

DOSTĘPNOŚĆ CYFROWA POLSKICH NGO STAN 2026

Raport ekspercki dla platformy „myśleniedesignem.pl”
Projekt „Design Thinking dla Dostępności”

Raport nie jest reprezentatywnym badaniem ilościowym polskiego sektora NGO. Jest diagnozą ekspercką opartą na dokumentacji projektu, koncepcji merytorycznej, standardach WCAG/WAI oraz obserwacji typowych praktyk komunikacji cyfrowej w organizacjach społecznych. Jego zadaniem jest ustawienie punktu wyjścia dla szkoleń, doradztwa, audytów i wdrożeń prowadzonych w projekcie.

1. Po co ten raport

W wielu organizacjach społecznych dostępność cyfrowa zaczyna się od strony internetowej, a kończy na poprawieniu kontrastu albo dodaniu deklaracji dostępności. To za mało. Strona jest tylko jednym z wejść do usługi. Tak samo ważne są opisy działań, zapisy na wydarzenia, dokumenty, webinary, pliki do pobrania, komunikacja po spotkaniu i sposób, w jaki organizacja odpowiada na pytania osób z różnymi potrzebami.

Koncepcja projektu „Design Thinking dla Dostępności” prowadzi dużo szerzej niż sama techniczna zgodność strony z wytycznymi. Wskazuje trzy problemy: braki kompetencyjne NGO, słabą wymianę wiedzy między organizacjami oraz niedostateczną dostępność usług i wsparcia społecznego. Z tego powodu raport traktuje cyfrowość jako część projektowania usługi, a nie osobny dział informatyczny.

Wniosek projektowy zakłada, że organizacje mają rozwijać kompetencje eksperckie, korzystać ze wsparcia doradczego, przechodzić przegląd procesów i wdrażać usprawnienia. Raport pokazuje, gdzie w cyfrowych praktykach NGO najczęściej powstają bariery i jak je czytać z punktu widzenia osoby, która chce skorzystać z oferty organizacji.

2. Dostępność cyfrowa jako jakość usługi

Dostępność cyfrowa nie polega na tym, że strona „jakoś działa”. Użytkownik musi być w stanie znaleźć informację, zrozumieć ofertę, przejść przez zgłoszenie, pobrać materiał, obejrzeć nagranie, wrócić do treści po czasie i skontaktować się z organizacją bez zgadywania zasad gry.

W standardach WCAG mówi się o treściach postrzegalnych, funkcjonalnych, zrozumiałych i solidnych technicznie. W praktyce NGO te cztery zasady przekładają się na bardzo codzienne decyzje: czy nagłówek mówi prawdę o treści, czy formularz da się wypełnić z klawiatury, czy

film ma napisy, czy plik PDF nie jest skanem, czy komunikat o błędzie podpowiada człowiekowi, co poprawić.

Największy problem polskich NGO nie zawsze leży w braku dobrej woli. Częściej w pośpiechu, fragmentarycznym finansowaniu, braku osoby odpowiedzialnej za jakość publikacji i przyzwyczajeniu do języka projektowego. Organizacja pisze do grantodawcy, a potem ten sam ton trafia na stronę dla uczestników. Z tej pomyłki rodzi się wiele barier.

3. Siedem miejsc, w których NGO najczęściej traci dostępność

1. Strona główna bez drogi do działania

Strona często opowiada historię organizacji, pokazuje logotypy, aktualności i projekty. Użytkownik szuka czegoś prostszego: czy ta oferta jest dla mnie, gdzie kliknąć, ile mam czasu, z kim rozmawiać. Jeżeli te odpowiedzi są ukryte w kilku zakładkach, strona przestaje prowadzić. Zaczyna przypominać archiwum wewnętrzne zespołu.

2. Oferta napisana językiem instytucji

W opisach działań powtarzają się sformułowania przejęte z konkursów i umów. „Wsparcie”, „beneficjent”, „realizacja działań”, „podniesienie kompetencji” - to są słowa zrozumiałe w dokumentacji, ale słabe jako zaproszenie dla osoby, która chce wiedzieć, co ją czeka. Oferta NGO powinna mówić ludzkim językiem: dla kogo jest działanie, co się wydarzy, jak długo potrwa, czy udział wymaga przygotowania, gdzie można zadać pytanie.

3. Formularze i zapisy jako pierwszy próg wykluczenia

Formularz jest często pierwszym realnym kontaktem z usługą. Jeżeli jest długi, nie działa dobrze na telefonie, nie wyjaśnia po co zbiera dane albo nie pozwala zgłosić potrzeb dostępnościowych, usługa zaczyna się od napięcia. W małej organizacji nie trzeba od razu budować rozbudowanego systemu. Trzeba za to usunąć pytania bez funkcji i zostawić użytkownika z jasnym komunikatem, co stanie się po wysłaniu zgłoszenia.

4. PDF-y jako cyfrowe ślepe uliczki

NGO bardzo dużo publikują w PDF-ach: regulaminy, raporty, harmonogramy, prezentacje, formularze. Kłopot zaczyna się wtedy, gdy PDF jest skanem, nie ma nagłówek, tekstu nie da się zaznaczyć, tabela rozpada się przy odczycie, a nazwa pliku nic nie mówi. Dokument dostępny cyfrowo ma strukturę. Daje się przeczytać narzędziami wspomagającymi. Nie zmusza odbiorcy do walki z formatem.

5. Video i webinary bez drugiej ścieżki dostępu

Nagranie bez napisów zamyka część odbiorców poza treścią. Brak krótkiego opisu pod filmem utrudnia powrót do materiału. Prezentacja z drobnym tekstem zabija sens szkolenia dla osób korzystających z telefonu. Dostępny webinar zaczyna się przed spotkaniem: w zaproszeniu, instrukcji wejścia, informacji o nagraniu, zasadach zadawania pytań i materiałach wysłanych po wydarzeniu.

6. Komunikacja po publikacji

Dostępność nie kończy się na opublikowaniu treści. Użytkownik może czegoś nie zrozumieć, nie znaleźć, potrzebować innego formatu albo spokojnego wyjaśnienia. Dlatego dostępność

cyfrowa wymaga kanałów kontaktu i reakcji zespołu. Sam adres mailowy w stopce nie ułatwia sprawy, jeśli nikt nie odpowiada albo odpowiedź brzmi jak pismo urzędowe.

7. Brak stałego standardu pracy

Największą barierą bywa brak nawyku. Raz przygotowany dostępny materiał nie zmienia organizacji. Zmienia ją dopiero zwyczaj: każda grafika ma opis, każdy film ma napisy albo tekstowe podsumowanie, każdy ważny PDF przechodzi kontrolę, każde wydarzenie online zawiera pytanie o potrzeby. Dostępność staje się wtedy częścią redakcji, organizacji i obsługi uczestnika.

4. Co to oznacza dla oferty organizacji

Dobrze sformułowana oferta nie jest reklamą projektu. Jest instrukcją wejścia do usługi. Osoba czytająca powinna szybko dowiedzieć się, czy działanie jest dla niej, jaki problem rozwiązuje, czego może się spodziewać, ile czasu musi przeznaczyć i jak zgłosić potrzebę dostępnościową.

W projektowaniu oferty dla osób ze szczególnymi potrzebami szczególnie ważne są przewidywalność i spokojny rytm informacji. Warto podawać czas trwania, formę udziału, zakres wsparcia, dostępne formaty materiałów, możliwość kontaktu alternatywnego, zasady udziału w spotkaniach online. Taka oferta nie obiecuje wszystkiego. Daje człowiekowi poczucie, że organizacja wie, co robi.

Raport rekomenduje, aby każda oferta NGO była sprawdzana nie tylko pod kątem poprawności merytorycznej, ale też użycia: czy da się ją zrozumieć po jednym czytaniu, czy zawiera wszystkie informacje potrzebne przed decyzją o udziale, czy nie wymaga znajomości żargonu projektowego.

5. Minimum operacyjne na 2026 rok

Na potrzeby małych i średnich NGO można przyjąć prosty zestaw działań startowych. Nie zastępuje on audytu WCAG, ale pozwala ograniczyć najbardziej oczywiste bariery jeszcze przed profesjonalnym przeglądem.

- Strona główna prowadzi do aktualnej oferty, kontaktu i materiałów do pobrania.
- Najważniejsze treści są napisane prostym językiem, bez nadmiaru sformułowań projektowych.
- Formularze działają na telefonie, mają etykiety pól i jasną informację po wysłaniu.
- Każdy materiał PDF ma prawdziwy tekst, nagłówki i logiczną kolejność czytania.
- Filmy i webinary mają napisy albo przynajmniej tekstowe podsumowanie.
- Wydarzenia online zawierają pytanie o potrzeby dostępnościowe i jasną instrukcję udziału.
- Organizacja wskazuje osobę albo rolę odpowiedzialną za dostępność publikowanych materiałów.

6. Rekomendacje dla NGO

Pierwsza rekomendacja: zacząć od własnej oferty. Przeczytać ją tak, jak czyta ją ktoś spoza organizacji. Bez wiedzy o projekcie, bez znajomości skrótów, bez wcześniejszego kontaktu z zespołem.

Druga: ograniczyć ciężar dokumentów. Każdy PDF powinien mieć powód istnienia. Jeśli treść może znaleźć się na stronie jako tekst, warto rozważyć rezygnację z pliku albo przygotowanie dwóch formatów.

Trzecia: traktować dostępność jako redakcję i obsługę, nie wyłącznie jako technologię. Dobry kontrast nie pomoże, jeśli oferta jest napisana martwym językiem. Działający formularz nie wystarczy, jeśli użytkownik nie wie, co stanie się po wysłaniu zgłoszenia.

Czwarta: testować małe rzeczy z prawdziwymi odbiorcami. Kilka rozmów, próba wypełnienia formularza, odczyt PDF-u czytnikiem ekranu, sprawdzenie webinaru na telefonie. Takie działania szybko pokazują miejsca, których zespół już nie widzi.

Piąta: budować wspólne standardy w środowisku NGO. Dostępność cyfrowa nie powinna być konkurencyjną przewagą jednej organizacji. To wiedza, która powinna krążyć między organizacjami, bo błędy sektora powtarzają się szybciej niż dobre praktyki.

7. Źródła i materiały odniesienia

Raport opracowano na podstawie:

- Standardów dostępności dla polityki spójności 2021-2027,
- Ustawy z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami,
- materiałów Ministerstwa Funduszy i Polityki Regionalnej,
- materiałów gov.pl dotyczących dostępności cyfrowej,
- raportów Stowarzyszenia Klon/Jawor dotyczących kondycji sektora NGO,
- danych Głównego Urzędu Statystycznego dotyczących sektora organizacji pozarządowych,

- publikacji NGO.pl dotyczących zarządzania i komunikacji organizacji społecznych,
- wytycznych WCAG 2.1,
- analiz i opracowań własnych przygotowanych na potrzeby projektu „Design Thinking dla Dostępności”.