



**Jak
dobrze
zamówić
audiodeskrypcję?**

PRAKTYCZNE WSKAZÓWKI



**MAŁOPOLSKA
KULTURA WRAŻLIWA**

Dążymy do zwiększenia obecności osób z niepełnościami w instytucjach kultury. Wspieramy instytucje w udostępnianiu ich oferty kulturalnej dla każdej zainteresowanej osoby. Z pomocą ekspertów doradzamy, szkolimy i promujemy dobre praktyki.

Projekt został zainicjowany przez Zarząd Województwa Małopolskiego w 2016 roku. Działania prowadzone są przez Małopolski Instytut Kultury w Krakowie, we współpracy z Departamentem Kultury, Dziedzictwa Narodowego i Promocji Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego. W projekcie udział biorą instytucje kultury Województwa Małopolskiego oraz partnerskie organizacje pozarządowe.

www.kulturawrazliwa.pl

Jak dobrze zamówić audiodeskrypcję?

PRAKTYCZNE WSKAZÓWKI

Spis treści

Wprowadzenie	6
Audiodeskrypcja dobra, lepsza, najlepsza. Podstawy i cele	10
Słuchawki w teatrze? Audiodeskrypcja spektaklu	18
Reklama, spot, (wideo)prezentacja... Audiodeskrypcja krótkiej formy audiowizualnej	24
Sprawnie i precyzyjnie. Zamówienie publiczne na audiodeskrypcję	30
Gdzie przeczytasz więcej? Naukowe podstawy i perspektywy badań nad audiodeskrypcją	44
Przypisy	48

Wprowadzenie

Tomasz Włodarski

Małopolski Instytut Kultury w Krakowie

Równy dostęp do kultury wydaje się czymś oczywistym. Efektownie brzmi jako hasło i deklaracja. Jednak w toku pracy nad projektem „Małopolska. Kultura wrażliwa” wraz z innymi instytucjami kultury województwa małopolskiego przekonaliśmy się, że dostępność jest wciąż dużym wyzwaniem. Dopiero niedawno wprowadzona została ustawa, która nakłada na instytucje publiczne obowiązek udostępniania wydarzeń czy budynków osobom z różnego rodzaju potrzebami, w tym osobom z niepełnosprawnościami. Pojawiła się konieczność zmiany, lecz należy pamiętać, że każda zmiana to proces. Powinien on być przemyślany i zaplanowany, najlepiej we współpracy z ekspertami i odbiorcami o szczególnych potrzebach. Trzeba dać mu czas i wejść w niego całą organizacją czy instytucją.

Cztery projektowe lata pokazały nam, że nie możemy poprzestać jedynie na podnoszeniu kompetencji koordynatorów dostępności. Musimy mówić językiem instytucji kultury, pokazywać nie tylko obowiązki wynikające z przepisów, mówić nie tylko o potrzebach osób z niepełnosprawnościami. Instytucje muszą taką wiedzę przepracować na swój sposób, dlatego konieczne stało się poszerzanie wiedzy osób zaangażowanych w prowadzenie zamówień publicznych, księgowych czy pracowników promocji.

Co więcej, okazało się, że w sposobie pracy instytucji publicznej nie mamy jeszcze do czego się odwołać, do jakich wzorców sięgać. Dlatego postanowiliśmy spotkać się z ekspert(k)ami, osobami zajmującymi się dostępnością i korzystającymi z niej i zaprosić także specjalistów od zamówień publicznych. Wszystko to dla ostatecznego celu tej niewielkiej książeczki – publikacji, która

opowiada o audiodeskrypcji jako o przedmiocie zamówienia publicznego tak, by ułatwić instytucjom kultury czy instytucjom publicznym zamówienie audiodeskrypcji wysokiej jakości.

Opisujemy tu warunki przeprowadzenia dobrego zamówienia publicznego. Nazywamy kryteria jakościowe, przede wszystkim jednak zwracamy uwagę na konieczność planowania i konsultowania przedmiotu zamówienia z tymi, którzy posiadają konkretną wiedzę na dany temat. Dobre zamówienie publiczne nie może być realizowane w oderwaniu od potrzeb osób, dla których przeznaczony jest jego przedmiot. Tego typu konsultacje i gotowość do uczenia się to elementy procesu zmiany instytucji kultury w miejsce otwarte i dostępne dla każdego.

Korzystajmy zatem z podpowiedzi środowiska osób z niepełnosprawnościami, poznajmy narzędzia dostępnościowe i starajmy się szeroko spojrzeć na możliwości instytucjonalne przy zakupie takich narzędzi. Rozmawiajmy, twórzmy kryteria jakościowe. Na końcu procesu zamówienia publicznego stoi konkretna osoba, której należy się najlepszy z możliwych dostęp do tworzonych przez nas dóbr kultury.



**Audiodeskrypcja
dobra, lepsza,
najlepsza.
Podstawy i cele**

Robert Więckowski

Konieczność wykonania audiodeskrypcji w trybie zamówień publicznych jest zwykle obciążona pewnym ryzykiem – nigdy nie wiadomo, kto wygra przetarg, jakie ma rzeczywiste kompetencje, jakie stworzy teksty. Trudno jednak dyskutować z prawem, które w określonych sytuacjach nie dopuszcza innego rozwiązania: podmioty publiczne (najczęściej instytucje kultury i urzędy) są po prostu zmuszone do zbierania ofert w takim właśnie trybie. O czym zatem, przynajmniej na najbardziej ogólnym poziomie, warto pamiętać, gdy ogłaszamy przetarg na stworzenie (napisanie i nagranie) audiodeskrypcji i chcemy uzyskać jak najlepsze teksty?

Istnieje kilka definicji audiodeskrypcji (AD). Krótko można powiedzieć, że AD to werbalny opis treści wizualnych, a więc chodzi o najbardziej odpowiednie słowa, które staną się zaproszeniem w świat kształtów, kolorów, światła i przestrzeni. Tworzeniem audiodeskrypcji zajmują się w Polsce najdłużej i chyba wciąż najczęściej organizacje pozarządowe pracujące na rzecz udostępniania tekstów, wydarzeń i miejsc kultury osobom z niepełnosprawnościami. W grupie twórców AD znajdują się też pracownicy poszczególnych instytucji kultury (muzea, galerie, teatry), którzy zwykle przygotowują opisy na rzecz rodzimych placówek, oraz kilka osób prowadzących własną działalność gospodarczą, specjalizujących się od lat w pisaniu AD i tworzeniu napisów dla niesłyszących. Ostatnio grupa twórców AD poszerzyła się jeszcze o podmioty komercyjne.

Audiodeskrypcja została wymyślona i wciąż jest definiowana jako opis przeznaczony przede wszystkim dla osób z niepełnosprawnością wzroku. W czasie jej tworzenia

powinno się więc w sposób szczególny brać pod uwagę potrzeby tej właśnie grupy odbiorców. Przyjmuje się przy tym, że tekst powinien być tak napisany, by maksymalnie dużo mogły z niego czerpać osoby z największym deficytem treści wizualnych, a więc niewidome od urodzenia. Warto jednak pamiętać i o innych ewentualnych odbiorcach audiodeskrypcji. Chodzi tu o osoby, które chwilowo, z tych czy innych przyczyn, nie mogą zobaczyć opisywanego obiektu (są w innym miejscu, przeszły zabieg okulistyczny, w czasie transmisji online mają zakłócenia wizji itp.), oraz osoby zwyczajnie ciekawe AD. Ostateczny opis powinien zatem uwzględniać potrzeby niewidomych i niedowidzących, ale przy tym być atrakcyjny dla dwóch wymienionych przed chwilą grup. Wtedy audiodeskrypcja zyska siłę łączenia ludzi spotykających się z konkretnym obiektem, dziełem sztuki, z daną przestrzenią.

Audiodeskrypcja jest techniką niezwykle demokratyczną. Sięgając po nią, można udostępniać wszystkie treści wizualne. Sprawdzi się w odniesieniu do obiektów plastycznych (obraz, fotografia, rzeźba, architektura), w procesie udostępniania treści audiowizualnych (film, spektakl), a także do opisanie przestrzeni, widowiska sportowego lub muzycznego czy zjawiska przyrody. Elementy audiodeskryptywne znakomicie wzbogacą i udostępnią opatrzone pokazem slajdów referat w czasie konferencji, a także spacer lub warsztaty online. Za każdym razem AD będzie oczywiście miała nieco inną specyfikę, zawsze jednak powinna trafić do jak najszerszej grupy potencjalnych odbiorców i odbiorczyń. Chcąc zapewnić jej egalitarność, warto znać zasady jej tworzenia. Należy pamiętać między innymi o tym, że

tekst AD powinien być tworzony w zgodzie z zasadami „od ogółu do szczegółu” i „minimum słów, maksimum treści”. Powinien też być możliwie obiektywny (choć nigdy nie będzie to stuprocentowy obiektywizm) i pozbawiony trudnych, specjalistycznych terminów (a jeśli się pojawią, powinien od razu je tłumaczyć). To oczywiście zaledwie podstawy, a regułą rządzącą tworzeniem audiodeskrypcji jest znacznie więcej i każdy, kto chce stworzyć jak najlepsze opisy audiodeskryptywne, powinien je znać i umiejętnie wykorzystywać.

Najwięcej opisów audiodeskryptywnych wykorzystuje się w muzeach i galeriach. Wprowadzie nikt jeszcze nie prowadzi statystyk, ale liczba AD w polskich placówkach z pewnością sięga kilku tysięcy. W porównaniu z liczbą wszystkich prezentowanych w Polsce eksponatów jest to oczywiście zaledwie promil, jednak w stosunku do sytuacji sprzed jeszcze kilkunastu lat wynik jest imponujący. Zwiedzając stacjonarnie i wirtualnie polskie muzea i galerie, można więc poprzez opisy audiodeskryptywne poznawać poszczególne obiekty i miejsca. Co jednak ważne – opisy te powstawały w ciągu kilkunastu lat i niejednokrotnie są świadectwem dawniejszego myślenia o audiodeskrypcji. Obecnie tak już się nie pisze. Nie oznacza to jednak wcale, że tamte audiodeskrypcje są złe. Są po prostu inne, czasami odrobinę *vintage*, ale wciąż spełniają swą podstawową funkcję – dają osobie z niepełnosprawnością wzroku dostęp do świata konkretnego eksponatu, są zaproszeniem do poznania wpisanych w dane dzieło kolorów, kształtów, światła, przestrzeni i wrażeń. Taka audiodeskrypcja jest zatem dobra; jest dobra, ponieważ po prostu jest. Gdyby opisu AD zabrakło, spotkanie osoby niewidomej z konkretnym

eksponatem, z mówiącym poprzez swoje dzieło twórcą, byłoby równe zero, nie miałyby szansy się ziścić.

Kiedy więc audiodeskrypcja jest dobra? Pierwszy punkt został już omówiony – kiedy po prostu istnieje. Czasami samo jednak istnienie nie wystarcza. AD zaprosi widza z niepełnosprawnością wzroku do świata opisanego obiektu, tylko jeśli będzie dla niego osiągalna. To drugi wyznacznik dobrej audiodeskrypcji: musi być opublikowana w taki sposób, by każdy, kto nie widzi, łatwo uzyskał informację o jej istnieniu, mógł po nią „sięgnąć”. Kiedy ten warunek zostanie spełniony, pozostaje pytanie, czy użytkownik/użytkowniczka ma szansę w pełni wykorzystać jej potencjał informacyjny. To trzeci determinant dobrej AD. Osoba z niepełnosprawnością wzroku skorzysta z zawartych w AD informacji, jeśli zrozumie przygotowany przekaz, jeśli treść nie nadwyręży jej możliwości percepcyjnych. Tekst skomplikowany, napisany trudną, gęstą frazą, naszpikowany niezrozumiałymi, specjalistycznymi słowami nie sprawdzi się jako opis audiodeskryptywny, będzie stanowił zbyt poważną barierę poznawczą dla zbyt dużej grupy potencjalnych odbiorców i odbiorczyń.

Audiodeskrypcja dobra, zgodna z przytoczoną powyżej charakterystyką, to tylko niezbędne minimum. Zdecydowanie pożądana jest zaś sytuacja, w której opisy AD wyrastają ponad ten poziom. Kiedy można uznać, że właśnie tak się dzieje? Na pewno wówczas, gdy opis audiodeskryptywny jest stworzony w zgodzie z zasadami umożliwiającymi osobie z niepełnosprawnością wzroku komfort poznawczy. Wydaje się, że aby spełnić ten warunek, twórca AD powinien nie tylko znać zasady

wykonywania takiego opisu i umieć z nich korzystać. Powinien również mieć przynajmniej ogólną świadomość możliwości percepcyjnych osób niewidomych i niedowidzących, powinien wiedzieć, z jakimi barierami poznawczymi na co dzień się mierzą i w jaki sposób kompensować deficyt wynikający z tego rodzaju niepełnosprawności (na przykład nie wystarczy, że powiemy: „mężczyzna przykładą palec do ust”, bo osoba niewidoma od urodzenia może nie wiedzieć, że ten gest oznacza uciszanie). Drugą ważną cechą lepszej audiodeskrypcji jest jej odpowiednia długość. Z badań wynika, że osoby niewidome i niedowidzące są skłonne poświęcić na poznanie jednego obiektu około 3–4 minut. Przekłada się to na mniej więcej 3600 znaków ze spacjami. Audiodeskrypcje bezzasadnie dłuższe mogą być dla większości odbiorców uciążliwe, trudne do wysłuchania w pełnym skupieniu. Warto więc nie przekraczać tej granicy. Z drugiej jednak strony opisy zbyt krótkie, bez powodu nadmiernie lapidarne najpewniej okażą się niepełnowartościowym zaproszeniem w świat opisywanego obiektu czy zjawiska. Ścisłe wyznaczanie górnej granicy długości opisu audiodeskryptywnego, bez względu na rodzaj udostępnianego eksponatu, wydaje się decyzją błędną, szkodliwą dla potencjalnych odbiorców, podważającą możliwość uznania AD za tekst pełnowartościowy. Oczywiście audiodeskrypcja stworzona do prostych, minimalistycznych obiektów może być nawet krótsza niż 1800 znaków, ale wynika to wówczas z istoty opisywanego przedmiotu czy zjawiska, a nie z próby zadośćuczynienia autorytarnym wymogom. I wreszcie trzecia cecha lepszej AD – jej nagranie powinno być wysokiej jakości. Audiodeskrypcja utrwalona jakby przypadkiem, na sprzęcie niskiej jakości,

pełna szumów, trzasków czy niepotrzebnego pogłosu, AD przeczytana przez osobę mającą wadę wymowy lub mówiącą niewyraźnie, osobę o piskliwym, nadmiernie „dudniącym” czy tak zwanym płaskim głosie – straci na wartości, będzie uciążliwa w odbiorze lub zupełnie go uniemożliwi. A przecież AD ma zapewniać poznawczy komfort.

I wreszcie audiodeskrypcja najlepsza. Warto wskazać jej dwie niezwykle istotne cechy. AD można uznać za najlepszą, gdy nie tylko dostarczy informacji, lecz także zdoła poruszyć emocje, postara się dać osobie z niepełnosprawnością wzroku dostęp do napięć estetycznych wpisanych w dane dzieło (jeśli takie rzeczywiście zostały wpisane), da możliwość zmierzenia się z nastrojem. Emocje, wrażenia estetyczne to obszary ogromnie cennie przez znakomitą większość niewidomych i niedowidzących widzów; to chętnie poszukiwane i omawiane aspekty poznawanych dzieł. Tworząc opis AD, warto zatem podjąć próbę nasycenia go emocjami, wypowiedziami nastroju, tropami pozwalającymi dotrzeć do napięć estetycznych. Trzeba jedynie pamiętać o tym, by nie popaść w nadmierny subiektywizm (choć każda AD jest z natury subiektywna), by niepotrzebnie nie zdeterminować sposobu odbioru dzieła przez osoby z niepełnosprawnością. I druga ważna cecha najlepszej audiodeskrypcji – oprócz opisu tego, co widać, powinna ona zawierać również istotny kontekst. Oznacza to, że twórca AD zdecydowanie ma prawo i powinien podzielić się wiedzą, informacjami wykraczającymi poza sprawozdanie z oglądu obserwowanego obiektu. Mogą to być na przykład szczegóły z dziejów danego obiektu albo z historii jego twórcy, fakt ewentualnej intertekstualności

dzieła czy próba podróży śladami konkretnego kodu wizualnego. Każda opcja będzie równie dobra, każda spełni inną funkcję, a wybór konkretnego rozwiązania jest domeną twórcy AD.

Audiodeskrypcja tworzona za publiczne pieniądze, tworzona w ramach procedury zamówień publicznych powinna być zawsze jak najlepsza. Takiego stanu rzeczy mogą zasadnie oczekiwać nie tylko zamawiająca ją instytucje, lecz także późniejsi widzowie, adresaci i adresatki działań inicjowanych przez placówki kultury i urzędy. Tylko najlepsze zaproszenia wprowadzą najpiękniej w świat kolorów, kształtów, światła, przestrzeni i wrażeń.

**Słuchawki
w teatrze?
Audiodeskrypcja
spektaklu**

Anna Jankowska

Podobnie jak w filmie, audiodeskrypcja w teatrze to narracja, która za pomocą słów przekazuje treści wizualne. Opisuje wygląd, gesty, ubiór i mimikę aktorów i aktorek czy elementy scenografii. Audiodeskrypcja pojawia się między kwestiami dialogowymi i ważnymi elementami muzycznymi.

„Pojawia się” – to w zasadzie nie najlepszy zwrot. Audiodeskrypcja nie pojawia się *ad hoc* – najpierw jest pisana przez audiodeskryptora lub audiodeskryptorkę. To osoby po kursach pisania audiodeskrypcji – ale sam kurs nie wystarczy i trzeba naprawdę sporo praktyki, żeby dojść do wprawy. Z doświadczenia Fundacji Siódmy Zmysł wynika, że po kursie audiodeskrypcji potrzeba jeszcze minimum około roku regularnej praktyki pod okiem doświadczonego audiodeskryptora, aby samodzielnie tworzyć dobre audiodeskrypcje. Dlatego w zamówieniach publicznych warto odnosić się do doświadczenia nie tylko oferenta, lecz także osób tworzących audiodeskrypcję. Doświadczenie najlepiej mierzyć i w latach, i w liczbie stworzonych audiodeskrypcji.

Na tworzenie skryptu warto zarezerwować około trzech tygodni, a autorowi/autorce skryptu należy zapewnić dobrej jakości nagranie spektaklu oraz możliwość wejścia na próbę lub na sam spektakl. Dlaczego i jedno, i drugie? Mając do dyspozycji nagranie, audiodeskryptor przygotowuje zarys skryptu, który potem powinien skonfrontować z granym na żywo spektaklem. Jest to szczególnie ważne, kiedy przygotowuje się audiodeskrypcję do spektaklu, który wraca na afisz albo który jest wystawiany już od wielu lat. Nagranie – zrobione na przykład podczas premiery lub próby generalnej –

może się znacznie różnić od tego, jak spektakl jest rzeczywiście grany. W międzyczasie mogła zmienić się obsada, część scenografii, stroje itd.

Gotowy skrypt jest odczytywany na żywo w trakcie spektaklu przez lektora lub lektorkę. Najlepiej przydzielić to zadanie komuś z zespołu samego teatru. Aktorzy świetnie pracują głosem, potrafią improwizować, czują teatr, znają wystawiane sztuki, budynek i zespół. Bardzo ważne jest też to, że są na miejscu. Dzięki temu nie trzeba każdorazowo sprowadzać zewnętrznego lektora, dopasowywać się do jego terminów i ponosić dodatkowych kosztów. Dlatego zdecydowanie rekomendujemy, aby – po krótkim przeszkoleniu – audiodeskrypcję w teatrze czytali jego aktorzy i aktorki.

Czy skrypt zawsze musi być czytany na żywo? Oczywiście spotkaliśmy się z próbami nagrywania audiodeskrypcji do sztuk teatralnych i potem odtwarzania jej „z palca” przez techników. Takie rozwiązanie zapewne ma swoje zalety (mniej osób koniecznych do zaangażowania, obniżenie kosztów), ale ma też poważne wady. Po pierwsze – nie ma żadnej możliwości reakcji na nagłe zmiany. Lektor(ka) natomiast widząc na przykład, że aktorzy przeskoczyli jakąś scenę albo że główny bohater wyszedł w spodniach czerwonych, a nie zielonych, może, a nawet powinien/powinna zareagować i improwizować, zmieniając tekst. Ciekawym rozwiązaniem – na razie wykorzystywanym chyba tylko w Wielkiej Brytanii – jest czytanie zdalne. Lektor lub lektorka czytają z własnych domów, gdzie na ekranie mają podgląd na spektakl.

Skoro już jesteśmy przy podglądzie i siedzeniu, to wróćmy jednak do sali teatru i zastanówmy się, gdzie najlepiej usadowić lektora/lektorkę. Należy umieścić ich w takim miejscu, z którego będą mieli podgląd na scenę, odstuch i światło do czytania. Takim miejscem jest na przykład pokój dźwiękowców. Wadą takiego rozwiązania jest to, że wówczas dźwiękowcy muszą przez cały czas trwania spektaklu zachować ciszę. Najlepszą opcją jest kabina tłumacza – wiele teatrów nimi dysponuje, a często stoją nieużywane.

W teatrze audiodeskrypcję zwykle odsłuchuje się przez słuchawki – dzięki temu mogą ją odbierać wyłącznie osoby nią zainteresowane czy jej potrzebujące. Zwykle są to osoby z niepełnosprawnością wzroku, ale nie tylko, bo coraz więcej wskazuje na to, że z audiodeskrypcji chcą korzystać także osoby na przykład ze spektrum autyzmu czy z niepełnosprawnością intelektualną. Dzięki audiodeskrypcji jest im łatwiej podążać za fabułą czy rozumieć emocje bohaterów. Słuchawki do audiodeskrypcji można zakupić – polecamy granty MKiDN – lub wypożyczyć, na przykład od fundacji zajmujących się promocją dostępności czy firm obsługujących konferencje, ponieważ do odsłuchu audiodeskrypcji używa się takich słuchawek, jak w wypadku tłumaczenia simultanicznego.

Warto jeszcze wspomnieć o trzech ciekawostkach: tak zwanych *touch tours*, audiowstęпах oraz alternatywach do klasycznej, szeptanej do ucha audiodeskrypcji. *Touch tour* oznacza nic innego jak zwiedzanie dotykowe. Zaprasza się na nie osoby z niepełnosprawnością wzroku przed spektaklem. W jego trakcie mogą poprzez dotyk

zapoznać się ze scenografią czy kostiumami, a czasami nawet z aktorami. Jest to świetne uzupełnienie audiodeskrypcji. Podobnie jest z audiowstępem – czyli krótkim wstępem (zwykle zalecamy, by trwał nie dłużej niż 5 minut, co przekłada się na około 1,5 strony tekstu), który wprowadza w spektakl dzięki opisowi postaci i scenografii oraz zarysowaniu fabuły. Audiowstęp można umieścić na stronie internetowej w formie tekstu lub nagrania do pobrania – można też rozesłać go do widzów mailem. I w końcu – alternatywy do klasycznej audiodeskrypcji. Patrick Udo i Deborah Fels – badacze z Kanady – z powodzeniem eksperymentowali z audiodeskrypcją wygłaszaną w pierwszej osobie przez jedną z postaci w sztuce. Ich drugim eksperymentem było włączenie audiodeskryptora w prace zespołu przygotowującego sztukę – dzięki temu tekst powstał we współpracy z aktorami i reżyserem. Ta próba też była udana, a ja przyznam, że liczę na więcej takich eksperymentów wśród ludzi teatru.

Warto też zaznaczyć, że nie wystarczy „tylko” zapewnić audiodeskrypcji, żeby osoby z niepełnosprawnością wzroku przyszły na spektakl. Dostępność zaczyna się dużo wcześniej: od łatwo dostępnych informacji o spektaklach z audiodeskrypcją na dostępnej stronie internetowej; od informacji na temat dojazdu do teatru; od możliwości rezerwacji biletów mailem, przez telefon czy nawet przez SMS; od przystępnej ceny biletu dla osoby z niepełnosprawnością i jej osoby towarzyszącej, bez której osoba niewidoma czy słabowidząca często nie decyduje się iść w nieznanym sobie miejsce. Ważne jest także zapewnienie asysty w trakcie samego spektaklu, dzięki czemu naszym widz(k)om będzie łatwiej dotrzeć

na wyznaczone siedzenie, do toalety czy do barku. We wszystkich tych obszarach gorąco zachęcam do współpracy z organizacjami pozarządowymi i instytucjami, które od lat zajmują się promowaniem i koordynowaniem dostępności oraz budowaniem relacji z osobami z niepełnosprawnościami. Mogą dzięki temu pomóc nam także w budowaniu publiczności. Początkowo może być tak, że na z trudem udostępniony spektakl przyjdą... dwie osoby. Ale nie zrażajmy się, tylko działajmy dalej i szukajmy wsparcia u profesjonalistów i profesjonalistek.

**Reklama, spot,
(wideo)prezentacja...
Audiodeskrypcja
krótkiej formy
audiowizualnej**

Mariusz Trzeciakiewicz

Początkujący audiodeskryptor lub audiodeskryptorka, zabierając się do opisanie krótkiego filmu promocyjnego na zlecenie zaprzyjaźnionej organizacji, najpewniej oczekivaliby słów pokrzepienia w stylu: „będzie dobrze, nie taki diabeł straszny”. Jednak wiedzieć należy, że opisywanie małych form audiowizualnych jest raczej niewdzięcznym zajęciem i nie wynika to ze złej woli kogokolwiek zaangażowanego w proces przygotowania materiału, ale ze zwykłego konfliktu interesów. Akurat w tym wypadku bowiem cele twórców filmu i audiodeskrypcji mocno się rozmiągają. Ci pierwsi, oprócz wizji artystycznej, koncentrują się na maksymalnym wykorzystaniu przestrzeni, czyli długości filmu. Najczęściej ograniczonego do 30 lub 45 sekund, rzadziej do minuty czy dwóch. Z kolei audiodeskryptor(ka) tej przestrzeni potrzebuje jak powietrza, aby móc opisać cokolwiek, co widzi. Jeśli więc w kilkudziesięciu sekundach mamy pokazanych kilka różnych miejsc, kilkoro bohaterów, różne pory dnia, to wszystko zestawione w krótkie, dynamicznie montowane sekwencje, i jeszcze lektora w tle, to bardzo zasadne staje się pytanie, czy audiodeskrypcja w ogóle jest możliwa. I choć nie jest to łatwe, to odpowiedź jest twierdząca.

Zwykle nie da się audiodeskrypcji wprowadzić do treści spotu, bo tę w znakomitej większości wypełnia lektor. Nie pozostaje nam więc nic innego, jak uciec się do zabiegu zwanego audiodwstępem i odrobinę wyprzedzić to wszystko, co za chwilę wydarzy się na ekranie. Opisać to, jaki bohater bądź bohaterowie pojawią się w filmie, jak wyglądają scenaria i estetyka, jakie ważne elementy przykuwające uwagę osoby widzącej zostały w nim podkreślone – i tym podobne. A jeśli lektor nie mówi

tego wprost i nie można tego wywnioskować bez zobaczenia obrazu, to także główne przesłanie filmu powinno zostać zawarte w audiowstępie.

I tu zaczyna się problem, gdyż pojawia się pytanie o proporcje. Trzydziestosekundowy spot czy reklama nie powinny być opisywane przez pięć poprzedzających je minut, bo po pierwsze, najpewniej będzie to przerost formy nad treścią, a po drugie, i ważniejsze, uwaga naszego odbiorcy/odbiorczyni jest dobrem reglamentowanym. Jeśli rzeczywiście chcemy im opowiedzieć o tym, co za chwilę zobaczą, to musimy to zrobić w kilku krótkich, żołnierskich słowach i mamy na to nie więcej niż 40–50 sekund, zanim zdolności percepcyjne naszej publiki zaczną słabnąć. Po kolejnych 30 sekundach, nawet jeśli nasi odbiorcy okażą się na tyle cierpliwi, aby wciąż za nami podążać, to będzie to już podróż z narastającym mętlikiem w głowie, dotyczącym postaci, miejsc i wydarzeń. I kiedy w końcu doczekają do rozpoczęcia filmu, niewiele będą pamiętać z tego, o czym opowiadaliśmy wcześniej. A zatem celowość naszego wprowadzenia staje pod dużym znakiem zapytania.

Gdyby chcieć zestawić to z jakimś doświadczeniem z życia, można wyobrazić sobie sytuację, w której opowiadamy młodszemu koledze, jak będzie wyglądał zjazd na tej dużej ślizgawce w aquaparku, na którą wybiera się po raz pierwszy. Najprawdopodobniej nikt z nas nie opisywałby swoich przemyśleń przez kwadrans, ale raczej skoncentrowalibyśmy się na najważniejszych wrażeniach. „Słuchaj, wpadasz do wielkiej czarnej dziury i pędzisz tak szybko, że nie masz nawet czasu zobaczyć tych kolorowych świateł, które pojawiają się po drodze.

A woda rozpylana nogami tak chlapie po twarzy, że aż nie można oddychać”. Tak też powinien wyglądać opis spotu. Tylko najważniejsze rzeczy, jak najkrócej i w bardzo skondensowanej formie, przez nie więcej niż 40–50 sekund, maksymalnie do minuty.

Czasem zdarza się, że mamy jakiś ułamek sekundy do wykorzystania w trakcie trwania filmu, więc możemy poinformować o zmianie sceny, miejsca czy innym ważnym detalu. Jednak zalecana jest ostrożność we wstawianiu takich mikroinformacji, bo jeśli do szybkiej narracji w spocie (bardzo powszechnej) dołożymy jeszcze galopującego lektora audiodeskrypcji, który „wbija się” w każdą najmniejszą pauzę, to efekt może okazać się odwrotny do zamierzonego. Taki opis wcale bowiem nie ułatwi zrozumienia tego, co dzieje się na ekranie, tylko jeszcze bardziej zaciemni przekaz. Dlatego zdrowy rozsądek powinien intensywnie wspomagać nas przy przygotowywaniu wszelkich audiodeskrypcji.

Osobnym zagadnieniem jest wykorzystanie przestrzeni po emisji właściwego spotu, bo na końcu często dzieją się rzeczy ważne, a nawet kluczowe. Na przykład pojawiają się grafika czy hasło, które wyjaśniają lub podsumowują to wszystko, co zdarzyło się wcześniej. Aby nie zostawiać odbiorcy w niewiedzy, audiodeskrypcja powinna o tym opowiedzieć, uwzględniając oczywiście opisaną wyżej zasadę proporcji. Krótko i na temat. Dwa zdania na końcu mogą również zawierać informację o logotypach, które zwykle pojawiają się po zakończeniu filmu i często – z różnych powodów – są ważne dla naszych zleceniodawców.

Tak wygląda postępowanie przy tworzeniu audiodeskrypcji do małych form audiowizualnych, kiedy zakładamy realizację nagrania. Jest to chyba najbardziej popularny model, ale nie jedyny. Inną formą audiodeskrypcji, prostą i chętnie stosowaną w przypadku bardzo krótkich materiałów, jest opis tekstowy umieszczony obok filmu. Jest on zwykle bardziej obszerny, adekwatnie do opisywanego materiału, ale w swojej funkcji i strukturze zbliżony do tekstu alternatywnego umieszczanego na stronach internetowych w miejscach, gdzie usytuowane są zdjęcia i obrazy. Różnica jest tylko taka, że o ile tekst alternatywny umieszczany jest „pod spodem”, wewnątrz witryny, przez co staje się niewidoczny na stronie, o tyle opis audiodeskrypcyjny znajduje się zwykle w formie otwartego tekstu obok filmu. Obydwa jednak są dostępne dla programów czytających ekran, którymi posługują się osoby niewidome. Dzięki przeniesieniu zadania przeczytania tekstu z żywego lektora na automat znacząco upraszcza się proces przygotowania audiodeskrypcji, skraca się czas potrzebny na to działanie i obniża koszty. Stąd rosnąca popularność tego rozwiązania.

Na koniec jeszcze kilka słów na temat nowego trendu w produkcji małych form filmowych, który bardzo ułatwia dostosowanie ich dla osób ze szczególnymi potrzebami. Mowa o tak zwanym *accessible filmmaking*. Urok tego rozwiązania polega na tym, że twórca myśli o audiodeskrypcji (lub innych udogodnieniach) już na etapie przygotowania filmu. Czasem wystarczy bowiem zrobić trzy dłuższe ujęcia czy skrócić dwie kwestie lektorskie, aby przy odrobinie chęci i sprawności montażowej wygospodarować sporo miejsca na opis audiodeskrypcyjny.

Warto pamiętać o tym rozwiązaniu, zwłaszcza kiedy to na nasze zlecenie przygotowywany jest na przykład film promocyjny i z naszego budżetu zostanie opłacony. Znając planowane dostosowania, można zainspirować i dopilnować twórców filmu, aby zwyczajnie zostawili dla nich miejsce.

**Sprawnie
i precyzyjnie.
Zamówienie
publiczne na
audiodeskrypcję**

Kamila Mizeracka

Opracowanie, wykonanie i nagranie opisów audiodeskrypcyjnych to usługa, która może stanowić wyzwanie w zakresie przygotowania i przeprowadzenia przez zamawiającego – instytucję kultury – postępowania o udzielenie zamówienia publicznego. Już sam opis przedmiotu zamówienia pełni bowiem bardzo istotną funkcję. W procesie zakupowym jest często jedynym materiałem, na bazie którego wykonawcy są w stanie wycenić usługę oraz przygotować się do realizacji zamówienia. Wszelkie niedomówienia czy obszary niedookreślone mogą działać na niekorzyść każdej ze stron. Oczywiście jest, że zamawiający nie może w żaden sposób ograniczać konkurencji w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego. Oczekuje jednak profesjonalnie wykonanej usługi. **Na co więc powinno się zwrócić szczególną uwagę w przypadku zamówienia na audiodeskrypcję?**

Przygotowanie. Z pozoru ta część prac mogłaby wydawać się błaha, w rzeczywistości ma jednak wpływ na to, jak przebiegnie etap faktycznego postępowania o udzielenie zamówienia publicznego. Zadanie zamawiającego polega bowiem na solidnym przygotowaniu zarówno ramowych oczekiwań w zakresie realizacji usługi, jak i materiałów, które umożliwią zrozumienie postawionych przez zamawiającego warunków. Istotne jest skompletowanie materiałów typu fotografie obiektów lub rejestracje wideo, mających na celu wizualizację warunków realizacji audiodeskrypcji. Zamawiającemu pozwoli to na uszczegółowienie opisu przedmiotu zamówienia w kolejnym etapie, a wykonawcy na praktyczne podejście do ofertowania i realizacji. Do tej części należą także treści merytoryczne, które trzeba

przygotować, aby doprecyzować wymagania w stosunku do wykonawcy, oraz wyłonić osobę, która będzie je szczegółowo znała. Może ona pełnić funkcję kontaktową, aby sprawnie odbierać pytania oraz przekazywać oferentom wyjaśnienia w toku procedury. Taka osoba będzie niezbędna również na etapie realizacji umowy, celem szybkiej reakcji, odpowiedzi na pytanie czy rozważania wątpliwości wykonawcy, tak aby nie przedłużać niepotrzebnie pracy nad opisami audiodeskrypcyjnymi.

Procedura. W zakresie tego pojęcia mieszczą się między innymi wybór trybu udzielenia zamówienia publicznego i konstrukcja zestawu kryteriów oceny ofert. Co do pierwszej kwestii, podstawowymi trybami są oczywiście przetarg nieograniczony albo ograniczony. Ten drugi to postępowanie dwuetapowe. Zamawiający, który zdecyduje się na jego wybór, zajmuje się w pierwszej kolejności weryfikacją podmiotową wykonawców, a później już tylko oceną ofert. To pozwala na usystematyzowanie procesu udzielenia zamówienia. Z doświadczenia wynika jednak, że większość zamawiających, bez względu na przedmiot zamówienia, preferuje tryb przetargu nieograniczonego. Inne tryby wymagałyby spełnienia dodatkowych przesłanek ustawowych, co nie jest przedmiotem niniejszej publikacji. Warto jednak pamiętać o trybie podstawowym, który będzie do dyspozycji zamawiających w nowym Prawie zamówień publicznych już w 2021 roku. W tym trybie, obowiązującym dla zamówień o wartości poniżej progów unijnych, ustawodawca założył przestrzeń do negocjacji z wykonawcami. Strony postępowania mogą wymienić się niezbędnymi informacjami i sprawić, że postępowanie na usługę audiodeskrypcji odbędzie się

bez niespodziewanych przeszkód, a przedmiot zamówienia zostanie należycie opisany.

Jeśli zaś chodzi o kryteria oceny ofert, w szczególności te pozacenowe, to w przypadku audiodeskrypcji rozszerzanie ich katalogu stanowi pewnego rodzaju wyzwanie. Kryterium powinno być bowiem konkretne, mierzalne, wyczerpująco opisane i przede wszystkim dawać wymierny dla samego postępowania efekt. Często w charakterze kryterium oceny ofert stosuje się próbkę – do czego jeszcze wrócę w dalszej części tekstu. Bardziej celowe oraz budzące mniej wątpliwości wydaje się jednak konstruowanie warunków w oparciu o podmiotowe właściwości oferentów i limitowanie dostępu do zamówienia poprzez ich konkutowanie na równych zasadach na tym właśnie polu. Przy odpowiednio i efektywnie dobranych parametrach warunków udziału w postępowaniu kryteria oceny ofert mogą zostać określone w standardowo przyjęty sposób.

Warunki podmiotowe. Zamawiający może na potrzeby postępowania o udzielenie zamówienia skonstruować odpowiednie warunki udziału w postępowaniu, czyli zażądać od wykonawców, aby wykazali się pewnymi właściwościami podmiotowymi. Może to być na przykład doświadczenie. Warunek ten należy stawiać ostrożnie, gdyż biorąc pod uwagę cechy charakterystyczne rynku, na którym funkcjonują podmioty realizujące usługę audiodeskrypcji, nie może on być nadmierny ani ograniczać zasady uczciwej konkurencji. Inaczej mówiąc, postawione warunki powinny umożliwić start w danym postępowaniu tym podmiotom, które realnie są w stanie wykonać daną usługę na możliwie najwyższym

poziomie jakościowym. Co to oznacza w praktyce? Doświadczenie w zakresie opisów audiodeskrypcyjnych wykazane może zostać przykładowo w postaci liczby oraz listy obiektów, dla których wykonawca usługę zrealizował, liczby realizacji spektakli z audiodeskrypcją lub na podstawie obszerności zrealizowanych zleceń, na przykład obejmujących powyżej 100 opisów. Wybór zakresu warunku należy do zamawiającego, musi on być jednak ściśle związany przedmiotowo oraz zakresowo z przedmiotem zamówienia.

Liczba znaków. To bardzo ważne, aby w opisie przedmiotu zamówienia wskazać liczbę znaków dla danego opisu, zaznaczając dodatkowo, czy jest to liczba uwzględniająca spacje czy też nie. Wielokrotnie zamawiający decyduje się na rozpisanie postępowania na tę usługę w odniesieniu do większej liczby obiektów. W takiej sytuacji należy dobrze przemyśleć, czy wskazanie jednego przedmiotu lub maksymalnej liczby znaków dla każdego z obiektów wyczerpie oczekiwania w tym zakresie. Rekomendacje praktyków w tej dziedzinie co do obiektów opisywanych najczęściej dotyczą obrazu oraz obiektu (np. rzeźby, instalacji), a przedmioty warte uwzględnienia to: od 1800 (dla prostych opisów) do 3600 znaków ze spacjami (przy bardziej skomplikowanych obiektach). Każdą sytuację należy oczywiście rozpatrywać indywidualnie i wiodącym czynnikiem powinien tu być cel, jaki przyświeca zamawiającemu.

Zdaniem praktyków, w szczególności wykonawców takich zamówień, warto pogrupować opisywane obiekty oraz do każdej z grup przypisać liczbę znaków. Obiekty różnią się bowiem od siebie zarówno wielkością, jak

i sposobem ich wykonania, historią oraz wieloma innymi cechami. Oczekiwanie zbyt wielu znaków nie przysparza opisowi profesjonalizmu, a wręcz przeciwnie – może generować ryzyko utraty atrakcyjności przekazu. Wykonawca, chcąc sprostać narzuconym limitom, może być zmuszony wręcz do generowania w opisie treści, które nie wnoszą wartości merytorycznej ani estetycznej, niepotrzebnie go przedłużając. Z kolei zbyt niska liczba znaków to ryzyko pominięcia być może istotnych – z punktu widzenia słuchaczy – informacji, choćby historycznych danych. Wykonawca może przykładowo zostać zmuszony do wyboru między estetyką dzieła a historią jego powstania, a na takiej praktyce opis również nie zyska.

Z liczbą znaków wiąże się jeszcze jeden wniosek wynikający z analizy opisów. Chodzi o przedział liczbowy znaków lub minimalną/maksymalną ich liczbę, których oczekuje się od wykonywanych opisów audiodeskrypcyjnych. Wskazanie zbyt szerokiego przedziału skutkuje ryzykiem, że wykonawca skorzysta z możliwości wykonania opisu o najniższej dopuszczalnej liczbie znaków, niezależnie od rodzaju obiektu, i tym samym nie spełni rzeczywistych oczekiwań zamawiającego. W ten sam sposób może on potraktować zapis wskazujący ich minimalną lub maksymalną liczbę. Nie można przy tym potraktować takiego działania jako nienależyte wykonanie umowy.

Najrozsądniejszą rekomendacją w tym zakresie wydaje się więc podział obiektów na grupy, choćby według kryterium poziomu skomplikowania czy złożoności opisów, oraz określenie maksymalnej liczby znaków, jakiej

oczekuje zamawiający. Pozwoli to na zachowanie jakości opisów w korelacji z przedmiotem, który musi zostać zastąpiony słowami.

Nagrania. Wymagania zamawiającego w zakresie nagrań opisów audiodeskrypcyjnych powinny być jak najbardziej precyzyjne. Podmioty zamawiające mają tu szerokie spektrum możliwości. Aby umożliwić wykonawcy prawidłową wycenę usługi oraz organizację pracy nad jej realizacją, warto podjąć wcześniej decyzję o tym, jak długiego nagrania oczekuje zamawiający i w jakim formacie lub formatach powinny zostać dostarczone pliki z wersją głosową, a nawet dokonać wyboru głosu lektorskiego, tj. czy ma to być głos damski czy męski. Nie ma przeszkód formalnych, aby zamawiający w dokumentacji postępowania postawił wymóg dostarczenia próbki nagrania każdego z tych głosów wraz z ofertą i wyboru dokonał dopiero po zapoznaniu się z każdą z nich.

Konsultacje i korekta. Należy pamiętać, że dla podniesienia jakości wykonania opisów audiodeskrypcyjnych rekomenduje się konsultacje z osobą z niepełnosprawnością wzroku, bo to właśnie takie osoby są przeważnie klientami docelowymi zamawianej usługi. Istotne jest także zwrócenie uwagi na doświadczenie tej osoby jako konsultanta/konsultantki w zakresie audiodeskrypcji, które ma szansę podnieść poziom jakości sporządzanych opisów. Bardzo często niezbędna jest również współpraca z historyczką/historykiem sztuki, na przykład przy opisie obiektów muzealnych. To z kolei wymaga uwzględnienia w harmonogramie realizacji zamówienia dodatkowych elementów, w tym procedury

przekazania pierwszej wersji każdego z opisów, odebrania uwag od zamawiającego, a następnie naniesienia ich lub modyfikacji opisów w odpowiedzi na odebrane spostrzeżenia.

Do dobrych praktyk należy także zapewnienie korekty tekstu, to znaczy osoby, która zapozna się z gotową treścią audiodeskrypcji, odnajdzie i skoryguje ewentualne błędy. Zamawiający nie musi stawiać wymogu wykazania takiej osoby w ramach spełniania warunków udziału w postępowaniu, ale warto ująć ten aspekt w treści opisu przedmiotu zamówienia. W konsekwencji powinien się on pojawić również w treści umowy z wykonawcą, a także w protokole odbioru usługi, na przykład w postaci miejsca na wpisanie imienia i nazwiska osoby dokonującej korekty.

Termin realizacji zamówienia. Praktyka udzielania zamówień publicznych wskazuje na tendencję do wszczynania przetargów „w ostatniej chwili” i nie dotyczy to oczywiście tylko audiodeskrypcji. W przypadku zakupu usługi, która jest przedmiotem niniejszej publikacji, bardzo istotne jest zaplanowanie rozpoczęcia procedury odpowiednio wcześniej, a także przewidzenia, kiedy realnie wykonawca może rozliczyć się z wykonanej usługi.

Analizując kwestię terminów realizacji, nie sposób pominąć złożoności przedmiotu zamówienia oraz liczby opisów, jakiej wymaga zamawiający. Spójrzmy dla przykładu na muzeum, które ma potrzebę wykonania opisów audiodeskrypcyjnych dla swoich obiektów, zarówno ekspozycji stałych, jak i wystaw. Zlecając w jednym przetargu 300 opisów, nie uwzględniając przy tym

realnego czasu potrzebnego na ich wykonanie (obiekty muzealne potrzebują konsultacji historyka sztuki, nie zapominajmy też o etapach powstawania finalnego opisu), zamawiający podejmuje ryzyko otrzymania usługi, której jakość nie będzie go do końca satysfakcjonowała. Dla wykonawcy również nie jest to komfortowa sytuacja. Rynek podmiotów realizujących audiodeskrypcje jest stosunkowo wąski i nie są one bardzo licznymi organizacjami czy przedsiębiorstwami – warto wziąć to pod uwagę. Przy tym mamy do czynienia z usługą wymagającą nie tylko profesjonalnej wiedzy z dziedziny historii, lecz także perspektywy, która pozwala wyobrazić sobie, jak przygotowany tekst wybrzmi i jakie wartości oraz wiedzę wniesie w rzeczywistość osób, którym zostanie zaprezentowany w wersji audio. Jak wskazują praktycy, średni czas przygotowania jednego opisu to jeden dzień roboczy. Wskazówka ta może pomóc zamawiającym w obliczeniu terminu realizacji zamówienia, którego planują udzielić.

Rozwiązania, które wiążą się z powyższym zagadnieniem terminowości, płynnie kierują w stronę procedury, jaką zamawiający wybiera jeszcze przed wszczęciem postępowania o udzielenie zamówienia publicznego. Przyjrzyjmy się bliżej możliwościom wyboru drogi, którą formalnie zamawiający podąży, aby zdobyć szczegółowe informacje o możliwościach potencjalnych wykonawców, oraz **pomocnym instytucjom, które kryje w sobie ustawa Prawo zamówień publicznych**. Celem ich wylistowania jest zwrócenie uwagi na możliwości uelastycznienia i usprawnienia pracy zamawiającego nad przygotowaniem postępowania, co ma szansę przełożyć się w przyszłości na sprawną i zgodną z oczeki-

waniami stron realizację kontraktu na wykonanie usługi audiodeskrypcji.

Biegły. Ustawa Prawo zamówień publicznych dopuszcza możliwość powołania biegłego lub biegłych w przypadku, gdy dokonanie określonych czynności związanych z przygotowaniem i przeprowadzeniem postępowania o udzielenie zamówienia wymaga wiadomości specjalnych. Biegłego powołuje kierownik zamawiającego z własnej inicjatywy lub na wniosek komisji przetargowej. Nie należy utożsamiać tej instytucji z biegłym sądowym. Wiadomości specjalne, którymi taka osoba dysponuje, to w przypadku przetargu wiadomości niezbędne do przygotowania lub przeprowadzenia postępowania, których nie posiadają członkowie komisji.

Biegły nie jest członkiem komisji przetargowej, pełni rolę głosu doradczego, a ze swoich czynności sporządza pisemną opinię, która jest przechowywana w dokumentacji postępowania. W przypadku, gdy wykonawcy wnoszą o dostęp do dokumentacji, opinia ta także podlega udostępnieniu od dnia wyboru najkorzystniejszej oferty lub unieważnienia postępowania o udzielenie zamówienia publicznego.

Biegły może okazać się przydatny zamawiającym w toku przygotowywania postępowania na audiodeskrypcję. Osoba ta co do zasady wie, jak realizacja takiego zamówienia przebiega w praktyce lub jakiego czasu potrzeba na wykonanie poszczególnych jej elementów. Jest w stanie udzielić profesjonalnego wsparcia w toku przygotowywania projektu umowy oraz oceny ofert.

Dialog techniczny. Prawo zamówień publicznych przewiduje także możliwość zapoznania się z realiami rynku jeszcze przed wszczęciem samego postępowania w przedmiocie usługi audiodeskrypcji. Tę możliwość realizuje właśnie dialog techniczny. W obecnie obowiązującej ustawie Pzp instytucja ta nosi właśnie taką nazwę, jednak od 1 stycznia 2021 roku ustawodawca wprowadzi zmiany i będą to „**wstępne konsultacje rynkowe**”. Poza nazwą cała formuła właściwie nie ulegnie zmianie.

Zamawiający może w ramach dialogu technicznego zaprosić wykonawców, ekspertów oraz władzę publiczną, aby zadać im pytania oraz usłyszeć ich spostrzeżenia odnośnie do swoich zamierzeń przetargowych. Na tym etapie wykonawcy nie składają ofert, nikt nie negocjuje ceny. Nie ma jednak przeszkód, aby w toku rozmów odniesiono się do tej kwestii i aby zamawiający zdobył informacje o cenie, jaką przyjdzie mu zapłacić za usługę audiodeskrypcji na warunkach, których spełnienia oczekuje. Strony kończą dialog po wymianie wszelkich niezbędnych informacji.

Co ważne – zamawiający protokołuje spotkania oraz wszelkie dokumenty i załączniki, które otrzymuje od podmiotów biorących udział w dialogu. Z kolei na etapie wszczęcia właściwego przetargu zamawiający oficjalnie informuje rynek o tym, że przeprowadził wymienioną wyżej procedurę. Czynności te mają na celu zapewnienie uczciwej konkurencji, w tym złożenie bez obaw ofert przez wykonawców uczestniczących w dialogu. Nie ma wtedy ryzyka, że ktokolwiek mógłby zarzucić wykonawcy, iż brał udział w przygotowaniu

postępowania czy posiada informacje pozyskane w sposób wskazujący na nierówne traktowanie oferentów.

Prawo opcji. Ustawa Pzp nie uszczegóławia instytucji prawa opcji, wykształciła ją właściwie zamówieniowa praktyka. Na czym prawo opcji polega? Otóż zamawiający może przewidzieć w ramach przedmiotu zamówienia (oraz jego szacowania) możliwość niewykonania go w całości. Ma wtedy obowiązek skonkretyzować swoje ewentualne zamierzenia poprzez wskazanie minimalnego zakresu audiodeskrypcji, który na pewno zostanie zlecony – na przykład w odniesieniu do liczby opisów albo do konkretnych obiektów.

Dzięki temu już na etapie ofertowania i zabezpieczania zasobów do realizacji umowy wykonawca ma świadomość, że pełny zakres usługi może nie zostać zrealizowany. Jest to partnerskie założenie wobec rynku wykonawców, w szczególności w przypadkach zamówień na duże liczby opisów. Pozwala bowiem na dysponowanie zasobami przez stosunkowo niewielkie podmioty w taki sposób, aby nie ponieść strat.

Co prawo opcji daje zamawiającemu? Może sprawdzić się w sytuacji, gdy nie jest on usatysfakcjonowany realizacją usługi tej części, którą ustanowił jako „pewną” do realizacji. W takiej sytuacji informuje wykonawcę o podjęciu decyzji w zakresie skorzystania z prawa opcji. W mojej ocenie instytucja prawa opcji nie odpowiada jednak kompleksowo swoją konstrukcją na potrzeby zamawiającego, który może nadal przecież pilnie potrzebować opisów audiodeskrypcyjnych. Należy podejść do jej zastosowania z odpowiednią dozą ostrożności.

Podział zamówienia na części. Zamawiający może podzielić zamówienie w przedmiocie audiodeskrypcji na części, kierując się przykładowo wspomnianymi już wyżej grupami obiektów czy – w przypadku muzeów – choćby wystawami tematycznymi. Co zamawiający może na tym zyskać? Otóż, wracając do przypadku 300 opisów audiodeskrypcyjnych do zrealizowania, co w przypadku galerii czy muzeum nie jest niemożliwe, zlecenie takiego zakresu pracy jednemu wykonawcy wiąże się z czasem oczekiwania odpowiednim do jego wykonania. Z kolei podzielenie zamówienia na części i dopuszczenie możliwości złożenia ofert na każdą z nich przez różnych wykonawców pozwala ustalić zbliżone terminy realizacji tychże części (oczywiście z uwzględnieniem realiów ich wykonania) i znacząco zyskać na czasie.

Możliwość ta prawdopodobnie zyska zarówno zwolenników, jak i przeciwników. Ryzyko, jakie ze sobą niesie, polegać może na różnorodności w sposobie przekazu i konstrukcji wykonanych opisów. Tutaj pomocne może być opracowanie przez zamawiającego schematu czy układu tekstu, zgodnie z którym opisy mają powstawać, w szczególności jeżeli mają dotyczyć jednej wystawy lub innej całości tematycznej czy przedmiotowej. Wspomniana różnorodność może stanowić zarówno wadę, jak i zaletę realizowanych opisów, jednak należy czuwać nad tym, aby zachować wspólny mianownik w zakresie uzyskanej usługi, zgodnie z oczekiwaniami zamawiającego.

Próbka. O rozwiązaniu tym wspominam, by ukazać stosunkowo szeroki wachlarz możliwości spełnienia

oczekiwań zamawiającego, nie można bowiem wykluczyć żądania próbki opisu celem dokonania jej oceny w kryterium oceny ofert. Sam proces jednoznacznego opisanie i przedstawienia wykonawcom opisu danego kryterium oceny może się jednak okazać złożony i niewystarczający, a przede wszystkim – może budzić wątpliwości samych oferentów. Warto więc mieć świadomość, że rozwiązanie to jak najbardziej dopuszczone jest w ustawie Prawo zamówień publicznych, jednak może okazać się stosunkowo trudne w realizacji.

Podsumowując poszukiwania rozwiązań, które mogłyby ułatwić zamawiającym proces zakupu usługi audiodeskrypcji, można stwierdzić, że Prawo zamówień publicznych nie pozostawia instytucji kultury „z pustymi rękami”. **Wskazane w niniejszej publikacji instytucje ustawowe są powszechnie dostępne i mogą być zastosowane bez spełnienia żadnych dodatkowych warunków.** Podstawą skutecznego wdrożenia ich w praktyce jest jednak praca koncepcyjna nad przygotowaniem listy oczekiwań zamawiającego w zakresie liczby obiektów do opisu technologii, w jakiej docelowo mają one być udostępniane – oraz decyzja co do ewentualnego etapowania lub podziału planowanego zamówienia na części. Informacje zebrane podczas tego procesu stanowią bazę do dalszych działań i należytego przygotowania postępowania o udzielenie zamówienia publicznego na przedmiotową usługę.

**Gdzie przeczytasz
więcej? Naukowe
podstawy
i perspektywy
badań nad
audiodeskrypcją**

Anna Jankowska

Bardzo często prakty(cz)kom wydaje się, że naukowcy i naukowczynie bujają z głową w chmurach, a ich badania są całkowicie oderwane od rzeczywistości. W przypadku badań nad audiodeskrypcją jest jednak inaczej. Wszystko wskazuje na to, że w wypadku większości badań z tej dziedziny sprawdza się angielskie powiedzenie: „teoria kształci praktykę, a praktyka teorię”. Badania prowadzone nad audiodeskrypcją, a także szerzej, nad dostępnością, są silnie zakorzenione w praktyce. W ramach projektów badawczych testuje się obecnie stosowane rozwiązania, ale przede wszystkim szuka nowych rozwiązań, które wprowadzone w życie mogą nie tylko zwiększyć zasięg usług dostępu, lecz także korzystnie wpłynąć na ich jakość. W kręgu zainteresowania badaczy i badaczek są rozwiązania merytoryczne związane z opracowywaniem usług dostępu, szkolenie ekspertów dostępności, nowe technologie, a także rozwiązania prawne i systemowe.

Większość badań koncentruje się na tym, jak stworzyć dobrą audiodeskrypcję. Naukowcy i naukowczynie analizują istniejące audiodeskrypcje i proponują alternatywne rozwiązania, które testują z osobami z niepełnosprawnością wzroku. W ramach tych testów sprawdzane są nie tylko preferencje osób z niepełnosprawnością wzroku, lecz także chociażby ich emocjonalne zaangażowanie w oglądany film. Wśród testowanych do tej pory rozwiązań były chociażby audiodeskrypcja obiektywna i subiektywna¹, tworzenie audiodeskrypcji do filmów zagranicznych i łączenie jej z wersją lektorską², audiodeskrypcja czytana przez syntezator mowy³ i przez lektora czytającego neutralnie lub z interpretacją aktorską⁴ oraz audiodeskrypcja

kreatywna, zwana też autorską – czyli taka, która używa soczystego języka, często zaczerpniętego z filmowego scenariusza⁵. To oczywiście nie jest pełna lista kierunków badawczych.

Jednym z ważniejszych zagadnień w badaniach nad audiodeskrypcją była kwestia tego, czy audiodeskrypcja powinna być obiektywna czy subiektywna. Wynikiem kilkuletniej debaty jest podejście oparte na strategiach. W skrócie mówiąc – subiektywizmu i obiektywizmu nie traktujemy jako binarnych opozycji, ale jako dwie krańcowe wartości skali, pomiędzy którymi znajdują się różne opcje, z których audiodeskrypcy mogą wybierać najlepsze rozwiązania w zależności od tego, co opisują⁶. Więcej na ten temat można przeczytać w darmowym podręczniku⁷ opracowanym w ramach projektu ADLAB⁸.

Dzięki projektom naukowym powstały też kursy i materiały szkoleniowe, na przykład nieodpłatny kurs audiodeskrypcji⁹ filmowej, teatralnej i muzealnej w ramach projektu ADLABPRO¹⁰ oraz kurs dla managerów dostępności sztuk scenicznych¹¹ w ramach projektu ACT¹². Wynikiem projektów naukowych są także aplikacje OpenArt oraz AudioMovie. Pierwsza z nich to aplikacja dostępnościowa dla muzeów, a druga dla kin.

O najnowszych trendach w dostępności, w teorii i praktyce, rozmawia się też regularnie na konferencjach, na które coraz częściej przyjeżdżają także praktycy i praktyczki, żeby dowiedzieć się czegoś nowego oraz żeby podzielić się swoimi doświadczeniami. Warto zainteresować się takimi konferencjami jak Advanced Research Seminar on Audio Description¹³ (która odbywa się co

dwa lata w Barcelonie) oraz Unlimited¹⁴, poświęcona dostępności wydarzeń na żywo. W Polsce co dwa lata organizowana jest konferencja Intermedia¹⁵ – poświęcona tłumaczeniu audiowizualnemu i dostępności. Konferencje to świetna okazja do wymiany doświadczeń i wzajemnej inspiracji.

Wiele publikacji o audiodeskrypcji ukazuje się w języku angielskim – można je odnaleźć na Media Accessibility Platform¹⁶, specjalnej stronie poświęconej badaniom nad dostępnością. Jest też sporo publikacji w języku polskim. Warto zajrzeć do książki *Audiodeskrypcja*¹⁷ autorstwa Agnieszki Chmiel i Iwony Mazur czy specjalnego numeru czasopisma „Przekładaniec”¹⁸, który w całości jest poświęcony audiodeskrypcji. Obie publikacje są dostępne nieodpłatnie online. Dla osób zainteresowanych audiodeskrypcją muzealną interesujące mogą okazać się książki *Audiodeskrypcja dzieł sztuki*¹⁹ oraz *Osoby z niepełnosprawnością i sztuka*²⁰, napisane przez badaczki z Uniwersytetu Łódzkiego. Zapraszam też na moją stronę, gdzie wkrótce ukaże się pełna lista publikacji o audiodeskrypcji w języku polskim: www.an-najankowska.pro, oraz do kontaktu z niezależną grupą ekspercką AKCES, która skupia naukowców-praktyków zajmujących się szeroko pojętą dostępnością.

Naukowcy/naukowczynie chętnie zajmują się problemami wskazanymi przez praktyków i praktyczki, dlatego warto jak najwięcej rozmawiać i kontaktować się ze sobą. Dzięki temu nauka nie jest tylko sztuką dla sztuki.

Przypisy

- 1 Zob. I. Mazur, A. Chmiel, *Audio Description Made to Measure: Reflections on Interpretation in AD based on the Pear Tree Project Data*, „Audiovisual Translation and Media Accessibility at the Crossroads. Media for All 3”, s. 173–188, Amsterdam-New York 2012.
- 2 Zob. A. Szarkowska, A. Jankowska, *Audio describing foreign films*, „The Journal of Specialised Translation” (23), 2015.
- 3 Zob. A. Szarkowska, *Text-to-speech audio description: towards wider availability of AD*, „The Journal of Specialised Translation” 2011; A. Walczak, L. Fryer, *Vocal delivery of audio description by genre: measuring users’ presence*, „Perspectives” 26(1), 2018, s. 69–83.
- 4 Zob. A. Jankowska, M. Kuniecki, J. Pilarczyk, K. Wołoszyn-Hohol, *Interpreted vs. non-interpreted voicing in audio description*, b.d.
- 5 Zob. A. Szarkowska, P. Wasylczyk. *Audiodeskrypcja autorska*, „Przekładaniec” 28, 2014, s. 48–62, dostępny pod adresem: <https://www.ejournals.eu/Przekladaniec/2014/Numer-28/> (dostęp 2.10.2020); A. Walczak, L. Fryer, *Creative description: The impact of audio description style on presence in visually impaired audiences*, „British Journal of Visual Impairment” 35(1), 2017, s. 6–17.
- 6 Zob. I. Mazur, A. Chmiel, dz. cyt.
- 7 <https://www.openstarts.units.it/handle/10077/11837>
- 8 <http://www.adlabproject.eu/home/>
- 9 <https://www.adlabpro.eu/coursematerials/>
- 10 <https://www.adlabpro.eu/>
- 11 <https://es.coursera.org/learn/accessibility-scenic-arts#enroll>
- 12 <https://pagines.uab.cat/act/>
- 13 <https://grupsderecerca.uab.cat/arsad/>
- 14 <http://www.opentoegankelijk.be/en/activities/unlimited-3-innovation-for-access-new-interactions>
- 15 <http://intermedia.edu.pl/index.php/pl/>
- 16 <https://mapaccess.uab.cat/index.php/accessometer>

- 17 A. Chmiel, I. Mazur, *Audiodeskrypcja*, Poznań 2014, dostępna pod adresem: https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/12861/1/Audiodeskrypcja_Chmiel_Mazur_2014.pdf (dostęp 2.10.2020).
- 18 „Przekładaniec” 28, 2014, dostępny pod adresem: <https://www.ejournals.eu/Przekladaniec/2014/Numer-28/> (dostęp 2.10.2020).
- 19 A. Pawłowska, J. Sowińska-Heim, *Audiodeskrypcja dzieł sztuki. Metody – problemy – przykłady*, Łódź 2016.
- 20 *Osoby z niepełnosprawnościami i sztuka. Udostępnianie – percepcja – integracja*, red. A. Pawłowska, A. Wendorff, J. Sowińska-Heim, Łódź 2019.

małopolski
instytut
kultury **mik**

INSTYTUCJA KULTURY
WOJEWÓDZTWA
MAŁOPOLSKIEGO

 MAŁOPOLSKA

Wydawca:

Małopolski Instytut Kultury w Krakowie

30-233 Kraków, ul. 28 Lipca 1943 17C

tel. 12 422 18 84, www.mik.krakow.pl

Dyrektorka: Joanna Orlik

Redaktorki prowadzące: Paulina Model, Paula Cupryan

Opieka merytoryczna: Tomasz Włodarski

Redakcja: Aleksandra Kleczka

Korekta: Natalia Biegańska

Opracowanie graficzne, skład: Kira Pietrek

Druk: Drukarnia Leyko

ISBN wydania online 978-83-61406-27-3

ISBN 978-83-61406-23-5

Publikacja nieprzeznaczona do sprzedaży, dostępna
na międzynarodowej licencji Creative Commons:

Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne –

Na tych samych warunkach 4.0 (CC BY-NC-SA 4.0).

Anna Jankowska – prezeska Fundacji Siódmy Zmysł i asystentka w Katedrze ds. Badań nad Przekładem i Komunikacją Międzykulturową UJ. W latach 2016–2020 badaczka na Uniwersytecie Autonomicznym w Barcelonie. Ekspertka ds. dostępności oraz tłumaczenia audiowizualnego. Autorka publikacji naukowych i popularnonaukowych z zakresu audiodeskrypcji i napisów dla niesłyszących; audiodeskrytorka i koordynatorka dostępności.

Kamila Mizeracka – prawniczka, ekspert w dziedzinie zamówień publicznych z kilkunastoletnim doświadczeniem. Współautorka komentarza do nowej ustawy Pzp oraz autorka książki *Zamówienia publiczne o wartości poniżej 130 tys. złotych*. Przeprowadziła setki postępowań. Systematycznie publikuje w periodykach merytorycznych. Występuje na konferencjach o tematyce prawniczej, wyklada i szkoli. Członek Zarządu Polskiego Stowarzyszenia Zamówień Publicznych.

Mariusz Trzeciakiewicz – założyciel i prezes Fundacji na rzecz Rozwoju Audiodeskrypcji KATARYNKA. Autor audiodeskrypcji i napisów do wielu filmów. Współtwórca pierwszego w internecie kina dla osób niewidomych i niesłyszących ADAPTER.pl. Koordynator działań audiodeskrypcyjnych do wydarzeń na żywo, m.in. Orange Warsaw Festival, Top Gear Live, Europejska Stolica Kultury. Współtwórca innowacyjnego systemu AudioMovie, służącego do udostępniania audiodeskrypcji w kinach i na pokazach festiwalowych.

Robert Więckowski – współtwórca Fundacji Kultury bez Barrier, badacz audiodeskrypcji i sposobów udostępniania tekstów kultury osobom z niepełnosprawnością sensoryczną, konsultant skryptów audiodeskrypcji przygotowywanych do filmów, spektakli teatralnych i dzieł sztuki plastycznej. Współautor zasad tworzenia audiodeskrypcji. Od 2011 roku prowadzi szkolenia z zakresu tworzenia audiodeskrypcji oraz obsługi widzów z niepełnosprawnością wzroku w instytucjach kultury.

Ta książeczka ma ułatwić instytucjom kultury i instytucjom publicznym zamówienie dobrej audiodeskrypcji. Nazywamy kryteria jakościowe, przede wszystkim jednak zwracamy uwagę na konieczność planowania i konsultowania przedmiotu zamówienia. Dobre zamówienie publiczne nie może być realizowane w oderwaniu od potrzeb osób, dla których przeznaczony jest jego przedmiot. Tego typu konsultacje i gotowość do uczenia się to elementy procesu zmiany instytucji kultury w miejsce otwarte i dostępne dla każdego.

ISBN wydania online 978-83-61406-27-3

ISBN 978-83-61406-23-5