



Генеральная ассамблея

Двадцать первая сессия

Медельин, Колумбия, 12-17 сентября 2015 года

Пункт 10 предварительной повестки дня

A/21/10 Add. 3

Мадрид, 30 июля 2015 г.

Язык оригинала: английский

Доклад Всемирного комитета по этике туризма

Добавление 3

Проект Рекомендаций по доступной информации в туризме ЮНВТО

I. Справка

1. После принятия Генеральной Ассамблеи ЮНВТО в 2013 году Рекомендаций по туризму, доступному для всех (A/RES/637 (XX)) в качестве основы для повышения доступности туристической инфраструктуры, продуктов и услуг, Секретариат продолжал продвигаться в этой области работы и разработал ряд полезных руководящих принципов, уделяя особое внимание доступности информации в секторе туризма. В то время как общие Рекомендации 2013 года включают принципы универсального дизайна и призывают использовать их в физической среде, системе транспортного обслуживания, государственных учреждениях, в сфере обслуживания и услуг, а также касаются информационно-коммуникационных каналов, в настоящем документе речь идет исключительно о предоставлении доступной информации путешественникам-инвалидам и путешественникам, имеющим специальные потребности.
2. Настоящий проект *Рекомендаций по доступной информации в туризме ЮНВТО* был разработан в тесном сотрудничестве с Фондом сотрудничества и социальной интеграции инвалидов (ONCE) и Европейской ассоциацией доступного туризма (ENAT).
3. Полный текст предлагаемого проекта Рекомендаций прилагается к настоящему Добавлению.



Приложение. Проект Рекомендаций по доступной информации в туризме ЮНВТО

Проект Рекомендаций по доступной информации в туризме ЮНВТО**I. Введение**

1. Частные компании и участники туристского процесса из государственного сектора должны предоставлять своим потребителям точную, соответствующую и своевременную информацию до, во время и даже после путешествия. Обеспечение **доступной информации**, вне всякого сомнения, имеет ключевое значение для успешного общения с посетителями на всех стадиях их путешествия.

2. В 21-м столетии в информационном обществе произошел прорыв в области развития мгновенных коммуникаций с помощью цифровых медиа. Благодаря новым, мобильным технологиям, турнаправления и поставщики могут охватывать более широкую аудиторию и предоставлять туристам доступ к большому объему информации, а также персонализированному контенту. Эта информация является более динамичной и позволяет клиентам сравнивать различные предложения и услуги, предоставляя им, таким образом, большую автономию в принятии ими решений.

3. Однако эти новые системы коммуникаций могут обладать характеристиками, которые уменьшают доступ к информации для большого количества людей, особенно с нарушениями слуха, зрения, опорно-двигательного аппарата и когнитивных функций. Туристская информация должна разрабатываться на основе принципов универсального дизайна, чтобы максимально упростить ее использование для как можно большего количества людей, в различных условиях окружающей среды и ситуациях. Это в равной степени относится к медиа в печатном, графическом и цифровом формате. Никто не должен быть лишен возможности участия в туристской деятельности из-за плохо разработанных информационных инструментов и систем, потому что это также подразумевает быть лишенным возможности жить самостоятельной жизнью.

4. Помимо аспекта дизайна, постоянно ощущается нехватка информации о доступности туристских объектов и услуг. Даже когда такая информация предоставляется, ее достоверность иногда вызывает сомнения. Следует систематически собирать и предоставлять потребителям точную и обновленную информацию о доступных продуктах, услугах и объектах, чтобы они могли бронировать и покупать весь тур и связанные с ним услуги в режиме реального времени. У потребителей должна быть полная уверенность в том, что выбранное ими решение предусматривает наличие необходимой поддержки от начала и до конца, а также необходимых инфраструктур на месте, которые фактически позволят им совершить путешествие без необходимости обращения к посредникам для его завершения.

5. Хороший дизайн информации также приносит пользу бизнесу. Многочисленные исследования показывают, что доступность вебсайтов и простота пользования ими в плане навигации по контенту, нахождения и чтения информации, могут оказывать решающее воздействие на «коэффициент обращения», т.е. больше пользователей делают запросы или закупки.

II. Как пользоваться этим документом

6. Предлагаемые в настоящем документе рекомендации, основываются на общих Рекомендациях по туризму, доступному для всех, принятых Генеральной ассамблеей ЮНВТО в 2013 году.

7. Данные конкретные рекомендации предназначены для ознакомления национальных туристских администраций, управлений по туризму, организаций по управлению турнаправлениями, а также предприятий сферы путешествий и туризма с общими принципами, касающимися критериев доступности в их деятельности по предоставлению информации, а также использования различных методов и форматов в целях обеспечения соответствия принципам универсального дизайна. Участникам туристского процесса рекомендуется прочитать весь набор рекомендаций, чтобы иметь полное представление об этой теме и рассмотреть возможность принятия надлежащих мер в их соответствующих сферах влияния.

III. Руководящие принципы, связанные с универсальным дизайном информации и коммуникаций, предназначенных для потребителей

8. При разработке информационно-коммуникационных материалов для туристов важно помнить о том, как потребители фактически находят нужную им информацию. Можно выделить следующие четыре шага:

- Шаг А - Восприятие: Пользователи используют свои глаза, уши или тактильное восприятие для восприятия контента.
- Шаг В - Обнаруживаемость: Пользователи находят информацию, которую они хотят.
- Шаг С - Понимание: Пользователи интерпретируют и понимают, как использовать контент.
- Шаг D - Использование: Пользователи решают, как использовать представленный контент и действовать, руководствуясь им.

9. Чтобы обеспечить соответствие требованию шага А, т.е. воспринимаемая информация, разработчики должны учитывать диапазон способностей пользователей, включая трудности с обучением и/или нарушения когнитивных функций, слуха, зрения и опорно-двигательного аппарата. Что касается следующих шагов - В, С и D - важно продумать структуру, стиль и содержание информации, как это описано в следующих разделах.

IV. Представление информации о доступности

10. Помимо того, как представить информацию таким образом, чтобы она была доступной для всех посетителей, надо подумать и над другими важными аспектами, - какие виды информации требуются, и как их следует представить.

11. Нижеследующие пять элементов имеют ключевое значение для предоставления доступной информации и формирование у туристов доверия к получаемой ими информации:

- 1) Предоставляйте, по мере возможности, информацию о доступности инфраструктур и услуг или ссылку, в которой указывается где эту информацию можно найти;
- 2) Представляя рекламные материалы или информацию об услугах или процедурах, указывайте контактные сведения, чтобы читатель мог получить больше информации, включая персонализированные сообщения;

- 3) Удостоверяйтесь в согласованности информации, представляемой на всех медиа и коммуникационных каналах, включая информацию, размещаемую в режиме онлайн, а также сообщаемую лично персоналом на месте, по телефону или по электронной почте;
- 4) Настоятельно рекомендуется обучать менеджеров в области информации специальным методам, которые указаны в этих рекомендациях и, при создании веб-сайтов, предоставлении ИКТ и других связанных с этим услуг, требовать наличия у технического персонала необходимых знаний для предоставления доступных услуг; и
- 5) Обновляйте контент, учитывая, что устаревший контент снижает качество сопредельной информации, и это может негативно отразиться на безопасности и комфорте посетителей.

A. Печатные материалы

12. Печатные материалы в туризме ориентированы на продвижение информации об услугах, такой как меню или процедуры, и другого контента. Они по-прежнему широко распространены, несмотря на чрезвычайно быстрый рост использования информационно-коммуникационных технологий в секторе в прошлом десятилетии. Следующие рекомендации повышают четкость и удобочитаемость любого документа, что помогает потребителям лучше воспринимать интересующий их контент и знакомиться с ним.

i) Структура

- Размещайте информацию в виде организованной структуры, используя короткие предложения или одну идею в предложении;
- Используйте простой и ясный язык. Избегайте технического языка или сокращений, чтобы информация была легкой для понимания большей части целевой аудитории, включая людей, не являющихся носителями языка;
- Выравнивание текста добавляет пробелы между словами и затрудняет его чтение, поэтому предпочтительнее выравнивать текст по левому краю и располагать весь текст горизонтально (в зависимости от языка);
- Избегайте разделения слов между двумя строками;
- Если текст помещен в колонки, обеспечивайте между ними надлежащий интервал;
- Оставляйте достаточные межстрочные интервалы, так как при близком расположении строк текст трудно читать; и
- Используйте белые интервалы для отделения блоков информации, тогда информация четко видна и ее легко читать.

ii) Шрифты

- Используйте шрифт размером как минимум 12 пунктов, при рекомендуемом размере 14 пунктов.
- Шрифты Sans-serif имеют простые окончания (как этот шрифт Arial). У них нет выступающих продлений, штрихов, или других украшений, и поэтому их легче читать, чем шрифт serif, fantasy или cursive.

iii) Контраст и цвет

- Текст намного легче читается при наличии достаточного контраста между текстом и фоном. Черный текст на белом или желтом фоне – лучший вариант; при

- использовании белого текста, цвет фона должен быть достаточно темным, чтобы обеспечить достаточный контраст;
 - Контраст получается лучше всего при использовании вместе очень темных цветов на фоне очень светлых цветов;
 - Чистый фон лучше рисунчатого. Размещение текста на изображении или рисунчатом фоне затрудняет его чтение; и
 - Избегайте печати на глянцевой бумаге, затрудняющей чтение текста.
- iv) **Альтернативные форматы**
- Рассмотрите возможность разработки печатных материалов в альтернативных форматах, таких как: Large Print (подготовленных с использованием шрифта размером 16 - 20 пунктов или больше), шрифт Брайля или звуковой формат;
 - Рассмотрите возможность предоставления легко читаемых материалов, которые подходят для людей, имеющих трудности с обучением (а также для людей с ограниченным знанием языка);
 - Включение кодов QR или BIDI (штриховые коды быстрого реагирования для предоставления легкого доступа к информации) в печатные материалы позволяет пользователям получать доступ к информации через различные каналы, используя такие устройства, как смартфоны или планшетные компьютеры;
 - Организации должны быть открыты для работы с людьми, запрашивающими информацию, чтобы определять их потребности и соответствующий формат или поддержку, которую они могут им оказать; и
 - Если общая информация должна предоставляться бесплатно, то и информация в доступных форматах должна быть также бесплатной. Если организация берет плату с людей за информацию, она не должна взимать большую плату за доступную версию.

В. Документы в цифровой форме

13. Документы в цифровой форме используются для передачи большого количества информации в секторе туризма. В отношении любого документа, начиная с направляемых по электронной почте посланий, туристических брошюр или билетов, и заканчивая загружаемыми документами на туристических веб-сайтах, важно гарантировать, чтобы люди знали, что они загружают и что этот контент пригоден для использования и доступен.

14. Помимо рекомендаций, касающихся печатных документов, имеется несколько полезных рекомендаций для документов в цифровой форме. Эти рекомендации также относятся к документам, созданным в различных форматах, включая, среди прочих, Microsoft Office Documents и Adobe Portable Document Format.

- Для создания структурированного документа применяйте в тексте стили, такие как заголовок и названия. Чтобы структура заголовка была хорошей, надо следовать логическому порядку, например, Заголовок 1, затем Заголовок 2;
- При использовании изображений или пиктограмм включайте контент в текстовом формате. Это крайне важно для обеспечения доступности, поскольку этот формат может быть преобразован в звук через голосовые синтезаторы программ считывания с экрана;
- Используйте предустановленные форматы, такие как жирные точки, нумерация и таблицы для форматирования и структурирования вашего документа. Это облегчает навигацию;

- Не используйте колонки, если в них нет необходимости. Более старые программы считывания с экрана считывают текст на странице слева направо построчно, в результате чего нарушается порядок считывания текста;
- Используйте изображения рационально, так, чтобы они служили дополнительной информацией к тексту. Их надо размещать в логически связанных местах, избегая случайных изображений, которые прерывают текстовый поток и затрудняют чтение. Между текстом и изображением также должны быть определенные интервалы;
- Сопровождайте изображения, диаграммы и графики письменными описаниями в виде альтернативного текста. Описание того, что показывает изображение, делает его доступным. Это полезно, когда изображения недоступны, например, если устройство не может показывать изображения или если у потребителей нарушения зрения. Альтернативный текст должен служить той же самой цели и передавать то же значение, что и изображение;
- Вместо выражения «Нажмите здесь» используйте, например, название документа или тему страницы, с которой связана гиперссылка;
- Не используйте только лишь цвет, чтобы передать значение (например, выделение текста, чтобы показать его важность). Вместо этого используйте описательный текст или символы; и
- Все загружаемые документы должны сопровождаться резюме в формате HTML, а также подробной информацией о формате и размере файла документа.

С. Аудиовизуальный контент

15. В информации о секторе туризма аудиовизуальный контент может иметь разные формы. Это может быть вводный видеосюжет о достопримечательном месте, звуковой или видео гид в музее или дисплей с подсветкой для объявлений в транспортных средствах или пассажирских терминалах.

16. Выполняя эти рекомендации, организация обеспечивает доступ к информации тем, кто не может видеть, слышать или воспроизводить ее, предоставляя мультимедийные инструменты, отвечающие различным требованиям в отношении рассчитанной на восприятие информации:

- Снабжайте мультимедийную информацию субтитрами, чтобы ее могли понять все ваши пользователи, независимо от уровня звука воспроизведения мультимедийной информации;
- Если субтитров нет, давайте текст мультимедийной информации; его можно предоставить на той же странице или в виде ссылки на этот текст на другой странице;
- Рассмотрите возможность включения в видео всплывающего окна с переводчиком или найма услуг переводчика для мероприятия;
- Используйте звуковые версии описания видео, чтобы сделать его доступным для слепых людей;
- Для представления видео используйте специальные ссылки, чтобы их можно было просматривать с помощью других дисплеев. Давайте ссылку на автономную версию;
- Предлагайте цифровые файлы с разными размерами загрузки. Информация о размере файла должна приводиться на этой же странице;
- Если для большей части потребителей вашего целевого рынка язык, на котором подготовлено видео, не является первым, представляйте контент, по мере возможности, на других языках; и
- Когда контент предназначен для индивидуального использования, обеспечивайте

элементы управления, позволяющие пропустить, сделать паузу или остановить презентацию.

D. Веб-сайты

17. Интернет и веб-технологии играют чрезвычайно важную роль в туризме, так как они обеспечивают доступ к большому числу туристических продуктов и услуг, предлагаемых в различных частях мира, виртуальными туристическими агентствами или сайтами бронирования, к информации о туристических объектах.

18. Доступности веб-контента можно достичь путем обеспечения соответствия международным стандартам, изложенным в Директивах по доступности сетевых материалов¹.

19. При разработке любой веб-страницы или веб-приложения (включая текст, изображения, формы и звуки) следует учитывать 12 предложенных ниже руководящих принципов, сгруппированных по четырем принципам. Веб-сайты должны быть:

Пригодными для восприятия: годными к употреблению независимо от способности клиента видеть, слышать или прикасаться

- Дополняйте нетекстовый контент текстовыми альтернативами.
- Дополняйте мультимедийную информацию субтитрами и другими альтернативами.
- Создавайте контент, который можно представлять разными способами, включая ассистивные технологии, не утрачивая значение.
- Облегчайте пользователям возможность видеть и слышать контент.

Пригодными для эксплуатации: годные к использованию формы, элементы управления и навигации

- Обеспечивайте доступ ко всем функциональным возможностям с клавиатуры.
- Предоставляйте пользователям достаточно времени для прочтения и использования контента.
- Не используйте контент, вызывающий конвульсии.
- Помогайте пользователям с навигацией и поиском контента.

Понятными: контент и интерфейсы должны быть наглядными и понятными

- Делайте текст удобочитаемым и понятным.
- Делайте так, чтобы контент появлялся и функционировал предсказуемым образом.
- Помогайте пользователям избегать ошибок и исправлять их.

Устойчивыми: контент может надежно использоваться широким набором устройств

- Обеспечивайте максимально возможную совместимость с нынешними и будущими пользовательскими инструментами.

20. По каждому принципу имеются тестируемые показатели эффективности, определяемые на трех уровнях: А, АА, и ААА. В отношении веб-страниц открытого доступа, рекомендуется иметь уровень АА.

¹ Инициатива по доступности сети Интернет-Консорциума (W3C), Директивы по доступности сетевых материалов, разработанные Рабочей группой по Директивам по доступности сетевых материалов (WCAG 2005, обновлены в 2012 году), имеются в WCAG 2.0 по адресу <http://www.w3.org/WAI/intro/wcag>.

Е. Приложения

21. Приложения по туризму - программные приложения, используемые на мобильном устройстве. Они постепенно укоренялись на веб-сайтах, в частности, для оказания различных мобильных услуг или предоставления информации о транспорте или турнаправлениях. В целом, компании и организации стали быстро распространять собственные приложения ради предложения или рекламы своих услуг потребителю. Некоторые приложения содержат системы ориентации для оказания помощи туристам в перемещении по зданию или городу, и они пользуются большой популярностью в связи с предоставлением информации о контенте, таком как экспонаты в музеях и художественных галереях.

22. Не существует каких-либо национальных или международных норм в отношении дизайна доступных приложений, хотя имеются руководящие принципы для улучшения впечатлений потребителей во время подключения к веб-контенту с мобильных устройств².

Ф. Терминалы самообслуживания и мобильные/интеллектуальные устройства

23. Существует широкий спектр туристической информации, которая предлагается туристам через терминалы открытого доступа. К терминалам открытого доступа, среди прочего, относятся информационные киоски, автоматы для продажи билетов, информационные дисплеи (например, информация о рейсах) и клиентские системы платежей посредством карточек в кассовых терминалах.

24. Эти терминалы позволяют посетителям выполнять определенные действия, как, например, самостоятельно покупать билеты или проверять информацию 24 часа в сутки. Кроме руководящих принципов, касающихся программного обеспечения или других веб-технологий, проектировщики терминалов должны учитывать несколько рекомендаций, относящихся к дизайну и размещению устройства в окружающей среде, чтобы обеспечивать всем удобный подход и взаимодействие с этим устройством. Специальные руководящие указания являются следующими:

- Рабочие части и дисплеи терминалов должны размещаться на высоте и под наклоном, которые позволяют их использовать людям разного роста. Перед и под ними должно быть свободное пространство для доступа людям, пользующимся инвалидными колясками.
- Дисплеи должны устанавливаться так, чтобы на них не было отражений, бликов, и не попадал искусственный или уличный свет. У них должна также быть хорошая внутренняя подсветка, которая не дает световых импульсов и не мигает.
- Элементы управления, такие как клавиатура и системы ввода карт, должны иметь надлежащий размер, не требующий использования силы, и маневренность. Функциональные клавиши должны также иметь рельефную метку или шрифт Брайля и хороший контраст.
- Если устройство имеет сенсорный экран, оно должно быть также оснащено голосовым гидом, указывающим пошаговые действия, или обеспечено альтернативной системой ввода.
- ИТ терминалы должны оборудоваться визуальными и аудио функциями уведомления о процедурах, которые необходимо выполнять. При наличии голосовой системы ориентации, должна также применяться индукционная петля.

² См. Инициативу по доступности сети Интернет-Консорциума, Доступность через устройства мобильной связи, по адресу: <http://www.w3.org/WAI/mobile/>

G. Информационные указатели

25. Всякий раз, когда турист перемещается в незнакомой среде, информационные указатели позволяют ему ориентироваться без посторонней помощи. Поэтому важно разрабатывать информационные указатели в соответствии с требованиями доступа, например, для карт, директорий, тактильных маршрутов на тротуарах, информационных экранов и внешних информационных указателей. Хотя и не существует международных стандартов по информационным указателям, имеется несколько полезных рекомендаций по ним, изложенных в Модуле II ЮНВТО *Руководство по туризму, доступному для всех: принципы, инструменты и передовой опыт*, из которого приводится нижеследующее резюме:

- Используйте для указателей матовые и долговечные материалы и обеспечивайте их хорошую освещенность.
- Применяйте однородный дизайн информационных указателей в той же среде для облегчения их восприятия пользователями.
- Определяйте размер и высоту информационных указателей с учетом расстояния, с которого на них будут смотреть.
- Обеспечивайте достаточную контрастность и надлежащий фон информационных указателей.
- Используйте стандартные пиктограммы, чтобы указатели были понятными большому количеству туристов.
- Используйте четкие изображения для объяснения важной информации.
- При размещении информационных указателей в доступной зоне, удостоверьтесь в отсутствии каких-либо препятствий, мешающих подойти к ним.
- Рассмотрите возможность включения альтернативных форматов, таких как рельефные буквы и шрифт Брайля, для оказания помощи в навигации, или предоставления альтернативных систем ориентации, таких как географическая привязка и интеллектуальные навигационные системы.