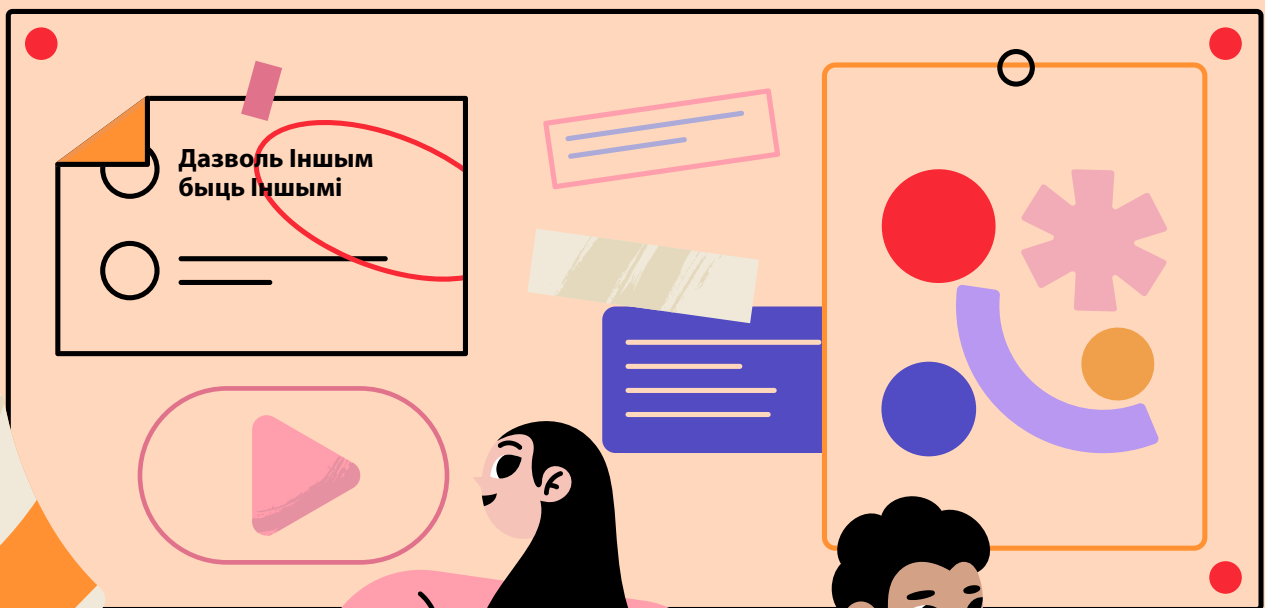


# Как подготовить и провести инклюзивное мероприятие

 Рекомендации для организаторок\_ов



# Содержание

<b>Введение</b>	<b>5</b>
<b>Подготовка к мероприятию</b>	<b>8</b>
<b>Изучение потребностей целевых групп</b>	<b>8</b>
Как и о чем спросить?	9
<b>Конфликт потребностей</b>	<b>12</b>
<b>Выбор даты</b>	<b>14</b>
<b>Выбор места</b>	<b>14</b>
<b>Доступность пространства</b>	<b>16</b>
Транспортная доступность и парковки	16
Потребности людей на колясках	17
Потребности незрячих и слабовидящих людей	18
Потребности неслышащих и слабослышащих людей	19
Потребности родителей с маленькими детьми	19
Ориентация в пространстве	20
Туалеты	21
Другие критерии	23
<b>Мероприятия на свежем воздухе</b>	<b>24</b>
<b>Доступность и корректность информации</b>	<b>26</b>
Гендерно-чувствительный язык	28
«Ясный язык»	29
Выбор рабочего языка	31
Потребности неслышащих и слабослышащих людей	33
Потребности незрячих и слабовидящих людей	34
Визуальное оформление	34
<b>Программа мероприятия</b>	<b>36</b>
<b>Стоимость участия</b>	<b>37</b>
<b>Форма регистрации</b>	<b>38</b>
<b>Анонс</b>	<b>38</b>
<b>Питание</b>	<b>40</b>
<b>Экоподход</b>	<b>41</b>
Транспорт	41
Энергия и ресурсы	42
Мусор	43
<b>Онлайн-мероприятия</b>	<b>44</b>
<b>Гибридные мероприятия</b>	<b>47</b>

# Содержание

<b>На мероприятии</b>	<b>50</b>
<b>Команда</b>	<b>51</b>
<b>Этикет общения</b>	<b>52</b>
Люди с инвалидностью	53
Неслышащие и слабослышащие люди	54
Люди с ментальными особенностями	54
Незрячие и слабовидящие люди	55
Родители с маленькими детьми	56
Люди старшего возраста	56
Сообщество ЛГБТК+	57
Экодружественные люди	57
Забота вместо опеки	57
<b>Безопасное пространство</b>	<b>58</b>
Правила поведения	58
Предупреждение о триггерах	60
(Не)готовность к общению	60
Конфиденциальность	60
Конфликтные ситуации	61
<b>Завершение мероприятия</b>	<b>63</b>
<b>Заключение</b>	<b>66</b>
<b>Список ссылок</b>	<b>68</b>





# Введение

Построить инклюзивное общество сложно, ведь оно предполагает самостоятельное и равное участие всех людей. А все люди очень разные — со своими потребностями, сложностями в характерах и поведении. Зачастую понимание многогранности общества может напугать и представить инклюзию в нем несбыточной мечтой. Но это не так. Потому что такую работу стоит начать не со всего общества в целом, а с самих себя. Если все мы в отдельности станем инклюзивными, то и общество станет таким автоматически.



**Инклюзия** — это включение различных дискриминируемых и стигматизируемых групп в жизнь общества.

Лучший способ внедрить инклюзивный подход — это **принять инклюзию как ценность лично для себя и для своей организации**. Как только вы поменяете свое повседневное поведение в сторону инклюзивного, вы больше не сможете не замечать тех сложностей и барьеров, с которыми сталкиваются другие, и будете стараться изменить эту ситуацию.

Инклюзия является одним из главных направлений деятельности нашей организации *«ИныЯ»\**. В своей работе мы часто сталкивались с непреодолимыми на первый взгляд препятствиями, но нас вдохновлял опыт других общественных организаций и инициатив. Мы поняли, что в этом процессе мы не одни и всегда есть те, кто уже работал с подобным или может помочь найти решение.

Данные рекомендации — наша **попытка собрать воедино весь опыт в инклюзивном подходе**, который есть у нас и наших коллеганок и коллег, и передать его тем, кто только начинает свой путь в инклюзии и боится сделать первый шаг. При этом и те, кто уже работает с инклюзией, смогут найти здесь что-то полезное и интересное.

То, что потребность в подобном пособии есть, мы заметили еще после нашего пилотного *Исследования доступности публичных пространств г. Минска* в 2018 году (далее — *исследование 2018 года*). Многие из участниц\_ков исследования говорили о том, что для улучшения инклюзивности не хватает практического материала, который будет написан простым языком и при этом сможет дать ответы на широкий спектр вопросов. Когда мы готовились к написанию этих рекомендаций и провели еще одно исследование (далее — *исследование 2021 года*), мы убедились в том, что потребность эта всё так же существует.

\* здесь и далее по тексту красным курсивом выделены кликабельные ссылки

В рекомендациях мы делали основной фокус на потребности следующих групп:

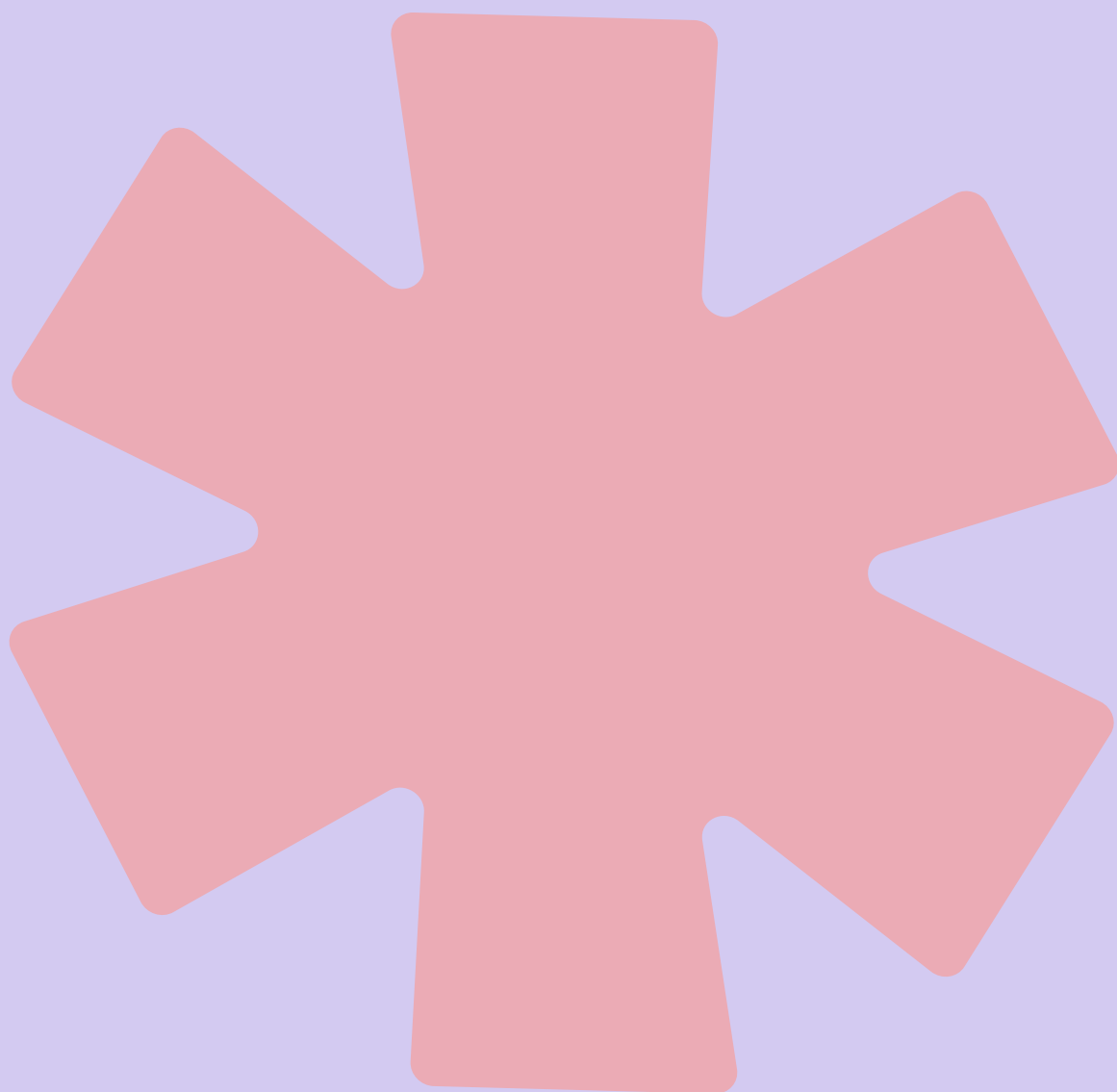
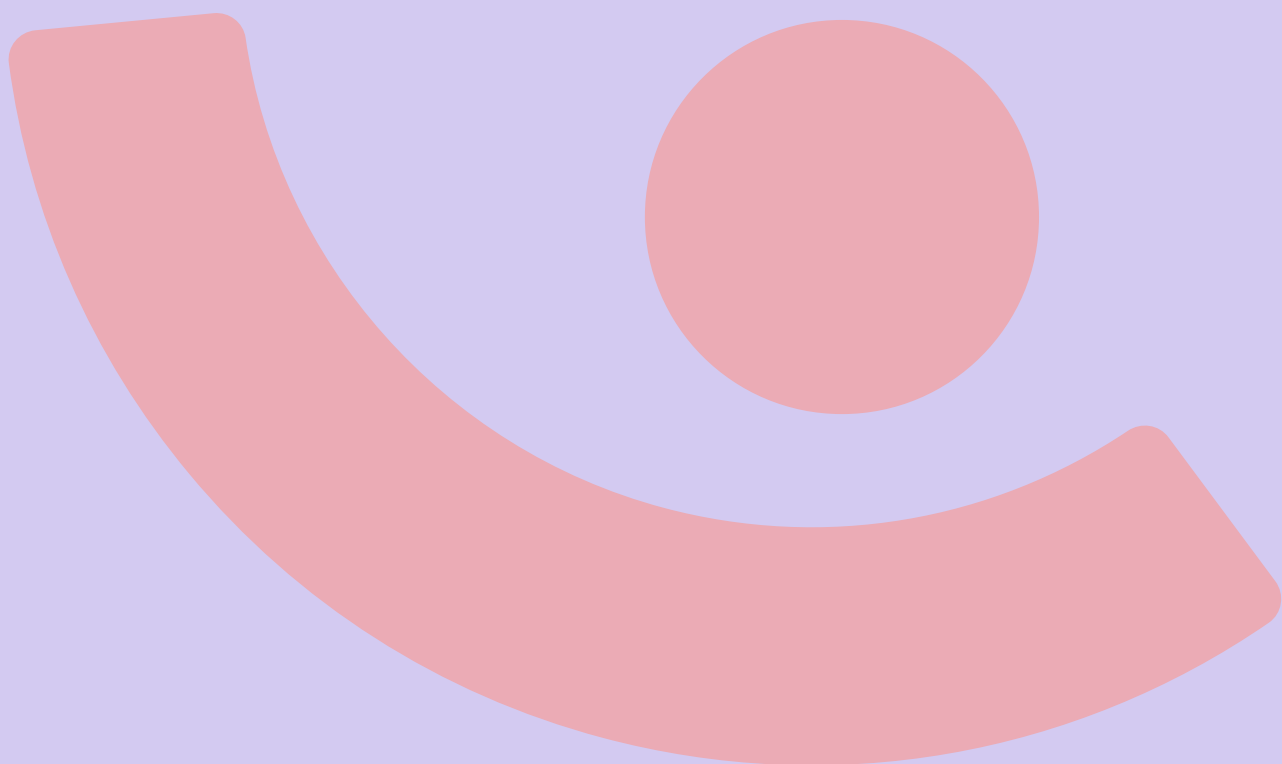
- люди с ограниченной мобильностью;
- незрячие и слабовидящие люди;
- неслышащие и слабослышащие люди;
- люди с психическими и ментальными особенностями;
- родители с маленькими детьми;
- сообщество ЛГБТК+;
- люди, ведущие экодружественный образ жизни.

Важно понимать, что это не исчерпывающий список и на практике намного больше групп нуждается в инклюзии. Потребности каких-то из них заметны, известны и «привычны», а про какие-то группы мы знаем намного меньше, потому что никогда не сталкивались с их опытом. Тогда нам придется приложить усилия, чтобы эти потребности изучить.

Также важно помнить, что определенные потребности, отнесенные к той или иной группе, будут актуальны не только для нее. Ведь, с одной стороны, потребности многих групп могут совпадать. А с другой стороны, в каждом человеке может пересекаться бесконечное число идентичностей.

Мы благодарим всех коллеганок и коллег, кто так же ведет работу в поле инклюзии и чей опыт помог нам создать эти рекомендации. Надеемся, что они будут вам полезными и вдохновят присоединиться к пути инклюзии.





# Подготовка к мероприятию

Как показывает практика, основные силы и ресурсы уйдут на подготовку, ведь именно от этого во многом зависит успех мероприятия. На этом этапе нужно собрать команду, определиться с концепцией, изучить целевые группы, учесть их потребности, чтобы обеспечить доступность и комфорт, а для этого организовать инклюзивное пространство. Позаботиться о персонале, еде, оборудовании и многом другом. Продумайте не только план «А», но и план «Б», а возможно, даже и план «В» на случай, если что-то в какой-то момент пойдет не так (а оно ведь обязательно пойдет, мы это точно знаем).

Ниже мы постараемся раскрыть важные аспекты подготовки инклюзивных мероприятий, хотя и понимаем, что описать абсолютно все моменты очень сложно.

## Изучение потребностей целевых групп


Планирование инклюзивного мероприятия начинается с изучения потребностей целевых групп. Это позволит вам сохранить самый важный принцип — организация мероприятия не ради самого факта проведения, а для решения проблем целевой группы.

Что мы знаем о людях, которых приглашаем?

Как лучше взаимодействовать с аудиторией?

Что нужно учесть, чтобы мероприятие было им доступно?

Эти вопросы требуют большого внимания и проработки, ведь если мы не узнаем ответы вначале, мы не сможем организовать действительно инклюзивное мероприятие. Потребности участниц\_ков могут влиять на формат и методы, которые вы используете. Например, во время тренинга планировались подвижные игры, но среди участниц\_ков у вас есть люди, которые передвигаются на колясках, или слабовидящие. Это значит, что вам нужно будет изменить формат игр, чтобы всем было комфортно участвовать.



Не пытайтесь оценить потребности целевых групп, полагаясь только на собственные представления. Вы можете ошибаться и не знать об опыте дискриминации этих групп. Всегда спрашивайте о том, что нужно людям, их самих. В некоторых случаях уместной будет консультация со специалистами\_ами, которые работают с вашей целевой аудиторией.

Если вы знаете, что среди потенциальных участниц\_ков есть люди из стигматизируемых и/или дискриминируемых групп, то важно продемонстрировать им свою готовность работать для них и вместе с ними, иначе можно никогда не услышать, в чем состоит их запрос. Этим людям общество систематически исключает из социально-культурных публичных пространств, поэтому, избегая стресса, они часто отказываются от участия в мероприятиях.



## Как и о чем спросить?

Существует множество способов сбора информации онлайн и офлайн. Мы перечислим те, которыми пользуемся и которые знаем, а вы выбирайте подходящий в ваших условиях.



Удобно использовать **форму регистрации, форму обратной связи и в целом онлайн-анкеты**. Эти средства дают ответы на конкретные вопросы. При этом важно понимать, что открытые вопросы о потребностях в анкетах могут смущать людей, которые до этого не сталкивались с общественными организациями/инициативами, и такие вопросы могут оставаться без ответа. Поэтому лучше предлагать несколько вариантов ответа на выбор и оставлять поле для своего ответа или комментария.



Старайтесь составить максимально **короткий список вопросов** и не спрашивайте то, что вам на самом деле не нужно (например, фамилию или номер телефона).



Для опросов также можно пользоваться, например, интерактивными досками. Можно создавать короткие опросы в мессенджерах и социальных сетях.



Помните, что возможность заполнять онлайн-опросник и пользоваться другими онлайн-инструментами есть не у всех — подумайте, как вы узнаете о потребностях этих людей и как они смогут попасть на ваше мероприятие. Например, не нужно забывать про опросы по телефону и бумажные анкеты.



Очень информативны **отзывы о предыдущих мероприятиях**, которые можно собрать через форму обратной связи, путем устных или письменных опросов, используя коробки с пожеланиями. Также можно проанализировать комментарии и отзывы на сайтах и в соц-сетях.



Можно организовать **предварительные встречи и интервью** с участниками\_ками. Общаясь лично, вы можете прояснить какие-то непонятные моменты. Также можно поработать с фокус-группами.



Часть информации можно узнать через тематических блогеров\_ов или из СМИ.



Еще одним способом может быть собственное **социсследование** (если позволяет бюджет). Например, такое, как наш опрос посетительниц\_лей мероприятий в рамках *исследования 2021 года*.



Если целевая группа для вас новая, и вы не знаете, где и как ее искать, можно сотрудничать с теми, кто уже проводит мероприятия с этой группой или имеет такую аудиторию в социальных сетях (например, экспертки\_ты или профильные организации).



*Дополнительные инструменты, которые могут прояснить потребности/положение человека в обществе:*

- **Упражнение «Интерсекциональная звездочка».**  
*Его цель — посмотреть на то, какое количество социального пространства занимает человек, с какими дискриминациями он/она сталкивается, а где у этого человека есть привилегии.*
- **Мультифакторный анализ бедности** в центр ставит человека и его/ее конкретный опыт, связанный с наличием или отсутствием каких-либо ресурсов.



Важно осознавать, что **оценка потребностей** — это затраты времени и других ресурсов. Однако кроме своего прямого назначения полученные данные можно использовать для принятия управленческих решений в организации/инициативе (новые программы, закрытие старых, перераспределение ресурсов, новые услуги).



После того как вы собрали и систематизировали информацию о потребностях, оцените свои возможности и принимайте решение о том, что вы сделаете, чтобы удовлетворить запросы целевых групп. Для новых задач могут понадобиться дополнительные средства и усилия.



Если возможно, поделитесь результатами оценки с людьми, чьи потребности вы оценивали. Важно, чтобы окончательное решение о том, что вы предпримете, соответствовало результатам оценки.



Будьте готовы, что вы не сможете удовлетворить все запросы и иногда неизбежны компромиссы. Важно заранее донести до вашей аудитории, что вы готовы сделать для нее. Честность и открытость к изменениям — важный аспект применения инклюзивного подхода.

## Конфликт потребностей

Случается, что потребности разных людей или групп противоречат друг другу. И это абсолютно нормально — **мы все очень разные и наши потребности могут не совпадать**. В этой ситуации важно не просто выявить противоречащие потребности, но и найти вариант решения, который будет подходить для различных групп.

### Пример №1

Людам со слабым зрением необходимо люминесцентное освещение, так как оно ярче, чем лампы накаливания. Но у людей с сенсорными нарушениями люминесцентное освещение вызывает головные боли и беспокойство из-за мерцания.

### Возможные решения:

- Подготовить высококонтрастные электронные и печатные презентационные материалы слабовидящим участникам\_кам.
- Дать возможность слабовидящим воспользоваться личной лампой.
- По возможности использовать естественное освещение.
- Иметь световые фильтры для люминесцентных ламп, если естественное освещение невозможно.
- Заменить люминесцентные лампы на современные светодиодные (LED) лампы высокой яркости без мерцания.



## Пример №2

Один человек плохо понимает речь, ему/ей нужно несколько раз прослушать сказанное. Другой же человек в силу дефекта речи не может четко говорить.

### Возможные решения:

- Записывающие устройства, чтобы люди могли многократно прослушивать информацию.
- Устройства преобразования текста в речь.
- Назначить помощницу\_ка, чтобы она/он повторял\_а человеку с коммуникативными нарушениями то, что было сказано группе.

Бывают конфликты, возникающие внезапно, и их разрешение сразу неочевидно. Например, человек с потерей слуха не может слушать лекцию с открытым окном, а человеку со множественной чувствительностью к химическим реагентам нужен свежий воздух, и поэтому он/она открыл\_а окно; тот/та, кто пользуется служебной собакой, может вступить в конфликт с человеком, у которого/которой тревожное расстройство и боязнь собак.

**!** *Подходите к решению конфликтов потребностей творчески, будьте гибкими и терпеливыми, готовыми выслушать точку зрения другого/другой и учиться.*



## Выбор даты



Выбирая дату, сверьтесь с календарем, не выпадает ли планируемый день на праздник — религиозный, национальный, государственный. Так вы проявите заботу и уважение к вашим участницам\_кам и избежите конфликта их интересов. Практика показывает, что даже в светских обществах сильны религиозные традиции. Вам же важно, чтобы ваша аудитория посетила мероприятие.



Выбирая день (будний или выходной) и время (утреннее, дневное или вечернее; до или после работы), ориентируйтесь на возможности ваших целевых групп. Например, люди старшего возраста готовы прийти утром или днем, родители с маленькими детьми, скорее всего, выберут мероприятие, которое закончится не поздно.

## Выбор места

Выбор места может оказаться задачей не из легких. Кроме того, что придется учесть множество условий, напрямую не связанных с инклюзией (например, вместимость, стоимость аренды), нужно соблюсти требования доступности и комфорта для стигматизируемых и дискриминируемых групп.

Эти требования отличаются. Как показало наше *исследование 2018 года*, организаторки\_ры мероприятий и руководство публичных пространств в основном ассоциируют проблемы доступности с обеспечением потребностей людей с инвалидностью, а конкретнее — людей на инвалидных колясках. Люди с другими типами инвалидности и представительницы\_ли других стигматизируемых и дискриминируемых групп вспоминаются гораздо реже. Поэтому хотим еще раз подчеркнуть, как **важно заранее узнавать о потребностях вашей аудитории**.

Что касается безбарьерной среды для людей на колясках, к сожалению, большинство помещений для публичных мероприятий были построены давно и практически ее не обеспечивают. И даже в новых зданиях, при строительстве которых все эти условия можно было учесть (*и законодательство этого требует!*), элементы безбарьерной среды часто отсутствуют. Очень распространена ситуация: здание оборудовали пандусом, но не соблюли всех требований к его установке, в итоге им нельзя пользоваться. Именно поэтому в ряде случаев

вам будет необходимо заранее самостоятельно оценить доступность пространства, чтобы все требования точно были соблюдены. Также нужно быть готовыми к тому, что некоторые недостатки придется устранять — самостоятельно или с привлечением владельцев помещений.

i

Для оценки доступности можно воспользоваться следующими документами от Офиса по правам людей с инвалидностью:

- *Руководство по мониторингу доступности архитектурных объектов, зданий и сооружений для людей с инвалидностью;*
- *Пособие по мониторингу доступности для физически ослабленных лиц территорий парков, скверов и других открытых территорий, предназначенных для рекреации и публичной доступности.*

Также существуют утвержденные Министерством труда и социальной защиты Республики Беларусь *Методические рекомендации по определению доступности объектов и адаптации услуг, предоставляемых населению, с учетом особых потребностей инвалидов*. Однако стоит отметить, что данные рекомендации используют упрощенную анкету и в основном оценивают аспекты физической доступности.

Ряд условий доступности и комфорта для отдельных групп выполнить довольно легко (поставить пеленальный столик, развесить указатели), в то время как устранение некоторых других барьеров требует серьезных вложений (арендовать подъемник для колясок, мобильные пандусы, привлечь специалистов\_ов).

**Важно помнить, что если хоть одно условие доступности для определенной группы не будет выполнено, помещение нельзя считать полностью доступным для этой группы.**

В следующем разделе мы попробуем собрать основные критерии доступности пространства для стигматизируемых и/или дискриминируемых групп, которые нужно учесть при выборе площадки для мероприятия.

# Доступность пространства



## Транспортная доступность и парковки

Доступность помещения начинает оцениваться еще за его пределами — с возможности до него добраться. **Транспортная доступность важна всем без исключения группам.** Близость остановки общественного транспорта к месту проведения — одно из первых условий комфортного посещения мероприятия, которое называли в рамках нашего *исследования 2021 года*. Экологически дружелюбные люди оценят удобный веломаршрут.

Подумайте, смогут ли участницы\_ки добраться до места на общественном транспорте (например, трамваем в Минске не могут пользоваться люди на колясках и физически ослабленные люди из-за высоких ступеней).

Возможно, вам придется организовать трансфер (например, если перевозится группа людей с ограниченной мобильностью, в особенности если они находятся в одном учреждении). Если вы будете перевозить людей, которые пользуются колясками, то вам понадобится автомобиль с подъемником для колясок и креплениями для их устойчивости при движении.

Наличие **парковки**, в том числе с местами для людей с инвалидностью, недалеко от здания — еще одно очень важное условие. Также нужно место, где можно оставить велосипед и другие средства передвижения (самокаты, детские коляски и другое).

Не должно быть физических препятствий на пути от остановки общественного транспорта или парковки до входа в помещение. Существует ряд требований к обустройству подходов к наземным пешеходным переходам (высота бордюрного камня в интервале 2,5–4 см), подземным переходам, пандусам, дорожкам.



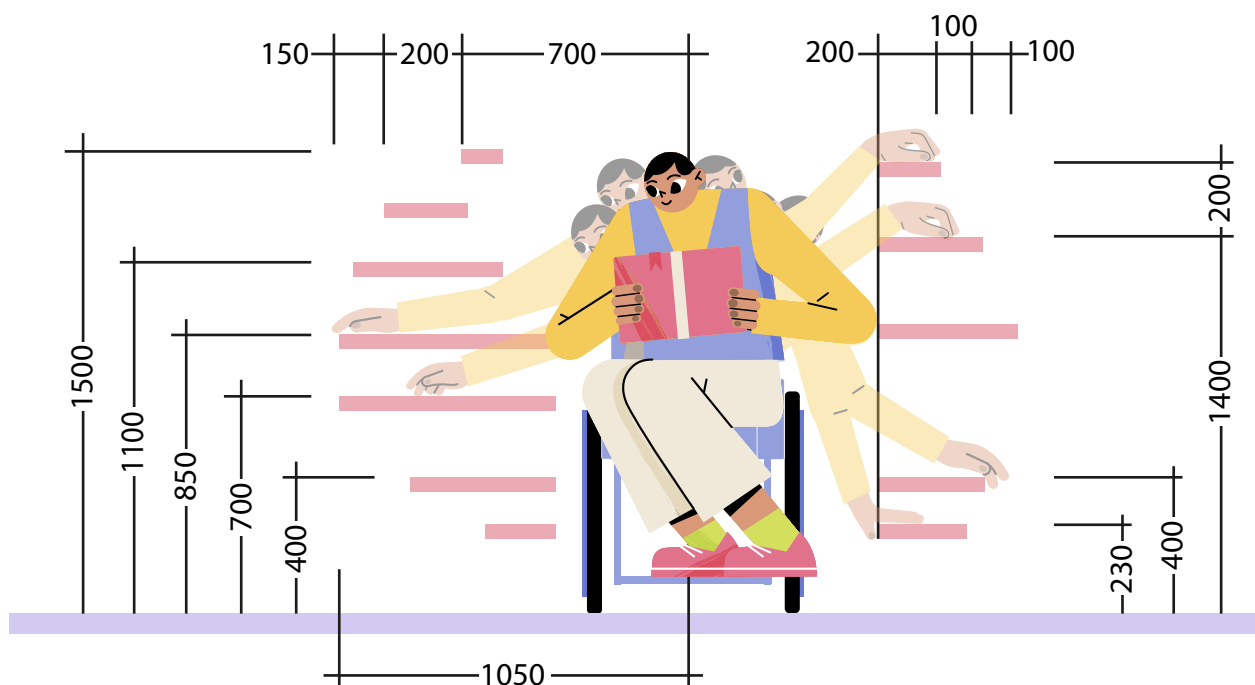



## Потребности людей на колясках

В белорусском законодательстве есть четкие требования к помещению, обеспечивающие самостоятельное передвижение людям на колясках. В первую очередь, это наличие пандуса, если перепад высот поверхностей больше 4 см. Однако в Республиканской ассоциации инвалидов-колясочников (РАИК) утверждают, что перепад в 4 см труднопреодолим, и указывают, что в международной практике максимальный перепад составляет 1,5 см.

Также законодательством регламентированы уклон пандуса, длина маршей, покрытие, перила, площадки для разворота коляски, пороги (не выше 2,5 см), ширина дверей (не менее 90 см), высота дверных ручек (не менее 80 см и не более 1,1 м), ширина проходов. Доступ к верхним этажам может быть обеспечен с помощью пандусов, лифта или подъемника. Установлены параметры кабины лифта: ширина — 1,1 м, глубина — 1,5 м, ширина двери кабины лифта не менее 85 см. Требования к подъемнику: размер платформы не менее 0,8х1,6м, возможность самостоятельного пользования, наличие кнопки для вызова администрации.

Кроме того, важна высота рабочих поверхностей. «При проектировании интерьеров, подборе и расстановке технологического и другого оборудования, приборов и устройств следует исходить из того, что рабочие поверхности киосков, прилавков, стоек в гардеробах, буфетах, регистратурах, окна кассовых кабин и т. п. должны располагаться не ниже 0,6 м и не выше 0,8 м от уровня пола или пешеходной части пути. Это зона оптимальной досягаемости, или доступности», — говорится в пособии РАИК *«Доступная среда для инвалидов»*. Тут мы еще напомним о высоте доски для записей на стене или подставке.





Необходимо всегда предусматривать свободную зону подхода к любым объектам (телефону, пандусу, двери, столу, настенным аппаратам и т. д.) — пространство размерами в плане не менее 0,9х1,5 м.

Рабочие поверхности столов следует располагать на высоте 0,8 м. Под рабочими столами должно быть достаточно места (проем не менее 0,6 м) для удобного расположения ног человека в коляске.

В связи с этим напомним о зоне питания — столы с едой и напитками должны быть нужной высоты, к ним должны быть подходы. Остальные участницы\_ки мероприятия не должны питаться стоя (возле стоек, высоких столиков и т. д.). Чтобы за едой было удобно общаться, лица присутствующих должны быть на одном уровне, поэтому нужно предусмотреть стулья, скамейки, лавки и т. п.

Если мероприятие длится более 4 часов, человеку на коляске может понадобиться прилечь, так как не все могут выдержать долгое время в сидячем положении. Поэтому нужно подумать, где разместить диван или кушетку.

Помещение, отвечающее всем перечисленным выше требованиям, будет комфортно также для физически ослабленных людей, людей старшего возраста, родителей с детьми и других групп.




## **Потребности незрячих и слабовидящих людей**

Большое значение для незрячих и слабовидящих людей имеют характеристики лестниц и порогов (при отсутствии пандусов).

Требования к устройству лестниц: ширина ступеней не менее 40 см, высота — не более 12 см, ограничения касаются количества ступеней в марше, длины и ширины марша; между маршами должны быть площадки. Необходимы поручни и ограждения, важна их высота (70 и 90 см) и яркая или контрастная окраска. Важным элементом является наличие предупредительных (рельефных, контрастных) полос перед началом марша и на площадках лестниц, перед входами и порогами, в идеале — перед любыми препятствиями на пути движения, а также рельефных полос на краях ступеней. Необходимы желтые кружки на прозрачных дверях и других прозрачных перегородках, чтобы они были более заметны.





Высота порогов имеет значение, однако лучше, когда их нет вовсе: **любое неожиданное препятствие на пути — это дополнительные проблемы для людей с инвалидностью по зрению.**

В зрительном зале места для людей с ограничениями по зрению должны быть оборудованы тактильными метками, позволяющими самостоятельно обнаружить нужное место, а также специальными персональными приборами для получения речевых комментариев о происходящем на экране или сцене.



### **Потребности неслышащих и слабослышащих людей**

В помещении должна быть хорошая акустика, специальное оборудование. В зрительном зале места для людей с нарушениями слуха необходимо размещать не далее 10 м от источника звука или оборудовать специальными персональными приборами усиления звука. С этих мест должна быть хорошо видна сцена и переводчица\_ик жестового языка.



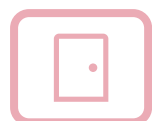
### **Потребности родителей с маленькими детьми**

Большинство барьеров для этой группы можно устранить, используя подход по созданию kids-friendly-пространств.



*Kids-friendly-пространства (пространства, дружелюбные для детей) — это места, в которых одинаково комфортно как взрослым, так и детям. Важно, что пространства, оборудованные в соответствии с этим подходом, будут удобными как для людей с детьми, так и для людей разного возраста.*

Для создания комфортного kids-friendly-пространства нужно предусмотреть:



удобный вход (пандусы, широкая дверь, в которую могут проехать детские коляски);



возможность переодеть ребенка (пеленальные столы, которыми удобно пользоваться как женщинам, так и мужчинам);



место, где можно комфортно покормить ребенка (комнаты для грудного кормления, мебель для детей дошкольного возраста);



детский уголок (иногда небольшой стол со стулом и раскраской спасают ребенка от скуки).



## Ориентация в пространстве

**Удобные и понятные ориентиры** в помещении будут комфортными для всех. Однако для некоторых групп (люди на колясках, люди с ослабленным зрением) это не просто удобство, а необходимость.

Для создания доступной среды могут использоваться тактильные, звуковые и визуальные средства информации. При этом важно, чтобы все носители информации составляли единую логически выстроенную навигационную систему (маршрут).




**Начало доступной навигации** — это яркая и заметная вывеска с названием пространства для удобства его поиска.

Навигационная система включает общую схему устройства пространства и элементы навигации (таблички, указатели и т. д.). Хорошо, если общая схема будет расположена в холле помещения, чтобы все вошедшие могли сразу сориентироваться. На схеме должны быть отмечены все помещения — залы, туалеты, стойка регистрации, лифты и т. д. Для удобства восприятия и запоминания можно дать названия отдельным залам и/или обозначить их разными цветами.

Вся **визуальная информация** должна быть **заметна** и расположена на удобной высоте. Ее нужно оформить крупным шрифтом и контрастными цветами. Также должны присутствовать элементы обозначения доступности помещений (например, для людей на колясках). Для незрячих и слабовидящих людей важно дублирование навигационной информации с использованием шрифта Брайля.





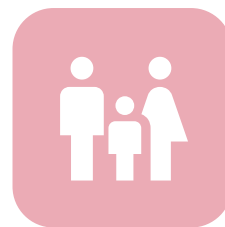
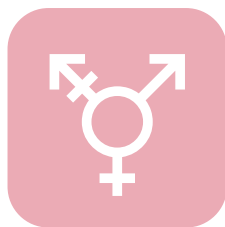


На входе в пространство участниц\_ков могут встречать волонтерки\_ры, чтобы при необходимости помочь сориентироваться и ознакомить с обустройством пространства. **Аудиогид** — также хороший инструмент для таких запросов.

Если вы заметили, что каких-то элементов навигации в пространстве не хватает, то нужно будет изготовить их временные варианты самостоятельно.

## Туалеты

Правильное оборудование туалетных комнат особенно важно как минимум для трех групп: люди на колясках, ЛГБТК+, родители с маленькими детьми.



Для того чтобы люди на колясках могли пользоваться туалетами, их оборудование должно соответствовать следующему набору требований:

- Отдельная кабина шириной не менее 1,65 м и глубиной не менее 1,8 м с местом для коляски.
- Ширина дверного проема не менее 0,9 м, дверь открывается наружу.
- Наличие на двери информации (пиктограммы) о доступности туалета.
- Наличие свободного места перед унитазом (или сбоку) не менее 80×110 см.
- Наличие в кабине кнопки вызова персонала на высоте не более 90 см.
- Наличие внутри кабины горизонтального поручня на высоте не более 75 см над уровнем пола: длина поручня не менее 90 см, диаметр поручня 3–4 см, поручень удален от стены на 4–5 см.
- Высота одного из умывальников не более 80 см.

- ☑ Под умывальником имеется свободное пространство для подъезда кресла-коляски на высоте не менее 60 см от уровня пола.
- ☑ Перед умывальником имеется свободное пространство размером в плане 80×110 см.
- ☑ Высота размещения нижнего края электрополотенца, зеркала, держателя туалетной бумаги не более 80 см, крючка или вешалки — 130 см.

Как и в случае с другими критериями доступности, несоблюдение хотя бы одного из требований делает туалет недоступным для человека на коляске.

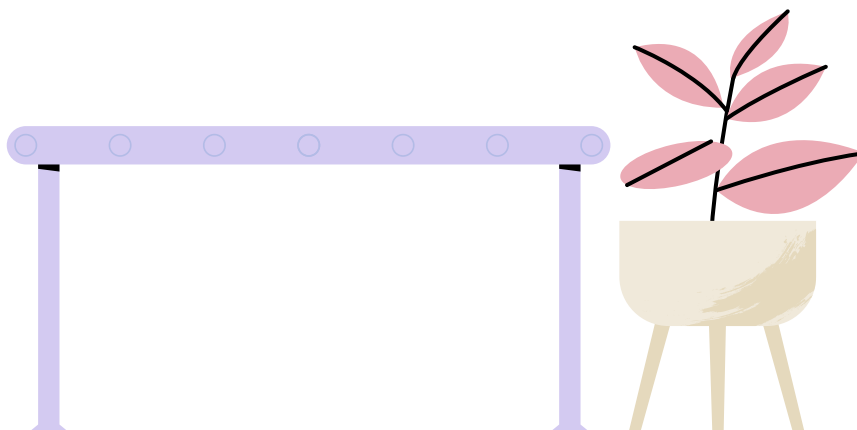
Наличие гендерно-нейтральных туалетов — по сути единственный важный момент в организации физического пространства для сообщества ЛГБТК+.



**Гендерно-нейтральный туалет** — это общий туалет для всех людей вне зависимости от гендерной принадлежности, обозначенный гендерно-нейтральными маркерами.

Пользование туалетом с традиционными маркировками приводит не только к психологическим и физическим проблемам для людей, чья внешность не совпадает с гендерным самоощущением (трансгендерные и гендерно-неконформные люди), но и к проблемам в социальном взаимодействии.

Родителям с детьми важно наличие в туалете детского сиденья и детского умывальника (либо устойчивого табурета к высокому умывальнику), а также пеленального столика. Если туалеты разделены на мужской и женский, то всё оборудование должно присутствовать в обоих туалетах. Пеленальный столик также можно поставить в другом помещении, например, в комнате для кормления грудью, если такая есть в пространстве.

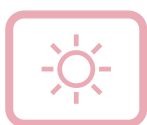




## Другие критерии



Дополнительно не забудьте убедиться, что в помещении нет запахов краски, лака и других строительных материалов, свежеложенного линолеума или коврового покрытия, других предметов, издающих резкий запах. Резкие запахи могут быть некомфортными для всех, но особенно важным этот момент будет для людей с чувствительностью к химическим реагентам и с респираторными нарушениями. В связи с этим стоит попросить администрацию не использовать при уборке средства с сильным запахом и ароматизаторов помещений.



Все рабочие пространства и пути перемещения людей должны быть хорошо освещены. При этом по возможности лучше использовать естественные источники освещения.



Помните, что для людей с ограниченной подвижностью более комфортными будут кресла с подлокотниками или более высокими сиденьями — при возможности предусмотрите их в рабочих пространствах мероприятия.



На мероприятии стоит позаботиться об обустройстве **зоны отдыха и/или тихой комнаты**. Это пространство — с диванами, стульями, креслами-грушами — даст возможность отдохнуть от шума мероприятия, интенсивной коммуникации и взаимодействия с другими участниками. Тихая комната особенно важна при организации мероприятий для людей с психическими расстройствами и ментальными особенностями. В этом случае важно предусмотреть отдельные места для отдыха, по возможности отделенные ширмами или перегородками, чтобы люди могли остаться наедине.



Доступность помещений для ночлега определяется всеми перечисленными выше в этом разделе требованиями. В идеале ночлег должен быть организован в том же здании, где и мероприятие, или в пешей доступности от этого места.



*Важные критерии помещений для ночлега для людей на коляске:*

- *Помощницы\_ки, сопровождающие людей на коляске, размещаются в той же комнате либо в смежной.*
- *Кровать человека на коляске должна отстоять от стены минимум на 90 см. Расстояние между кроватями как минимум 80 см.*
- *Желательно наличие ортопедической подушки.*
- *Если розетки в комнате размещены высоко или в неудобном месте, должны быть удлинители.*
- *Умывальник, столик, зеркало — на удобной высоте, настенные поручни там, где необходимо. Душ с высоким стулом для мытья.*

## **Мероприятия на свежем воздухе**

При организации мероприятий на свежем воздухе будут применимы многие требования доступности помещений. Например, так же будут важны наличие парковки, табличек и указателей, пандуса, места для отдыха, достаточный уровень освещенности и т.д.

Кроме того, на территории могут присутствовать различные постройки (билетные кассы, туалеты, кафе), которые должны быть доступными.




Однако есть и **специфические условия для мероприятий под открытым небом**.

Например, требования для пешеходных путей. Вот некоторые из них:

- Пути движения должны быть непрерывными и максимально спрямленными.
- Продольный уклон в местах без перил, лестниц и пандусов не более 5%.
- Отсутствуют необоснованные спуски и подъемы в виде лестниц и других преград для людей с ограниченной мобильностью.
- Ширина пешеходного пути движения не менее 1,8 м при двухстороннем движении (не менее 1,5 м при одностороннем движении).
- На путях движения отсутствуют преграды (фонарные столбы, цветочницы, урны, рекламные щиты, питьевые фонтанчики и др.).
- Высота прохода в свету под выступающими конструкциями не менее 2,1 м, под ветвями деревьев не менее 2,2 м.
- Границы путей движения фиксируются с помощью бордюров, поручней, кустарников (при этом не должно быть колючих и ядовитых растений).
- Покрытие пешеходных путей ровное, твердое, шероховатое (при применении тротуарной плитки ширина швов не более 1 см).  
*Обратите внимание, что дорожки, например, посыпанные гравием или песчаными, будут крайне затруднять движение для некоторых групп или вовсе сделают его невозможным.*
- Цвет и фактура покрытия на всем пути движения контрастирует с окружающей поверхностью.





На открытых пространствах важны места для отдыха, например, скамейки. Если есть дорожки, то лавочки должны располагаться вдоль всего маршрута, не мешая движению, на горизонтальных площадках. Рядом со скамейкой должно быть свободное место не менее чем 0,9x1,2 м для остановки кресла-коляски или детской коляски. Важно, чтобы часть скамеек были с навесами.

Проверьте, где находятся общественные туалеты. Обычно они должны быть при входах и вдоль основных путей движения в хорошей видимости и не далее чем 200 м от места проведения мероприятия. Хотя бы одна из кабин туалета должна быть доступна для людей, передвигающихся на креслах-колясках либо использующих другие технические средства.

## Доступность и корректность информации


Доступность информации и ее корректность важны не меньше, чем доступность пространства. Например, имея полностью доступное помещение, но написав анонс мероприятия сложным языком, употребив некорректные слова, можно не дожидаться желающих принять участие. Точно так же, если в видео о том, как добраться до пространства, нет подробного аудиосопровождения, то слабовидящие и незрячие люди самостоятельно не смогут посетить мероприятие.

Помните, что **доступность информации** — это и про текст, и про видео, и про аудио, и про визуальные материалы. Не учитывая доступность и корректность информации, мы теряем часть нашей целевой аудитории.

Говоря о корректности информации, мы в первую очередь имеем в виду отсутствие в ней дискриминации, исключение языка вражды.



**Язык вражды** — это все формы самовыражения, отрицающие равенство всех людей и разжигающие ненависть или ксенофобию к людям на основе того, кем они являются. Например, исходя из религии, этнической принадлежности, национальности, расы, цвета кожи, сексуальной ориентации, пола, возраста или другого фактора, который определяет человека. Язык вражды **может принимать разные формы**: речевую, письменную, визуальную и невербальную. Подробнее про язык вражды можно узнать в видео [«Что такое язык вражды?»](#).



К сожалению, его использование в современном мире не редкость. При этом даже без мотива ненависти, например, из-за непросвещенности, можно выразиться некорректно по отношению к стигматизируемым и дискриминируемым группам (например, употребить слово «гомосексуалист» вместо «гомосексуал», «цыгане» вместо «рома», «психически ненормальный» вместо «человек с особенностями развития»), тем самым усугубляя их положение или как минимум не способствуя его улучшению.

То, как мы говорим и пишем, влияет на наше мышление. Некоторые слова со временем меняют оттенки значения, стилистическую окраску, но люди продолжают ими пользоваться по привычке в прежних контекстах. Так поддерживаются стереотипы, имеющиеся в языке (например, говорим «бабушка», имея в виду пожилую женщину, «наркоман» вместо «наркопотребитель»). Трудность в том, что такие стереотипы незаметны говорящим. Нужно, чтобы кто-то обратил внимание на проблему (обычно это активистки\_ты) и предложил корректные выражения. Через язык можно содействовать недискриминации и инклюзии.

Пример инклюзивного подхода в языке — когда **на первое место ставится человек**, а не его отдельный признак/характеристика. Например, корректно говорить «человек на коляске» вместо «инвалид-колясочник», «ребенок с синдромом Дауна» вместо «дауненок», «человек, живущий с ВИЧ» вместо «ВИЧ-инфицированный». Тогда вся многогранность личности не сводится к одному факту. Также важно помнить, что без реальной необходимости не стоит дополнительно подчеркивать/указывать на отдельный признак/характеристику человека.

В данных рекомендациях мы не будем говорить об употреблении корректной лексики отдельно по каждой из стигматизируемых и дискриминируемых групп. Для этого советуем вам посмотреть *Медиарешешник*, лекцию Олега Рожкова об инклюзивном языке, заглянуть в пособие *«Толерантная журналистика»*. Проверить свои тексты на маркеры языка вражды вы можете в сервисе [check.j4t.by](http://check.j4t.by) (доступны русский, белорусский и украинский языки).

Еще важно отметить, что каждая группа имеет право называться так, как она хочет, и употреблять в своей среде лексику, которая может показаться вам некорректной. В этом случае следует уточнить у представительниц\_ей группы, как их называть и какие слова уместны (хотя сами они могут их и не употреблять).





## Гендерно-чувствительный язык

**Гендерно-чувствительный язык** — это способ в равной степени представить в языке мужчин и женщин, а также дать место многообразию гендерных идентичностей.

Русский и в меньшей степени белорусский языки описывают картину мира от лица мужчин. Например, если мы говорим о людях, и мужчинах и женщинах, во множественном числе, то используем существительные мужского рода (*учителя, музыканты, пенсионеры*). Или в выражениях типа «*Государство хочет знать, где ты был и что делал*» глагол ставим в форму мужского рода, хотя имеются в виду люди вообще. Если нужно назвать женщин по профессии или как представительниц социальных групп, снова на первый план выходят существительные мужского рода (*врач, директор, профессор*). Женские эквиваленты, которые есть в языке, часто характерны для разговорной речи (например, *врачиха, директрисса* или *директорша, профессорша*), хотя есть и нейтральные (*представительница, посланница, пенсионерка*), но они все равно уступают по частоте употребления своим мужским парам. Если использовать феминитивы (*организаторка, участница*), гендэргэп (*организаторки\_ры* или *организатор\_ки, участницы\_ки* или *участни\_цы; был\_а, делал\_а*) либо употреблять оба слова (*участники и участницы*), женщины становятся заметными. **Гендэргэп** также **используется для учета всех гендеров** — не только мужского и женского, но и всего многообразия идентичностей.

Здесь нужно отметить, что о феминитивах идут споры, многих из этих слов еще нет в словарях, не все их принимают. В связи с этим было бы уместно спросить у женщин, которые будут выступать на мероприятии, как их называть (*спикер, эксперт* или *спикерка, экспертка*).







## «ЯСНЫЙ ЯЗЫК»

Большинство людей с интеллектуальными нарушениями испытывает трудности в овладении чтением и письмом, в понимании информации, представленной в текстовой форме. Создать безбарьерную коммуникативную среду позволяет «ясный язык».



*«Ясный язык» — язык, доступный людям, испытывающим трудности в чтении и (или) понимании текста, предполагающий, как правило, использование упрощенной структуры высказываний, наиболее часто встречающихся общеупотребительных слов без специальной лексики, иностранных заимствований и слов в переносном значении, а также специальных приемов (расположение текста на странице, размер и иные особенности шрифта и др.).*

Таким образом, «ясный язык» — это **инструмент создания и/или адаптации текста при сохранении его основного смысла**, делающий его доступным для любого читателя.

Подготовка текстов на «ясном языке» — длительный и скрупулезный процесс. В команду по созданию или адаптации таких текстов как эксперты\_ты-оценщицы\_ки должны включаться люди с интеллектуальными нарушениями (3-4 человека).

Первой и пока единственной в Беларуси организацией, которая переводит на «ясный язык» различную информацию, является общественное объединение «Белорусская ассоциация помощи детям-инвалидам и молодым инвалидам». Как *считают* в организации, от перевода текстов на «ясный язык» выигрывают не только люди с интеллектуальными нарушениями, но и *«пожилые люди, подростки, малограмотные люди, иностранные гости, плохо знающие русский язык, мигранты и другие»*.

Рекомендуем вам ознакомиться с пособием этой ассоциации *«“Ясный язык”: как сделать информацию доступной для чтения и понимания»*.

Вот некоторые рекомендации из пособия, чтобы были понятны основные принципы:

- ☑ Избегайте длинных и сложных для понимания слов в предложении.
- ☑ Используйте часто употребляемые слова.
- ☑ Избегайте сокращения слов и аббревиатур (БГПУ, т. д., др.).
- ☑ Используйте одни и те же слова для обозначения одних и тех же явлений, объектов, действий, ситуаций.
- ☑ Используйте по возможности активный залог вместо пассивного.
- ☑ Избегайте использования частицы «не».
- ☑ Избегайте по возможности использования сложных для понимания терминов и иностранных слов. Если нет возможности заменить сложные для понимания термины и слова, пишите пояснения к ним непосредственно в тексте.
- ☑ Если сложных слов много, составьте словарь (список) полезных слов. Разместите его в конце текста.
- ☑ Избегайте использования многозначных слов. Если все же их нужно употребить, то только в определенном контексте высказывания.
- ☑ Избегайте слов с переносным значением, фразеологизмов и метафор.
- ☑ Будьте аккуратны с использованием таких местоимений, как «я», «его», «это».
- ☑ Используйте короткие предложения.
- ☑ Начинайте каждое предложение с новой строки.
- ☑ Стройте предложение так, чтобы в нем передавалась одна мысль.
- ☑ Разделяйте длинные предложения на несколько коротких.
- ☑ Разделяйте предложение, которое занимает несколько строчек, в том месте, где можно сделать паузу при прочтении вслух.
- ☑ По возможности используйте предложения с одним подлежащим.



### Пример адаптации текста. Без учета требований «ясного языка»:

«Нам с вами предстоит познакомиться с уникальным зданием Национальной библиотеки Беларуси (НББ) — главной библиотеки нашей страны. В ходе экскурсии я расскажу вам о ней. Мы с вами прогуляемся по нескольким этажам (по 1-му и по 2-му), а также на лифте поднимемся на крышу нашего здания. Там находится смотровая площадка».

### С учетом требований «ясного языка»:

«Сегодня мы познакомимся с Национальной библиотекой Беларуси.

Национальная библиотека Беларуси — это главная библиотека нашей страны.

Мы пройдем по первому и второму этажам библиотеки.

На лифте поднимемся на крышу библиотеки.

На крыше находится смотровая площадка.


Смотровая площадка — это место, с которого мы увидим весь город».



## Выбор рабочего языка

**Языковой аспект — важная часть инклюзии.** Сейчас люди выбирают тот или иной язык не только исходя из своих возможностей общения и понимания, но и по политическим и другим причинам. Люди объединяются, разобщаются и дискриминируются по критерию языка. Было бы отлично, если бы каждая и каждый использовали тот язык, на котором им комфортно общаться, и при этом их бы все понимали. И часто так и происходит, но все-таки не всегда.

Заботой об участницах\_ках было бы еще на этапе анонса сообщить о рабочем языке мероприятия: белорусском, русском, каком-либо еще или нескольких. А также указать, будет ли перевод, включая перевод на жестовый язык *(ведь это отдельный язык, и его необходимо упоминать отдельно!)*. Часто представление о языке мероприятия мы получаем, взглянув на афишу, прочитав анонс,



услышав рекламу по радио. И так же часто язык мероприятия не тот, на котором оно анонсируется.

Делайте выбор языка осознанно, отталкиваясь от своих возможностей и потребностей аудитории. Заранее узнайте о языковых предпочтениях спикеров\_ов, по возможности опросите аудиторию. Подумайте, нет ли у вас стереотипов вроде «все беларусы понимают и говорят на русском» или «все иностранцы, приехавшие в Беларусь, либо не знают ни русского, ни беларусского, либо знают только русский».

Если уместно, публично объясните свою языковую позицию в начале мероприятия (не используя стереотипы) или еще раз проговорите, какие языки являются рабочими. Расскажите, что делать тем, кому будет непонятен язык (например, можно предложить им разместиться рядом с людьми, готовыми перевести что-то или объяснить, а возможно, рядом с переводчицей\_ком).

Пусть ваша команда тоже будет многоязычной. Продумайте, что вы будете делать, если не окажется никаких переводчиц\_ков (обратитесь ли за помощью к участницам\_кам, используете ли автоматический перевод и др.).



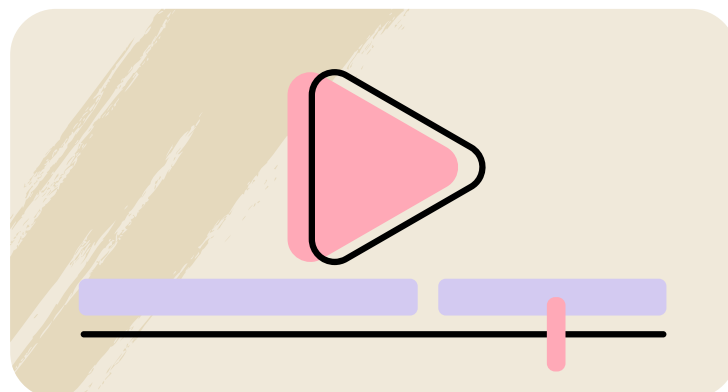


## Потребности незлышащих и слабослышащих людей

Доступная среда для незлышащих и слабослышащих — это среда, где хорошо выстроена коммуникация и доступна информация. Люди с потерей слуха пользуются разными системами речевых средств: **словесной** (в устной и (или) письменной форме) речью; **дактильной** речью (ручной алфавит); **калькирующей жестовой** речью (КЖР; имеет основу словесной речи, слова подкрепляются жестами) и **национальным жестовым языком** (НЖЯ; имеет собственную, отличную от словесного языка, грамматику, используются грамматические конструкции жестов). Сложность в том, что *люди с потерей слуха владеют этими системами в разной степени*. Некоторые испытывают трудности с чтением (письменная речь для них как иностранный язык) либо вовсе не умеют читать. Поэтому *субтитры не могут выступать универсальным средством* (хотя для многих они будут необходимы) и нужно дополнительно приглашать переводчицу\_ка на жестовый язык.

В связи с этим, привлекая к мероприятию незлышащих и слабослышащих людей, нужно точно узнать, какие инструменты коммуникации будут для них приемлемы, и найти подходящих специалистов\_ов. Для этого лучше обращаться в *профильные организации*.

Субтитры к видео и аудио нужно подготовить заранее. Некоторые платформы (YouTube, VK) и приложения (Clips, Kartioned и др.) позволяют создать их автоматически на основе распознавания речи искусственным интеллектом. Но зачастую они могут допускать ошибки, поэтому текст субтитров необходимо будет корректировать самостоятельно. Чтобы улучшить субтитры, можно воспользоваться любой из программ для видеомонтажа (iMovie, Final Cut Pro, Adobe Premier и др.). В них вы сможете наложить текст на видеоряд, настроить точное время их отображения и внешний вид.





## Потребности незрячих и слабовидящих людей

Пособие «*Этикет инвалидности*» предлагает следующие советы: «Слабовидящему человеку может понадобиться письменный материал, напечатанный крупным шрифтом. Четкость шрифта, соответствующий интервал столь же важны, как и размер шрифта. Буквы на этикетках и обозначениях должны быть отчетливо написаны контрастными цветами. Большинству людей с плохим зрением легче всего прочитать **жирные белые буквы на черном фоне**. Избегайте использования только прописных букв, потому что людям с плохим зрением труднее всего различить конец предложения. Важно хорошее освещение, но оно не должно быть слишком ярким. На самом деле чересчур блестящая бумага или стены могут создавать отблеск, который беспокоит глаза людей».



*Видеоматериалы и презентации нужно готовить так, чтобы визуальная информация имела аудиосопровождение.*



## Визуальное оформление

**Визуальное оформление требует вдумчивого и взвешенного подхода.** Оно должно отражать атмосферу безопасности мероприятия и быть направленным на тех, для кого вы его создаете. Изображения должны напрямую соотноситься с содержанием мероприятия.

Обратите внимание, кого репрезентируют изображения и как они могут интерпретироваться — не приведет ли это к эйджизму, сексизму, другим видам дискриминации. Хороший способ самопроверки — попробовать поставить себя на место изображенных. Не вызывает ли у вас такое изображение дискомфорт? Не подтверждает ли оно существующие стереотипы о группе? Естественно ли выглядят (одежда, позы) люди на изображении?

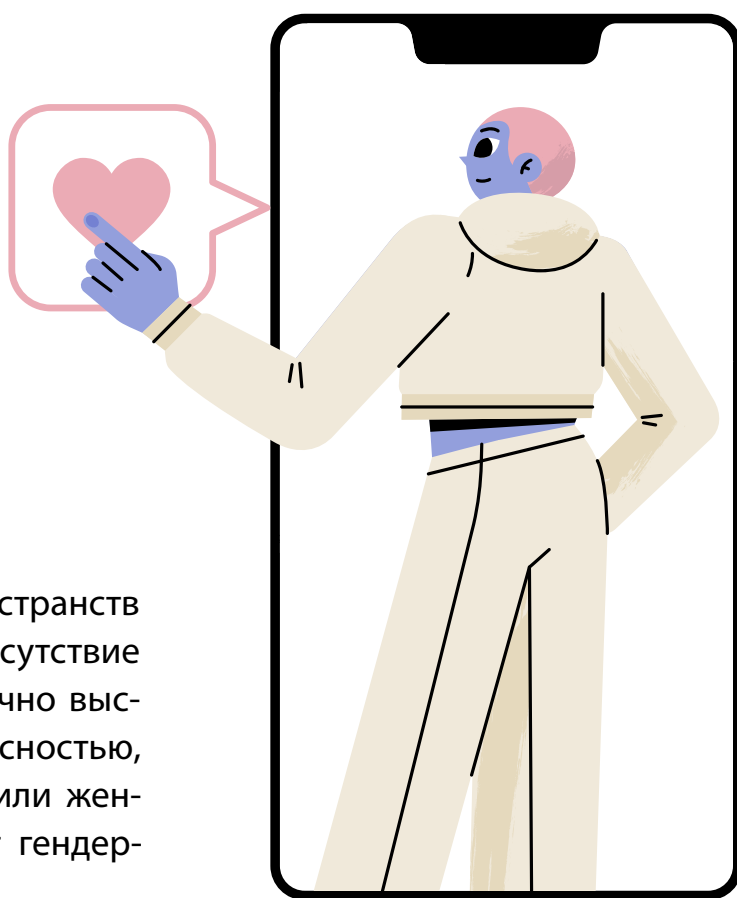


Часто дискриминация (и героизация как ее обратная сторона) с первого взгляда не заметна и, бывает, возникает из-за стремления создать яркий привлекательный образ (например, когда все люди изображены молодыми и стройными). **Не пользуйтесь стереотипными представлениями** в визуальном оформлении, поскольку такой образ часто **не будет совпадать с представлениями самой группы о себе**. Например, изображая на афише мероприятия, рассчитанного на целевую аудиторию 65+, женщину гораздо старшего возраста, в очках, платке и с седыми волосами, мы не только отталкиваем женскую аудиторию 65+, но еще и никак не охватываем мужскую. Также старайтесь без необходимости не использовать для иллюстраций привилегированные идентичности (такие, например, как молодой белый мужчина).

Через визуальные образы важно и нужно показывать разнообразие целевой группы, чтобы все ее представительницы\_ли могли увидеть себя на афише и других материалах мероприятия. В ряде случаев хорошим шагом может быть использование абстрактных изображений или рисованных персонажей, если это уместно.

В оформлении материалов и пространств для сообщества ЛГБТК+ важно отсутствие явных триггеров, которыми обычно выступает всё, что связано с телесностью, подчеркнутой маскулинностью или женственностью, что поддерживает гендерные стереотипы.

Если на визуальных материалах есть текст, то обратите внимание на его контрастность (текст должен хорошо читаться), краткость и неперегруженность (возможно, что-то можно убрать из визуальных материалов, поскольку это дублируется в тексте), простоту и понятность.





## Программа мероприятия

Составляя программу вашего мероприятия, тщательно продумайте логику его построения — порядок выступления спикеров\_ов, количество и длительность рабочих сессий, места их проведения в пространстве и перерывы между ними.



*Помните про некоторые факторы, которые могут повлиять на график проведения:*

- *на длительном мероприятии (2 часа и больше) необходимо предусмотреть перерывы для отдыха, приема пищи, посещения туалета;*
- *людям на колясках может понадобиться больше времени на перемещение в вашем пространстве и на посещение туалета — учитывайте это в длительности перерывов;*
- *люди с ментальными особенностями зачастую не могут долго держать концентрацию и внимание — для этой группы более комфортными будут короткие сессии и большая частота перерывов.*

Текст программы должен быть сформулирован очень четко и оформлен понятным для всех образом. Опишите в ней, о чем будут говорить ваши выступающие (только кратко), хорошо такое описание сопроводить фотографией спикера\_ра (согласовав с ней/ним использование фото).

Если вы ожидаете на своем мероприятии присутствие людей из разных стран, предусмотрите перевод вашей программы. Укажите в ней рабочие языки мероприятия и языки каждого из выступлений, будет ли предоставляться перевод.

Если мероприятие проводится в нескольких помещениях или по нескольким адресам, то обязательно укажите в программе, где именно проводится та или иная часть мероприятия. Обозначьте доступность пространств для различных групп.



Программа для людей с трудностями в понимании информации должна быть составлена на «ясном языке». *Подробнее читайте в разделе «Ясный язык».*

Для удобства посетительниц\_лей мероприятия вышлите программу заранее в электронном виде. Так вам не придется печатать ее большим тиражом (при этом саму возможность печати важно предусмотреть, потому что кто-то может не получить электронную версию или кому-то может быть не комфортно ее использовать).

Если вы не можете сформировать полную программу заранее (например, вы ждете ответов об участии от спикерок\_ов) и, соответственно, не можете заранее ее разослать, то не забудьте сделать это по готовности и разместить программу в пространстве в доступном для всех месте перед началом мероприятия.

## Стоимость участия

Участие в мероприятиях для некоторых людей бывает обусловлено не только выбором места и организацией инклюзивного пространства, но и финансовыми расходами. При этом важно понимать, что мероприятие с бесплатным входом не всегда означает отсутствие расходов для участниц\_ков — люди могут жить в других городах и им могут потребоваться средства на дорогу, проживание и/или питание. Конечно, мы не всегда в силах обеспечить возмещение таких расходов, однако подумать об этом на стадии планирования мероприятия точно стоит.

Если вы видите, что часть важной для вас целевой группы находится в разных городах, и для кого-то главным препятствием к участию станет, например, покупка билетов, можно подумать о предоставлении «стипендий» на покрытие расходов на транспорт для этих участниц\_ков.

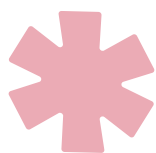
Подобным же образом на платных мероприятиях может быть предусмотрено бесплатное участие или оплата участия со скидкой для определенных групп людей.



## Форма регистрации

Подумайте, нужна ли вам предварительная регистрация? Возможно, вам необходимо создание безопасного пространства для участниц\_ков, чтобы никто посторонний не мог просто прийти на мероприятие или пройти по ссылке и присоединиться к вам. А возможно, вам необходимо собрать вопросы у аудитории перед мероприятием. Или вам нужно знать количество потенциальных посетительниц\_лей, чтобы заказать обеды.

В самой форме регистрации вначале имеет смысл еще раз кратко описать мероприятие, указать крайний срок подачи заявок/регистрации на мероприятие, описать, когда и как люди получают приглашение к участию/информацию об отборе, все ли будут проинформированы о результатах отбора.




*Напоминаем, что **основной принцип составления формы регистрации** — не спрашивайте то, что вам на самом деле не нужно для проведения мероприятия (например, фамилия, адрес проживания, номер телефона). Подробнее о том, как в форме регистрации спросить о потребностях, читайте в разделе «Изучение потребностей целевых групп».*

Также обратите внимание, что в каких-то случаях регистрация может служить барьером к участию. Например, людям важно сохранить свою анонимность на онлайн-мероприятии и/или у человека нет электронной почты, и ему/ей некуда прислать ссылку.

## Анонс

Еще один **важный этап подготовки** — **проинформировать свою аудиторию о мероприятии**. Есть множество средств — социальные сети, сайт, рассылка по электронной почте и в мессенджерах, реклама, СМИ, «сарафанное радио». Подойдут также любые нестандартные решения.

Важно одно — нужно использовать те **каналы** коммуникации, которые **доступны вашей целевой аудитории**, те, которыми она пользуется. Не все люди будут самостоятельно искать информацию (из-за нехватки свободного времени или по другим причинам). Это как раз наша задача: придумать способ легко предоставить информацию для целевой группы.



**Люди заранее хотят иметь представление, куда их приглашают, какое это будет мероприятие.** Это подтвердило и наше исследование 2021 года — участницы\_ки опроса говорили о том, что хотели бы заранее получить больше ясной и структурной информации о предстоящем событии.

В анонсе также важно указать, для кого мероприятие и что будет на нем происходить.

Если вы готовы вовлекать стигматизируемые и дискриминируемые группы, например родителей с детьми, ЛГБТК+, рома, бездомных людей, пишите об этом в анонсе. Даже если вы подразумеваете, что может прийти каждая и каждый, в анонсе важно подчеркнуть возможность включения в событие людей из этих групп. Как мы уже упоминали, у многих из них есть опыт исключения из социальных пространств, поэтому эти люди могут избегать участия.

В анонсе также важно указать, какие будут созданы условия для безопасного присутствия стигматизируемых и дискриминируемых групп. Напишите, что вы сможете обеспечить из потребностей, о которых узнавали. Например, о безбарьерных возможностях помещения, детском уголке, вегетарианских блюдах. Вся эта информация поможет вашей потенциальной аудитории почувствовать себя более комфортно и принять решение об участии.

По возможности расскажите также о ваших принципах, подходах и ценностях, готовности к инклюзии.

В анонсе онлайн-мероприятия не забудьте указать, по времени какой страны/города оно пройдет.



*В рассылке информации о вашем мероприятии важно сообщить о том, как добраться до места его проведения. Желательно сделать это наглядно, например, в виде схемы проезда с отметками ориентиров на пути следования. В приглашении нужно указать: место, время, продолжительность, тему мероприятия, а также, если подходит, стоимость участия (в том числе и для сопровождающих), где оплатить, как зарегистрироваться на мероприятие, кому можно задать уточняющие вопросы. Эта информация важна для комфорта всех ваших участниц\_ков, но для некоторых групп является особенно необходимой.*



Для людей с трудностями в понимании информации описание маршрута должно быть на «ясном языке» (*подробно читайте в разделе «Ясный язык»*). Чтобы им было легче ориентироваться, используйте фотографии дороги между важными местами, входа в здание, где будет мероприятие.

## Питание

**Пища — одна из базовых потребностей человека.** Не забывайте об этом. Если ваше мероприятие планируется длительным, обязательно организуйте питание для участниц\_ков (или подготовьте список ближайших мест, где они смогут поесть). При этом важно помнить, что у многих людей могут быть особенности в питании, различные диеты и ограничения.

Если планируется регистрация на мероприятие, узнайте об особенностях питания ваших участниц\_ков. В остальных случаях самостоятельно заранее продумайте различные варианты питания, которые смогут подойти всем.

Не забудьте пометить категории блюд (вегетарианские, веганские, безлактозные и др.). Помните, что представители различных религий могут придерживаться определенных ограничений в еде и для них также будут важны соответствующие обозначения блюд (кошерные, халяльные и др.).

Обязательно напомните и попросите людей на мероприятии при возможности употреблять в первую очередь блюда, которые не рассчитаны на участниц\_ков с особенностями питания («Если вы можете съесть бутерброд с мясом — лучше съесть его, чем вегетарианский, ведь вегетарианец съесть бутерброд с мясом не сможет, в отличие от вас»).



## Экоподход

Экодружественность пространства как условие посещения мероприятия назвали треть участниц\_ков нашего *исследования 2021 года*. Важно помнить, что **каждый из нас несет ответственность за сохранение окружающей среды**, а потому на мероприятиях нужно делать так, чтобы интересы экологически дружелюбных людей становились нашими общими.

В основе экоподхода лежит **принцип разумного использования ресурсов**. В частности, на мероприятиях мы должны стремиться к сокращению углеродного следа, экономии ресурсов и снижению количества отходов (концепция «ноль отходов»: отказ, уменьшение, повторное использование и утилизация).



**Углеродный след (англ. carbon footprint)** — совокупность всех выбросов парниковых газов, произведенных прямо и косвенно отдельным человеком, организацией, мероприятием или продуктом.

Создано большое количество онлайн-калькуляторов для подсчета углеродного следа как *участницы\_ка мероприятия*, так и самого *мероприятия в целом*. Использование калькуляторов помогает не только оценить углеродный след, но и понять, как можно повлиять на его уменьшение.


Ниже мы опишем, что можно делать для проведения более экодружественных мероприятий.



### Транспорт

Транспорт, как правило, **составляет самую большую долю в углеродном следе мероприятия**. Что можно сделать, чтобы уменьшить его влияние?

Использовать преимущественно общественный, а не личный транспорт для доставки участниц\_ков. Продумать логистику, чтобы сократить количество и километраж поездок. Не использовать авиаперелеты на короткие расстояния и поощрять только совместный проезд на личном транспорте к месту проведения мероприятия.



На использование транспорта влияет выбор места для проведения мероприятия. Для сокращения выбросов место должно соответствовать некоторым или всем критериям:

- ✓ оно должно быть на разумном расстоянии для большинства участниц\_ков;
- ✓ его удобно посетить пешком или на велосипеде, электросамокате;
- ✓ рядом есть остановка общественного транспорта;
- ✓ оно расположено близко к ресурсам (местное свежее продовольствие, трудно транспортируемые материалы);
- ✓ там же либо недалеко можно разместить участниц\_ков на ночлег;
- ✓ недалеко находятся службы экстренной помощи (больница, пожарная часть).



## Энергия и ресурсы

Энергопотребление также занимает большую долю в углеродном следе мероприятия.

Для разумного потребления энергии **важно выбирать энергоэффективные помещения** (иногда имеют соответствующий знак), которые используют возобновляемые источники энергии и берегающие инженерные технологии. На самом мероприятии стоит максимально использовать естественное освещение и вентиляцию.



***Важно не только самим экономить воду и отключать электроприборы от сети, пока они не используются, но и напоминать про это участникам.***

Без реальной необходимости не стоит покупать специальное оборудование, а лучше по возможности арендовать его или одалживать.

Лучше выбирать для мероприятий всё долговечное и многоразовое (например, медицинские респираторы и щитки вместо одноразовых масок, личная металлическая/керамическая кружка вместо пластикового стаканчика).





## Мусор

При подготовке и проведении мероприятий стремитесь к сокращению мусора, который может появляться в процессе. На что стоит обратить внимание?



Важно разумно отнестись к подаркам для участниц\_ков и партнеров\_ов. Если подарки нужны, то вещь должна быть полезной, долговечной и экологичной.



Действительно ли вам понадобится печатная продукция? Можно ли что-то предоставить в электронном виде? Для заметок можно использовать ненужные документы с чистой обратной стороной. Также стоит по возможности пользоваться электронной или грифельной доской вместо флипчарта с бумагой. А от печатных рекламных материалов в большинстве случаев можно и вовсе отказаться.



Стоит отказаться от бутилированной воды, особенно маленького объема, можно попробовать использовать кувшины и большие бутылки.



Стремитесь уменьшить количество упаковки (например, можно покупать продукцию оптом или в свою тару).



Чтобы уменьшить пищевые отходы, можно предлагать формат фуршета (не заказывая еду на него «про запас»), где все смогут выбрать то, что им подходит и в нужном количестве.



Постарайтесь обеспечить отдельный сбор мусора. Позаботьтесь о том, чтобы отсортированный мусор после мероприятия также попал в соответствующий контейнер (его может не быть поблизости).



*Подробное и вдохновляющее руководство по организации экологически дружелюбного мероприятия можно найти [здесь](#).*







## Онлайн-мероприятия

На первый взгляд, онлайн-мероприятия — это отличная возможность для более широкого участия разных групп и включения новой аудитории в свою деятельность. Однако наша практика показала, что далеко не для всех групп онлайн «срабатывает» и является доступным и безопасным способом получения информации.

В 2020 году был создан документ *«Как обеспечить инклюзию онлайн?»*, который кратко описывает основные барьеры для 17 социальных групп и предлагает способы преодоления некоторых из этих барьеров.

Можно выделить два основных общих барьера для участия онлайн, которые стоит учитывать при организации мероприятий.




### Технический

Этот барьер связан с отсутствием необходимой техники для подключения к онлайн-активностям. Если телефон с мобильным интернетом есть у многих, то планшета, ноутбука или стационарного компьютера может не быть. Также стоит учитывать, насколько техника новая, возможно ли на нее установить еще одну программу и т. д. И, конечно, вопрос в качестве интернет-связи. Также важно помнить и о навыках пользования программами, приложениями, техникой. В зависимости от социальной группы этот уровень может сильно отличаться. Иногда для того, чтобы перейти в онлайн-режим, группу сначала нужно обучить работе с новыми инструментами.








### Безопасность и конфиденциальность

Многим группам неоткуда безопасно присоединиться к мероприятию. Дома или там, где они находятся, может быть потенциально небезопасная среда, в которой они не могут без угрозы для здоровья (в том числе и психического) общаться и/или получать информацию по чувствительной теме. Также важно подумать, насколько ваше онлайн-мероприятие может обеспечить конфиденциальность, если человек не хочет раскрывать свою идентичность, имя, оставлять почту, попадать на фото/скриншоты?



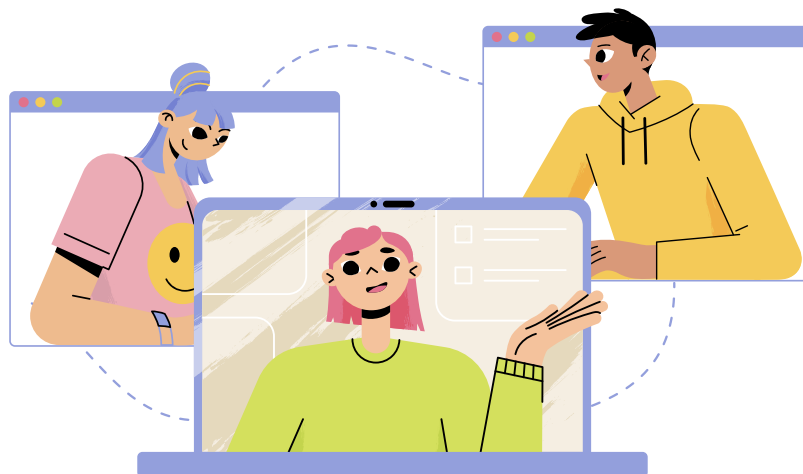
Во многом аспекты подготовки и проведения онлайн-мероприятий перекликаются с офлайн-форматом. Но есть в онлайн-формате и существенные отличия, на которые стоит обратить внимание. Вот некоторые важные аспекты подготовки и проведения онлайн-мероприятий.

-  **Анонс.** Лучше сразу сообщать о продолжительности и интерактивности события, какая техника и в каком количестве будет нужна (один телефон с наушниками или еще и компьютер).
-  Для тех групп, которые не имеют хороших цифровых навыков, будут очень важны **подробные технические инструкции** по подключению в письме-приглашении.
-  Может понадобиться **индивидуальное техническое сопровождение**. Например, волонтер\_ка заранее может связываться с теми, кому нужна такая помощь, и дистанционно консультировать по установке и использованию программ. Также можно предусмотреть для участвующих возможность подключиться к мероприятию заранее — если нужно, то и за 30–60 минут. Это время будет необходимо для того, чтобы люди проверили все функции программы, настроили звук и видео, переименовали себя. Можно перед началом провести специальную техническую вводную часть.
-  Если вам необходимо создание безопасного пространства для участниц\_ков, чтобы никто посторонний не мог просто пройти по ссылке и присоединиться к вам, то подумайте о **предварительной регистрации**. Помочь идентифицировать участвующих могут и онлайн-платформы. Например, в настройках конференции Zoom можно указать, что только авторизованные пользователи, т. е. только те, кто уже зарегистрирован на платформе, могут принимать участие в вашей конференции.
-  Также при планировании программы мероприятия и выборе платформы важно учитывать, что кто-то может участвовать с телефона. Это часто, хоть и не всегда, означает, что функции программы могут быть ограничены, либо пользоваться ими менее удобно. Возможно, из-за этого скорость интернета будет медленнее, а включать камеру будет не так комфортно и т. д.

- ✓ Подумайте, необходим ли вам переводчик\_ца на жестовый язык, либо при необходимости вы будете дублировать информацию на слайдах и в чате.
- ✓ Важно предусмотреть **разнообразные способы участия**: с видео и без видео, с микрофоном и без. Пусть люди также смогут использовать чат вместо ответа на вопросы голосом. Это нужно потому, что у всех очень разные технические и физические/психологические условия участия, и не все могут быть на 100% активными всё время. Если для вас важно именно активное участие в течение мероприятия, то обязательно укажите это в анонсе, продублируйте в форме регистрации и даже в письме-приглашении.
- ✓ Не забывайте о **текстовом сопровождении и дублировании важной информации** (например, заданий) в чат, так никто не пропустит необходимую информацию.
- ✓ Вам понадобятся хорошие технические навыки для управления процессом в форс-мажорных ситуациях. Лучше, чтобы мероприятие проводилось с ассистенткой\_ом, которая\_ый возьмет всю техническую часть работы с платформой на себя, а эксперты\_ты смогут заниматься содержанием.
- ✓ **Не забывайте про этику и безопасность** по отношению к участвующим. Не принуждайте к активному участию (голос, видео), не раскрывайте личность участницы\_ка, если у вас анонимное мероприятие и т. д.



Подробнее об инклюзивных онлайн-мероприятиях можно узнать в статье [«Как обеспечить инклюзию онлайн»](#).



## Гибридные мероприятия

После длительной и разнообразной работы в онлайн-формате из-за пандемии COVID-19 будет очень важно учесть этот опыт при возвращении в офлайн-пространство. Конечно, и в онлайн-, и в офлайн-форматах есть свои сложности и нюансы, однако есть и выигрышные стороны. В этом мы видим главную тенденцию для повышения инклюзивности мероприятий в будущем — создание гибридных форматов, учитывающих сильные стороны офлайна и онлайн-формата для различных групп.



*Вот несколько плюсов использования гибридных форматов:*

- *присутствие участниц\_ков из других городов и стран;*
- *присутствие участниц\_ков, столкнувшихся с ограничениями мобильности;*
- *экономия расходов на транспорт и уменьшение углеродного следа;*
- *создание компромиссных решений для некоторых конфликтующих потребностей ваших участниц\_ков.*

Однако при планировании гибридного мероприятия нужно подготовиться к тому, что не все виды деятельности можно полностью перенести из офлайна в онлайн. Это касается, например, неформального общения и нетворкинга (особенно когда участвуют абсолютно незнакомые люди). Планируя такие форматы, важно заранее продумать механику взаимодействия людей.

Особенно важно обеспечить участие людей в онлайн-формате и офлайне **на равных**. Если вы будете предоставлять разнообразное взаимодействие для участниц\_ков в офлайне, а в онлайн-формате только возможность наблюдать и слушать, то такое участие, скорее всего, будет некомфортным.

Сделайте так, чтобы все видели друг друга — как в онлайн, так и в офлайне (участниц\_ков в онлайн-пространстве выведите на экран для присутствующих в офлайне, а офлайн-пространство транслируйте в онлайн). Также лучше использовать рабочие инструменты, которые будут доступны для всех, — фиксируйте процесс и результаты совместной работы не на бумаге, а, например, на интерактивных досках (Jamboard, Miro и др.) или просто в Google-документах.





# На мероприятии

Готовясь к мероприятию, вы уже многое сделали для его инклюзивности. Теперь ваша **главная задача** — **проверить** все «заготовки» перед стартом и **контролировать**, чтобы всё задуманное исполнялось должным образом.

Хотим заострить ваше внимание на некоторых важных моментах.



Бейджи на мероприятии могут понадобиться не только для команды организаторок\_ов. Они также могут стать инструментом улучшения коммуникации участвующих — укажите на них имена крупным шрифтом (для удобства чтения), местоимения для корректного обращения, — обозначьте готовность участвующих к коммуникации. *Подробнее — в разделе «Безопасное пространство» (часть «(Не)готовность к общению»).*



Проинформируйте аудиторию о правилах вашего мероприятия. Следите за их соблюдением и не забывайте возвращать участвующих к ним при необходимости.



Расскажите об устройстве вашего пространства — где находятся рабочие зоны, зоны отдыха и кофе-паузы, где находятся туалеты и средства первой необходимости (аптечка, антигистаминные средства и т. д.). Сообщите о персонале на мероприятии, к которому можно обращаться за информацией (команда, волонтерки\_ры).



Объявите про фото-, видеосъемку и возможность не попадать на снимки. Попросите фотографа\_ку при возможности не использовать вспышку, поскольку это может не просто мешать, но и пугать/ дезориентировать некоторых людей.



Если вы решили использовать микрофоны, расскажите, как с ними работать, и следите за тем, чтобы ими пользовались все выступающие (чтобы спикерки\_ры не спрашивали, слышно ли их и так). Микрофоны могут быть нужны не только для усиления звука, но и для программ, преобразующих речь в текст, а также для тех, кто участвует в мероприятии онлайн или будет смотреть его в записи (если это предусмотрено). Микрофоны должны быть у спикерок\_ов и в зале. Если кто-то задает вопрос без микрофона, модераторки\_ры должны повторить его в микрофон.





Помните, что полнота предоставляемой информации должна быть одинаковой для всех. Поэтому предупредите выступающих, чтобы они озвучивали всю информацию со слайдов и объясняли, что изображено на картинках (фото, инфографике и т. п.). Следите за этим и напоминайте при необходимости.

## Команда


Инклюзия на мероприятии не ограничивается только выбором и правильной организацией пространства и процессов. Одним из важнейших моментов является команда. В вашей команде могут присутствовать как постоянные ее участницы\_ки и волонтеры\_ры, так и разово приглашенные специалистки\_ты для каких-либо конкретных задач, включая новые задачи по улучшению инклюзивности (например, няни для организации детской комнаты, переводчицы\_ки жестового языка и переводчицы\_ки на другие языки, охрана, волонтеры\_ры для сопровождения, технические консультантки\_ты для помощи с подключением на онлайн-мероприятиях и многие другие).



*По итогам нашего исследования 2021 года, довольно важным для всех групп является отношение персонала или организаторок\_ов: 5% опрошенных часто, а более половины (57%) хотя бы иногда сталкиваются с неприязнью в свой адрес.*

*Общее отношение персонала и отсутствие дискриминации оказалось наиболее важно для людей с инвалидностью (57%) и нарушениями здоровья (57%), людей, ведущих экодружественный образ жизни (55%), ЛГБТК+ (48%). Наименее важным это условие выступает для людей, у которых есть дети до 12 лет (28%).*

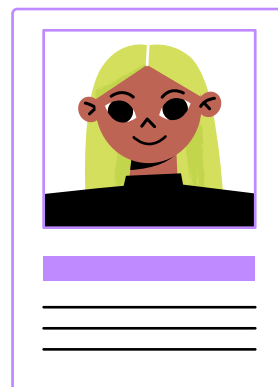
Необходимо и крайне важно, чтобы все привлекаемые к организации и проведению мероприятия люди знали и разделяли инклюзивные подходы, которые вы сами используете. В частности, люди должны знать концепцию языка вражды, особенности общения с целевыми группами и их потребности, правила



поведения на мероприятии, главные его этапы и элементы. Также они должны уметь сориентировать людей в пространстве, помочь разрешить конфликтную ситуацию или знать, к кому обратиться за такой помощью.

Для этого с командой нужно провести предварительные мини-тренинги или просто встречи, чтобы все ее участницы\_ки познакомились друг с другом перед мероприятием, точно понимали свои функции и основные аспекты мероприятия. Ознакомьте команду с планом эвакуации, в том числе с путями, доступными для людей с ограниченной мобильностью.

Предусмотрите, чтобы ваша команда была заметна на мероприятии (тут может помочь фирменная одежда или бейджи, в онлайн-пространстве — соответствующие подписи в имени или брендированный фон). Проинформируйте участниц\_ков мероприятия о том, как выглядят (как обозначены) люди, к которым они могут обратиться с вопросами.



## ЭТИКЕТ ОБЩЕНИЯ

**Комфортное поле** для коммуникации разных групп создает особый **этикет общения**. Наше *исследование 2018 года*, однако, на тот момент зафиксировало практически полное отсутствие у организаторок\_ов и владелиц\_цев пространств представлений об особенностях коммуникации с целевыми группами. Например, как обратиться к незрячему человеку или как правильно предложить помощь человеку на коляске, знали только те, кто непосредственно сталкивался с такой ситуацией и ощутил ее проблемность. Опираясь на результаты этого исследования, мы предлагаем многие правила ниже.

При этом, составляя правила коммуникации с людьми с инвалидностью, незрящими и слабослышащими людьми, людьми с ментальными особенностями, незрячими и слабовидящими людьми, мы опирались на небольшое, но очень содержательное *пособие* по коммуникации с людьми с разными формами инвалидности, которое разработал Офис по правам людей с инвалидностью. Очень рекомендуем его изучить. Ниже мы предлагаем вам только самые основные рекомендации из этого и других пособий, которые можно найти в списке ссылок.



## Люди с инвалидностью



Разговаривайте с человеком с признаком инвалидности так, как если бы вы общались с любым другим человеком, избегайте покровительственного тона.



Спрашивайте, прежде чем помогать. Лишь потому, что вы у кого-то увидели отклонение от привычной вам «нормы», не следует полагать, что ему или ей нужна помощь и вы знаете, как ее оказать.



Будьте осторожны в отношении физического контакта. Положение тела некоторых людей с инвалидностью зависит от состояния и положения их рук. Захват рук, даже если вы намереваетесь помочь, может нарушить их равновесие. Избегайте лишних прикосновений или касания инвалидной коляски, скутера или трости. Эти реабилитационные приспособления — часть личного пространства человека.



Всегда говорите непосредственно с человеком с инвалидностью, а не с его/ее сопровождающей\_им, помощницей\_ком или переводчицей\_ком на жестовый язык.



Разговаривая с человеком, который/которая пользуется коляской, или человеком маленького роста, находитесь на одном с ним/ней уровне. Если это невозможно, стойте на небольшом расстоянии, чтобы он\_а не напрягал\_а шею, устанавливая с вами зрительный контакт.



Уместно говорить «увидимся», «посмотрите» слабовидящему человеку (но только не «пощупайте»), «вы слышали об этом?» — человеку с нарушением слуха. Эти люди сами не избегают этих слов. Также важно знать, что на коляске ходят, а не ездят, поэтому нужно говорить «проходите», а не «проезжайте».



Разговаривая с человеком с нарушениями речи или другими трудностями в общении, не помогайте ей\_ему закончить фразу, не подсказывайте слова и не перебивайте. Дождитесь, пока человек договорит сам. Если вам что-то не понятно, не стесняйтесь сказать об этом, попросите повторить. Если вы не уверены, что поняли, повторите для проверки. Если понимания все равно не получилось достигнуть, попросите человека написать фразу.



## Неслышащие и слабослышащие люди



Если вам необходимо обратить на себя внимание неслышащего или слабослышащего человека, то в зависимости от ситуации вы можете протянуть руку или помахать ею, осторожно прикоснуться или попросить рядом стоящего человека сориентировать его/ее.



Для беседы старайтесь выбирать светлое место. Ваше лицо и руки должны быть хорошо освещены. Расположитесь на уровне лица собеседницы\_ка. Убедитесь, что вас слушают. В начале разговора подчеркните тему беседы. Не закрывайте рот во время разговора.



Говорите по возможности медленнее, чем обычно, но в нормальном ритме. Без утрированной артикуляции слов. Большинство людей с потерей слуха рассчитывают на то, что наблюдение за губами говорящей\_его поможет им понимать.



Не кричите. Это изменит вашу мимику и передаваемая информация приобретет искаженную эмоциональную окраску. У человека со слуховым аппаратом он будет настроен на нормальный уровень голоса; ваш крик будет только искажать слова и даже способен вызвать болевые ощущения.



## Люди с ментальными особенностями



Людам с ментальными особенностями важна спокойная, тихая обстановка. Многим из них нужно общение на «ясном языке». Говорите с человеком понятными фразами, используя простые слова и конкретные, а не абстрактные понятия. Помогите собеседнице\_ку понять сложную идею, разбив ее на простые части.





## Незрячие и слабовидящие люди



Если вам нужно обратить на себя внимание слабовидящего или незрячего человека, имени которого вы не знаете, — можно дотронуться до оголенной части руки.



Представьтесь, прежде чем установить физический контакт. Назовите незрячему человеку свое имя и статус, если это уместно, например: волонтер\_ка, администратор\_ка. И обязательно представьте ее/его другим присутствующим, чтобы не исключить из круга общения.



Если вы хотите поздороваться, не тяните руку. Иногда человек сам протягивает руку для приветствия, если нет, то можете прямо сказать: «Разрешите пожать вашу руку».



Старайтесь не использовать жесты.



Любые свои действия, которые важны для общения в данный момент, сопровождайте описанием (сейчас мы повернем налево, впереди много людей и т. п.).



Если вы собираетесь о чем-то предупредить, будьте конкретны. Крик «Осторожно!» не говорит слабовидящему или незрячему человеку, что он должен сделать.



Если вы даете указания, сообщайте конкретную, не визуальную информацию: «Идите прямо до конца этого прохода и резко сверните направо».



Во время мероприятия можно договориться, что, если незрячей\_му будет нужна помощь, она/он даст условный сигнал: поднятие руки, хлопок, произнесение имени и т. д., что будет наиболее удобно двум сторонам.



Если вам нужно оставить человека, который не видит, сообщите ей/ему, что покидаете ее/его, и спросите, нужно ли ей/ему что-нибудь, прежде чем уйдете.



В беседе можно указывать и названия цветов — многие слабовидящие могут различать светлое и темное, теплые и холодные цвета, и указание цветов расширяет их восприятие, ведь цвет — это еще и образ и культурный код.



## Родители с маленькими детьми

На мероприятии родители с маленькими детьми рассчитывают на свои возможности и контролируют своих детей. Тем не менее в разных ситуациях этот контроль может быть утерян. Родители «со стажем» активной жизни, с которыми мы проконсультировались, дали пару простых советов организаторкам\_рам.



Первое и самое важное — **нельзя трогать чужого ребенка**, если только вопрос не идет о безопасности его самого или окружающих. Если поведение ребенка мешает присутствующим, не стесняйтесь сказать об этом его родителям (вместо того чтобы делать замечания самому ребенку или терпеть до тех пор, пока ситуация не станет критической).



Если родителей рядом не оказалось, не делайте замечания ребенку — критические слова чужого человека вызывают у детей очень разную реакцию. Более эффективно попробовать отвлечь ребенка чем-то интересным, переключить внимание и таким образом вывести его из дискомфортной ситуации.



## Люди старшего возраста



Рекомендация для корректного общения с людьми старшего возраста — это обращение на «вы», если они не просят об обратном. Любой человек может предложить называть ее/его на «ты» и/или по имени, иногда такой тип обращения предпочитают даже очень пожилые люди. Во всем остальном следует избегать эйджизма в отношении людей старшего возраста (например, не ожидать, что у человека из-за возраста обязательно будут проблемы со слухом, и поэтому повышать голос).





## Сообщество ЛГБТК+



Коммуникативную дружелюбность к ЛГБТК+ вы проявите, **исключив гендерные маркеры**. Важно уточнить, в каком роде нужно обращаться к человеку. Это можно сделать заранее при регистрации или на самом мероприятии — на входе раздавать посетительницам\_лям бейджи, на которых они укажут имена и местоимения.



Для ЛГБТК+ иногда в большей мере, чем для других людей, важно соблюдение дистанции и границ личного пространства, а также конфиденциальность.



## Экодружественные люди




Людам, ведущим экодружественный образ жизни, важно понимание и адекватная реакция на их запросы, например, просьбу воспользоваться многоразовой посудой при ее наличии или налить кофе/чай в свою кружку, вопросы о вегетарианском меню, раздельном сборе мусора или материалах вторичного использования (например, черновиках).



## Забота вместо опеки

С кем бы вы ни общались, всегда нужно избегать опеки. Одно из значений слова опека — это стесняющий кого-либо контроль, внимание. В то время как забота — это **внимание к нуждам, потребностям кого-либо**. Эти определения говорят сами за себя. Подчеркнем только, что опека делает опекаемую\_ого объектом, в то время как забота предполагает отношение к человеку как к равноправному субъекту. Опека превращает человека в несамостоятельного, а также выделяет ее/его из группы, показывая инаковость и неравенство. Например, проявлением опеки было бы приставить к человеку на коляске, не посоветовавшись с ней/ним, сопровождающую\_его и поручить ни на минуту не отлучаться от человека. Заботой же в этом случае было бы предусмотреть сопровождающих и сказать человеку на коляске о возможности прибегнуть к их помощи, однако решение, воспользоваться ли ей, оставить за человеком на коляске.





Также важно помнить, что нельзя без реальной необходимости подчеркивать какое-либо отличие человека. Например, когда на входе вы раздаете бейджи, где указываются имена и местоимения участниц\_ков, не намекайте представительницам\_лям ЛГБТК+, что это сделано специально для них.

## Безопасное пространство



*Безопасное пространство (англ. safe space) — это специально созданное место, где каждая\_ый может расслабиться и быть свободным в выражении себя, не чувствовать дискомфортность, нежелательность к себе или небезопасность по причине биологического пола, расы, этнической принадлежности, сексуальной ориентации, гендерной идентичности, культурного происхождения, возраста, физических или умственных способностей. Это место, где правила охраняют чувство собственного достоинства каждого человека, и место, где все уважают других.*


Успех создания безопасного пространства напрямую зависит от вашей приверженности ценностям инклюзии и недискриминации, искреннего желания потрудиться для тех, кого вы приглашаете, от вашей осведомленности об их потребностях, желания и умения общаться с этими людьми. Декларировать, что вы готовы к инклюзии и недискриминации, важно, но также нужно подкрепить заявленное делом. При этом надо понимать, что достичь абсолютной безопасности на публичных мероприятиях практически невозможно, но нужно к этому стремиться.



### Правила поведения

Перед началом мероприятия уместно будет **напомнить о правилах поведения**. Можно еще раз повторить о взаимоуважении и недискриминации и условиться, что и как вы будете делать (например, задавать вопросы в конце выступления, а не во время и т. п.)

Возможно, у вас как у организаторок\_ов уже сформировались свои правила поведения на ваших мероприятиях, например, **правило поднятой руки** для



высказывания, правило взаимоуважения, необходимость обсуждения мнения, а не его авторки\_ра. Такие правила могут высылаться участвующим заранее перед началом мероприятия, размещаться на вашем сайте или в анонсе.

Правила поведения можно также выработать совместно с участницами\_ками. Этот процесс называют созданием рабочего контракта. Он составляется коллективно до или во время мероприятия и будет действовать на протяжении всей встречи. Поскольку составление контракта требует времени, то такой формат разработки правил более целесообразен для продолжительных по времени мероприятий, например, образовательных курсов. По *опыту* Makeout, обсуждение контракта займет как минимум 20-30 минут, если в группе до 50 человек. В более многочисленных группах не все смогут высказаться. Makeout советуют не пренебрегать возможностью составить контракт «вживую», потому что, обсужденный в группе, с нуля, он более эффективен и является частью совместного процесса создания безопасного пространства.

Пункты рабочего контракта предлагаются и обсуждаются всеми, затем фиксируются. В ходе мероприятия они могут добавляться. Количество пунктов неограниченно. Основной вопрос при создании правил: «Что сделает пространство безопасным для участниц\_ков?» Созданный контракт размещается в пространстве для проведения мероприятия.

**!** *Важно также понимать, что установленные правила должны соблюдаться, иначе в них нет смысла.*

Для фиксации нарушения достаточно замечания одного человека. Вам будут необходимы люди, которые будут следить за соблюдением правил и принимать меры в случае их нарушения, например, обращать на это внимание нарушительниц\_ей и просить вернуться к правилам, обсуждать сложившуюся ситуацию, а в случае многократного нарушения предлагать покинуть мероприятие.

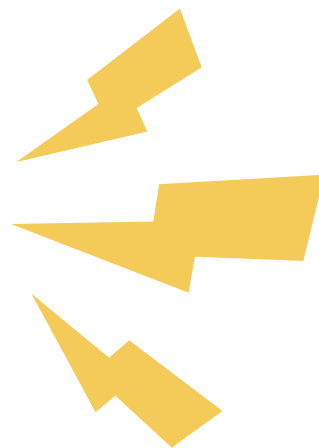


шительниц\_ей и просить вернуться к правилам, обсуждать сложившуюся ситуацию, а в случае многократного нарушения предлагать покинуть мероприятие.



## Предупреждение о триггерах

Это еще один инструмент создания безопасного пространства. Обсуждение тем, связанных с насилием, дискриминацией и другим травматичным опытом, может вызвать тяжелые переживания у участниц\_ков. Нужно условиться, **что именно предупредит о триггере** (знак либо какое-то слово) и в какой момент это предупреждение будет сделано. Возможно, кто-то из присутствующих захочет на время выйти.



## (Не)готовность к общению

**Безопасная среда — это также возможность комфортного общения.**

Не все люди готовы свободно контактировать в силу разных причин (психологических состояний, ментальных расстройств). Можно ввести систему обозначения готовности к общению. Пусть это будут значки разных цветов или различные символы. Одни — для готовых общаться со всеми, другие — для тех, кто хочет общаться только со своими знакомыми, третьи — для тех, кто не готов общаться ни с кем.




## Конфиденциальность

Это также важное условие безопасной среды. Стоит помнить, что кто-то из аудитории по разным причинам не захочет, чтобы о его/ее участии узнали за пределами мероприятия, например, по фото или видео.

Поэтому **предупредите участниц\_ков, если собираетесь их фотографировать и снимать на видео**. Часто считается, что если мероприятие публичное, то аудитория не против того, чтобы ее снимали на фото и видео. Однако это не всегда так. Подумайте, на каком этапе спросить разрешение на съемку у спикерок\_ов и аудитории: через форму регистрации, на самом мероприятии.

Можно договориться, что все снимки будут только со спины. Если же нет, подумайте, как обозначить отказавшихся. Например, на встречах Живой Библиотеки мы выдавали таким людям яркий кружок, который нужно было прикрепить на одежду, чтобы не попадать на фото. Помните, что одинаково важно



не только ввести какую-то систему обозначений, но и четко пояснить ее фотографии\_фу и попросить внимательно следить за этим в процессе работы.

Есть еще один аспект, касающийся фото и видео, не связанный с конфиденциальностью. Попасть в кадр иногда не хотят незрячие люди, потому что они не всегда могут контролировать свой внешний вид. Поэтому всегда нужно спрашивать разрешения.

Также случайно раскрыть чувствительный опыт человека можно, разобрав ее/его случай как пример таким образом, что аудитория догадается, кто это. Чтобы этого избежать, максимально обезличивайте истории, приводите придуманные, но близкие к реальности примеры. Если хотите разобрать конкретный случай со всеми подробностями, нужно обязательно спросить разрешения у человека.

Можно также напомнить участникам\_кам о том, чтобы они делились личной и чувствительной информацией осознанно, а также о праве не отвечать на нежелательные вопросы. Запретные темы и вопросы можно оговорить при составлении правил.

Соблюдайте конфиденциальность проще, если мероприятие закрытое. Однако даже перед началом закрытого мероприятия нужно попросить участниц\_ков не разглашать личности других присутствующих без их согласия за пределами пространства, не фотографировать и не снимать других без разрешения, не публиковать фотографии.



## Конфликтные ситуации

Важно **заранее подумать** о том, какие конфликтные ситуации могут произойти на мероприятии (например, исходя из вашего опыта или тематики события) и разработать механизм решения возможных конфликтов, назначить ответственных. Часто разрешить конфликт помогает третья сторона (не вовлеченная в сам конфликт), которая несет ответственность и может принимать решения. Такой стороной можете быть вы, как ответственные за организацию мероприятия, или выбранные вами представительницы\_ли команды, которые способны и готовы вести такую коммуникацию.

О возможных конфликтных ситуациях, разработанных путях их разрешения и ответственных за этот процесс людях нужно обязательно проинформировать волонтеров\_ов.



# Завершение мероприятия

Самое первое и важное, что необходимо сделать, — это провести **оценку мероприятия** (собрать обратную связь). Включите в оценку вопросы про разные аспекты, например, подготовка, содержание, формат, интерактивность и т. п. Не забудьте спросить про инклюзивность/доступность/безопасное пространство, чтобы понять, удалось ли вам их обеспечить.

Формат обратной связи может быть любым и зависит только от вашей целевой аудитории и ваших возможностей: ответы на вопросы в конце мероприятий, заполнение напечатанных форм обратной связи (не забудьте про бланк на «ясном языке»), краткие отзывы на стикерах, оценка через онлайн-инструменты, рассылка онлайн-форм, мини-интервью с участниками\_ками и др.

Часто мероприятие (его содержание) может быть интересно намного большему количеству людей, чем те, кто смог присоединиться офлайн или онлайн. Это означает, что важно зафиксировать содержание и результаты мероприятия в разных форматах и обеспечить к ним доступ более широкого круга людей, например:

- выкладывать в открытый доступ материалы мероприятия (например, презентации);
- готовить и публиковать конспекты мероприятия. Краткий конспект также поможет получить информацию в том случае, если запись на мероприятии не велась;
- если запись велась и она достаточно хорошего качества, то ее стоит опубликовать. Отлично, если запись будет с субтитрами и/или хотя бы будет сопровождаться кратким конспектом. Напомним, что YouTube автоматически создает субтитры ко всем видео. В этом случае необходимо только немного подождать и затем подкорректировать текст.

**!** *Публикуя материалы мероприятия, вы позволяете наибольшему числу людей получить необходимую информацию благодаря разным форматам ее подачи.*

После мероприятия, особенно если планируется продолжать деятельность в определенном формате и/или направлении, важно поддерживать связь с аудиторией, чтобы делиться с ней анонсами будущих встреч. Не только подумайте о том, когда и как вы сообщите о ваших информационных каналах и, например, соберете адреса электронной почты для рассылки, но и позаботьтесь о том, чтобы люди выразили согласие получать рассылку от вас (ведь для кого-то нет ничего более неприятного, чем переполненный почтовый ящик). Предлагайте людям различные каналы взаимодействия (сайт, соцсети, рассылка), чтобы каждая и каждый могли выбрать то, что для них наиболее комфортно.








# Заключение

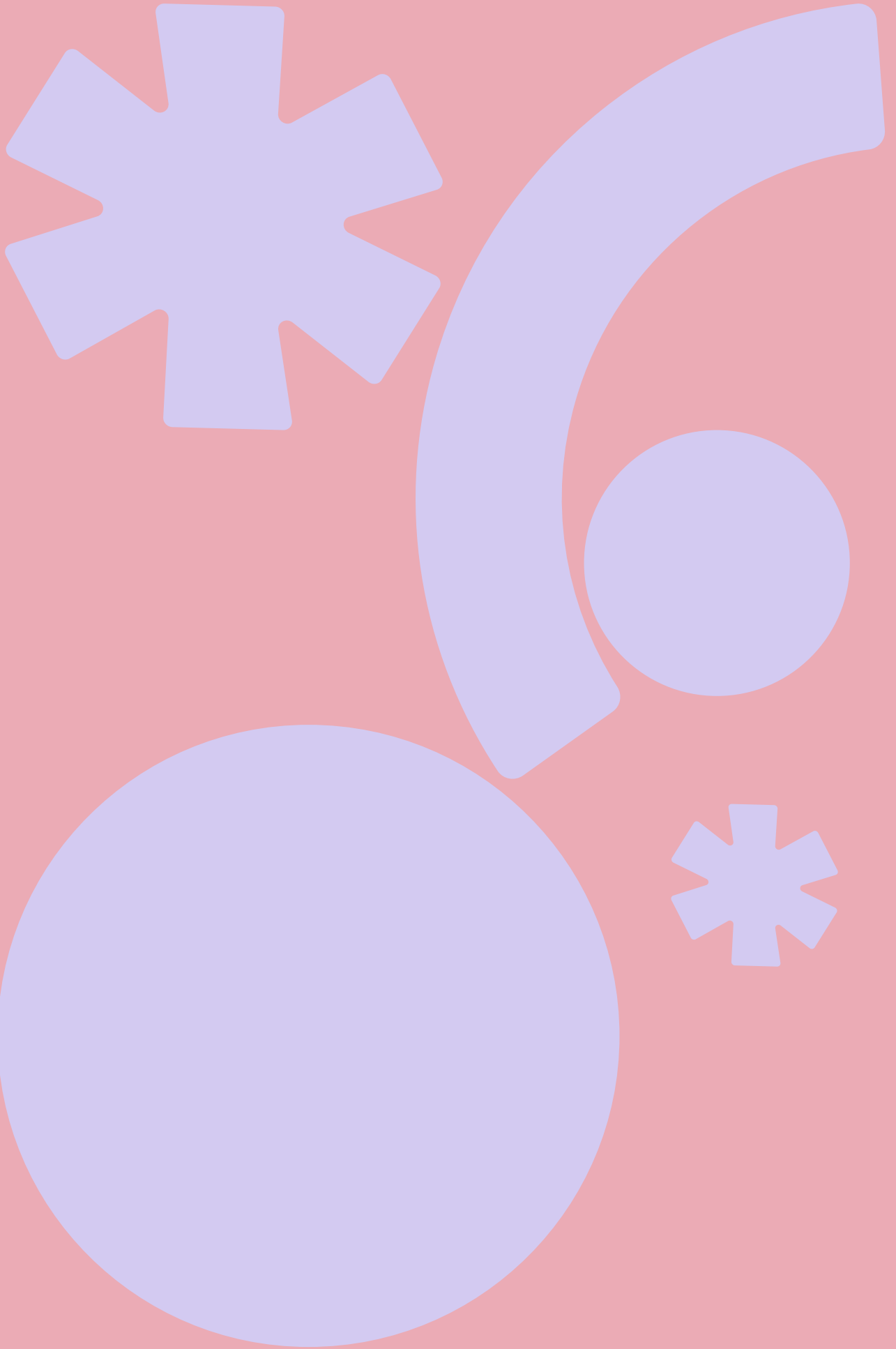
Инклюзивный подход к подготовке мероприятий позволяет нам быть более открытыми для людей с разным опытом и создавать для них действительно дружелюбные и комфортные пространства. Используя инклюзивный подход, мы расширяем свои аудитории и их возможности участия. Создавая инклюзивные пространства, мы предоставляем более широкому кругу людей доступ к информации и развлечениям, которые необходимы для полноценной жизни в нашем обществе.

Инклюзивные мероприятия также способствуют формированию открытых, принимающих сообществ, то есть таких мест, где опыт каждой и каждого важен и значим. Благодаря такому отношению появляются новые социальные связи, а вы помогаете создавать новые инклюзивные сообщества, которые в итоге усиливают роли и позиции стигматизируемых и дискриминируемых групп.

Создание инклюзивных пространств может выглядеть непростой задачей, но, на наш взгляд, **самое главное — это начать**. Делая первые шаги в подготовке и проведении инклюзивных мероприятий, нужно давать себе право на ошибку и ни в коем случае не останавливаться, если что-то не удастся с первого раза. Некоторые предложенные нами вещи требуют продолжительной практики. Если раньше вы никогда не проводили инклюзивных мероприятий, то не стоит сразу же бросаться выполнять абсолютно все рекомендации и делать следующее свое мероприятие по «новым стандартам». Переход к инклюзивным практикам может занять у вас намного больше времени и сил, чем кажется после прочтения, и вы можете почувствовать определенное разочарование и усталость. Поэтому лучше и устойчивее внедрять инклюзивный подход постепенно, как часть вашей ежедневной деятельности.

Мы надеемся, что рекомендации помогут вам изменить практику подготовки и проведения мероприятий. Мы готовы помогать с их внедрением в деятельность. Вы всегда можете написать нам на почту или в соцсетях с просьбой о помощи, и мы постараемся ответить на любые возникающие у вас вопросы.

 **Инклюзивных вам мероприятий,  
дорогие организаторки и организаторы!**



# СПИСОК ССЫЛОК

## Общие рекомендации

- Руководство Мичиганского университета для проведения инклюзивных мероприятий
- Holding Inclusive Events: A Guide to Accessible Event Planning
- Отчет по результатам исследования «Доступность публичных пространств и мероприятий в г. Минске: оценка состояния и перспективы изменений»
- Исследование 2021 года: результаты опросов организаторок\_ов мероприятий, владелиц\_цев пространств, посетительниц\_лей мероприятий
- Место для всех: интерсекциональное планирование мероприятий
- Упражнение «Интерсекциональная звездочка»
- Создание безопасных пространств для транс\*-сообществ. Личный опыт
- Што такое kids-friendly прасторы? (відэа)

## Доступность пространств

- Руководство по мониторингу доступности архитектурных объектов, зданий и сооружений для людей с инвалидностью
- Инструкция по обследованию доступности объектов для людей с инвалидностью и других категорий физически ослабленных лиц
- Пособие по мониторингу доступности для физически ослабленных лиц территорий парков, скверов и других открытых территорий, предназначенных для рекреации и публичной доступности
- Иллюстрированное справочное пособие «Доступная среда для инвалидов», ММООО «РАИК»
- «Доступная среда. Рекомендации в вопросах и ответах», Белорусское товарищество инвалидов по зрению
- Методические рекомендации по определению доступности объектов и адаптации услуг, предоставляемых населению, с учетом особых потребностей инвалидов
- Перечень правовых актов в сфере архитектуры и строительства по созданию безбарьерной среды обитания
- Как организовать мероприятие с участием людей с инвалидностью и не облажаться



## Коммуникация и информация

- Пособие «Этикет инвалидности»
- «Ясный язык»: как сделать информацию доступной для чтения и понимания. Методические рекомендации
- Медиарешешник: как писать о разных людях
- Што такое мова варожасці? (відэа)
- Культура общения с людьми с инвалидностью. Язык и этикет
- Проверь текст на некорректную лексику по тематике уязвимых групп
- Словарь «Таких дел». Мы так не говорим

## Экодружественность

- Калькулятор экологического следа участницы\_ка мероприятия (английский язык)
- Калькулятор расчета углеродного следа мероприятия (английский язык)
- Путеводитель по организации климатически дружелюбных мероприятий

## Онлайн-мероприятия

- Инклюзия онлайн: барьеры для участия
- Как обеспечить инклюзию онлайн
- Как адаптировать работу с целевыми группами во время пандемии
- Как оценить потребности целевых групп онлайн
- Договариваемся о безопасности на онлайн-встречах
- ЧЕК-ЛИСТ «Как обеспечить инклюзию на онлайн-мероприятии»

## Контакты

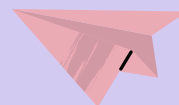


### Организация «ІншыЯ»

    @theothersby

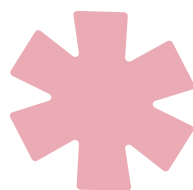
info@theothersby.org

www.theothersby.org



**VšĮ «The Others BY»**

код регистрации 306096505



**Текст:** Елена Колюшинская, Дмитрий Радзиевский, Марина Штрахова

**Редактура и корректура:** Елена Колюшинская

**Дизайн и вёрстка:** Александра Савич