorskiego, pikniku, warsztatu czy pokazu filmowego, niezależnie czy pracujesz w domu kultury czy tworzysz sąsiedzkie spotkania w ogrodzie społecznym, warto wziąć pod uwagę poniższe zasady. Chcemy cię zachęcić, by o dostępności myśleć szeroko – do tego potrzebne są dwie rzeczy: empatia i uważność. Uruchamiając je porzucimy utopijne marzenia o „wystawie dla każdego” i zaczniemy projektować działania przystosowane do różnych potrzeb. Poniżej prezentujemy **8 zasad szerokiego myślenia o dostępności**. Oczywiście nie wyczerpują one tematu. Stanowią raczej zaproszenie do refleksji nad tym, dla kogo tworzymy ofertę kulturalną, a kogo – często nieświadomie – z niej wykluczamy.

1_Komunikujmy się tak, żeby nas zrozumieli

Sposób, w jaki opowiadamy nasz program, jest kluczowy. Ważne, aby odbiorcy wiedzieli, jaki charakter ma wydarzenie, na które przychodzą i gdzie kończy, a gdzie zaczyna się ich rola. Unikajmy używania trudnych i górnolotnie brzmiących słów na rzecz bardziej przystępnych komunikatów. Korzystajmy z konkretnego języka i precyzyjnie opisujemy format, do którego zapraszamy odbiorców. Ważne, aby każdy rozumiał, w czym ma uczestniczyć, niezależnie od wykształcenia, „kulturalnego obycia” czy wiedzy. Tworząc go, staraj się mieć na uwadze specyfikę grupy, do której chcesz trafić (pytaj o jej potrzeby, a nie bazuj na domysłach – patrz pkt. 2). Zastanów się, jaki cel chcesz osiągnąć danym działaniem i wyartykułuj go. Następnie dobierz odpowiednie nośniki informacji – ulotki, media społecznościowe, plakaty – uzależniając wybór od tego, do kogo chcesz dotrzeć z przekazem.



2_Pytaj o potrzeby

Rozmawiaj z uczestnikami wydarzeń. Pytaj, co im się podobało, co by zmienili. Otwierając się na krytykę, pozwalasz sobie uczyć się na błędach, dzięki czemu lepiej przygotujesz kolejne spotkanie. Otwierając się na głos publiczności, dowiesz się, jak często robić przerwy podczas kilkugodzinnego spotkania, czy oświetlenie nie powoduje dyskomfortu części osób albo która pora dnia i dzień tygodnia są najlepsze do organizacji spotkania. Poznasz lepiej odwiedzających i dzięki temu będziesz wiedzieć, co jeszcze zaproponować im w swoim programie, a oni jeszcze chętniej odwiedzą twoje miejsce ponownie. Dodatkowo, dobrze realizowane badanie jest początkiem tworzenia pogłębionej relacji z publicznością. Otwierając się na nią pamiętaj, aby włączyć do rozmowy różne grupy, na przykład osoby g/Głuche czy niewidome. Jeśli nie wiesz, jak to zrobić – zapytaj (współpracuj, znajdź partnerów – patrz pkt.7). Starajmy się myśleć o diagnozie jak o dobrej, wzajemnej rozmowie.

3_Przyjrzyj się miejscu, w którym organizujesz wydarzenie

Pamiętaj, że otoczenie wpływa na komfort uczestnictwa. Dokładnie zmapuj przestrzeń twojej instytucji. Zaznacz w niej miejsca newralgiczne i trudne, czyli takie, które wymagają pokonania kilku stopni, żeby się do nich dostać (koniecznie poinformuj, jeśli miejsce nie jest dostosowane do użytku przez osoby poruszające się na wózkach), są oddalone od toalety lub łatwo się w nich zgubić. Dbając o dobre oznakowanie przestrzeni wpłyniesz na komfort uczestników i ich poczucie samodzielności. Warto przeanalizować drogę z sali warsztatowej do toalet i drzwi wejściowych. Wówczas będziesz wiedzieć, czy osoby o ograniczonej mobilności dotrą do miejsca samodzielnie czy będą potrzebowały asysty kogoś z waszego zespołu. Podziel się swoimi spostrzeżeniami, poinformuj uczestników i uczestniczki zarówno o możliwych trudnościach, jak i udogodnieniach. Na przykład, jeśli wiesz, że w danym miejscu nie ma toalety – napisz o tym na stronie wydarzenia. Zobacz też, gdzie znajduje się najbliższy przystanek komunikacji publicznej i w razie potrzeby zaoferuj pomoc w dotarciu. Nie bez znaczenia będzie uwzględnienie rozkładów jazdy tramwajów czy autobusów. Jeśli przygotowywane wydarzenie zakończy się zbyt późno, musimy się liczyć, że dla części osób będzie to stanowiło dodatkową trudność w podjęciu decyzji o uczestnictwie.

4_Uznaj brak w sobie, nie ma czegoś takiego jak specjalne potrzeby

Warto uświadomić sobie, że nie ma osób, które są w pełni sprawne, zdrowe, mobilne albo pozbawione jakichkolwiek wewnętrznych ograniczeń. Nie ma ludzi idealnych – owszem, stwierdzenie to jest banalne, ale ważne byśmy sobie o nim przypominali. Dostrzegając „brak” w sobie, inaczej spojrzymy na otaczający nas różnorodny świat. Empatyzowanie z innymi ludźmi i akceptacja słabości ułatwiają funkcjonowanie we wspólnocie. Dzisiejsza niepełnosprawność sąsiada może w przyszłości dotyczyć także mnie, a może już teraz dostrzegam w sobie jakieś subiektywnie ocenione niekompetencje, słabości, które dla innych nie stanowią problemu? Każdy doświadcza jakichś ograniczeń – czasami po prostu trudniej sobie to uświadamiamy. Ćwiczmy się zatem w uważności – przyda się ona nam wszystkim. Warto także skończyć z mówieniem o jakichś „specjalnych potrzebach”. Dotarcie osób poruszających się na wózkach na koncert czy spektakl nie ma takiego charakteru. Patrzenie ani słuchanie nie jest potrzebą specjalną.

5_Działania międzygrupowe – nie separować i nie gettoizować

Z powyższego punktu wynika jeszcze jedna rzecz – nie ma sensu myśleć wyłącznie kategorią grupy wiekowej. Jest ona zbyt szeroka i wewnętrznie zróżnicowana. Lepiej projektować wydarzenia (w miarę możliwości od samego początku wspólnie z uczestnikami/uczestniczkami) z myślą o pewnych tematach, zainteresowaniach, potrzebach. Jeśli przyjmujemy taką perspektywę, zobaczymy szybko, że na spotkanie autorskie, wykład o historii Jeżyc albo warsztaty DJ-skie, tak samo chętnie przybędzie starszy mieszkaniec Poznania, jak i młody aktywista miejski. Oczywiście warto uwzględnić specyfikę poszczególnych grup kategoryalnych, wynikającą z ich trybu i stylu życia, zdrowia albo nawyków, jednak zwykle to nie program separuje pokolenia, lecz zastosowany język, wybrane kanały komunikacji, wizualna opowieść. Warto poświęcić temu więcej uwagi i starać się tworzyć wydarzenia, które będą miały charakter międzygeneracyjny, włączający, tworzący przestrzeń do potencjalnej wymiany doświadczeń.

6_Dostrzeż zróżnicowanie uczestników

Seniorzy, młodzież, dzieci, osoby dorosłe – to tzw. grupy kategoryalne. Możemy je opisać językiem demografii i statystyki, jednak niewiele nam mówią na temat preferowanych przez nich sposobów spędzania czasu, stylów życia czy potrzeb i motywacji (albo barier) do uczestnictwa w kulturze. Jak wiele może różnić ucznia siódmej klasy, mieszkającego w dużym mieście od dwudziestolatki żyjącej w prowincjonalnym miasteczku albo na wsi? Tego się nie dowiemy, dopóki nie zapytamy, powinniśmy pamiętać, że z faktu przynależności do grupy młodzieży lub grupy senioralnej niekoniecznie wynika jedność potrzeb i gustów poszczególnych osób. Publiczność (obecna, jak i ta potencjalna) naszych wydarzeń jest bardzo zróżnicowana. Wniosek ten powinien pozostawiać nas z postanowieniem dowiadywania się o niej jak najwięcej.

7_Współpracuj

Nie wyważaj już otwartych drzwi. Zobacz, jak działają inne organizacje i instytucje. Zainspiruj się, podpatruj dobre praktyki i zapraszaj do współpracy. Nie musisz być wszechwiedzący, więc warto korzystać z wiedzy, którą inni już zdobyli. Współpracuj z szerokim otoczeniem – nie tylko innymi instytucjami, domami kultury i galeriami, ale poszukaj też organizacji zajmujących się zdrowiem, opieką i edukacją – być może z nimi nawiądziesz partnerstwa, które podniosą jakość proponowanych przez Ciebie działań. To również idealna sytuacja do wymiany kompetencji, wzajemnego wsparcia, inspirowania się i odkrywania nowych rozwiązań.



8_Projektuj uniwersalnie

Dostępność to proces. Nie przejmuj się pierwszą, drugą czy trzecią porażką (np. frekwencyjną). Dostępność to budowanie zaufania grup, które w sposób mało aktywny uczestniczyły w życiu kulturalnym. Wprowadzenie w swoje działania idei projektowania uniwersalnego pomoże odwrócić tę sytuację. Projektowanie uniwersalne to po prostu projektowanie włączające. Odnosi się do możliwości pełnego uczestnictwa w życiu społecznym, dostępności sfery publicznej niezależnie od sprawności danej osoby. To z jednej strony projektowanie dostępnych wydarzeń/działań, a z drugiej strony zwrócenie uwagi na architekturę, otaczającą nas przestrzeń, kanały komunikacji i przepływu informacji.

W przypadku dostępności architektonicznej warto zapoznać się z dokumentami, publikacjami odnoszącymi się do tematu dostępności. Takie miasta jak Poznań, Wrocław czy Warszawa mają swoje standardy dostępności, w których znajdują się dokładne wytyczne, parametry techniczne. Strony internetowe powinny być zaprojektowane zgodnie z zasadami WCAG 2.0 (*Web Content Accessibility Guidelines*). Kluczowe są też oznaczenia w przestrzeni, które zasygnalizują wprowadzone przez nas rozwiązania. Oznaczenia dostępności, m.in. tłumaczenia na polski język migowy, napisów, pętli indukcyjnej, audiodeskrypcji, – są bardzo ważnym elementem informacji dla osób z różnymi niepełnosprawnościami.

Projektowanie uniwersalne to wiele składających się na dostępność elementów. Stosując powyższe zasady i zwiększając swoją uważność wchodzisz w obszar projektowania opartego na równości w dostępie do kultury i edukacji.



Rozmawiaj z uczestnikami wydarzeń.
Pytaj, co im się podobało, co by zmienili.
Otwierając się na krytykę, pozwalasz sobie
uczyć się na błędach, dzięki czemu lepiej
przygotujesz kolejne spotkanie.



jury

Domy kultury
i organizacje
pozarządowe

Atlas dla kultury



Wydawnictwo dofinansowane ze środków
Miasta Poznania oraz Powiatu Poznańskiego.

POZnań*



POWIAT
POZNAŃSKI

MCA STOWARZYSZENIE
EDUKACYJNE

ul. Dmowskiego 5/7a/33
60-222 Poznań
stowarzyszenie@mca.pl
tel.: +48 692 499 810
www.5zmyslow.pl

Atlas dla kultury

WYDAWNICTWO BEZPŁATNE / NIE NA SPRZEDAŻ!