

The background features a network diagram with several light-colored wooden blocks connected by thin white lines. A central white circle with a torn edge contains an orange icon of a person with arms raised. The overall background is a light gray grid.

SMJERNICE ZA PRISTUPAČNOST NA DRUŠTVENIM MREŽAMA



Smjernice za pristupačnost na društvenim mrežama

Pripremio:

Caritas Bosne i Hercegovine

www.caritas.ba

+38733206441 / pristupacnost@caritas.ba

Mehmed bega Kapetanovića Ljubušaka 6

71000 Sarajevo

Lektura: **Manuela Bojo, prof.**



Sarajevo, listopad 2023. godine

SADRŽAJ

01 UVOD

04

Asistivne tehnologije

Asistivne tehnologije su tehnološki alati, uređaji ili softveri.

05

facebook

Facebook je jedna od najvećih društvenih mreža na svijetu

10

Instagram

Instagram se fokusira na dijeljenje fotografija i video-snimaka

13

YouTube

Youtube je platforma za dijeljenje video-sadržaja.

15

twitter

Twitter je platforma za mikroblogovanje.

16

LinkedIn

LinkedIn je profesionalna društvena mreža.

17



Alati za razmjenu poruka i komunikaciju.

18

TikTok

Servis za kratke video snimke.

19

ZAKLJUČAK

UVOD

Društvene mreže su digitalne platforme koje omogućavaju ljudima da se povežu, komuniciraju i dijele sadržaj putem interneta. Postale su ključni dio modernog društva i online kulture omogućavajući korisnicima da se povežu s prijateljima, obitelji, kolegama, pa čak i s nepoznatim osobama diljem svijeta. Pored toga, društvene mreže su prerasle u važne izvore vijesti i informacija, platforme za promociju proizvoda, usluga, brendova, društvenih ideja i političkih pitanja, značajan alat za podizanje svijesti o važnim temama putem kojih se pokreću promjene u društvu.

Međutim, važno je napomenuti da društvene mreže također imaju svoju negativnu stranu. Mogući problemi uključuju gubitak privatnosti, ovisnost, širenje lažnih informacija, cyber zlostavljanje i negativan utjecaj na mentalno zdravlje. Kao i sa svim tehnološkim alatima, koristiti društvene mreže je nužno, ali i pažljivo balansirati njihovu uporabu kako bi se izbjegle negativne posljedice.

Postoji 4,8 milijardi korisnika društvenih mreža diljem svijeta, što predstavlja 59,9% globalne populacije i 92,7% svih korisnika interneta. Predviđa se da će taj broj dostići 5,85 milijardi do 2027. godine. Ljudi koriste u prosjeku 6,6 različitih društvenih mreža svakog mjeseca i prosječno vrijeme tijekom dana provedeno na društvenim mrežama iznosi 2 sata i 24 minuta.*

Promatrajući navedene statistike slobodno se može reći da su društvene mreže postale sastavni dio naših života. Bilo zbog posla ili zadovoljstva, mnogi od nas svakodnevno koriste društvene mreže na neki način. Ali s porastom broja društvenih platformi i razvojem novih funkcija možda je teško pratiti industriju društvenih medija i različite trendove.

Pristupačnost za osobe s invaliditetom na društvenim mrežama je od bitnog značaja jer omogućava inkluzivno online okruženje gdje svi korisnici, bez obzira na fizičke ili kognitivne sposobnosti, mogu konzumirati različite sadržaje ili se povezati s pojedincima, institucijama, kompanijama ili organizacijama. Pristupačnost ne promovira samo ravnopravno sudjelovanje i komunikaciju, nego i jača društvenu koheziju i raznovrsnost.

*Izvor: Search Engine Journal; <https://shorturl.at/acCVY>

Pristupačnost omogućava osobama s invaliditetom da pristupe informacijama i sadržaju, kao i da dijele svoje informacije s drugima. Promatrajući specifičnija životna područja, zahvaljujući društvenim mrežama, osobe s invaliditetom imaju priliku da se povežu s potencijalnim poslodavcima, kolegama i mentorima, što potiče njihovu profesionalnu karijeru ili pristupe obrazovnim resursima i olakšava im kontinuirano učenje. Zahvaljujući tehnologiji i društvenim mrežama, osobe s invaliditetom mogu uspostaviti i održavati socijalne veze, smanjujući osjećaj izolacije i usamljenosti. Pristupačnost potiče inovacije u dizajnu i tehnologiji, čime se stvaraju bolji proizvodi i usluge za sve korisnike.

Kreiranje pristupačnih objava i različitih multimedijalnih sadržaja izgleda komplicirano osobama koje se s tim prvi put susreću. Međutim, kada se pronikne u koncept pristupačnosti, kada ljudi shvate kako sadržaji trebaju izgledati i koja su osnovna pravila za kreiranje pristupačnog sadržaja, to postaje lak posao. Dobro kreiran pristupačan sadržaj na društvenim mrežama koristi osobama s invaliditetom, ali i cijeloj zajednici, posebno pripadnicima ranjivih skupina, poput osoba s nedovoljno razvijenim jezičnim vještinama (dospeljenici, funkcionalno nepismene osobe, loši čitači i na kraju djeca mlađeg uzrasta). Dobro kreiran pristupačan sadržaj izgradit će online kredibilitet, povećat će ciljnu skupinu kojoj se obraćate preko društvenih mreža i stvorit će otvoreno i inkluzivno društvo.

Trenutno najznačajnije i najpopularnije društvene mreže su:

Facebook

Utemeljen 2004. godine, Facebook je jedna od najvećih društvenih mreža na svijetu. Omogućava korisnicima da se povežu s prijateljima, da dijele sadržaje i komunikaciju putem tekstualnih poruka, fotografija i videosnimaka.

Instagram

Utemeljen 2010. godine, Instagram se fokusira na dijeljenje fotografija i video-snimaka. Postao je veoma popularan među mlađim korisnicima, umjetnicima i brendovima.

Twitter

Osnovan 2006. godine, *Twitter* je platforma za mikroblogovanje, gdje korisnici mogu dijeliti kratke poruke, tzv. tvitove. Ta mreža je često korištena za brzu razmjenu informacija i mišljenja.

LinkedIn

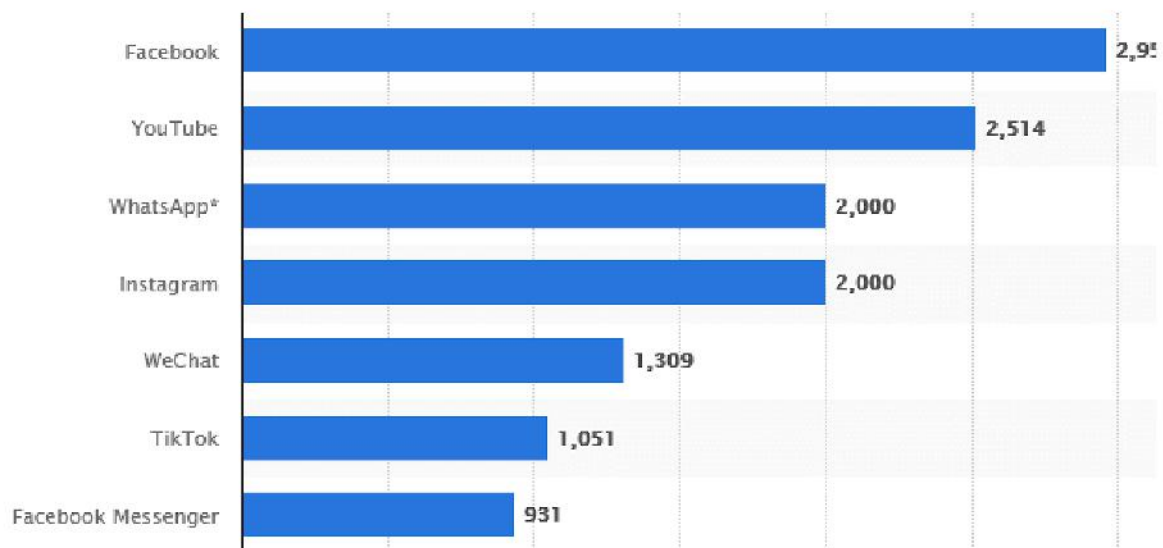
Osnovan 2002. godine, *LinkedIn* je profesionalna društvena mreža, koja se koristi za povezivanje profesionalaca, pronalaženje poslova, izgradnju profesionalnih mreža i dijeljenje poslovnih informacija.

YouTube

Osnovan 2005. godine, *Youtube* je platforma za dijeljenje video-sadržaja. Korisnici mogu postavljati i gledati videozapise o različitim temama, uključujući zabavu, obrazovanje i vlogovanje.

WhatsApp

Osnovan 2009. godine, *WhatsApp* je aplikacija za razmjenu tekstualnih poruka, poziva i videopoziva. Postao je popularan među korisnicima koji žele privatnu komunikaciju.



Grafikon 1. Broj korisnika društvenih mreža u milijardama

ASISTIVNE TEHNOLOGIJE

Asistivne tehnologije su tehnološki alati, uređaji ili programi koji se koriste kako bi se osobama s invaliditetom omogućilo lakše obavljanje različitih zadataka, povećala njihova neovisnost i unaprijedio kvalitet života. Te tehnologije namjenjene su osobama s fizičkim, senzornim, kognitivnim ili komunikacijskim poteškoćama.

Asistivne tehnologije mogu biti fizički uređaji, poput proteza, invalidskih kolica, slušnih aparata, pomagala za hodanje, 3D tiskanih predmeta i drugih pomoćnih sredstava za osobe s invaliditetom.

Također, asistivne tehnologije uključuju i softverske aplikacije, programsku potporu i prilagođene računalne alate. Na primjer, govorne tehnologije, kao što su govorne sinteze i prepoznavanje govora pomažu osobama s vizualnim ili motoričkim poteškoćama da koriste računala ili mobilne uređaje. Također, postoje razni uređaji za povećavanje teksta, prilagođene tastature, alternativne metode unosa podataka i mnoge druge tehnološke inovacije koje omogućavaju osobama s invaliditetom da koriste digitalne alate.



Asistivne tehnologije koriste se i u domenu komunikacije, kao što su pomagala za komunikaciju za osobe s poteškoćama u govoru ili augmentativna i alternativna komunikacija (AAC) uređaji. Cilj asistivnih tehnologija je pružiti potporu i olakšati svakodnevne aktivnosti osobama s invaliditetom, omogućavajući im da budu neovisnije, uključnije i produktivnije u različitim sferama života, koje obuhvaćaju obrazovanje, radno mjesto, dom i društvene interakcije.

Facebook ulaže napore kako bi osigurao da njegova platforma bude pristupačna svim korisnicima, uključujući one s različitim vrstama invaliditeta. Pristupačnost na toj društvenoj mreži postiže se putem različitih tehnika i praksi, poput jasnog kontrasta boja, dovoljno velikih fontova i lako razumljivih ikonica, kako bi se korisnicima olakšala navigacija i interakcija s platformom.

Korisnici mogu prilagoditi veličinu fonta i kontrast boja kako bi bolje odgovarali njihovim potrebama. Također, postoje opcije za povećavanje teksta u objavama, komentarima i drugim dijelovima platforme, za kretanje pomoću tastature ili korištenje tastaturnih prečica za veliki broj funkcija.

Postoji nekoliko opcija koje treba imati na umu ako želite kreirati pristupačan sadržaj na Facebook-u.

Savjet za pristupačnost #1: Postavljajte fotografije bez suvišnog teksta

Fotografije su vizualni mediji, a previše teksta može ometati estetski doživljaj, ali i zasjeniti subjekt fotografije i smanjiti njezinu privlačnost. Pored toga, korisnici obično brzo pregledaju sadržaj na Facebook-u i ne čitaju sadržaj na fotografijama. Također, previše teksta može biti zamorno za čitanje, posebno ako je tekst napisan malim fontom ili ako se preklapa s pozadinom slike.

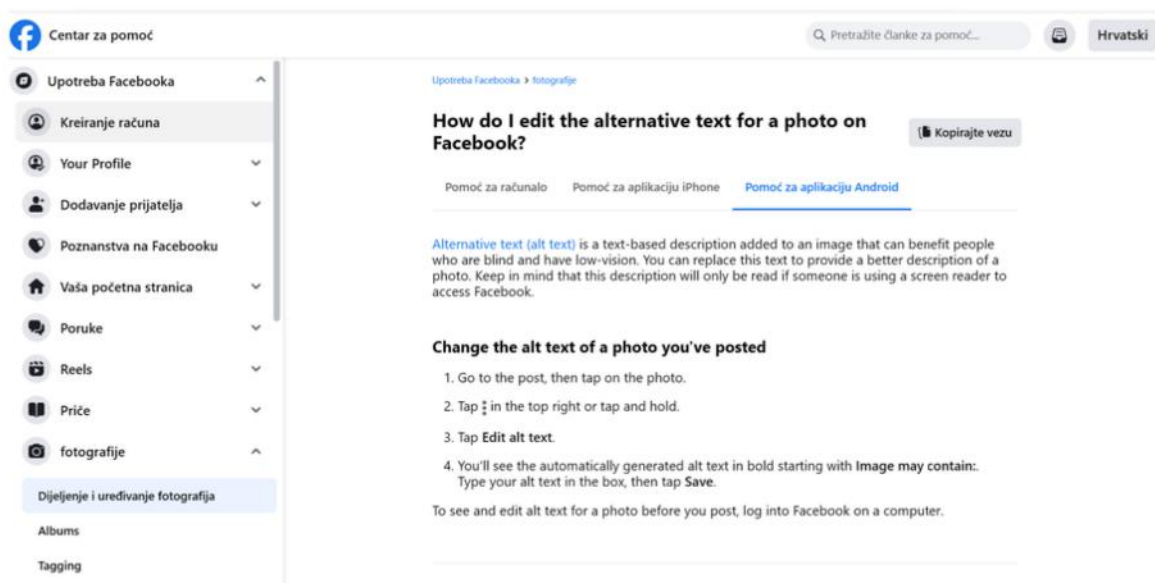


Savjet za pristupačnost #2: Izbjegavajte objave (postove) samo s fotografijama

Pored fotografija u objavama na Facebook-u obvezno dodajte i opisni tekst. Na taj način slijepe i slabovidne osobe lakše će čitati i razumjeti objave.

Savjet za pristupačnost #3: Alternativni tekstovi

Alternativni tekstovi igraju ključnu ulogu u pristupačnosti jer omogućavaju osobama sa oštećenim vidom pristup informacijama na slikama, sprječavaju propuštanje bitnih informacija i poboljšavaju opće korisničko iskustvo. Kada čitači ekrana u objavi dođu do fotografija, pročitati će upisani alternativni tekst i osobama sa oštećenim vidom prenijeti jasnu poruku o predmetu na fotografiji. Obvezno treba dodati alternativni tekst na fotografijama koje se objavljuju na Facebook-u. Alternativni tekst nije isti kao tekst koji se upisuje u naslove fotografija.



Facebook automatski dodaje generirani alternativni tekst. Ta funkcija daje opće informacije: ima li na fotografiji ljudi, automobila, drveća, vode i sl. Automatski generirani alternativni tekst daje opći opis što se nalazi na fotografijama, ali nedovoljno precizan s gledišta pristupačnosti i kvalitetno plasiranih informacija.

Sadržajni alternativni tekst na slikama treba opisati sadržaj fotografije, ali veoma kratko, jasno i dovoljno precizno. Taj tekst treba biti opisan i dovoljno informativan kako bi korisnik koji ne vidi sliku shvatio što je prikazano na njoj. Treba izbjegavati pretjerano dug i nepotreban opis slike jer može biti zamoran za korisnike čitača ekrana. Na primjer, uz fotografiju sa stručnog skupa na kojoj predsjednik udruge predstavlja rad organizacije, alternativni tekst bi mogao izgledati ovako: Marko Marković predstavlja rad udruge sudionicima stručnog skupa.



Savjet za pristupačnost #4: Omogućite titlove i transkripte na video-materijalima

Jedan od najvažnijih segmenata pristupačnih video materijala odnosi se na kreiranje transkripta u video materijalima. Transkripti omogućavaju osobama sa oštećenim ili smanjenim sluhom da prate sadržaj video zapisa putem teksta. Transkripti trebaju biti točni i detaljni, s opisom svih važnih vizualnih informacija i dijaloga. Pored transkripta, uz video materijale dodaju se i titlovi koji pomažu osobama sa oštećenim sluhom da prate dijalog. Također, prijevodi na druge jezike omogućavaju pristupačnost za ljude koji ne govore ili ne razumiju naš jezik. Ako video materijal nema inkorporirane transkripte i titlove, Facebook omogućava da se uz video materijal posebno otpremi (eng. upload) i titl u SubRip Subtitle (SRT) formatu.

Savjet za pristupačnost #5: Bez animiranih GIF formata

U ovom trenutku animirani GIF format ima ili veoma ograničenu ili nikakvu potporu za pristupačnost na većini društvenih mreža. To otežava percepciju animiranih GIF sadržaja za pojedince koji se oslanjaju na čitače ekrana. Stoga se ne treba oslanjati samo na animirani GIF sadržaj u objavi na društvenim medijima. Kada koristite animirane GIF sadržaje, osigurajte da se objava može razumjeti i pročitati kroz tekstualni sadržaj.

Savjet za pristupačnost #6: Ograničite broj emotikona i emojija

Emotikoni su kombinacija simbola na tastaturi, poput slova, brojeva i znakova interpunkcije posloženi tako da tvore sliku nalik ljudskom licu. Svaki emotikon opisuje određenu emociju ili objekt, recimo, širok osmijeh :D ili iznenađenje :-O. Emoji su piktogrami, sličice koje mogu prikazivati bilo što, od nasmještenog lica, automobila pa do zastave neke zemlje.

Emotikoni i emoji stavljeni u Facebook objavu bit će pročitani zahvaljujući čitaču ekrana. Emoji 😊, na primjer, bit će pročitani kao: Nasmijano lice s nasmijanim očima. Budite pažljivi prema korisnicima čitača ekrana tako što ćete ograničiti korištenje tih zanimljivih dodataka. Ako u objavi postoji deset emotikona, čitač ekrana će pročitati deset puta isti tekst, što opterećuje korisnike.

Ne preporuča se pravljenje emotikona s tekстом i savjetuje se da ih izbjegavate. U ovom primjeru, ovo vizualno iskustvo slijeganja ramenima `_(\u2197)_/` čitač ekrana pročitat će naglas simbol po simbol (gornja crta, kosa crta, podvučeno, otvorena zagrada...) što sve zajedno ništa neće značiti korisniku čitača ekrana.

Savjet za pristupačnost #7: Ne koristite ukrasne fontove u profilu niti u natpisima.

Dekoratívni fontovi su nažalost 100% nedostupni čitačima ekrana. Kada ih koristite na Facebook-u (ili na drugim društvenim mrežama), dogodit će se jedna od dvije mogućnosti. Čitač ekrana može biti tih kada čita riječi napisane u dekorativnom fontu ili može pročitati nelogičan niz riječi.



Caritas Bosne i Hercegovine

23 sati · 🌐

Primjer teksta koji ima ukrasni font



Savjet za pristupačnost #8: Pravilno upotrebljavajte #hashtag.

Hashtag je često kombinacija više riječi, koje moraju biti napisane bez razmaka. Ako ga koristite, provjerite je li smislen i relevantan za sadržaj vaše objave. Izbjegavajte previše čestu uporabu ključne riječi kako biste olakšali čitačima da razumiju temu objave. Hashtag treba pisati tako da svaka riječ u njegovom sastavu počinje velikim slovom.

Većina ljudi ostavit će sva mala početna slova svake riječi, poput

#ovojenekihashtag.

Nekim ljudima nije potrebno previše truda da prepoznaju obrasce u riječima i dešifriraju frazu jer odmah vide gdje se jedna riječ završava, a gdje druga počinje. Za druge, iz više razloga, to nije toliko lako. Naučeni smo da čitamo i prepoznamo riječi i slova na određeni način, s razmacima ili drugim očiglednim indikatorima koji će nam pomoći. Bez tih znakova, mnogi su isključeni iz razgovora, što umanjuje široko rasprostranjenu namjenu hashtag-a.



Da bi vam hashtag bio pristupačan za čitače ekrana, primijenite pravilo pisanja velikog početnog slova svake riječi. Čitači ekrana omogućavaju ljudima koji ne vide ili ne mogu lako vidjeti riječi na ekranu da razumiju sadržaj tako što ga tumače i koriste sintetizirani govor da taj sadržaj pretoče u glas. Kako hashtag nema razmak između riječi, čitači ekrana ne dobijaju znak da postoji više riječi – umjesto toga, obično pokušavaju pročitati frazu kao jednu dugačku riječ. Međutim, ako je prvo slovo svake riječi veliko, čitači ekrana imaju neophodnu indikaciju i mnogo je veća vjerojatnoća da će pročitati hashtag onako kako je predviđeno (#DobroNapisanHashTag).

Savjet za pristupačnost #9: Koristite jasan i jednostavan jezik u objavama

I na kraju, ali ne i manje važno, pišite jasno i jednostavno kako bi objava bila razumljiva širokom broju korisnika, uključujući i one s različitim kognitivnim smetnjama, niskom razinom obrazovanja ili ljudima kojima hrvatski jezik nije maternji. Koristite puna imena i nazive umjesto skraćenica, koje se mogu teže razumjeti. Podijelite svoju objavu na kratke pasuse ili odjeljke kako bi bila lakša za čitanje i razumijevanje, a posebno osobama s poteškoćama u čitanju. Upotrijebite opisni naslov, koji točno predstavlja sadržaj vaše objave, a ako dijelite linkove k drugim sadržajima, uključite kratak opis koji pomaže korisnicima da razumiju kuda će ih link odvesti.

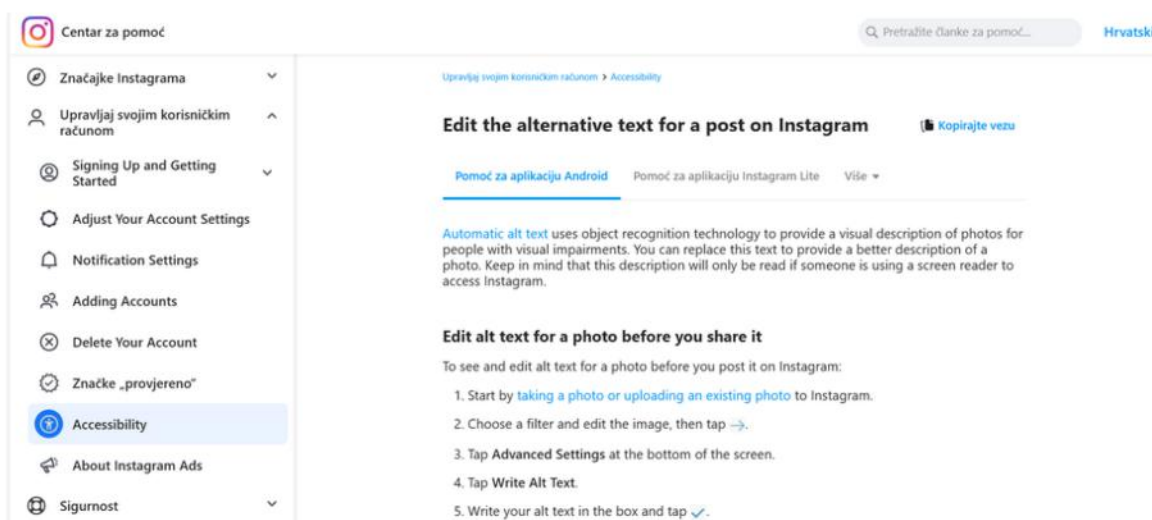
Pristupačan Instagram nalog može poboljšati vidljivost na mreži i ojačati osećaj zajednice na vašem kanalu. Često o pristupačnosti razmišljamo kao o fizičkom konceptu, poput ulaska u zgradu ili penjanja stubama, ali pristupačnost je jednako važna u digitalnom svijetu, pa i na Instagramu.

Savjet za pristupačnost #1: Dodajte titlove Instagram pričama i video-zapisima

Poznato je da se 85% video-sadržaja na Facebook-u gleda bez zvuka, tako da ćete postupiti pametno ako svoj sadržaj učinite dostupnim i bez zvuka. Titlovi nisu korisni samo ljudima koji gledaju snimke bez zvuka, nego su i od bitnog značaja za one sa oštećenim sluhom, koji će glavne poruke video materijala pročitati, umjesto čuti.

Savjet za pristupačnost #2: Osigurajte alternativni tekst za Instagram objave

Dodavanje alternativnog teksta Instagram objavama je odličan način da svoj sadržaj učinite inkluzivnijim za slijepe i slabovidne osobe koje koriste čitače ekrana. Kako se piše alternativni tekst i zbog čega je on važan objašnjeno je na primjeru alternativnog teksta u objavama s fotografijama na Facebook-u. Zahvaljujući opciji za Pristupačnost (accessibility) u nekoliko jednostavnih koraka možete ga dodati i na Instagramu. Instagram automatski dodaje alternativni tekst (primjer: prostor sa stolicama), ali taj tekst nije dovoljno dobar u odnosu na to kako bi korisnik opisao objavljene fotografije.





Savjet za pristupačnost #3: Verbalizirajte vizualne detalje tijekom priča i prijenosa uživo

Instagram priče (story) i video prijenosi uživo (live) mogu biti među najizazovnijim formatima koje treba učiniti pristupačnim članovima zajednice koji su slijepi ili imaju neke druge poteškoće. Međutim, postoje radnje koje se mogu poduzeti da bi priče i prijenosi uživo bili dostupniji i razumljiviji, ne samo osobama s invaliditetom, nego i cjelokupnoj zajednici. Treba imati u vidu da pratitelji vašeg Instagram kanala dolaze vjerojatno iz različitih dijelova BiH, Europe pa možda i svijeta i da imaju različita znanja i predznanja, razine obrazovanja ili intelektualne kapacitete. Nije svima sve jasno, niti svi sve isto pretpostavljaju i zaključuju. Imajući to u vidu, pomozite širokom auditorijumu da što jednostavnije i lakše razumiju vaše objave i prijenose. Razmislite kako vaš zvuk može podržati iskustvo gledanja krajnjih korisnika. Na primjer, ako objavljujete Instagram Live s glazbenog festivala, recite to svojoj publici. Počnite kratkim opisom mjesta gdje se nalazite jer ne mogu svi prepoznati jeste li na OK Festu, Banja Luka Festu ili Garden of Dreams-u. Obrazložite ukratko što prikazujete i tko vam se još pridružuje uživo, što se vidi i zbog čega je to na kraju bitno. Realizacija takvog uključivanja uživo može vam u početku djelovati malo kompliciranije, neprirodnije i zahtjevnije, ali ubrzo ćete primjetiti da mnogi profesionalci koriste tu tehniku kako bi povećali gledanosti i razumljivosti video-materijala. Ista ta pravila treba imati na umu kada se rade objave uživo na drugim društvenim mrežama, kao što su Facebook ili Youtube.

Savjet za pristupačnost #4: Dodajte opisne detalje u naslove (Captions)

Dodavanje naslova, opisa i alternativnog teksta fotografijama, videozapisima i slikama odličan je način da poboljšate inkluzivnost svojih objava. Na Instagramu Captions su tekstualni opisi, koje dodaju korisnici. Ti opisi služe za dodatno objašnjenje, opisivanje, izražavanje misli, emocija ili pričanje priče vezane za objavljeni sadržaj. Tekst omogućava kreatorima sadržaja da prenesu dublje značenje svojih objava, da se povežu s pratiteljima i dodaju osobni pečat svom sadržaju. Osim dodavanja opisa ili priča, tekst često uključuje i hashtag-ove, što pomaže u povećanju vidljivosti objava na osnovu pretraga određene teme kroz ključne riječi.

Ako niste sigurni što biste trebali dodati od teksta uz svoju objavu kako biste joj unaprijedili inkluzivnost, pustite video sa zvukom, ali zatvorite oči, a zatim pustite bez tona i gledajte isti video. Ono što vam bude nedostajalo kroz takvo korisničko iskustvo pretočite u tekstualnu objavu.

Kako se sa aspekta pristupačnosti pišu hashtag-ovi, objašnjeno je na prethodnim stranicama.

Savjet za pristupačnost #5: Izbor kontrasta, fontova i detalja uz objave

Kontrasti boja su izuzetno važni za pristupačne foto, video i druge materijale jer igraju ključnu ulogu u tome da informacije budu lako čitljive i razumljive svim posjetiteljima, uključujući i osobe sa oštećenim vidom ili drugim vizualnim smetnjama. Visok kontrast između boja teksta i pozadine poboljšava čitljivost, olakšava razlikovanje elemenata i smanjuje napor potreban za čitanje. Dodavanje teksta preko fotografije koja nema dovoljan kontrast u odnosu na tekst otežat će posjetiteljima čitanje i razumijevanje vaše objave. Fontovi koji nisu pristupačni, koji su previše ukrašeni, iskošeni, kitnjasti i obogaćeni drugim detaljima teški su za čitanje osobama sa oštećenim vidom ili s drugim vizualnim smetnjama.



I na Instagramu se pridržavajte savjeta opisanih kroz:

- Savjet za pristupačnost: Omogućite titlove i transkripte na video materijalima
- Savjet za pristupačnost: Ograničite broj emotikona i emojija
- Savjet za pristupačnost: Ne koristite ukrasne fontove u profilu niti u natpisima
- Savjet za pristupačnost: Koristite jasan i jednostavan jezik.



Pristupačnost na YouTube-u ima za cilj omogućiti svim korisnicima da uživaju u video-sadržaju, bez obzira na njihova individualna ograničenja. Google i YouTube kontinuirano rade na poboljšanju pristupačnosti platforme, uključujući alate za uređivanje titlova, smjernice za kreatora sadržaja i druge funkcionalnosti, koje omogućavaju široj publici da uživa u sadržaju bez obzira na svoje sposobnosti ili ograničenja.

Savjet za pristupačnost #1: Titlovi (Closed Captions)

Titlovi (Closed Captions) na YouTube-u su tekstualni prijevodi govora i zvukova u video materijalima. Oni pružaju tekstualni opis događanja u video materijalu, uključujući dijaloge, zvukove i druge zvučne efekte koji mogu imati utjecaj na percepciju samog video materijala. Titlovi su potrebni ljudima sa oštećenim sluhom ili onima koji se nalaze u bučnom okružju gde ne mogu čuti zvuk, a žele pogledati video. Titlovi mogu biti automatski generirani ili ručno dodani. YouTube automatski generira titlove za mnoge jezike, ali nažalost naš jezik nije uvijek među njima. Kada postavljate video, možete omogućiti ovu opciju i automatski napravljeni titlovi će biti dodani na video. U prvom prozoru, tijekom otpremanja video materijala na Youtube, izaberite opciju Prikaži više i u polju za titlove omogućite iste na željenom jeziku. Međutim, ti titlovi mogu imati greške, pa je važno nekoliko puta provjeriti i uskladiti titlove s vremenskim okvirom prikazivanja. Svaki video postavljen na YouTube-u dobija datoteku s automatskim natpisima, sve dok je polje za titlove aktivirano u naprednim podešavanjima reprodukcije.

Ručno kreirani titlovi su točniji i bolje prilagođeni sadržaju videa i jedino dostupni na našem govornom području. Titlovi se mogu dodati uz video materijal jednostavnim otpremanjem na server YouTube-a ili izravnim kreiranjem u YouTube uređivaču. Ručno kreiranje titlova je dobro jer omogućava dodavanje točnog teksta za dijaloge i druge zvukove koji se pojavljuju u video-materijalu.

Upravljanje postavkama titlova

Titlovi su dostupni na videozapisima na koje ih je dodao njihov vlasnik i na nekim videozapisima na koje YouTube automatski dodaje titlove. Zadane postavke za titlove možete promijeniti na računalu i na mobilnom uređaju.

Postavke titlova na YouTubeu

Captions are available on videos where the owner has added them and on some videos where YouTube automatically provides them. You can change the default settings for captions on your computer or mobile device. Learn more: <https://support.google.com/youtubelanswer/100078>

Pretplatite se na kanal [YouTube Viewers](#) da biste primali najnovije vijesti, ažuriranja i savjete.

Računalo Android Na iPhoneu i iPadu

Titlove možete prilagoditi promjenom njihovog izgleda i jezika.

- Uključivanje ili isključivanje titlova
- Uključivanje ili isključivanje zadane postavke
- Promjena zadane veličine i stila titlova
- Pregled prijepisa titlova

U okviru podešavanja YouTube titlova – koja se nalaze u donjem desnom kutu video playera – korisnici mogu promijeniti položaj, veličinu i boju titlova, prozirnost i druge opcije u skladu sa svojim potrebama. Također, korisnici mogu izabrati i prijevod automatski dodanih titlova na druge jezike.

Savjet za pristupačnost #2: Opisi video-materijala (Video Descriptions)

Detaljni opisi pomažu korisnicima sa oštećenim vidom da razumiju o čemu se radi u objavljenim video materijalima. Opisi bi trebali biti informativni i da sadrže ključne informacije o video materijalu i njegovom sadržaju.

Savjet za pristupačnost #3: Audio knjižnice i zvukovi

Osobe sa oštećenim sluhom ili gluhe osobe neće uopće ili neće jasno čuti zvukove u video snimkama te je važno osigurati da se bitne informacije ne prenose isključivo putem zvuka. Iskoristite opcije titlova ili grafike prilikom video montaže da važne informacije prenesete i toj ciljnoj skupini posjetitelja. Na temu pristupačnosti, audio datoteke na YouTube-u mogu se odnositi na zvučne zapise koji sadrže informacije i opise vezane za video sadržaj. Te audio datoteke pružaju dodatnu potporu za ljude sa oštećenim vidom ili smanjenom vidnom sposobnošću kako bi im omogućili razumijevanje i kvalitetniji doživljaj materijala objavljenog na platformi. Pored tekstualnih opisa, kreatori sadržaja mogu pružiti i opise videa putem zvučnih zapisa. Zvučni opisi naratora omogućuju osobama sa oštećenim vidom da čuju detaljne informacije o videozapisu, uključujući vizualne elemente, kao što su prizori, likovi i radnja. U video snimkama koji sadrže grafikone, dijagrame ili tabele, audio datoteke mogu pružiti dodatna objašnjenja tih vizualnih elemenata kako bi osobe sa oštećenim vidom bolje razumjele informacije koje se prenose.

Savjet za pristupačnost #4: Konzistentna uporaba kontrasta i fontova

Imajući na umu pristupačnost, tijekom kreiranja video sadržaja važno je koristiti jake kontraste i lako čitljive fontove, koji će na jednostavniji i lakši način prenijeti poruku autora. Komplicirani dizajn i kompleksna montaža mogu učiniti vaš video interesantnijim, ali je važno da to ne utječe na jednostavnost prenošenja biti poruke vašeg video materijala.

Twitter-ov tim za pristupačnost izdvaja nekoliko smjernica koje će pomoći u kreiranju pristupačnih twitova.

Savjet za pristupačnost #1: Sadržaj

Twitovi trebaju biti sažeti i točni. Ljudi s poremećajem pažnje ili smetnjama u čitanju mogu propustiti ključne informacije ako one nisu na prvom i najvažnijem mjestu. Koristite jednostavan jezik. Ne treba koristiti složene fraze, žargon ili sleng. Taj način pisanja je pristupačniji za sve – posebno za ljude kojima hrvatski nije maternji jezik, čija pismenost nije na visokoj razini ili čiji kognitivni poremećaj utječe na razumijevanje.

Savjet za pristupačnost #2: Pozivi na akciju (CTA-CALL TO ACTION)

Korisnici pomoćne tehnologije, kao što su čitači ekrana, mogu pretraživati ekran samo pomoću linkova i tastera. Same po sebi, fraze poput “saznaj više” nisu im od pomoći, niti imaju mnogo smisla. Umjesto toga, treba kreirati pozive na aktivnost, kao što je: Ovdje saznajte više o našim smjernicama za pristupačnost. Zapamtite da Twitter ima maksimalnu duljinu od 36 znakova za CTA tastere.

Savjet za pristupačnost #3: Alternativni tekst za fotografije

Twitter omogućava dodavanje alternativnog teksta uz fotografije.

Savjet za pristupačnost #4: Ograničite uporabu specijalnih znakova

Čitači ekrana ne mogu prepoznati Unicode znakove ili art ASCII umjetnost. Kreirani simboli od različitih specijalnih znakova ne mogu se prenijeti korisnicima koji koriste asistivne tehnologije.

Savjet za pristupačnost #5: Ograničite uporabu emotikona i emojija

Emotikoni i emoji u twitu bit će pročitani zahvaljujući čitaču ekrana. Za pet istih emotikona čitač ekrana će pet puta pročitati isti tekst. Takvo rješenje odmaže osobama s invaliditetom i dodatno ih opterećuje.

Savjet za pristupačnost #6: Nemojte koristiti animirane GIF-ove

Animirani GIF format ima veoma ograničenu ili nikakvu potporu za pristupačnost na većini društvenih mreža.

Pristupačnost je važan aspekt kada je reč o profesionalnim mrežama, kao što je LinkedIn. Osiguranje da vaš profil i objave budu pristupačne svima, uključujući osobe s invaliditetom, ključno je za stvaranje inkluzivnog i raznovrsnog online profesionalnog prisustva i iskustva.

Savjet za pristupačnost #1: Profil

Prilikom uređivanja svog profila, pobrinite se da koristite opisne naslove, sažete opise poslova i relevantne ključne riječi. To pomaže osobama koje koriste čitače ekrana da bolje razumiju vašu karijeru i profesionalne vještine. Pored toga, imajte na umu da ljudi na odgovornim dužnostima nemaju mnogo vremena za čitanje literarnih sastava.

Savjet za pristupačnost #2: Fotografije i multimedija

Ako dodajete fotografije ili medijski sadržaj na svoj profil ili objave, uvijek dodajte odgovarajuće opise. Ti opisi omogućit će osobama sa oštećenim vidom da shvate sadržaj fotografija ili video-materijala.

Savjet za pristupačnost #3: Objave i tekstovi

Kada objavljujete sadržaj ili pišete članke, vodite računa o jasnoći i sažetosti. Koristite jednostavan jezik, razmislite o formatiranju teksta i koristite naslove i podnaslove kako biste olakšali čitateljima praćenje sadržaja.

Savjet za pristupačnost #4: #Hashtag-ovi i ključne riječi

Prilikom dodavanja hashtag-ova i ključnih riječi u svoje objave, osigurajte da su relevantni i opisni. To će pomoći ljudima da bolje razumiju kontekst i teme koje pokrivaju.

Savjet za pristupačnost #5: Linkovi

Ako dijelite linkove k sadržajima izvan mreže, pobrinite se za to da link ima opisni tekst koji jasno govori o sadržaju kuda link upućuje.

Savjet za pristupačnost #6: Dodajte titlove na LinkedIn videosnimke

LinkedIn ima ograničene funkcije za uređivanje videozapisa, ali platforma podržava široko korišteni SubRip Subtitle (SRT) format video-titlova.



Messenger, WhatsApp, Viber...

Pristupačnost na platformama, kao što su Messenger, Viber i WhatsApp, podrazumijeva olakšavanje komunikacije i interakcije sa osobama koje imaju različite vrste invaliditeta.

Savjet za pristupačnost #1: Poruke

Treba koristiti tekstualne poruke, umjesto glasovnih, kada god je to moguće. Tekstualne poruke su čitljivije za sve korisnike i posebno korisne osobama sa oštećenim sluhom ili gluhim osobama. Slijepe i slabovidne osobe koriste čitače ekrana i poruka će im biti svakako pročitana kako je napisana.

Savjet za pristupačnost #2: Jasan i jednostavan jezik

Treba koristiti jednostavan jezik i jasno izražavanje misli kako bi poruke bile razumljive svima.

Savjet za pristupačnost #2: Multimedija

Ako se šalju slike, videozapisi ili GIF-ovi, treba provjeriti je li njihov sadržaj relevantan i razumije li se lako. Ako je potrebno dodati opis slike ili objašnjenje što je na slici.

Savjet za pristupačnost #3: Zvučne i video-poruke

Ako se šalju glasovne ili video poruke, treba biti jasan, dovoljno glasan i pričati sporije.

Savjet za pristupačnost #4: Pristupačni statusi

Ako koristite Status funkciju, obratite pozornost na to da statusi budu jasni i razumljivi svima.

TikTok gradi svoju platformu imajući na umu inkluzivnost, kako bi podržao raznoliku zajednicu kreatora i gledatelja. Kada koristite funkcije koje podržavaju pristupačnost dok pravite svoje videosnimke, omogućit ćete da više ljudi uživa u objavljenom sadržaju. TikTok na svojim stranicama daje nekoliko savjeta koji se odnose na kreiranje pristupačnog video sadržaja.

Savjet za pristupačnost #1: Upozorenje na fotosenzitivnu epilepsiju

Statistike kažu da 65 milijuna ljudi na svijetu pati od epilepsije i imajući na umu to i korisnike s fotosenzitivnom epilepsijom, TikTok je razvio sustav upozorenja na fotosenzitivnu epilepsiju. Kada koristite efekte koji blješte, pulsiraju i koji mogu izazvati fotosenzitivnu epilepsiju, dobijate upozorenje. Možda ćete ga vidjeti dok birate određene efekte tijekom procesa uređivanja videozapisa. Ako vidite to upozorenje, razmislite želite li nastaviti s takvim efektom ili istražiti druge mogućnosti.

Savjet za pristupačnost #2: Pretvorite tekst u govor

Karakteristika koja može biti posebno korisna zajednicama ljudi sa oštećenim vidom ili slijepim korisnicima jest pretvaranje teksta u govor. Ta funkcija omogućava konvertiranje otipkanog tekst u glas koji se reproducira onako kako se tekst pojavljuje u videosnimci. Nažalost, za sada ta opcija nije dostupna na našem jeziku.

Savjet za pristupačnost #3: Automatski titlovi i tekst na videosnimkama

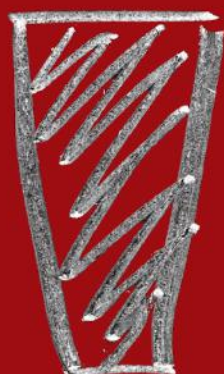
Postoji još jedna TikTok opcija, koja nije dostupna na našem govornom području, ali je važno znati za nju ako pripremate materijale na engleskom jeziku. Automatski titlovi automatski generiraju titlove omogućavajući gledateljima da čitaju dok gledaju vaš video sadržaj. Ta funkcija pomaže gluhim ili nagluhim gledateljima da prate sadržaj. Možete izabrati automatske titlove na stranici za uređivanje nakon što otpremite ili snimate video, a zatim se tekst automatski transkribira i prikazuje na videosnimkama.

Prateći navedene savjete za kreiranje pristupačnog sadržaja na najkorištenijim i najpopularnijim društvenim mrežama i platformama, stječu se opća znanja o principima pristupačnosti u digitalnom okruženju. Osnovna pravila i savjete treba primijeniti i na drugim platformama i aplikacijama koje služe za komunikaciju i interakciju između ljudi.

Ako svoj sadržaj i online komunikaciju učinite pristupačnom za osobe s invaliditetom, proširit ćete svoj utjecaj na internetu. Iz kuta poslovanja, institucija ili organizacija civilnog društva to dovodi do efikasnijeg marketinga i PR-a, a na kraju i do boljih poslovnih rezultata. Međutim, pristupačnost je prvenstveno važna iz kuta ljudskosti, jer bez obzira na njihove sposobnosti ili ograničenja, osobe s invaliditetom trebaju sudjelovati u digitalnom svijetu i okruženju. Pristupačne društvene mreže odražavaju brigu za svakog pojedinca i ispunjavaju svoju prvenstvenu funkciju – da spajaju i povezuju ljude, bez obzira na njihove različitosti ili izazove s kojima se suočavaju.

U cilju unaprjeđenja rada molimo Vas da ocijenite tekst.
To možete uraditi skeniranjem QR koda ili putem linka
<https://forms.gle/U6jbFcMp4PdXwiUGA>

Hvala Vam!



Smjernice za pristupačnost na društvenim mrežama nastale su u okviru projekta "Pristupačna komunikacija u cilju inkluzije ranjivih grupa na Zapadnom Balkanu" koji sprovodi Caritas Bosne i Hercegovine i Socijalno-edukativni centar Banja Luka, u cilju podizanja svijesti javnosti i ukazivanja na problem nedovoljne pristupačnosti, ali i predstavljanja mogućih rješenja, odnosno osnovnih smjernica za unaprjeđenje pristupačnosti.

U slučaju pitanja i potrebe za dodatnom pomoći za realizaciju pristupačnih događaja i izradu materijala na jasnom i jednostavnom jeziku, Caritas BiH i SEC Vam stoje na raspolaganju.

Autorska prava pripadaju Caritasu BiH. Zabranjeno je umnožavanje i distribucija bez pisane saglasnosti.

Caritas Bosne i Hercegovine
www.caritas.ba / +38733206441
pristupacnost@caritas.ba
Mehmed bega Kapetanovića Ljubušaka 6
71000 Sarajevo, Bosna i Hercegovina

