

Pracovní list z workshopu o přístupném turismu

- Doplněno o postřehy účastníků na workshopu
- 4.5.2023
- Lektor: Tereza Kosnarová Venerová
- *Workshop byl realizován v rámci projektu Univerzální design – mapování potenciálu a zapojení nové generace v kreativních průmyslech podpořeného Fondy EHP.*

[Krátký výlet mimo komfortní zónu - krátké cvičení: zpráva nosem](#)

[Kvůli čemu se někdy můžeme cítit vyloučení](#)

[Sběr dat](#)

[Co si představíte, když se řekne “bariéra”](#)

[Kategorie bariér:](#)

[Tabulka znevýhodnění \(trvalá, dočasná a kombinovaná...\)](#)

[Na co se zaměřit při mapování bariér v různých lokalitách \(zobecněno\):](#)

[Praktické poznámky k mapování:](#)

[Postřehy z mapování turistických cílů ve Zlíně](#)

[Baťův památník, vozíčkář](#)

[Turistické informační centrum](#)

[Galerie](#)

[Co si odnáším z workshopu, zpětná vazba:](#)

[Největší zlínská bariéra:](#)

Krátký výlet mimo komfortní zónu - krátké cvičení: zpráva nosem

Postřehy - Jaké to bylo?

- diskomfort, stud
- ponižující: psát nosem
- nenapadlo požádat někoho jiného o pomoc - přitom nejjednodušší řešení
 - chceme si dělat věci sami, je nám nepříjemné žádat někoho o něco
 - stud říct si o pomoc od cizích lidí
- těžké, trapné
- handicap odjakživa VS. v průběhu života úraz - jak jsou na situaci zvyklí
- problém: nepřístupný web

Kvůli čemu se někdy můžeme cítit vyloučení

- Zdraví
 - kondice, fyzická vybavenost
 - vzhled
 - zrak, brýle
 - skládání skříňky z IKEI, prostorová představivost
 - špatná orientace
 - pletení si pravé/levé strany
- Schopnosti a dovednosti
 - pracovní pozice, hierarchie v práci
 - pohlaví: podceňování v určitých oborech
- Rodinná a životní situace
- Komunikace
 - jazyková bariéra (aj, nj, znaková řeč, administrativní jazyk)
 - terminologie, hantýrka
- Povaha a osobnost, intelekt
- Kultura, rasa, víra, národnost
 - národnost - např. východ Evropy

Jiné poznámky:

- omezení X handicap (silné slovo, míra soběstačnosti)
- Nebavit se “Pojďme se věnovat zpřístupnění prostoru pro nevidomé” ale spíš “Pojďme se věnovat zpřístupnění prostoru pro lidi, kteří v různých situacích hůř vidí.” (nejednou se totiž nebavíme jen o úzké skupině lidí s konkrétním hendikepem, ale i situačně / dočasně, např. ostré slunce, zánět v oku, zapomenuté brýle ap.)

Sběr dat

Sbíráte? Doptáváte se? Ptáte se na bariéry? Speciální prohlídky?

Ze zkušeností účastníků:

- zpětná vazba pouze na vlastní hodnocení

- spec. prohlídky, procházky dělají - snaha připravit trasu
- přizpůsobení trasy: vozíčkáři, berle, kočárky, senioři
- procházka na míru skupiny
- komunikace na webu: neuvedeny možnosti délky tras → příležitost změny
- specifikace situace: projít s kočárkem → někdo projde, někdo ne
- komunikovat, co prostor umožňuje → fotky prostoru
- zeptat se na názor člověka, který má odstup (jiný úhel pohledu)
- pozlátka, neautentické → ukázat pravdivost místa, reálné informace
- ujistění, že se myslí na každého (taxi u nádraží)

Co si představíte, když se řekne “bariéra”

- ozvučené semaforey: problém, když jsou dva vedle sebe → matoucí
- bariéru může představovat samotný bezbariérový prvek
- otevřít diskuzi je dobré, ale problém je, jakou máme kompetenci situaci zlepšit → i tak je užitečné dávat podněty; snažit se to protlačit, aby se nad tím vedení zamyslelo
- uživatelské testování
- vzdělávat sebe, kolegy, lidi kolem sebe
- konzultanti, odborníci - vzory, jak to dělat:
 - Mariana Chytilová nebo Radek Pavlíček (poslepu.cz)
 - web o přístupném designu a rozcestník na odborníky a zdroje: <https://www.designprovsechny.cz/odbornici>
 - inkluzivnidesign.cz (web se chystá, spuštění cca podzim 2023)
 - [Innovating the People](#) (kniha - manuál pro prostorovou, manuální a digitální přístupnost)
 - Robert Osman (kniha Geografie bariér) - [E-kniha v PDF formátu](#)
- dobře napsaný brief pro copywritera
- první krok řešení: musíme vědět o bariérách
- termíny, kterými lze nahradit “hendikepovaný” / “člověk s hendikepem”:
 - “lidé s odlišnou zkušeností” (Chytilová)
 - “lidé s různými těly” (Osman)
 - “zákazníci / návštěvníci”
 - “lidé s omezenou schopností pohybu” / “přístupný prostor vhodný pro...”

“edge case” - extrémní situace / případy / uživatelé

- průměrný uživatel bude vždy spokojen
- vyplatí se jim věnovat, můžeme být pro všechny
- persony (student bakalářského studia + zraková vada)

Kategorie bariér:

- Fyzické bariéry
- Kognitivní bariéry
- Intelektuální bariéry
- Smyslové bariéry
- Socio-kulturní bariéry
- Komunikační bariéry
- Technologické bariéry
- Bariéry z pohledu použitelnosti produktu/služby
- Názory a postoje
- Časové bariéry
- Nenaplnění základní psychologické potřeby

POZNÁMKA: *fenomén “supermrzák” - i přes handicap hrdině někdo něco dokázal

Tabulka znevýhodnění (trvalá, dočasná a kombinovaná...)

Nevidomý / špatně vidí	Nese těžký batoh, který si chce odložit	Stydí se a chce se vyhnout osobnímu řešení věcí
Neslyšící / špatně slyší	Dodržuje bezlepkovou dietu	Je ve Zlíně poprvé
Pohybuje se s pomocí vozíku, berlí - musí se vyhnout všem schodům	Senior	Neumí Česky
Má malé dítě	Vyhledává klidné, tiché prostory. Vadí mu*jí i hudba v kavárně.	Preferuje off-line řešení

Má psa	Vyhledává prostory, kde je šero. V hodně osvětlených prostorách ho*ji často začne bolet hlava	Vše si plánuje předem, nevyužívá internet v mobilu
Má kočárek	Špatně se soustředí	Neujde velkou vzdálenost, potřebuje si často odpočinout
Trpí úzkostmi. Když se něco nedaří, raději to vzdá.	Všude nosí noise-cancelling sluchátka	Cokoliv ze seznamu, který jsme si napsali v úvodu workshopu

Na co se zaměřit při mapování bariér v různých lokalitách (zobecněno):

Turistické informační centrum

- Program na víkend pro lidi s různými znevýhodněními
- Na informovanost zaměstnanců infocentra
- Na obsah webu
- Na přístupnost veřejné dopravy
- Na přístupnost veřejných toalet
- Na přístupnost kaváren a restaurací
- Na možnost dohodnutí asistence pro nevidomé / pro osoby s omezenou možností pohybu

Památka

- Nákup vstupenek a plán cesty
- Na bezbariérovost prostoru (pokuste se zmapovat i možnost prohlídek pro nevidomé / neslyšící návštěvnictvo)
- Na obsah webu
- Na cestu, doporučenou na webu
- Na nákup vstupenek
- Orientace na místě a bezbariérovost prohlídky (vč. využití toalet, občerstvení)
- Na speciální prohlídky pro nevidomé / neslyšící
- Zajímavé bude zaměřit se i na přístupnost prostoru pro osoby s pohybovým omezením

- Na přístupnost tištěných materiálů (Je použitý jednoduchý jazyk? Existuje přístupná, digitální verze materiálů? Audio-verze materiálů?)

Galerie

- Na obsah na webu
- Na program pro děti / seniory
- Na vybavenost prostoru (občerstvení pro děti / seniory, toaleta pro děti, přístupná toaleta, dětský koutek, možnost odpočinku)
- Na přístupnost výstavního prostoru pro návštěvníky*ce s dětmi

Praktické poznámky k mapování:

- Nezapomeňte fotit, natáčet, vše si zapisovat (každý detail, emoci, postřeh).
- Zmapujte si všechny fáze:
 - Příprava cesty
 - Cesta
 - Prohlídka
- Další aktivity pro mapování:
 - Využijte místní občerstvení
 - Toalety
 - A všechny možnosti, které daný prostor nabízí
- Mapujte i pozitivní momenty. Cokoliv, co vám pomohlo. **Příklady dobré praxe.**
- Šablona pro mapování (možno použít jako vzor a libovolně upravit):
<https://www.figma.com/file/IFzLi3APCHWeX0qJmmSU5/ZI%C3%ADn-Design-Week-2023---Inkluzivn%C3%AD-workshop?type=whiteboard&node-id=101%3A2&t=DHz9rjvpMoVFBQhf-1>

Postřehy z mapování turistických cílů ve zlíně

Batův památník, vozíčkář

- poutavý výklad

- špatná informace o MHD na stránkách: jezdí zřídk a nekoresponduje to s časy komentovaných prohlídek
- nepraktické dvojce dveře
- cesta: vysoký kopec -> komplikace pro starší lidi, těhotné
- řešení: informace o spojích na webových stránkách; uvést do kontextu spoje, linky, aby seděly na časy prohlídku
- vstupné: zlevněné za stejnou cenu jako děti a učitelé - vozíčkáři ale nedostanou celý obsah, protože se nedostanou do druhého a třetího patra -> paní by i toto zohlednila v ceně vstupného
- komunikovat, že prohlídka není bezbariérová
- udělat alternativu např. formou videa
- složitá orientace v areálu Svitů, frekventovaná cesta (před podchodem), výtah v podchodu v zanedbaném stavu, prudší sjezdy, nebezpečná cesta

Turistické informační centrum

- negativní reakce zaměstnankyň (recepčních): nejsou dostatečně informované
- neochotné cokoliv zjistit, předat dodatečné informace ohledně města (něco navíc)
- špatné, nedostatečné, nevýrazné označení v celém komplexu > vizuální smog
- nepřehledný vizuál
- matoucí polepy na sklech (je jich mnoho), špatně čitelné
- graficky (barevně) zpracovat funkci prostoru
- "v informačním centru nedostanu informace"

Galerie

- parkovací místa na cedulku (povolení):
 - > nepraktické pro maminky s dětmi
 - > ne všichni ví, že si mohou povolení vyžádat
- chybí intimní koutek: přebalování, kojení, chvilka klidu
- špatné označení
- + bylo sezení a lavičky
- bez občerstvení pro děti, pouze káva, kojení možné za dvěma těžkýma dveřma

- program pro děti nebyl správně věkově zvolen (program, který má být pro děti má být ve výši jejich očí +-)
- +prostor v uličkách na kočárek

Co si odnáším z workshopu, zpětná vazba:

- nemilé překvapení, uvědomění, je stále co zlepšovat
- proškolení paní na info
- workshop ji bavil, aha moment, prioritizace informací
- přesah, díky WS chtějí dát projektu nový směr (audit přístupnosti pro nevidomé, překlad webu do českého znakového jazyka, přidání k titulků k videu - fajn ukázka je [CAMP](#))
- do budoucna: projít si ty místa; zamyslet se, jak nejlépe zpřístupnit a zjednodušit dopravu - jak k nám přijedete (auto - kde zaparkovat, vlak, autobus - kde je nádraží ve vztahu s centrem)

Největší zlínská bariéra:

- komunikace
- přestupy a spoje
- Zlíňáci nejsou zvyklí konzumovat kulturu - nevíme, jestli je kultura přístupná
- Zlíňáci nejsou na zážitek tady - Proč? - Neví o něm? nechtějí? Zlín? Chybí způsob, jak si Zlín aktivněji užít?
- město duchů
- neochota lidí a nedostatečná hrdost na jejich pracovní pozici
- Zlín je chápáný jako periferie