



Oficjalny rezultat Pakietu Roboczego 2, Działanie 2
Inkluzywne ramy komunikacyjne i językowe



ALL-IN: Zaawansowana nauka języków na potrzeby narracji włączających
Numer referencyjny projektu: 2023-2-ES02-KA220-YOU-000174732



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Institute of Youth (INJUVE). Neither the European Union nor INJUVE can be held responsible for them.

Spis treści

| | |
|--|----|
| Wprowadzenie | 3 |
| <i>Ogólne Zalecenia Dotyczące Komunikacji Inkluzywnej</i> | 5 |
| Przewodnik Eurodesk dotyczący inkluzywnej komunikacji cyfrowej | 6 |
| Przewodnik Oxfam dotyczący języka włączającego, 2023 | 8 |
| Kampania na rzecz Inkluzywnej Komunikacji Rządu Otwartego | 11 |
| Karta Dostępnej Komunikacji | 12 |
| Letnia Szkoła DEI 2024 | 13 |
| <i>Komunikacja Wrażliwa na Płeć i Neutralna Płciowo</i> | 14 |
| Zestaw narzędzi EIGE dotyczący komunikacji wrażliwej na płeć | 15 |
| Warsztaty Wrażliwości Płciowej Centrum Praw Kobiet | 18 |
| Okólnik z 21 listopada 2017 r. w sprawie zasad feminizacji i redagowania tekstów | 19 |
| Czy myślisz o tym, jak mówisz? Przewodnik dydaktyczny dotyczący równego użycia języka | 20 |
| Przewodnik praktyczny dotyczący komunikacji na rzecz równości języka | 21 |
| Wprowadzenie Alfabetu Braille'a w transporcie publicznym | 23 |
| Usługi tłumacza języka migowego | 24 |
| Rozwój inkluzywności w rekrutacji | 25 |
| Integracja Foundation Training Program | 26 |
| InclusivOpera | 27 |
| Razem możemy coś zmienić | 29 |
| <i>Język i komunikacja wrażliwe na neuroróżnorodność</i> | 30 |
| Polish Autism Society Neurodiversity Awareness Training | 31 |
| Specialisterne | 32 |
| <i>Komunikacja integracyjna dla osób o niskich umiejętnościach czytania i pisania</i> | 34 |
| Jasny język w administracji publicznej | 35 |
| FRSI Easy-to-Read Project | 36 |
| FALC (Facile à Lire et à Comprendre - łatwy do odczytania i zrozumienia) | 37 |
| <i>Język inkluzywny wobec migrantów i osób doświadczających dyskryminacji etnicznej/kulturowej</i> | 40 |
| Włączenie językowe do usług zdrowotnych | 41 |
| Program Edukacji Międzykulturowej | 42 |
| Program Wsparcia i Integracji Językowej IOM Polska | 43 |
| Action Plan for Integration and Inclusion 2021-2027 | 44 |



| | |
|--|----|
| <i>LGBTQ+ Inklusywny język i komunikacja</i> | 46 |
| Wytyczne ILGA dla dziennikarzy – Informowanie o problemach, osobach i społecznościach LGBTI..... | 47 |
| “Ona” | 49 |
| Różnorodność i inkluzywność LGBTQ+..... | 50 |
| Ja nie | 52 |
| Krajowa strategia 2022 – 2025 na rzecz osób LGBT+..... | 53 |
| <i>Język i komunikacja uwzględniające wiek</i> | 55 |
| Krótki przewodnik WHO, jak uniknąć dyskryminacji ze względu na wiek w komunikacji..... | 56 |
| Dostępność cyfrowa dla nas wszystkich..... | 58 |
| <i>Inklusywna komunikacja dla osób borykających się z trudnościami społeczno-ekonomicznymi</i> | 59 |
| Edukacja finansowa dla nas wszystkich | 60 |
| <i>Komunikacja sprzyjająca włączeniu społecznemu dla mieszkańców obszarów pozamiejskich i dalekich</i> | 61 |
| Aktywizacja społeczna poprzez sport..... | 62 |

Wprowadzenie

Ramy Inklusywnej Komunikacji i Języka ALL-IN zapewniają jasne wytyczne i zasady dotyczące stosowania inkluzywnego języka i praktyk komunikacyjnych. Ramy te zostały opracowane wspólnie przez partnerów projektu ALL-IN jako końcowy rezultat „Pakietu Prac 2: Ocena i najlepsze praktyki”, Działanie 2 (WP2.A2). Wraz z Końcowym Raportem Oceniającym (WP2.A1) dokument ten dostarcza partnerom i osobom zainteresowanym solidnej wiedzy na temat różnych wymiarów języka inkluzywnego oraz najnowszych praktyk komunikacyjnych w Europie, wspierając rozwój Narzędziownika Szkoleniowego ALL-IN (WP3).

Dla kogo przeznaczone są Ramy ALL-IN?

Ramy te to praktyczne narzędzie dla osób, pracowników młodzieżowych, edukatorów i organizacji, które chcą poprawić swoją komunikację w duchu inkluzywności.



Jak korzystać z tych Ram?

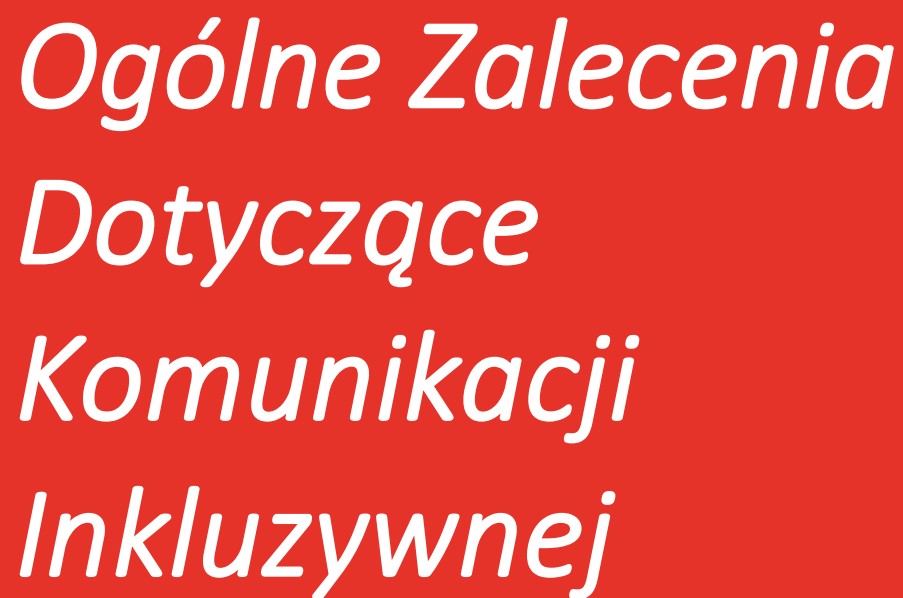
Ramy ALL-IN zawierają zbiór 34 praktyk i wskazówek, które mają inspirować i wspierać użytkowników. Praktyki są pogrupowane według różnych tematów i grup docelowych, co podkreśla wielowymiarowość komunikacji włączającej:

- Ogólne zalecenia, wspólne dla różnych tematów
- Komunikacja wrażliwa na płeć/neutralna płciowo
- Język włączający dla osób z niepełnosprawnościami
- Język uwzględniający neuroróżnorodność
- Komunikacja włączająca dla osób o niskich umiejętnościach czytania i pisanania
- Język inkluzywny dla migrantów i osób doświadczających dyskryminacji etnicznej/kulturowej
- Język włączający dla społeczności LGBTQ+
- Język inkluzywny ze względu na wiek
- Komunikacja włączająca dla osób borykających się z trudnościami społeczno-ekonomicznymi
- Komunikacja włączająca dla osób z obszarów wiejskich i odizolowanych

Każda kategoria jest przedstawiona zwięźle, zawierając kluczowe informacje, przydatne linki oraz główne zasady do zastosowania. Choć Ramy te są głównie skierowane do pracowników młodzieżowych, obejmują także praktyki z różnych dziedzin, w tym sektora publicznego, prywatnego i akademickiego. Ta różnorodność wzbogaca Ramy, umożliwiając pracownikom młodzieżowym tworzenie synergii z różnymi obszarami i wzajemną wymianę skutecznych praktyk. Dzięki szerokiemu zakresowi przykładów Ramy te oferują kompleksowe zrozumienie komunikacji włączającej, ułatwiając wdrażanie najlepszych praktyk w różnych kontekstach.

Aby skutecznie korzystać z tego narzędzia, użytkownicy powinni najpierw przeczytać ogólne zalecenia i ocenić inkluzywność swoich praktyk komunikacyjnych w każdej kategorii. Więcej informacji na temat przeprowadzania ocen będzie dostępnych w Kursie Szkoleniowym ALL-IN. Po zidentyfikowaniu obszarów wymagających poprawy, użytkownicy mogą zapoznać się z powiązаныmi praktykami i czerpać z nich inspirację, aby wdrożyć podobne inicjatywy lub dostosować istniejące.





*Ogólne Zalecenia
Dotyczące
Komunikacji
Inkluzywnej*

Przewodnik Eurodesk dotyczący inkluzywnej komunikacji cyfrowej

| | |
|---|---|
| LINK | https://eurodesk.eu/2023/11/14/download-the-guide-on-inclusive-communication/ |
| AUTOR PARTNER | IHF |
| JĘZYK | Angielski |
| TYPOLOGIA | Wytyczne |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Ogólny przewodnik po komunikacji włączającej skierowany do usług informacyjnych dla młodzieży |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | <p>Przewodnik ten to kompleksowy dokument (dostępny również w wersji audio) zawierający ogólne zasady opracowywania inkluzywnej i dostępnej informacji oraz komunikacji, opierając się na najlepszych praktykach organizacji zaangażowanych w promowanie inkluzywności. Przedstawia on siedem zasad oraz szczegółowe kroki dla każdej z nich, mające na celu zwiększenie inkluzywności usług informacyjnych dla młodzieży. Przewodnik dostarcza również konkretnych działań i przykładów, które mają inspirować do wprowadzania nowych praktyk. Dla każdej zasady przedstawiono studium przypadku.</p> |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <p>Zasada 1 - Stwórz i realizuj własną strategię komunikacji włączającej (więcej informacji na temat poszczególnych kroków na stronach 20-24)</p> <ul style="list-style-type: none">- Zdefiniuj cel i korzyści płynące ze strategii komunikacji włączającej- Określ cele- Sporządź mapę interesariuszy, uwzględniając komunikację wewnętrzną i zewnętrzną- Zaplanuj jak osiągać cele związane z inklusywnością- Opracuj plan wdrożenia- Uwzględnij monitorowanie postępów i ocenę- Skonsultuj project planu z interesariuszami- Regularnie przeglądaj i aktualizuj strategię <p>Zasada 2 - Zrozum swoją publiczność i bądź świadomy barier komunikacyjnych (strony 27-34)</p> <ul style="list-style-type: none">- Zidentyfikuj grupy docelowe, biorąc pod uwagę niewidoczne aspekty tożsamości danej osoby, prawnie nieuznane przestanki dyskryminacji oraz intersekcjonalność- Zrozum bariery komunikacyjne- Zbieraj opinie od grup docelowych |



Zasada 3 – Skup się na tym, co komunikujesz (strony 36-43)

- Przemyśl, co należy komunikować
- Dostosuj treść do obowiązków komunikacyjnych organizacji
- Uwzględnij aspekty inkluzywności (istotność, reprezentację, proaktywność, opinie, przejrzystość)
- Miej wkład w zmiany społeczne

Zasada 4 - Stosuj język inkluzywny (strony 45-57)

- Dowiedz się więcej o języku inkluzywnym
- Zmieniaj język na bardziej inkluzywny
- Uwzględniaj płeć i zaimki w komunikacji
- Zaczynaj wprowadzać zmiany na poziomie indywidualnym, zespołowym i organizacyjnym

Zasada 5 – Uczyń swoje treści bardziej dostępnymi (strony 62-73)

- Używaj prostego i zrozumiałego języka
- Zwróć uwagę na układ i formatowanie
- Projektuj treści w sposób dostępny
- Świadomie korzystaj z elementów wizualnych
- Pamiętaj o odpowiednim użyciu hashtagów i emotikonów

Zasada 6 - Wykorzystuj różne kanały komunikacji, aby dotrzeć do szerokiego grona odbiorców (strony 75-86)

- Upewnij się, że twoje treści są dostępne
- Priorytetyzuj jakość
- Podkreślaj spójność i budowanie relacji
- Dostosuj treści do różnych kanałów komunikacji
- Łącz różne formaty
- Wykorzystuj sieci kontaktów
- Jasno określ swoje kanały komunikacji
- Oferuj zarówno opcje komunikacji online, jak i offline
- Zapewnij wyraźne informacje o zbieraniu danych i RODO w sposób inkluzywny
- Promuj inkluzywne działania bez stygmatyzacji

Zasada 7 – Monitoruj i dostosowuj się do swojej publiczności (strony 88-92)

- Nie przestawaj się edukować
- Otwarcie proś o opinie
- Koryguj treści, aby unikać ukrytych uprzedzeń
- Stale monitoruj i dostosowuj swoją strategię komunikacji włączającą



Przewodnik Oxfam dotyczący języka włączającego, 2023

| | |
|---------------|---|
| LINK | https://oxfamilibrary.openrepository.com/bitstream/ |
| AUTOR PARTNER | IHF |
| JĘZYK | Angielski |
| TYPOLOGIA | Wytyczne |



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Institute of Youth (INJUVE). Neither the European Union nor INJUVE can be held responsible for them.

CEL I GRUPA DOCELOWA

Ogólne wytyczne dotyczące inkluzywnej komunikacji

KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI

Opublikowany przez Oxfam w 2023 roku przewodnik zawiera cenne zalecenia dotyczące używania języka w sposób, który kwestionuje i zmienia postrzeganie tak, aby osiągnąć bardziej inkluzywne społeczeństwo i praktyki komunikacyjne. Jednym z głównych wyzwań dla praktyków komunikacji jest unikanie używania języka, który wzmacnia normy lub struktury władzy prowadzące do cierpienia.

Language should always be context and audience-specific. Poniższe wskazówki pozwalają na kwestionowanie powszechnych przekonań przy jednoczesnym zwiększaniu inkluzywności języka. Oxfam przypomina jednak, że główną zasadą pozostaje zawsze używanie określeń, które są **zgodne z preferencjami danej osoby**. Język powinien być dostosowany do kontekstu i odbiorców.

GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI

NIEPEŁNOSPRAWNOŚĆ, ZDROWIE PSYCHICZNE I FIZYCZNE

- Brak niepełnosprawności zazwyczaj nie jest postrzegany jako przywilej, lecz często uważany za normę. Aby to zakwestionować, unikaj używania terminów takich jak "normalny, zdrowy, pełnosprawny."
- Unikaj terminu "specjalne potrzeby," ponieważ wiele osób uważa go za obraźliwy, gdyż podkreśla on społeczne piętno.

SPRAWIEDLIWOŚĆ PŁCIOWA/SPOŁECZNA

- Unikaj terminu "ciężar opieki," który umniejsza wartość pracy opiekuńczej. Zamiast tego używaj "obciążenie pracą opiekuńczą," aby podkreślić znaczenie poprawy i podnoszenia jakości opieki.
- Zastąp "godna praca" określeniem "praca pełna godności," aby podkreślić szacunek dla pracowników jako ludzi, a nie tylko jako środków produkcji.
- Unikaj przedstawiania działań wyłącznie z praktycznego punktu widzenia, np. prezentowania ekonomicznej sprawiedliwości kobiet tylko jako środka do wzrostu gospodarczego.
- Nie używaj terminów takich jak " prostytutka" czy "prostytucja." Zamiast tego używaj "pracownik seksualny."
- Nie mów o "biednych ludziach," ponieważ sugeruje to, że ubóstwo jest wrodzone. Zamiast tego używaj określenia "osoby doświadczające ubóstwa."
- Etykietowanie grup jako "mniejszości" utrwała ich pozycję jako "innych" i sugeruje podatność na zranienia. Używaj bardziej inkluzywnego języka.



- Rozpoznaj i zwalczaj heteronormatywność, która jest powiązana z normami patriarchalnymi i oczekiwaniami związanymi z płcią. Wyjaśnij te pojęcia swoim odbiorcom, aby ułatwić zrozumienie.
- Termin "produkty higieniczne" sugeruje, że menstruacja jest nieczysta. Używaj neutralnych określeń, takich jak "produkty menstruacyjne," aby unikać wzmocnienia piętna.

MIGRACJA, RASA, WŁADZA, DEKOLONIZACJA

- Unikaj terminu "nielegalni imigranci," ponieważ nie ludzie, lecz działania mogą być nielegalne. Skup się na człowieczeństwie i skomplikowanych okolicznościach jednostek, nie używając dehumanizującego języka.
- Unikaj określenia "mieszana rasa," ponieważ jest związane z koncepcją "czystej rasy."
- Unikaj "wzmocnienia pozycji," ponieważ osoby już posiadają siłę; nie jest to coś, co można im nadać.
- Unikaj określeń "kraje rozwinięte/kraje rozwijające się," które ignorują wewnętrzne nierówności w "krajach rozwiniętych" oraz nierówne systemy hamujące rozwój.
- Nie traktuj osób doświadczających bezdomności jako jednorodnej grupy. Pisz o nich z wrażliwością i szacunkiem. Unikaj terminu "bezdomni."
- Używaj "gospodarka nieformalna" zamiast "czarny rynek," aby unikać negatywnych konotacji i dostarczać jasnego, precyzyjnego opisu.
- Unikaj określenia "mniejszość etniczna," preferując "etniczna mniejszość," aby podkreślić specyficzny dla kontekstu status mniejszości zamiast sugerować, że dana etniczność sama w sobie jest mniejszością.
- Unikaj określenia "osoby wrażliwe," ponieważ jednostki nie są z natury wrażliwe; znajdują się w wrażliwych sytuacjach z powodu problemów systemowych, a nie indywidualnych braków.
- Unikaj określenia "przekazywać głos," uznając, że ludzie już mają głos, a ty możesz jedynie udzielić wsparcia.



Kampania na rzecz Inkluzywnej Komunikacji Rządu Otwartego

| | |
|---|---|
| LINK | https://transparencia.gob.es/transparencia/ |
| AUTOR PARTNER | IT Solutions for All |
| JĘZYK | Hiszpański |
| TYPOLOGIA | Kampania instytucjonalna |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Ogół obywateli Hiszpanii |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Informowanie i przyczynianie się do rozpowszechniania wiedzy na temat rządu otwartego oraz promowanie Portalu Transparentności wśród wszystkich obywateli, przybliżając możliwość składania propozycji i zrozumienia działań rządu. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Informowanie i przyczynianie się do rozpowszechniania wiedzy na temat rządu otwartego oraz istnienia Portalu Transparentności oraz mechanizmów uczestnictwa w życiu publicznym.2. Zmiana postaw, przekonań i stereotypów na temat administracji oraz promowanie wizerunku administracji, która jest przejrzysta i bliska, ułatwiając korzystanie z praw i przyczyniając się do wzmocnienia demokracji.3. Zmiana zachowań społeczeństwa, aby w większym stopniu korzystało z Portalu Transparentności, żądało informacji od administracji, uczestniczyło w procesach konsultacyjnych administracji i zgłaszało propozycje poprawy usług publicznych.4. Materiały: wideo, plakaty, banery w językach: hiszpańskim, katalońskim, baskijskim, walenckim i angielskim. |



Karta Dostępnej Komunikacji

| | |
|---|--|
| LINK | https://handicap.gouv.fr/accessibilite-de-la-communication-de-letat |
| AUTOR PARTNER | SOLUTION |
| JĘZYK | Francuski |
| TYPOLOGIA | Zalecenia dotyczące komunikacji publicznej państwa francuskiego |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Zalecenia są skierowane do osób z niepełnosprawnościami i ogółu społeczeństwa. |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Zestaw standardów komunikacji państwowej w przestrzeni międzyministerialnej. Celem jest wspieranie wszelkich możliwych ulepszeń w sposobie adresowania informacji do obywateli poprzez ustanowienie bazy minimalnych zobowiązań. Karta ustanawia ramy dla dostępnej komunikacji, która jest kluczowa dla uczestnictwa obywateli i dostępu do praw. Jest ona skierowana do wszystkich, którzy z racji swojej funkcji, roli lub pozycji są zobowiązani do informowania społeczeństwa francuskiego o działaniach rządu. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Czytelność komunikatów jest najważniejsza, gdy są one oferowane w formie pisemnej. Wybór czcionki dla dokumentu, czy to cyfrowego, czy drukowanego, ma znaczenie, dlatego obowiązkowe jest stosowanie czcionki Marianne, zaprojektowanej specjalnie z myślą o czytelności.2. Tekst powinien być wyrównany do lewej lub wyjustowany tylko wtedy, gdy spacje między słowami są stałym elementem oficjalnej komunikacji państwowej.3. Używaj krótkich zdań i prostych słów oraz pisz liczby słownie4. Dla wystąpień i konferencji prasowych członków rządu (wydarzenia organizowane w ministerstwach lub administracji publicznej) należy używać języka migowego, napisów oraz plików tekstowych.5. Napisy są obowiązkowe dla wideo, w tym transmisji na żywo w mediach społecznościowych, montażu, reportaży czy spotów kampanii.6. W przypadku obrazów, infografik, publikacji w mediach społecznościowych wymagane jest zastępcze opisywanie treści7. W przypadku zestawów prasowych/raportów/przewodników (materiały stworzone w ramach kampanii korzystających z zakupu mediów; lub produkowane w ramach priorytetów rządu) wymagane jest udostępnienie tekstu w formatach PDF lub HTML, a także w wersji FALC (łatwe do czytania i zrozumienia). |



Letnia Szkoła DEI 2024

| | |
|--|--|
| LINK | https://workwidewomen.com/ |
| AUTOR PARTNER | Demostene Centro Studi |
| JĘZYK | Włoski / Angielski |
| TYPOLOGIA | Tydzień szkoleń DEI |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Promoting diversity, inclusion and equality in the workplace Promowanie różnorodności, inkluzji i równości w miejscu pracy |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Trzy intensywne weekendy zaawansowanego szkolenia, networkingu i zabawy poświęcone kluczowym zagadnieniom związanym z różnorodnością, równością i inkluzją (Diversity, Equity & Inclusion) w Bolonii, Włochy. Projekt Letniej Szkoły DEI powstał z pragnienia wprowadzania innowacji poprzez inkluzję i docenianie wyjątkowości każdej osoby. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Tworzenie atrakcyjnych i łatwych w obsłudze produktów szkoleniowych dla biznesu w obszarze różnorodności, równości i inkluzji.2. Projekty przyciągania i pozyskiwania talentów w celu wzbogacenia ustandaryzowanych i stereotypowych kontekstów poprzez włączenie różnorodnych talentów3. Kursy wideo w technice motion graphics w celu zapewnienia szybkiego zaangażowania i samodzielnej nauki4. Quizy, testy i ankiety dotyczące klimatu w obszarze różnorodności, równości i inkluzji. Certyfikacja ISO 30415. |





*Komunikacja
Wrażliwa na Płeć i
Neutralna Płciowo*

Zestaw narzędzi EIGE dotyczący komunikacji wrażliwej na płeć

| | |
|---|--|
| LINK | https://eige.europa.eu/publications-resources/toolkits-guides/ |
| AUTOR PARTNER | IHF |
| JĘZYK | Angielski |
| TYPOLOGIA | Zasoby szkoleniowe online |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Komunikacja wrażliwa na płeć |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | <p>Ten zestaw narzędzi, opracowany przez Europejski Instytut ds. Równości Kobiet i Mężczyzn (EIGE), to łatwy w użyciu przewodnik dotyczący stosowania bardziej wrażliwego na płeć języka w piśmie. Chociaż zestaw narzędzi zawiera wskazówki i przykłady dla języka angielskiego, jego zasady dotyczące pisania wrażliwego na płeć są uniwersalne i mogą być stosowane w innych językach. Przeznaczony jest głównie dla decydentów, doradców politycznych, ustawodawców, mediów, pisarzy i redaktorów zaangażowanych w tworzenie polityk, ale wspiera także szerokie grono międzynarodowych użytkowników języka angielskiego.</p> <p>EIGE wyróżnia trzy rodzaje języka w ramach "skali inkluzywności":</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Seksistowski / dyskryminujący ze względu na płeć / uprzedzony ze względu na płeć język, którego należy unikać 2. Język neutralny płciowo / język ślepy na płeć, który należy rozważyć ostrożnie 3. Język wrażliwy na płeć, który należy preferować, ponieważ promuje równość płci poprzez język |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <p>Język neutralny płciowo może być bardziej inkluzywny dla osób, które nie identyfikują się w ramach binarnego systemu płci. Jednak może on utrzymywać status quo i nie zmieniać nierównych relacji płci.</p> <p>Jak zdecydować, czy uwzględnić płeć wprost:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Czy wspomnienie o płci rzuci światło na kluczowe aspekty zagadnienia? Jeśli tak, użyj języka wrażliwego na płeć. • Czy mówisz o ludziach ogólnie, czy o konkretnej grupie? W przypadku ludzi ogólnie język neutralny płciowo może być akceptowalny. • Czy chcesz uwzględnić osoby niebinarne? Jeśli tak, użyj języka neutralnego płciowo (np. "oni," "ich"). |



Kluczowe zasady języka inkluzywnego:

- Rozpoznawaj i kwestionuj stereotypy
- Bądź inkluzywny i unikaj pomijania
- Bądź szanujący i unikaj trywializacji i podporządkowania

GŁÓWNE WYZWANIA I ROZWIĄZANIA

Informacje o płci i rzeczownikach płciowych ("kobieta prawnik")

- Nie podawaj nieistotnych informacji o płci
- Unikaj używania rzeczowników płciowych. Używaj opisów neutralnych płciowo (np. "policjant")
- Używaj nazwy zawodu bez opisu płci

Treści stereotypowe

- Upewnij się, że obrazy nie wzmacniają stereotypów płci
- Uwzględnij różnorodne osoby w różnych środowiskach
- Przy tworzeniu narracji głosowej zwróć uwagę na płeć i rodzaj przekazywanych informacji. Zawsze dąż do mieszania płci
- Upewnij się, że przykłady pokazują różne płcie w różnych rolach
- Unikaj stereotypów płciowych w opisach
- Kiedy opisujesz cechę, zapytaj, czy użyłbyś tego samego określenia dla przeciwnej płci. Jeśli nie, znajdź neutralny płciowo termin

Niewidoczność lub pominięcie kobiet

- Nie używaj "człowiek" lub "on," aby odnosić się do wszystkich
- Wyraźnie nazywaj mężczyzn i kobiety

Podporządkowanie i trywializacja

- Promuj równość płci, nie trywializując ani nie podporządkowując kobiet. Trywializacja to język, który sprawia, że coś wydaje się mało ważne. Często rzeczy związane z kobietami są trywializowane poprzez język, który sprawia, że brzmią "małe" lub "uroczo"
- Używaj "Pani," aby unikać określania stanu cywilnego
- Stosuj te same konwencje nazewnictwa wobec mężczyzn i kobiet
- Zwracaj uwagę na kolejność słów i unikaj zawsze umieszczania męskiej formy jako pierwszej
- Unikaj protekcyjnych określeń dla kobiet



PRAKTYCZNE NARZĘDZIA

QUIZ

1. [Lista zaimków](#)
2. [Przykłady sytuacji, w których kobiety mogą być niewidoczne lub pominięte, oraz alternatywy do użycia](#)
3. [Przykłady powszechnych rzeczowników płciowych i alternatywy](#)
4. [Przykłady powszechnych przymiotników o konotacji płciowej i alternatywy](#)
5. [Wyrażenia wykluczające kobiety](#)

Quiz EIGE do przetestowania swojej wiedzy i zidentyfikowania języka niewrażliwego na płeć w różnych rodzajach dokumentów.



Warsztaty Wrażliwości Płciowej Centrum Praw Kobiet

| | |
|---|--|
| LINK | / |
| AUTOR PARTNER | Circle |
| JĘZYK | Polski |
| TYPOLOGIA | Cykl warsztatów |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Komunikacja wrażliwa na płeć |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | <p>Centrum Praw Kobiet prowadzi warsztaty mające na celu promowanie komunikacji wrażliwej na płeć. Warsztaty te dotyczą uprzedzeń związanych z płcią, stereotypów oraz używania inkluzywnego języka w środowisku zawodowym i osobistym.</p> |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Stosuj język neutralny płciowo, aby unikać wzmocnienia stereotypów2. Edukuj uczestników na temat wpływu uprzedzeń związanych z płcią w komunikacji3. Promuj wdrażanie polityk równości płci w organizacjach4. Przeprowadzaj ćwiczenia z odgrywaniem ról oraz scenariusze z życia, aby praktykować komunikację wrażliwą na płeć |



Okólnik z 21 listopada 2017 r. w sprawie zasad feminizacji i redagowania tekstów

| | |
|---|--|
| LINK | https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000036068906 |
| AUTOR PARTNER | Solution |
| JĘZYK | Francuski |
| TYPOLOGIA | Prawo francuskie (okólnik) |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Feminizacja tytułów, zawodów i funkcji w tekstach publikowanych w Dzienniku Urzędowym Republiki Francuskiej, mająca na celu lepszą inkluzję i równość między kobietami a mężczyznami. |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | W celu wzmocnienia równości między kobietami i mężczyznami, ten okólnik wzywa do feminizacji tytułów, zawodów i funkcji, szczególnie w tekstach publikowanych w Dzienniku Urzędowym: "jeśli chodzi o akty mianowania, tytuł funkcji pełnionej przez kobietę musi być systematycznie feminizowany, z wyjątkiem sytuacji, gdy tytuł jest epikene (rodzajnik neutralny)." Okólnik wzywa do używania mieszanych form językowych. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none"> 1. Teksty określające osobę sprawującą dane stanowisko muszą być zgodne z płcią tej osoby. Gdy rozporządzenie jest podpisane przez kobietę, autora należy określić jako "La Ministre", "La Secrétaire Générale" lub "La Directrice" (forma żeńska) w tytule tekstu i w artykule wykonawczym. 2. W przypadku mianowania tytuły stanowisk pełnionych przez kobiety muszą być systematycznie feminizowane - z wyjątkiem sytuacji, gdy tytuł jest epikene - zgodnie z zasadami określonymi w przewodniku feminizacji nazw zawodów, tytułów, stopni i stanowisk opracowanym przez Narodowe Centrum Badań Naukowych i Narodowy Instytut Języka Francuskiego. 3. W dokumentach rekrutacyjnych i ogłoszeniach o wolnych stanowiskach publikowanych w Dzienniku Urzędowym należy stosować formuły takie jak "le candidat ou la candidate" (forma neutralna), aby nie wykazywać żadnych preferencji płciowych. |



Czy myślisz o tym, jak mówisz? Przewodnik dydaktyczny dotyczący równego użycia języka


| | |
|---|--|
| LINK | http://asociacionarrabal.org/wp-content/ |
| AUTOR PARTNER | Arrabal-AID |
| JĘZYK | Hiszpański |
| TYPOLOGIA | Inicjatywa społeczna |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Skierowane do uczniów szkół średnich, szkół zawodowych i uczniów liceów. |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Język jest narzędziem komunikacji o ogromnym potencjale transformacyjnym, a jednocześnie kluczowym czynnikiem socjalizacji, który pozwala nam budować siebie jako osoby. Przewodnik ten ma być dokumentem odpowiadającym na potrzeby współczesnego społeczeństwa, które potrzebuje narzędzi do realizacji działań promujących równość kobiet i mężczyzn. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Znaczenie języka2. Znaczenie słów3. Stereotypy4. Zasada inwestycji5. Prestiż męskiego w przeciwieństwie do dyskredytowania żeńskiego6. Wyzwiska7. Przystawia8. Dowcipy9. Reżyserzy10. Nowe nawyki językowe11. Seksistowskie cechy mowy12. Propozycje działań |



Przewodnik praktyczny dotyczący komunikacji na rzecz równości języka

| | |
|--|--|
| LINK | https://www.universite-paris-saclay.fr/ |
| AUTOR PARTNER | SOLUTION |
| JĘZYK | Francuski |
| TYPOLOGIA | Praktyczny przewodnik Uniwersytetu Paris-Saclay |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Poprzez ten przewodnik dobrych praktyk, Uniwersytet Paris-Saclay stara się stworzyć kampus, w który każdy może się zaangażować. Przewodnik ten jest więc przeznaczony dla wszystkich studentów, pracowników administracyjnych, dydaktycznych oraz badawczych. |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Przewodnik ten przedstawia zasady komunikacji egalitarnej, które będą przydatne w przyszłych pracach pisemnych studentów, pracowników administracyjnych czy dydaktycznych. Celem jest wsparcie tych osób, aby posiadali wszelkie klucze do prowadzenia komunikacji egalitarnej. Przewodnik analizuje aktualny stan komunikacji egalitarnej we Francji, przedstawiając historię i kontekst języka inkluzywnego. Przewodnik zawiera również listę dobrych praktyk do stosowania i powtarzania. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none"> 1. Przewodnik zaleca systematyczne dostosowywanie nazw zawodów, tytułów, stopni i funkcji do płci osoby, której dotyczą. 2. Przewodnik zachęca do stosowania podwójnej fleksji podczas odniesień do populacji mieszanej. W rzeczywistości lepiej jest używać "les étudiantes (forma żeńska) et les étudiants (forma męska)." 3. Przewodnik zaleca eliminację seksistowskich wyrażen, takich jak "nazwisko panieńskie," na rzecz "nazwisko rodowe." 4. W przypadku skrótów należy używać środkowej kropki, ograniczając ją do słów, które zmieniają się z rodzaju męskiego na żeński przez dodanie liter, dla czytelności. Zaleca się używanie pojedynczej kropki dla słów w liczbie mnogiej. 5. Staraj się używać słów epikene. 6. Kobiety powinny być określane w ten sam sposób co mężczyźni (z imieniem lub bez). Najlepiej podać zarówno imię, jak i nazwisko, aby osoby mogły być poprawnie zidentyfikowane. |





*Język i komunikacja
uwzględniająca
osoby
niepełnosprawne*

Wprowadzenie Alfabetu Braille'a w transporcie publicznym

| | |
|---|--|
| LINK | https://www.elconfidencial.com/espana/ |
| AUTOR PARTNER | IT Solutions for All |
| JĘZYK | Hiszpański |
| TYPOLOGIA | Wytyczne |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Osoby niewidome |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Dodawanie znaków w alfabecie Braille'a w transporcie publicznym i na znakach miejskich. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Umożliwienie samodzielnej nawigacji po mieście osobom niewidomym.2. Szkolenie osób zajmujących się transportem w zakresie potrzeb osób niewidomych.3. Aktualizacja znaków w alfabecie Braille'a.4. Zaangażowanie organizacji osób niewidomych w projektowanie. |



Usługi tłumacza języka migowego

| | |
|---|--|
| LINK | https://www.comunidad.madrid/ |
| AUTOR PARTNER | IT Solutions for All |
| JĘZYK | Hiszpański, język migowy |
| TYPOLOGIA | Inicjatywa |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Komunikacja na rzecz integracji osób z niepełnosprawnościami słuchu |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Hiszpańska Usługa Tłumacza Języka Migowego (SILSE) zapewnia wsparcie osobom niesłyszącym mieszkającym we Wspólnocie Madrytu, które korzystają z tego języka i potrzebują go w najważniejszych codziennych formalnościach. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Bezpłatna i zindywidualizowana usługa wsparcia dla osób z niepełnosprawnością słuchu, aby mogły one samodzielnie rozwiązywać swoje problemy.2. Sytuacje takie jak konsultacje lekarskie, rozmowy kwalifikacyjne, formalności bankowe, procedury administracyjne ...3. Usługa, która może być również wykorzystywana przez stowarzyszenia osób niesłyszących do tłumaczenia kursów lub konferencji o charakterze ogólnym.4. Inicjatywa na rzecz komunikacji sprzyjającej włączeniu społecznemu poprzez wsparcie operacyjne. |



Rozwój inkluzywności w rekrutacji

| | |
|---|--|
| LINK | https://www.top-employers.com/en/insights/ |
| AUTOR PARTNER | Arrabal-AID |
| JĘZYK | Hiszpański |
| TYPOLOGIA | Inicjatywa |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Poprawa dostępności procesów rekrutacyjnych dla osób z niepełnosprawnościami |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Wprowadzenie standardów i usprawnień rekrutacyjnych zapewniających równy dostęp do miejsc pracy dla osób z różnymi niepełnosprawnościami. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Wykorzystanie technologii do wsparcia procesu aplikacyjnego i rozmów kwalifikacyjnych.2. Szkolenie zespołów HR w zakresie dostępności i integracji.3. Regularna współpraca z organizacjami reprezentującymi osoby z niepełnosprawnościami.4. Wprowadzenie obowiązkowych polityk różnorodności w miejscu pracy. |



Integracja Foundation Training Program

| | |
|---|--|
| LINK | / |
| AUTOR PARTNER | Circle |
| JĘZYK | Polski |
| TYPOLOGIA | Program szkolenia |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Komunikacja na rzecz integracji osób niepełnosprawnych. |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Fundacja Integracja oferuje kompleksowe programy szkoleniowe ukierunkowane na dostępną komunikację dla osób z niepełnosprawnościami. Programy te obejmują sesje praktyczne na temat korzystania z technologii wspomagających, takich jak czytniki ekranu i oprogramowanie do zamiany tekstu na mowę, oraz zrozumienia zasad tworzenia dostępnych treści cyfrowych. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Używanie jasnego i prostego języka, aby zapewnić dostępność.2. Włączanie technologii wspomagających, aby wspierać różne niepełnosprawności.3. Regularna aktualizacja i kontrola treści cyfrowe pod kątem zgodności z dostępnością.4. Zapewnienie szkoleń dla personelu w zakresie świadomości niepełnosprawności i praktyk integracyjnych. |



InclusivOpera

| | |
|-----------------------------|---|
| LINK | https://www.sferisterio.it/en/inclusivopera-2022 |
| AUTOR PARTNER | Demostene Centro Studi |
| JĘZYK | Włoski/Angielski |
| TYOLOGIA | Inicjatywa |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Osoby z zaburzeniami sensorycznymi i poznawczymi, ze szczególnym uwzględnieniem młodzieży |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Projekt InclusivOpera, koordynowany od początku przez prof. Elenę Di Giovanni, skierowany jest do osób z dysfunkcjami sensorycznymi i poznawczymi, ze szczególnym uwzględnieniem ludzi młodych. Wszystkie spektakle operowe są audiodeskrypcją dla osób niewidomych lub niedowidzących, a wstęp w języku włoskim i angielskim jest również dostępny online. Zapewniają również w pełni oprowadzane wycieczki multisensoryczne, wycieczki tłumaczone na język migowy, osobistego asystenta słuchu, napisy na żywo w języku włoskim i angielskim do wszystkich spektakli operowych. |



GŁÓWNE WYTYCZNE
I ZASADY
WYEKSTRAHOWANE
Z DOBREJ PRAKTYKI

- Projekt realizowany w partnerstwie międzynarodowym Włosi i partnerzy międzynarodowi: Ente Nazionale Sordi (ENS)- Sekcja Macerata; Museo Statale Tattile Omero w Ankonie; Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti (UICI)- Sekcja Macerata; gmina Macerata; Uniwersytet w Maceracie; Uniwersytet w Pittsburgu, Stany Zjednoczone.
- Dostępność miała tę zaletę, że tworzyła świadomość różnych potrzeb, integracja wywoływała i nadal budzi potrzebę uczestnictwa wszystkich w życiu społecznym i kulturalnym każdego kraju na świecie, aby zapewnić i wzmocnić dobrostan indywidualny i zbiorowy.
- Przed każdym spektaklem organizowane są takie atrakcje, jak integracyjne poszukiwanie skarbów otwarte dla dzieci i młodzieży niewidomej i niedowidzącej, niesłyszącej i niedosłyszącej w wieku od 6 do 15 lat, wycieczki multisensoryczne: odkrywanie głosów Cyrularza sewilskiego, zwiedzanie włoskiego języka migowego: odkrywanie scenografii i rekwizytów itp.



Razem możemy coś zmienić


| | |
|---|---|
| LINK | https://www.youtube.com/watch?v=NmfL0rihy34 |
| AUTHOR PARTNER | IT Solutions for All |
| JĘZYK | Hiszpański |
| TYOLOGIA | Kampania |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Promowanie równości osób niepełnosprawnych |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Wspólna kampania na rzecz promowania praw osób niepełnosprawnych. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Organizacja szkoleń dla pracowników.2. Reprezentacja w mediach.3. Promowanie polityki równościowej w przedsiębiorstwach.4. Używanie inkluzywnego języka we wszystkich materiałach kampanii. |

**JUNTOS
HACEMOS
LA DIFERENCIA**



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Institute of Youth (INJUVE). Neither the European Union nor INJUVE can be held responsible for them.



*Język i komunikacja
wrażliwe na
neuroróżnorodność*

Polish Autism Society Neurodiversity Awareness Training

| | |
|--|---|
| LINK | / |
| AUTOR PARTNER | Circle |
| JĘZYK | Polski |
| TYPOLOGIA | Program szkolenia |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Komunikacja wrażliwa na neuroróżnorodność. |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | <p>Polskie Towarzystwo Autyzmu oferuje programy szkoleniowe ukierunkowane na podnoszenie świadomości na temat neuroróżnorodności i dostosowywanie strategii komunikacyjnych do potrzeb osób neuroróżnorodnych. Szkolenie obejmuje tworzenie środowisk przyjaznych sensorycznie oraz używanie jasnego, zwięzłego języka.</p> |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Adopcja metody komunikacji, aby dostosować się do osób neuroróżnorodnych.2. Tworzenie środowisk, które zmniejszają przeciążenie sensoryczne.3. Używanie bezpośredniego i jednoznacznego języka, aby zwiększyć zrozumienie.4. Zapewnienie wizualnych harmonogramów i jasnych instrukcji wspierających komunikację.5. Szkolenie personelu w zakresie rozpoznawania i szanowania preferencji komunikacyjnych neuroróżnorodnych. |



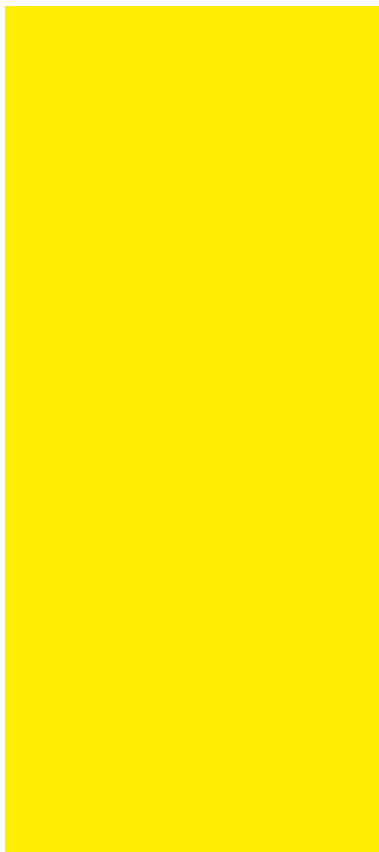
Specialisterne

| | |
|---|---|
| LINK | https://specialisterneitalia.com/ |
| AUTOR PARTNER | Demostene Centro Studi |
| JĘZYK | Włoski/Angielski |
| TYPOLOGIA | Inicjatywa socjalna |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Osoby neuro różnorodne |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | <p>Realizując projekt integracyjny, Specialisterne poszukuje, selekcjonuje i szkoli osoby neuro różnorodne z technicznego i społeczno-zawodowego punktu widzenia. W tym sensie jest to zgodne z modelem usługowym, ale w tym przypadku to klient zatrudnia pracowników, którzy stają się integralną częścią jego załogi.</p> |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ul style="list-style-type: none">- Kluczową częścią misji Specialisterne jest "zapewnienie szkoleń i zatrudnienia" dla osób ze spektrum autyzmu. Poprzez bezpłatne szkolenia pomagają osobom neuro różnorodnym lepiej przygotować się do wejścia na rynek pracy, oferując im możliwości zatrudnienia dostosowane do ich cech i zainteresowań, a także wspierają je stałym mentoringiem, aby pomóc im w rozwoju udanej kariery zawodowej.- Sukces modelu Specialisterne opiera się również na przygotowaniu firm, z którymi współpracuje, do skutecznego przyjmowania osób neuro różnorodnych do swoich zespołów, dzięki czemu włączenie do pracy jest procesem rozwoju i wzajemnego zrozumienia.- Przeprowadzają również szkolenia i realizują projekty integracji zawodowej oraz działają w trybie 100% online, co coraz częściej pozwala Specialisterne na realizację projektów w dowolnym |



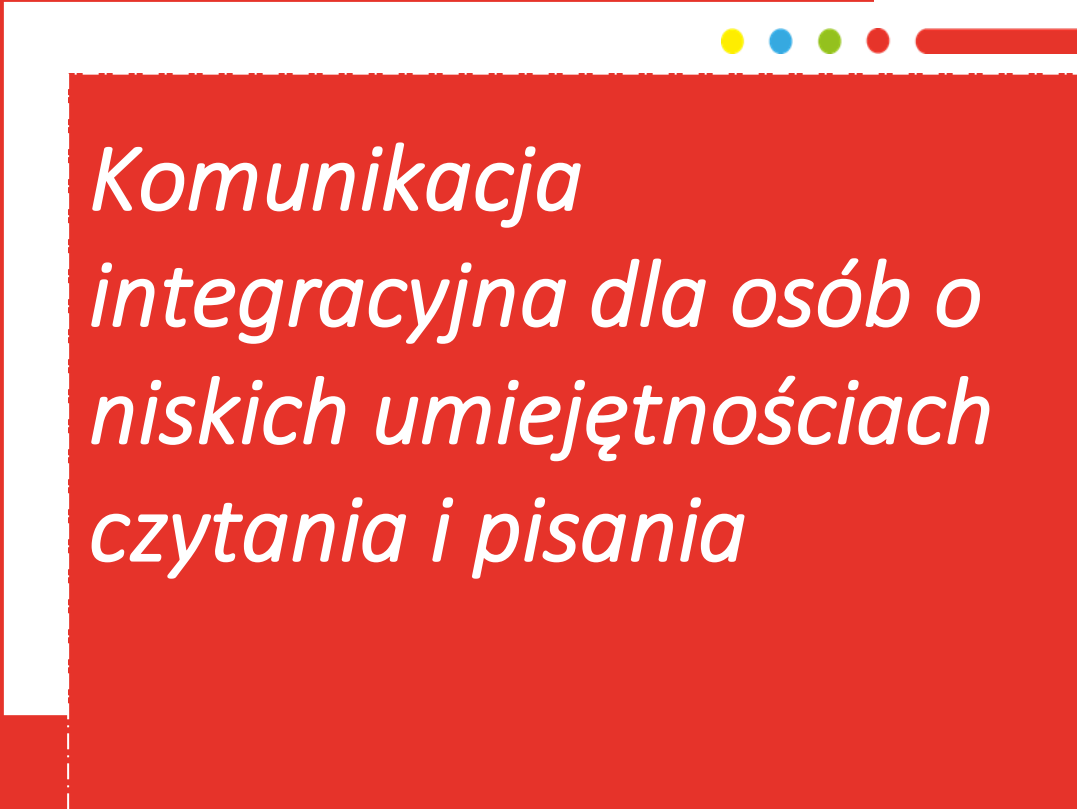


miejscu, z możliwością znalezienia pracy dla osób z autyzmem ze wszystkich części świata.



**Co-funded by
the European Union**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Institute of Youth (INJUVE). Neither the European Union nor INJUVE can be held responsible for them.



*Komunikacja
integracyjna dla osób o
niskich umiejętnościach
czytania i pisanania*

Jasny język w administracji publicznej

| | |
|---|---|
| LINK | https://confilegal.com/20240223 |
| AUTOR PARTNER | Arrabal-AID |
| JĘZYK | Hiszpański |
| TYPOLOGIA | Wytyczne |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Uproszczenie oficjalnej komunikacji, dostępność dla osób o różnym poziomie wykształcenia |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Inicjatywa hiszpańskiego rządu mająca na celu ułatwienie zrozumienia oficjalnych dokumentów poprzez użycie prostego języka. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Używanie prostego i zrozumiałego języka.2. Unikanie żargonu technicznego.3. Jasne formułowanie zdań.4. Używanie czynnej formy zdań, w której podmiot wykonuje czynność. |



FRSI Easy-to-Read Project

| | |
|---|---|
| LINK | / |
| AUTOR PARTNER | Circle |
| JĘZYK | Polski |
| TYPOLOGIA | Zasoby edukacyjne |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Komunikacja dla osób o niskim poziomie umiejętności czytania i pisania |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | <p>W ramach projektu Easy-to-Read, realizowanego z inicjatywy Fundacji Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego (FRSI), tworzone są materiały do czytania dostępne dla osób o niskich umiejętnościach czytania i pisania. Zasoby te używają prostego języka i przejrzystych wizualizacji, aby zapewnić zrozumienie i zaangażowanie.</p> |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Opracowanie materiałów, używając prostego, nieskomplikowanego języka.2. Włączanie pomocy wizualnej, aby wspierać rozumienie tekstu.3. Przetestowanie materiałów z docelowymi odbiorcami, aby zapewnić skuteczność.4. Podaj instrukcji i wyjaśnienia krok po kroku.5. Zapewnianie regularnych informacji zwrotnych i poprawek w oparciu o doświadczenia użytkowników. |



FALC (Facile à Lire et à Comprendre - Łatwy do odczytania i zrozumienia)


| | |
|-----------------------------|--|
| LINK | https://www.falc.be/#quoi_falc |
| AUTOR PARTNER | Solution |
| JĘZYK | Francuski |
| TYPOLOGIA | Inicjatywa ABSL Inclusion |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | FALC jest przydatny dla każdego, kto ma trudności ze zrozumieniem informacji i osób z niepełnosprawnością intelektualną. |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | <p>FALC oznacza łatwy do odczytania i zrozumienia. Jest to język dostępny dla każdego, używany do pisania i mówienia. Na FALC można przetłumaczyć wszystkie dokumenty, w tym pisma, regulaminy i wyjaśnienia na stronach internetowych. Metody FALC pomagają osobom z trudnościami w zrozumieniu i ich rodzinom w:</p> <ul style="list-style-type: none">• Tłumaczeniu tekstów na język łatwy do odczytania i zrozumienia• Poprawianiu łatwych do odczytania i zrozumienia tekstów• Oferowaniu szkoleń z zakresu metody łatwej do odczytania i zrozumienia |




GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI

1. W przypadku metody FALC długie zdania, które są trudne do zrozumienia, są zastępowane krótkimi, łatwiejszymi do zrozumienia zdaniami.
2. Wprowadzono zasady, aby pomóc ludziom w uczynieniu tworzonych przez nich informacji łatwymi do odczytania i zrozumienia. Zasady te są podzielone na kilka sekcji: ogólne zasady dotyczące łatwych do zrozumienia informacji, szczegółowe zasady dotyczące informacji pisemnych, szczegółowe zasady dotyczące informacji elektronicznych, szczegółowe zasady dotyczące informacji wideo oraz szczegółowe zasady dotyczące informacji dźwiękowych.
3. Jeśli chodzi o ogólne zasady dotyczące łatwych do zrozumienia informacji, wytyczne wskazują, że powinniśmy **używać tego samego słowa w znaczeniu tego samego** w całym dokumencie. Musisz trzymać krótkie zdania i zawsze używać słowa "ty", zwracając się do drugiej osoby. Co więcej, powinieneś **używać zdań czynnych**, a nie biernych.
4. W przypadku szczegółowych zasad dotyczących informacji pisemnych: należy użyć formatu, który jest łatwy do odczytania, łatwy do zrozumienia i łatwy do skserowania (na przykład A4 lub A5). **Nigdy nie należy używać czcionek szeryfowych**. W przypadku używania ciemnego tła z jasnym pisaniem, tło musi być wystarczająco ciemne, a pismo wystarczająco jasne, aby można je było odczytać.
5. W odniesieniu do szczegółowych zasad dotyczących informacji elektronicznej: strony internetowe powinny być wyposażone w łatwo dostępny, czytelny pasek nawigacyjny. **Główny pasek nawigacyjny nie powinien zawierać więcej niż 7 lub 8 tytułów**. Tworząc linki do innych stron, jasno wyjaśnij, co osoby znajdą na tych nowych stronach.
6. Aby zapoznać się ze szczegółowymi zasadami dotyczącymi informacji wideo: wyrażaj się powoli i utrzymuj **prostotę wideo**. Ekran nie powinien być ani zbyt jasny, ani zbyt ciemny. Dobrym rozwiązaniem jest **audiodeskrypcja** dla osób niewidomych. **Napisy** są również preferowane dla osób niesłyszących.



- 
- A large, solid red rectangular area on the left side of the page, likely a placeholder for an image or graphic.
7. W odniesieniu do szczegółowych zasad dotyczących informacji dźwiękowej: osoba musi **mówić wyraźnie i powoli**. Ścieżka dźwiękowa musi być dobrej jakości. I powinny być przerwy w przemówieniu.





*Język inkluzywny wobec
migrantów i osób
doświadczających
dyskryminacji
etnicznej/kulturowej*

Włączenie językowe do usług zdrowotnych

| | |
|---|--|
| LINK | https://www.uv.mx/prensa/cultura/ |
| AUTOR PARTNER | IT Solutions for All |
| JĘZYK | Hiszpański, główne języki migrantów |
| TYPOLOGIA | Wytyczne |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Migranci i mniejszości językowe |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Wprowadzenie wielojęzycznych materiałów i tłumaczy w służbie zdrowia, aby umożliwić lepszy dostęp do opieki medycznej. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Dostarczanie materiałów informacyjnych w różnych językach.2. Szkolenie personelu medycznego w zakresie komunikacji międzykulturowej.3. Monitorowanie satysfakcji pacjentów z różnych grup językowych i kulturowych.4. Umożliwienie dostępu do tłumaczy językowych w placówkach medycznych. |



Program Edukacji Międzykulturowej

| | |
|---|--|
| LINK | https://melillahoy.es/ |
| AUTOR PARTNER | Arrabal-AID |
| JĘZYK | Wszystkie języki mniejszości narodowej w Hiszpanii |
| TYPOLOGIA | Ramy kształcenia |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Edukacja dzieci, mniejszości narodowych i imigrantów |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Program szkolny promujący szacunek i zrozumienie między różnymi kulturami. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Integracja treści z Programem.2. Organizacja imprez kulturalnych w szkołach.3. Szkolenie nauczycieli w zakresie kultury z innych krajów.4. Wspieranie uczniów w nauce języka hiszpańskiego jako drugiego języka. |



Program Wsparcia i Integracji Językowej IOM Polska

| | |
|---|---|
| LINK | / |
| AUTOR PARTNER | Circle |
| JĘZYK | Polski |
| TYPOLOGIA | Program Wsparcia Językowego |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Komunikacja na rzecz integracji osób ze środowisk migracyjnych. |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Międzynarodowa Organizacja ds. Migracji (IOM) w Polsce zapewnia programy wsparcia językowego dostosowane do potrzeb migrantów. Są to m.in. zajęcia z języka polskiego połączone z warsztatami integracji kulturowej, które ułatwiają płynniejsze przejścia i lepszą komunikację w społeczności. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Zapewnienie wsparcia językowego, które jest wrażliwe kulturowo i dostosowane do potrzeb migrantów.2. Zachęcanie społeczności do zaangażowania i wymiany kulturalnej.3. Wykorzystanie interaktywnych i praktycznych metod nauczania, aby poprawić wyniki uczenia się.4. Wspieranie partnerstw ze społecznościami lokalnymi w celu wspierania wysiłków na rzecz integracji. |



Action Plan for Integration and Inclusion 2021-2027

| | |
|---|---|
| LINK | https://www.integrazionemigranti.gov.it/it-it/ |
| AUTOR PARTNER | Demostene Centro Studi |
| JĘZYK | Włoski/Angielski |
| TYPOLOGIA | Wytyczne instytucjonalne |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Osoby ze środowisk migracyjnych |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | <p>W planie określono cztery główne obszary działania: kształcenie i szkolenie; praca i umiejętności; zdrowie; i mieszkalnictwo.</p> <p>W obszarze kształcenia i szkolenia celem jest:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ułatwianie dzieciom migrantów lub dzieciom ze środowisk migracyjnych dostępu do wysokiej jakości wczesnej edukacji i opieki nad dzieckiem sprzyjającej włączeniu społecznemu; • Zapewnienie nauczycielom szkoleń i narzędzi do zarządzania wielokulturowymi i wielojęzycznymi klasami z korzyścią dla wszystkich uczniów; • Tworzenie wielostronnych społeczności edukacyjnych z udziałem szkół, służb socjalnych i rodziców; • Przyspieszenie i uproszczenie uznawania kwalifikacji nabytych w państwach trzecich; • Promowanie udziału migrantów w kompleksowych programach edukacji językowej i obywatelskiej, które rozpoczynają się wraz z przyjazdem i towarzyszą im na drodze integracji. <p>W obszarze "Praca i umiejętności" główne cele to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zacieśnienie współpracy między kluczowymi podmiotami rynku pracy a migrantami na szczeblu europejskim, krajowym i lokalnym; • Lepsze wspieranie przedsiębiorców migrujących, w tym przedsiębiorców społecznych, poprzez ułatwienia w dostępie do kredytów, szkoleń i doradztwa; • Zwiększenie udziału kobiet w rynku pracy; • Skuteczniejsza i szybsza ocena umiejętności oraz wspieranie podnoszenia i zmiany kwalifikacji, również poprzez walidację procedur uczenia się pozaformalnego i nieformalnego; |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | |



- Zwiększenie udziału migrantów w wysokiej jakości kształceniu i szkoleniu zawodowym.

Jeśli chodzi o **zdrowie**, w planie działania dąży się, aby migranci i obywatele UE wywodzący się ze środowisk migracyjnych:

- Byli poinformowani o swoich prawach
- Mieli równy dostęp do usług zdrowotnych, w tym usług w zakresie zdrowia psychicznego, zgodnie z prawem i praktyką krajową. Ułatwiając dostęp do usług zdrowotnych, należy również w pełni uwzględnić szczególne wyzwania, przed którymi stoją kobiety, w tym opiekę zdrowotną nad kobietami w okresie prenatalnym i opiekę zdrowotną nad młodymi matkami.

Należy zapewnić dostęp do **odpowiednich i przystępnych cenowo mieszkań**, w tym mieszkań socjalnych. Państwa członkowskie oraz władze regionalne i lokalne muszą:

- Dysponować narzędziami i dobrymi praktykami w celu przeciwdziałania dyskryminacji na rynku mieszkaniowym, a także innowacyjnymi rozwiązaniami wspierającymi integrację i zwalczającymi segregację;
- Promować indywidualnych, a nie zbiorowych modeli zakwaterowania dla osób ubiegających się o azyl, w szczególności rodzin, oraz rozpowszechnianie i rozszerzanie innowacyjnych modeli dla osób ubiegających się o ochronę międzynarodową.

Wreszcie, **działania** na rzecz skutecznej integracji i **włączenia społecznego, przekrojowe dla wszystkich rozważanych obszarów**:

- Budowanie silnych partnerstw między wszystkimi podmiotami; wykorzystanie możliwości, jakie dają fundusze europejskie;
- Promowanie uczestnictwa i spotkań ze społecznością przyjmującą;
- Zwiększenie wykorzystania nowych technologii i narzędzi cyfrowych; oraz monitorowanie postępów poprzez dążenie do realizacji opartych na dowodach polityk integracji i włączenia społecznego.





*LGBTQ+ Inklusywny
język i komunikacja*



Wytyczne ILGA dla dziennikarzy – Informowanie o problemach, osobach i społecznościach LGBTI

| | |
|---|--|
| LINK | https://www.ilga-europe.org/about-us/media-centre/ |
| AUTOR PARTNER | IHF |
| JĘZYK | Angielski |
| TYPOLOGIA | Wytyczne |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Inkluzywna komunikacja ze społecznością LGBTQ+ |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Poręczne narzędzie skierowane do dziennikarzy, wydane przez ILGA, dostarczające dokładnych wskazówek podczas relacjonowania życia, praw, problemów i wydarzeń LGBTI. Wytyczne te zawierają jasne zalecenia w formie nakazów i zakazów dotyczących tego, jak relacjonować wiadomości związane z LGBTI oraz jak podchodzić do osób i aktywistów LGBTI i rozmawiać o nich. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <p>Jak informować o sytuacji osób LGBTI w zakresie praw człowieka</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nie zawsze przedstawiaj osoby LGBTI jako ofiary • Rozmawiaj na temat osób LGBTI jako integralnej części społeczeństwa, a nie jako outsiderów • Pamiętaj, że osiągnięcie równości małżeńskiej lub praw do związków partnerskich dla par tej samej płci nie oznacza, że kraj nagle stał się wspaniałym miejscem do życia dla osób LGBTI |
| | <p>Jak rozmawiać z osobami LGBTI i o nich w swoich historiach</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nie zamieszczaj komentarzy osób twierdzących, że reprezentują interesy osób LGBTI, które nie mają historii aktywizmu, wypowiadając się wyłącznie z osobistej perspektywy. • Nie podawaj szczegółów na temat orientacji seksualnej, tożsamości płciowej lub ekspresji płciowej swoich osób, jeśli służy to jedynie wzbudzeniu sensacji w Twojej historii • Pamiętaj, że kiedy osoby LGBTI publicznie dzielą się swoimi doświadczeniami, często rozmawiają o intymnych aspektach swojej tożsamości, co stawia je w trudnej sytuacji i naraża je na potencjalne ryzyko dyskryminacji |
| | Język |



- Nie twórz stereotypów opartych na fałszywych zinternalizowanych założeniach
- Używaj w swojej historii języka, który każdy może zrozumieć
- Unikaj następujących terminów: transeksualista, styl życia LGBT, wybór stylu życia, gejowski styl życia, zmiana płci, homoseksualista, homoseksualizm, związek homoseksualny, hermafrodyta, prostytutka, chłopiec do wynajęcia
- Nie mów "małżeństwo homoseksualne", chyba że odnosisz się do małżeństwa między dwoma mężczyznami
- Nie używaj terminów "gej" lub "queer" w odniesieniu do społeczności LGBTI
- Przed rozmową kwalifikacyjną poproś o imiona i używaj ich w swoim artykule i podczas rozmowy

Osoby i społeczności interseksualne i transpłciowe

- Nie używaj przestarzałego języka. Zapoznaj się z tym przewodnikiem stylu autorstwa [Intersex Australia](#), aby być na bieżąco.
- Nie powielaj języka wykluczającego osoby transpłciowe ani nie dołączaj głosów osób transpłciowych

Przydatne dane i zasoby na temat sytuacji osób LGBTI na potrzeby informowania mediów i weryfikacji faktów

- Tęczowa mapa i indeks ILGA-Europe
- Roczny przegląd ILGA-Europe
- Glosariusz ILGA-Europe
- Badanie Agencji Praw Podstawowych na temat osób LGBTI (2020 r.)
- Mapa praw osób transpłciowych TGEU w Europie i Azji Centralnej



“Ona”

| | |
|---|---|
| LINK | https://www.youtube.com/watch?v=dFW2U1vcf84 |
| AUTOR PARTNER | Arrabal-AID |
| JĘZYK | Brak języka. Tylko hiszpański w 1 słowie. |
| TYPOLOGIA | Kampania reklamowa |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Celem spotu jest pokazanie i wsparcie wszystkich tych osób, które w obawie przed nieakceptacją zmuszone są do oddalenia się od swoich rodzin, zmiany sposobu bycia lub zachowania się inaczej, aby wpasować się w ustalone kanony. |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | "Ona" to opowieść o Bożym Narodzeniu, która opowiada piękną historię między dziadkiem a jego wnuczką oraz o tym, jak miłość, która ich łączy, jest tak wielka, że może przewyciężyć wszelkie uprzedzenia i bariery, które mogą ich dzielić. Wątek fabularny tego utworu wyrasta z wizyty bohaterki Any, transpłciowej dziewczyny, która na Boże Narodzenie zamierza odwiedzić swoją rodzinę, ta historia jest odzwierciedleniem akceptacji, szacunku, a przede wszystkim tolerancji. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none"> 1. Aktorka odzwierciedla ducha marki, która zdecydowała się przedstawić osobę transpłciową podczas procesu przejścia, aby nadać kampanii maksymalną wiarygodność, jednocześnie wzmacniając swoje zaangażowanie w grupę. 2. Kampania została uruchomiona w Hiszpanii na różnych platformach i mediach, takich jak: telewizja, kino, outdoor i digital/social. Możemy go znaleźć w różnych formatach, wideo od 3 minut po różne krotsze, które wahają się od 10 "do 60". 3. LGTBIQ+ czują się nieswojo, a nawet odrzuceni przez własne środowisko, co jest okolicznością znaną jako "święteczny homoseksualizm /samotny homoseksualizm" |



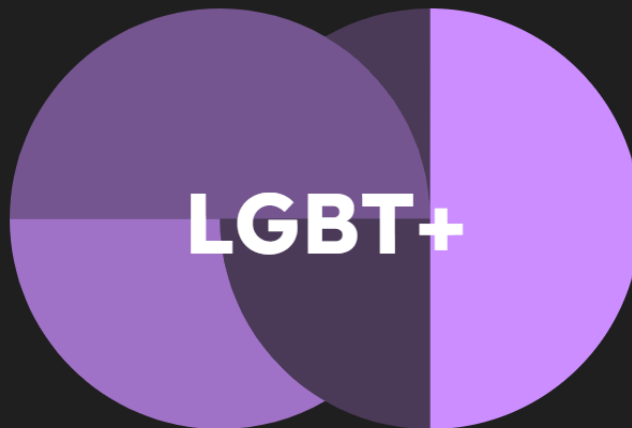
Różnorodność i inkluzywność LGBTQ+

| | |
|---|---|
| LINK | https://diversite-inclusion.aacc.fr/lgbt/#bonnespratiques |
| AUTOR PARTNER | SOLUTION |
| JĘZYK | Francuski |
| TYPOLOGIA | Inicjatywa i wytyczne |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Praktyczne informacje dla firm i agencji, aby mogły one uczynić swoją firmę bardziej inkluzywną. |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | <p>Praktyczne pliki zawierające najlepsze praktyki do wdrożenia. Te arkusze są przeznaczone dla agencji i firm, które chcą zaangażować się w różnorodność i integrację, ale nie wiedzą, od czego zacząć. Mają one na celu pomóc agencjom w zbudowaniu własnego, dostosowanego do ich potrzeb programu wraz z ich zespołem i działem HR, ale w żadnym wypadku nie są wyczerpujące, ponieważ temat jest tak szeroki i ewoluujący.</p> |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Afirmacja wartości firmy/agencji dotyczące osób LGBTQ+. Rzeczywiście, agencja, za pośrednictwem swojego kierownictwa i działu HR, jest publicznie zaangażowana w zwalczanie wszelkich form dyskryminacji, w tym dyskryminacji ze względu na orientację seksualną i tożsamość płciową.2. Tworzenie inkluzywnego środowiska dla osób LGBTQ+. Pracodawcy muszą stworzyć otwartą, opiekuńczą kulturę korporacyjną, w której dyskryminujące zachowania, komentarze i uwagi są zabronione. Wymaga to od menedżerów dawania przykładu.3. Zapewnienie poufności dla pracowników LGBTQ+, którzy sobie tego życzą. Pracodawcy nigdy nie mogą zakładać, że to, co wiedzą, jest znane reszcie firmy. W ten sposób należy zagwarantować pełną poufność informacji wprowadzanych przy zatrudnianiu talentów, niezależnie od tego, czy zarządzanie zasobami ludzkimi jest wewnętrzne, czy nie.4. Szkolenia i podnoszenie świadomości wśród zespołów HR. Dobrym pomysłem jest przeszkolenie zespołów HR w kwestiach |



orientacji seksualnej i tożsamości płciowej. Mogą być pierwszym punktem kontaktowym dla pracownika przechodzącego zmianę płci lub pragnącego dokonać coming outu.

5. Powołanie referenta. Dobrym pomysłem jest wyznaczenie osoby z doświadczeniem w kwestiach LGBTQ+: ta osoba może być punktem kontaktowym we wszystkich tych kwestiach, zarówno wewnątrz, jak i zewnątrz.
6. Podnoszenie świadomości pracowników. Szczególnie w zawodach związanych z komunikacją, które mogą mieć do czynienia z takimi problemami w kontaktach z klientami, dobrym pomysłem jest przeszkolenie wszystkich pracowników w zakresie tożsamości płciowej, orientacji seksualnej i dyskryminacji.



Les sujets liés à l'identité de genre et à l'orientation sexuelle, que l'on peut rassembler derrière l'acronyme LGBT+ et ses variantes, **ne sont pas qu'une affaire de vie privée ou d'intimité**. Une politique D&I en agence ne peut pas s'affranchir de les adresser dans toute leur complexité.



Ja nie

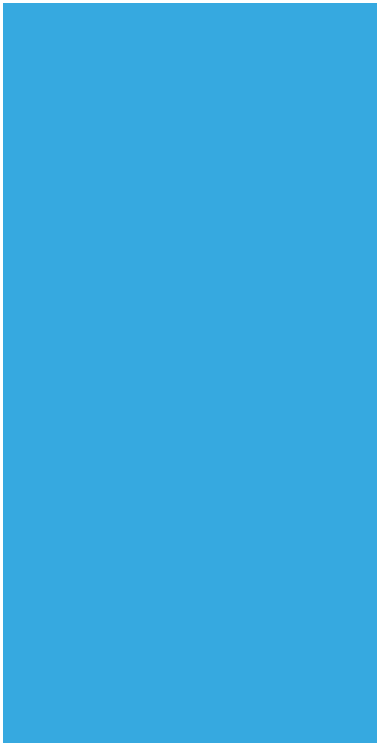
| | |
|---|---|
| LINK | https://www.elpublicista.es/videos1/no-estoy-manifiesto-lgtbiq-havas |
| AUTOR PARTNER | Arrabal-AID |
| JĘZYK | Hiszpański |
| TYPOLOGIA | Kampania |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Głównym celem działania jest edukacja i podnoszenie świadomości zarówno w sektorze komunikacji i reklamy, jak i w społeczeństwie. |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | <p>Kampania domagająca się konieczności kontynuowania działań na rzecz inkluzji. To pierwsza krajowa inicjatywa, która promuje włączenie grupy LGTBIQ+ w obszar marketingu i komunikacji.</p> <p>Kampania potwierdza potrzebę tego, aby wszyscy ludzie czuli się reprezentowani w dziedzinie reklamy.</p> |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. W kontekście, w którym wartości marki mają zasadnicze znaczenie dla nawiązania kontaktu z odbiorcami, włączenie różnorodności do strategii marketingowych ma zasadnicze znaczenie dla poprawy reputacji, a jednocześnie przyczyniania się do spójności społecznej.2. Dobra kreatywność to taka, która generuje historie, które łączą się z konsumentami, a także wywierają pozytywny wpływ na społeczeństwo.3. Zaangażowanie firm rośnie poprzez wdrażanie polityk włączających, promowanie różnorodności w ich zespołach pracowniczych oraz wsparcie dla organizacji i obecność na wydarzeniach LGTBIQ+. <p>Niewiele jest marek, które zdecydowały się na krok włączenia profili grupy LGTBIQ+ do kampanii reklamowych w bardziej tradycyjnych mediach, takich jak na przykład telewizja.</p> |



Krajowa strategia 2022 – 2025 na rzecz osób LGBT+


| | |
|---|--|
| LINK | https://unar.it/portale/ |
| AUTOR PARTNER | Demostene Centro Studi |
| JĘZYK | Włoski/Angielski |
| TYPOLOGIA | Wytyczne instytucjonalne |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Osoby dyskryminowane ze względu na orientację seksualną i tożsamość płciową |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Krajowe Biuro Przeciwko Dyskryminacji Rasowej |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <p>UNAR działa niezależnie w ramach Prezydium Rady Ministrów - Departamentu ds. Równych Szans</p> <p>Urząd jest podzielony na:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Służba ds. ochrony przed dyskryminacją, która gromadzi wszystkie zgłoszenia dyskryminacji otrzymane za pośrednictwem wielojęzycznego Centrum Kontaktowego, analizuje je i udziela natychmiastowej pomocy, doradzając danej osobie. - Serwis na rzecz studiów, badań i relacji instytucjonalnych, który aktywnie promuje studia, szkolenia, kampanie uświadamiające, informacje i komunikację publiczną na tematy sprzeciwu wobec dyskryminacji. <p>Biuro jest koordynowane przez Dyrektora Generalnego, powoływanego przez Prezesa Rady Ministrów lub ministra delegowanego, a jego działania wspierają pracownicy Prezydium Rady Ministrów i innych organów administracji publicznej. W ich skład wchodzi dwóch członków kadry kierowniczej odpowiedzialnych za usługi i jednostkę obszaru A i B</p> <p>Ze względu na swoją specyfikę, urząd może korzystać z dodatkowego personelu publicznego. Może również wyznaczyć maksymalnie pięciu wysokiej jakości ekspertów zewnętrznych.</p> |





**Co-funded by
the European Union**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Institute of Youth (INJUVE). Neither the European Union nor INJUVE can be held responsible for them.



*Język i komunikacja
uwzględniające
wiek*

Krótki przewodnik WHO, jak uniknąć dyskryminacji ze względu na wiek w komunikacji

| | |
|--|--|
| LINK | https://www.who.int/publications/ |
| AUTOR PARTNER | IHF |
| JĘZYK | Angielski |
| TYPOLOGIA | Wytyczne operacyjne |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Unikanie dyskryminacji ze względu na wiek |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | <p>Ten krótki przewodnik, opracowany w ramach globalnej kampanii na rzecz zwalczania dyskryminacji ze względu na wiek, ma na celu pomóc osobom praktykującym komunikację w unikaniu dyskryminacji ze względu na wiek w przekazach i obrazach. Jest to część szerszego zestawu narzędzi oferującego zasoby do zdobywania wiedzy na temat dyskryminacji ze względu na wiek, inicjowania rozmów na ten temat, organizowania wydarzeń mających na celu zwiększenie świadomości i rozpowszechniania informacji za pośrednictwem mediów społecznościowych.</p> |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <p>Unikanie nadmiernych uogólnień</p> <p>Młodzi i starsi ludzie są zwykle przedstawiani jako jednorodny grupy. Jednak doświadczenia życiowe i wrodzone zdolności są tylko częściowo skorelowane z wiekiem. Ważne jest, aby komunikacja odzwierciedlała tę niejednorodność, historie życia i realia we wszystkich grupach wiekowych.</p> <p>Unikaj eufemizmów</p> <p>Język powinien wykazywać wrażliwe zrozumienie sytuacji danej osoby, bez litości, stereotypowości lub protekcjonalizmu. Używaj obiektywnego języka i nie skupiaj się tylko na wieku czy stereotypach.</p> <p>Przykład: unikaj mówienia "biedny młody człowiek" i spróbuj z "młodszym mężczyzną, który jest biedny"</p> <p>Unikanie odmiennosci</p> <p>Odmiennosc grupy może mieć negatywne skutki, ponieważ wprowadza wymaginowane granice między nimi, jednocześnie zmniejszając przekonanie, że młodsi/starsi ludzie zasługują na pełną integrację w społeczeństwie.</p> |



Mądre wybieranie własnego obrazu

Działania komunikacyjne skierowane do młodych ludzi często wykorzystują obrazy przedstawiające młodych ludzi jako napędzanych technologią i skoncentrowanych na mediach społecznościowych. Jednak obraz ten może nie być reprezentatywny dla wszystkich młodych osób i nie odzwierciedla różnorodności w tej grupie wiekowej.




Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Institute of Youth (INJUVE). Neither the European Union nor INJUVE can be held responsible for them.

Dostępność cyfrowa dla nas wszystkich

| | |
|--|--|
| LINK | https://www.plenainclusion.org/noticias/ |
| AUTOR PARTNER | IT Solutions for All |
| JĘZYK | Hiszpański |
| TYPOLOGIA | Kampania |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Osoby starsze i osoby z niepełnosprawnościami |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Inicjatywa mająca na celu poprawę dostępności cyfrowej usług i treści dla osób starszych i osób z niepełnosprawnościami. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Zgodność ze standardami WCAG 2.1 w projektowaniu stron internetowych.2. Organizowanie warsztatów z zakresu wykorzystania technologii dla osób starszych.3. Współpraca z organizacjami niepełnosprawnymi w tworzeniu treści dostępnych dla osób niepełnosprawnych.4. Regularne przeglądy dostępności cyfrowej dokonywane przez niezależne informacje. |



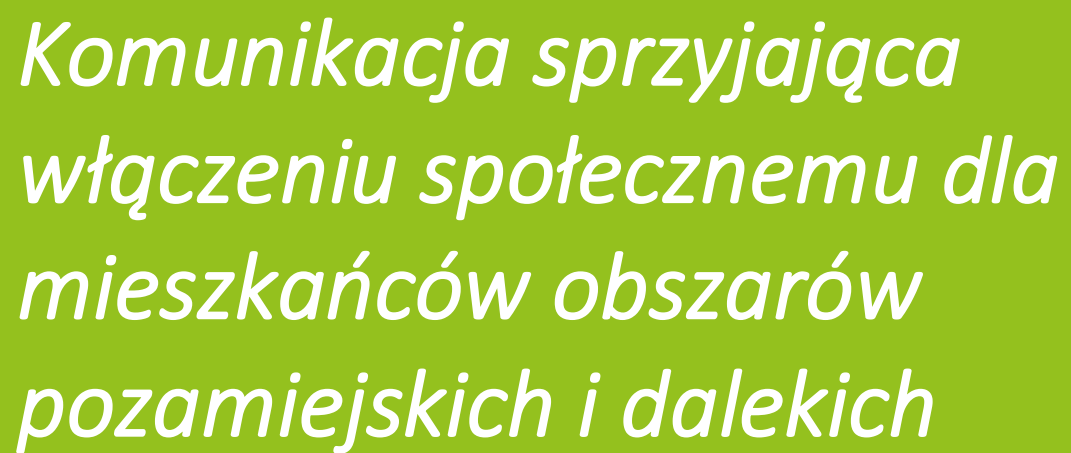


*Inkluzywna komunikacja dla osób
borykających się z trudnościami
społeczno-ekonomicznymi*

Edukacja finansowa dla nas wszystkich

| | |
|--|--|
| LINK | https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/ |
| AUTOR PARTNER | Arrabal-AID |
| JĘZYK | Hiszpański, języki regionalne |
| TYPOLOGIA | Program edukacyjny |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Osoby znajdujące się w niekorzystnej sytuacji ekonomicznej |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Program edukacji finansowej skierowany do osób znajdujących się w trudnej sytuacji ekonomicznej, mający na celu zwiększenie ich świadomości finansowej i umiejętności zarządzania finansami. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Organizowanie kursów online.2. Udostępnianie materiałów edukacyjnych w przystępnej formie.3. Stałe monitorowanie i dostosowywanie programu do potrzeb uczestników.4. Współpraca z bankami i instytucjami finansowymi w zakresie świadczenia usług. |



A white rectangular frame with a red title bar and four colored window control buttons (yellow, blue, green, red) on the top right, containing the main title text.

*Komunikacja sprzyjająca
włączeniu społecznemu dla
mieszkańców obszarów
pozamiejskich i dalekich*

Aktywizacja społeczna poprzez sport

| | |
|---|---|
| LINK | https://www.2playbook.com/patrocinio/ |
| AUTOR PARTNER | IT Solutions for All |
| JĘZYK | hiszpański, inne języki mniejszości |
| TYPOLOGIA | Inicjatywa społeczna |
| CEL I GRUPA DOCELOWA | Młodzież z obszarów o ograniczonych zasobach |
| KRÓTKI OPIS DOBREJ PRAKTYKI | Inicjatywa promująca sport jako narzędzie aktywizacji społecznej i integracji młodych ludzi z obszarów o mniejszych zasobach. |
| GŁÓWNE WYTYCZNE I ZASADY WYEKSTRAHOWANE Z DOBREJ PRAKTYKI | <ol style="list-style-type: none">1. Promowanie równości i dostępności w sporcie.2. Współpraca z lokalnymi klubami sportowymi i szkołami.3. Organizowanie lokalnych imprez sportowych jako platform integracji.4. Zapewnienie wsparcia trenerskiego dla uczestników. |





Advancing Language Learning for Inclusive Narratives



[ALL-IN Website](#)

[ALL-IN YouTube Channel](#)



[ALL-IN Instagram Page](#)

[ALL-IN Facebook Page](#)



allin.euproject@gmail.com



Co-funded by
the European Union

