

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
ТА МУЗЕЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
Кафедра туристичного бізнесу

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

АДАПТАЦІЯ ЕКСКУРСІЙНОГО ПРОДУКТУ ДО ПОТРЕБ НЕЗРЯЧИХ ТА СЛАБКООРИХ ЕКСКУРСАНТІВ

здобувача вищої освіти
другого (магістерського) рівня
зі спеціальності 242 Туризм
освітньо-професійної програми «Туризмознавство»

ЯРІКО МИРОСЛАВИ ОЛЕКСІЇВНИ

Завідувачка кафедри туристичного
бізнесу ХДАК, доктор культурології,
доцент

**БОЖКО
ЛЮБОВ
ДМИТРІВНА**

Науковий керівник:
кандидат пед. наук, доцент

**РЕДІНА
ВАЛЕНТИНА
АНДРІЇВНА**

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ	11
1.1. Дискурсивна специфіка терміновикористання: аналіз джерел та літератури.....	11
1.2. Нормативно-правове регулювання соціокультурної інклюзії.....	20
РОЗДІЛ 2. УНІВЕРСАЛЬНИЙ ДИЗАЙН У КОНТЕКСТІ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	27
2.1. Парадигми сприйняття інвалідності.	27
2.2. Застосування принципів універсального дизайну в екскурсійній діяльності.	31
2.3. Технічні засоби адаптації простору до потреб незрячих та слабкозорих екскурсантів.	38
РОЗДІЛ 3. КОМУНІКАЦІЙНА СКЛАДОВА ТА ЕКЗИСТЕНЦІЙНЕ НАПОВНЕННЯ СУЧАСНОГО ЕКСКУРСІЙНОГО ПРОДУКТУ	44
3.1. Особливості культури обслуговування незрячих та слабкозорих екскурсантів.	44
3.2. Екзистенційне наповнення екскурсії відповідно до потреб цільової аудиторії.	50
ВИСНОВКИ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	62

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена зростанням в українському суспільстві рівня усвідомлення відповідальності за створення безбар'єрного середовища. Практично у кожній сфері діяльності починаються розмови про інклюзію, а подекуди вже йдеться про реалізацію конкретних проєктів трансформації середовища. Екскурсійна діяльність не є винятком – декілька музеїв України адаптовано до потреб людей з інвалідностями, в інших робота тільки розпочалася. Проте нажаль досить часто йдеться про нерозуміння сутності терміну «інклюзія», внаслідок чого «інклюзивний турпродукт» чи «інклюзивна екскурсія» насправді стають не засобом включення маргіналізованих груп населення до соціокультурного простору, а тимчасовим розширенням «гетто» шляхом разових заходів та акцій. Друга тенденція – удосконалення наявного продукту до сприйняття конкретними групами людей з інвалідністю або ж створення принципово нового продукту. Власне, йдеться про нормальну маркетингову діяльність. Прикладів реалізації першого та другого підходів у просторі екскурсійного обслуговування є досить багато. Натомість є сенс звернути увагу на третій варіант – адаптація наявного екскурсійного продукту до вимог сучасності. «Зробити екскурсію для незрячих легко – треба зробити її цікавою» (Дм. Крупка). Приклад успішних рішень створення інклюзивного простору показує, що рецепт успіху створюється поєднанням трьох компонентів: поєднання цікавого матеріалу, поданого у відповідній формі, з високим рівнем культури обслуговування у доступному просторі. Причому, останній елемент не є найголовнішим. Неможливо створити справжній безбар'єрний простір не маючи досвіду комунікації з цільовою аудиторією і не бажаючи створити щось саме для цієї аудиторії, а не «інклюзивну абстракцію». Тож окрім створення екскурсій під цільові групи осіб з інвалідністю, варто звернути увагу на можливість створення та впровадження інноваційних екскурсійних форматів, в основні яких має бути закладено поліваріантність

(можливість вільного використання різними цільовими аудиторіями). Позитивні приклади реалізації такого підходу до створення екскурсій вже є як у світі, так і в Україні, і практика показує, що розроблені таким чином екскурсії є цікавими і зрячим, і незрячим відвідувачам рівною мірою. Проте наукових досліджень на цю тему поки що бракує.

Мета і завдання дослідження. Мета дослідження – розробка принципів адаптації екскурсійного продукту до потреб незрячих та слабкозорих екскурсантів відповідно концепції універсального дизайну.

.Для досягнення поставленої мети були сформульовані дослідницькі завдання:

- описати правильні та помилкові приклади використання термінів, які використовуються на позначення інклюзії;
- проаналізувати нормативно-законодавчу базу, яка в Україні регулює розвиток суспільства у напрямку інклюзії;
- навести основні ментальні моделі сприйняття інвалідності та показати їх вплив на включення людей з інвалідністю у соціокультурний простір України;
- накреслити шляхи, якими принципи універсального дизайну можуть бути застосованими до екскурсійного обслуговування;
- розглянути основні помилки обслуговування незрячих та слабкозорих екскурсантів;
- надати перелік правил, які лежать в основі культури обслуговування незрячих та слабкозорих відвідувачів;
- показати яким чином впровадження екзистенційної складової може допомогти у створенні екскурсії відповідно до потреб сучасності;
- розглянути сучасні технічні засоби адаптації приміщень, експозиції та експонатів відповідно до потреб незрячих та слабкозорих відвідувачів.

Об'єктом дослідження є інклюзія в екскурсійному обслуговуванні.

Предметом дослідження є адаптація екскурсійного продукту до потреб незрячих та слабкозорих екскурсантів.

Методи дослідження. Методологія магістерської роботи є комплексною. У роботі акцентовано насамперед філософський, культурологічний та психологічний виміри туризмології. Дослідження базується на системному підході – у центрі уваги не інвалідність чи специфіка адаптації суспільства до інвалідності, але таке обґрунтування соціальної норми, за якої інклюзія є універсальною властивістю здорового суспільства. У свою чергу цей підхід включає в себе аксіологічний необхідність трансформації суспільства у напрямку інклюзії вкорінена саме в цінностях, а не являє собою питання відповідності нормам закону чи критеріям сучасного розвитку суспільства. Людина є цінністю саме тому, що вона є людиною, а не тому, що чимось володіє, щось має, щось вміє) та діяльний підхід – оскільки культура є процесом творчої діяльності, у ході якого відбувається збагачення суспільства та людини, то трансформації культурного простору у напрямку інклюзії також має бути результатом творчої діяльності людини.

Емпіричне дослідження інклюзії в екскурсійній діяльності було розпочато із спостереження за гідами та незрячими під час екскурсій, яке показало ряд наявних проблем і визначило напрямок дослідження. Після завершення карантину, викликаного пандемією COVID-19, по результатах дослідження планується проведення ряду експериментів. З емпіричних методів було використано наступні: опис, класифікація, спостереження та інтерв'ю (з представниками цільової групи). Варто також виокремити метод дискурс-аналізу, оскільки для українського суспільства наразі нема однієї моделі сприйняття інвалідності та не створено одного дискурсу мовлення про інвалідність, тож при аналізі джерел необхідно визначати, у межах яких дискурсів вони створені.

На теоретичному рівні дослідження використано такі традиційні методи пізнання як аналіз та синтез (у ході пізнання процесів

соціокультурних трансформацій у напрямку інклюзії, аналізу наявного стану екскурсійного обслуговування незрячих та слабкозорих відвідувачів та стану інфраструктури). Метод індукції було застосовано у ході дослідження успішних практик трансформації музейного екскурсійного простору задля розробки системи методів, які дозволяють успішно вирішити задачу адаптації екскурсій для потреб незрячих та слабкозорих екскурсантів. За допомогою дедукції було з'ясовано яким чином загальнокультурні стереотипи сприйняття інвалідності (взагалі) та сліпоти (зокрема) відбиваються на екскурсійному обслуговуванні. Задля накреслення загальних тенденцій впровадження інклюзії в музейне середовище було використано метод абстрагування, а за допомогою узагальнення було складене уявлення про основні проблеми розвитку інклюзивного музейного середовища, а також – проблеми, з якими зустрічаються незрячі під час екскурсій та основні шляхи, за допомогою яких ці проблеми має бути вирішено.

Серед конкретно-наукових методів дослідження виокремимо діахронічний (що дозволило розглянути процес трансформації суспільства у напрямку інклюзії у хронологічній послідовності) та синхронічний (що дозволило показати відмінності у становленні культури обслуговування незрячих та слабкозорих екскурсантів в різних регіонах України), компаративний метод дозволив проаналізувати особливості трансформації екскурсійного простору відповідно до принципів інклюзії у різних країнах.

Три основні парадигми, на яких базується дослідження – філософія та практика універсального дизайну, філософія та практика екзистенційної психології, філософія та практика маркетингу-мікс. Поєднання цих парадигм, сформованих різними типами світогляду та впроваджуваних у різних площинах людської діяльності, дозволяє по-новому поглянути на питання створення сучасного екскурсійного продукту, орієнтованого на незрячих та слабкозорих екскурсантів, але також, водночас, не лише на них. Сутність філософії універсального дизайну – все, що робиться для людей, має бути зручним для всіх. На практиці це призводить до адаптації інфраструктури та

соціального простору взагалі, а не створення унікальних гетто чи ексклюзивного «продукту для інвалідів». Сутність філософії В. Франкла (одного з провідних філософів, психологів та психіатрів 20 ст.) полягає на тому, що людина у своєму житті прагне віднайти сенс буття, сенс тієї чи іншої дії, події та ін. Тому коли говоримо про розробку екскурсії, насамперед маємо визначитись з тим, для чого ми її робимо, що хочемо змінити у світі, який сенс вона має для нас, розробників, та для екскурсантів. Очевидно, що при такому підході питання адаптації до фізичних потреб цільової аудиторії стає вторинним. Сутність філософії Ж. Ваньє (засновника руху Лярш, піонера включення в соціальний простір людей з особливостями інтелектуального та психічного розвитку) – люди не діляться на нижчих та вищих, повноцінних та неповноцінних, у спільноті кожен щось дає і щось приймає, відбувається взаємне обдаровування. Виходячи з цього, коли працюємо над створенням екскурсії для незрячих та слабкозорих екскурсантів, маємо вийти за межі благодійницької діяльності. Йдеться про створення простору для діалогу та зустрічі, основний мотив якої – не «зустріч з людьми, які не можуть бачити», а «зустріч з людьми, які пізнають світ інакше». І формат екскурсії має передбачати створення простору для зустрічі цих різних способів пізнання світу.

Зрештою, якщо уважно поглянемо на концепцію маркетингу-мікс, то очевидно, що для повноцінного функціонування на ринку екскурсійних послуг музеям часто не вистачає усвідомлення того, яким має бути товар (експозиція чи екскурсія), з якою цільовою аудиторією працює музей, як розширити цільову аудиторію, які інформаційні канали та формати реклами використовувати, якою може бути ринкова ціна їх продукту, чим визначається якість продукту, якими компетентностями мають володіти співробітники для створення сучасного продукту, у тому числі – як адаптувати продукт для незрячих та слабкозорих екскурсантів та ін.

Теоретичну основу дослідження становлять роботи В. Франкла, Ж. Ваньє, Р. Мейса, О. Ясеновської та ін. В основному дослідження

ґрунтується на аналізі екскурсійних проєктів, варіантів рішень організації музейного простору та екскурсійного обслуговування, реалізованих відповідно до філософії універсального дизайну, тож основними джерелами дослідження є звіти з проєктів, інтерв'ю з представниками цільової аудиторії, спостереження за практикою проведення екскурсій, публікації ЗМІ, консультативна інформація для представників музеїв та незрячих відвідувачів, зібрана на сайтах та ін. Особливу увагу було приділено аналізу нормативно-законодавчої бази, проте, оскільки в Україні, нажаль, не йдеться про відповідність їй реаліям, аналіз мав характер суто теоретичний. Серед наукових статей, присвячених темам інклюзії, можна виокремити доробок І. Резніченко, В. Пісняк, Г. Рудик, А. Садовської, Й. Папінської-Касперек та ін. Серед робіт, які лежать на перетині практики організації екскурсій для незрячих та слабкозорих екскурсантів – доробок О. Свет, О. Ясеновської, О. Зіненко та ін. Загалом, нажаль, попри значну кількість публікацій, присвячених інклюзії взагалі, в українській туризмології важко віднайти такі, які стосуються суто практичних аспектів розробки та організації екскурсій та описів реальних проєктів. Дещо іншою ситуація є у зарубіжному науковому просторі, оскільки трансформація суспільства у напрямку інклюзії почалася там набагато раніше. Про це детальніше – у підрозділі 1.1.

Серед провідних музеїв України, які адаптували, адаптують або активно працюють у напрямку адаптації своїх експозицій для сприйняття незрячими та слабкозорими екскурсантами: Національний музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків, Літературно-меморіальний будинок-музей Тараса Шевченка “Хата на Пріорці”, Національний музей Голодомору-геноциду, Педагогічний музей України, Харківський художній музей, Музей популярної науки і техніки “Експериментаніум”, “Третя після опівночі”, Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішні та ін. Загалом, більше деталей, присвячених практичним аспектам впровадження інклюзії в музейне середовище, можна побачити на сайтах цих музеїв та у

матеріалах, виданих по результатах проведених ними подій, аніж у наукових публікаціях з даної тематики.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що:

- вперше в українській туризмології йдеться про аналіз впровадження принципів універсального дизайну до організації екскурсійної діяльності;
- зроблено диференціацію між поняттями «інклюзивний екскурсійний продукт» та «ексклюзивний екскурсійний продукт»;
- запропоновано застосування теорії поколінь до організації екскурсійної діяльності;
- показано значення екзистенційної складової екскурсії;
- проаналізовано сучасні технологічні засоби, які удосконалюють музейний простір та експозицію;
- доведено, що адаптація екскурсійного матеріалу до потреб незрячих та слабкозорих екскурсантів полягає передусім на удосконаленні формату та змісту екскурсії, а вже у другу чергу – удосконаленні інфраструктури.

Практичне значення одержаних результатів. У теоретичному аспекті результати магістерської роботи сприятимуть подальшому поглибленому дослідженню інклюзії в туристичному обслуговуванні. Зібрані в роботі матеріали можуть бути використані у *прикладній площині* при розробці екскурсійного продукту, орієнтованого на незрячих та слабкозорих екскурсантів, проведенні майстер-класів з основ культури комунікації, удосконаленні туристичної інфраструктури, також – для розробки, вдосконалення та викладання таких дисциплін, як «Менеджмент в туризмі», «Організація екскурсійної діяльності», «Екскурсологія», «Спеціалізований туризм» та ін.

Апробація результатів. Основні положення і висновки магістерської роботи було апробовано на міжнародних наукових конференціях: «Сучасні підходи до формування професійної самосвідомості фахівців соціальної

сфери в умовах реалізації гендерної політики в Україні» (Харків, 2017), «Туристичний бізнес та екзистенційний пошук особистості» (Харків, 2019), «Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку» (Умань, 2020), «Культурологія та соціальні комунікації : інноваційні стратегії розвитку» (Харків, 2020).

Публікації. Основні ідеї і положення кваліфікаційної роботи викладені у десяти наукових публікаціях, три з яких опубліковано у провідних фахових наукових виданнях, затверджених ВАК України.

Структура кваліфікаційної роботи зумовлена потребами досягнення мети та реалізації завдань дослідження. Робота складається зі вступу, трьох розділів, семи підрозділів, висновків та списку використаної літератури. Загальний обсяг роботи становить 72 сторінки. Список використаних джерел містить 103 найменування (з них – 56 іноземними мовами).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Дискурсивна специфіка терміновикористання: аналіз джерел та літератури.

Інклюзія на сьогодні – провідний принцип організації сучасного суспільства, щоправда, у більшості випадків йдеться радше про бажаний рівень розвитку, аніж про вже наявну реальність. Оскільки для України йдеться про паралельне становлення нормативної бази, трансформацію інфраструктури, перебудову соціального простору та наукових досліджень теми, то можна відмінити певну плутанину у термінах, які використовуються.

Найточнішим є терміновикористання у представників громадських організацій, які спеціалізуються на впровадженні соціальних проєктів.

«Інклюзія – це процес включення людей з інвалідністю в активне громадське життя. Для цього створюються умови, в яких всі члени суспільства можуть бути на рівних: міське середовище адаптується під потреби людей з особливостями розвитку, коригується освітня система з урахуванням здібностей різних дітей, людям з інвалідністю надаються можливості для творчого та інтелектуального розвитку» [19]. Можна побачити чіткий акцент на особі, а не на «відхиленнях від норми», адаптації середовища у напрямку включення всіх членів суспільства, а не створення окремого «інклюзивного простору», створюваного паралельно простору «нормальних людей». Ця ж філософія акценту на особі призвела до заміни терміну «сліпий» на «незрячий». «Щодо людей з порушеннями зору, прийнято говорити "незрячий", але не "сліпий". Слово "сліпий", як і "глухий" має негативну конотацію. Воно допустиме, але звучить не дуже приємно, тому краще від нього відмовитися на користь більш коректних формулювань» [там само].

Сучасні вітчизняні наукові дослідження та публікації у ЗМІ, присвячені темі впровадження інклюзії в екскурсійну діяльність, можна умовно розділити на дві групи: одні автори пишуть про «інклюзивні екскурсії», а другі – про «створення інклюзивного простору».

Перший термін по суті є пережитком радянської дійсності, відзначеною сепарацією осіб з інвалідністю в окремий простір. Якщо суть терміну «інклюзія» – включення, то, нажаль, більшість новин та публікацій, в яких використовується термін «інклюзивна екскурсія» чи «інклюзивний туризм», показує принципово інше значення – специфічний продукт, орієнтований на певну цільову аудиторію. Іншими словами – йдеться не про включення до загального екскурсійного простору осіб з інвалідністю, але про створення спеціального (ексклюзивного) екскурсійного продукту для особливої аудиторії, або ж, інакше, термін по суті стає політкоректним замінником терміну «екскурсія для інвалідів». У такого підходу є свої позитивні сторони – потреби людей з інвалідністю таким чином висвітлюються у соціальному просторі, стають видимими для інших, цікавлять вже не лише дотичних до теми інвалідності людей. Виникає тема соціальної відповідальності за успішне вирішення цих питань. Так, якщо раніше туристичний продукт зводився до реабілітації, а екскурсійний був практично відсутнім, то наразі мова вже йде про створення особливого туристичного (чи екскурсійного) продукту. Певною мірою це прогрес. Проте такий стан речей не можна вважати втіленням принципів інклюзії, оскільки найчастіше йдеться про штучно створені ситуації та спорадичні акції.

Текстів з таким використанням терміну досить багато, виокремимо лише декілька. Мабуть, один з найочевидніших прикладів публікацій ЗМІ, є «Уперше: Волинянин із синдромом Дауна проводить авторські екскурсії в музеї» [46]. У статті термін «інклюзивна екскурсія» вжито для опису екскурсії, розробленої та проведеної чоловіком з синдромом Дауна. Тобто, йдеться про приклад впровадження принципу інклюзії в суспільстві, а не адаптацію продукту. Чи робить це екскурсію інклюзивною? Питання

відкрите, тому що не зрозуміло, наскільки проведена екскурсія є адаптованою до сприйняття екскурсантами з інвалідністю.

Новина «Інклюзивна екскурсія для особливих дітей» [17] – описується екскурсія центром міста для «25 дітлахів разом із батьками». Тобто йдеться про групу мінімум з 50 осіб, виходячи з сюжету – йшлося про наявність у групі дітей з особливими потребами, але не про адаптованість матеріалу та формату. Приклад реалізації разового проєкту без ґрунтовного знайомства з темою (в екскурсії, адаптованій до потреб дітей з інвалідністю по нормам має бути не більше 10 осіб) [там само].

Подібним чином описано проєкти, реалізовані на базі Харківського художнього музею. Досить багато новин (і в текстовому, і в відео-форматі) присвячено розробленим аудіогідам та проведеним презентаційним екскурсіям, але саме питання постійної доступності експозиції не висвітлюється, також хоча аудіогіди наявні в музеї і зараз, сама можливість тактильного огляду наявних у доступі експонатів є не для всіх і лише за домовленістю. Так, Світлана Охович, координаторка проєкту описує цю роботу наступним чином: «Однією з умов для створення інклюзивних аудіогідів було те, щоб під час екскурсії можна було якимось чином «дивитися на доторк» скульптуру і музей тут пішов назустріч, в них була ідея з рукавичками, іноді вони дозволяють без рукавичок дійсно торкатися пізнавати на дотик саме для інклюзивних груп» [43, 44]. Хоча проєкт безсумнівно корисний і безумовно саме про створення інклюзивного простору, його висвітлення у ЗМІ – у площині створення особливого гетто для незрячих – використання термінів «інклюзивна екскурсія», «інклюзивна група», інформаційний привід – «Міжнародний день людей з інвалідністю» [44]. Проте, загалом, аудіогіди в музеї залишаються, тож можливість їх прослухати є (за умови, що відвідувач знає про їх наявність) існує завжди, тож реальний крок до становлення інклюзивного простору створено.

Подібна тенденція – у туристичних проєктах Умані. Хоча йдеться про ручне керування – подорож «без бар'єрів» створено не на постійній основі, а

як разову розробку, проте з огляду на демонстрацію можливості такого варіанту розвитку туристичного простору подія позитивна. Паралелі можемо побачити у статті І. Резніченко, В. Пісняк: стаття є відображенням тенденцій використання терміну в українській педагогіці, тож термін «інклюзивний» стосується не загальнокультурного соціального простору, а реабілітаційного туристичного формату, розробленого для дітей з особливими потребами: «інклюзивний туризм для дітей з особливими освітніми потребами – це сучасний вид туризму, який виступає як потужний засіб активної соціалізації та реабілітації, дозволяючи включити в туристичну діяльність будь-яку дитину, незалежно від її фізичних можливостей» [38, с. 122]. Іншими словами – йдеться про створення окремого туристичного простору (а у його межах – організації особливих форматів екскурсійної діяльності). Водночас, сама описана у статті практика організації туристичної подорожі та супутньої діяльності являє собою приклад втілення принципів інклюзії [38, с. 124-125]. Наявні певні розходження між теорією та практикою.

Подібне можемо відмітити у наступних прикладах. Так, у статті «Навчальний семінар для музейників «Інклюзивна екскурсія» [29] міститься опис заходу по залученню до музеїв людей з інтелектуальними порушеннями та специфіку роботи з цією цільовою аудиторією. Тобто, йдеться про розробку специфічного екскурсійного продукту. Натомість, якби йшлося про інклюзивну екскурсію – акцентувалися б моменти включення людей з інтелектуальними порушеннями до загальної екскурсійної групи. І то є задача, яка дещо складніша за рівнем. Тому що для створення продукту, орієнтованого на осіб з інтелектуальними порушеннями, маємо адаптувати текст та формат екскурсії, надати екскурсоводам базові знання щодо специфіки комунікації з цільовою аудиторією, адаптувати формат екскурсії та ін. Це складна задача, але вона успішно вирішується музейними робітниками. Натомість, для варіанту включення осіб з інтелектуальними порушеннями до груп екскурсантів, маємо ще удосконалити екскурсію таким чином, щоб задовольнити всіх учасників. І то набагато складніше. І задачі є

досить різними. Коли ж ми їх об'єднуємо одним терміном, то йдеться про певну термінологічну підміну. Очевидно, що таке навчання є, і це очевидно, цікавим, потрібним, доцільним. Але маємо і визначити його як «Екскурсія, орієнтована на людей з інтелектуальними порушеннями», а не загальними терміном «інклюзивна екскурсія».

Зворотню ситуацію можемо побачити у Полтаві – йдеться про семінар «Створення інклюзивного музейного середовища» [42]. Де термін «інклюзивна екскурсія» не використовується, але йдеться про практики інклюзії, створення інклюзивного середовища та ін.

Цікавим прикладом використання всіх можливих пострадянських кліше та штампів є стаття М. Поколодної, С. Корнєєвої, Д. Коваленко. Вище вже згадувалось, що з огляду на етику, наразі вважається недоцільним використання термінів «інвалід», «люди з обмеженими можливостями», проте автори статті ігнорують ці правила: «екскурсовод повинен розуміти, що робота з інвалідами вимагає володіння екскурсійними методами, адаптованими до конкретної аудиторії. Зрозуміло, є загальні вимоги до екскурсійного обслуговування інвалідів, але значно більше факторів зобов'язує диференційовано підходити до планування і проведення екскурсійних заходів» [34, с. 212], або ж далі: «З урахуванням характеру різних обмежень життєдіяльності екскурсантів, для обслуговування кожної групи необхідно використовувати спеціалізовані методи і техніку проведення екскурсій» [там само]. І у подальшому перебігу статті йдеться про акцентування обмежень, які накладає на людину інвалідність, та про поверхневий опис проблем та рішень, які виникають при появі групи екскурсантів з інвалідністю у музейному середовищі. Насправді ж, коли говоримо про інклюзію, то так, звичайно, мова може йти про специфічний екскурсійний продукт, але логіка саме в тому, що відвідування музею не має супроводжуватись необхідністю збирати групу, сортовану за вадами. Мова має йти не про обмеження, мова має йти про можливості, про специфіку

сприйняття, про адаптацію показу та оповіді до наявних потреб з урахуванням наявних можливостей.

Загалом намічається цікава тенденція – про правильне терміновикористання йдеться там, де музейні робітники (у співпраці з цільовою аудиторією та громадськими організаціями) справді намагаються адаптувати екскурсійний продукт до наявних потреб. Йдеться саме про системну роботу, а не спорадичні акції.

Так, у Національному музеї Тараса Шевченка багато років функціонує програма «Музеї без бар'єрів: від теорії до практики». І якщо у 2016 році мова йшла про неможливість адаптації простору і про зосередженість на роботі з психологічними бар'єрами, то наразі можна говорити про повну відповідність музею вимогам інклюзії – відсутні фізичні бар'єри [21], експозиція створена у відповідності до вимог доступності, розроблено цикли екскурсій для споживачів з різними типами сприйняття інформації, створено Студію соціалізації «Дитина з майбутнім» для дітей з аутизмом [11], яка по суті стала міні-клубом для спілкування родин.

Цікаво, що такий стан справ є норма саме тому, що співробітники музею планомірно створювали не «інклюзивні екскурсії», а «інклюзивний музейний простір» у співпраці з цільовою аудиторією, що і дозволило музею досягнути те, що бачимо зараз – заклад уповні відповідає вимогам універсального дизайну (і тактильні екскурсії доступні всім, а не лише незрячим). По аналогічному шляху пішли співробітники Національного музею Голодомору-Геноциду [30]. І у цьому випадку також наочно видимим є приклад правильно реалізованого проєкту трансформації музейного простору у напрямку інклюзії: у співпраці з тифлопедагогом та ІТ-спеціалістами до потреб незрячих адаптовано експозицію, експонати, екскурсію та віртуальний простір музею – сайт <https://holodomormuseum.org.ua/>. У звітах про проведені події не йдеться про «інклюзивні екскурсії», але про те, що особи з порушеннями зору тепер мають можливість вільно відвідувати музей. Використовуються терміни

«адаптація музейного простору» [7], «адаптована екскурсія» [7]. Більше того, досвід було переосмислено та надано у форматі рекомендацій: створено підрозділ сайту із детальними порадами щодо особливості проведення екскурсій для груп, складених із екскурсантів з порушеннями зору [13].

Системний характер роботи підтверджують і проведені семінари, до участі в яких залучено фахівців з різних музеїв та громадських організацій України [12]. Показово, що на семінарі мова йшла про вирішення конкретних питань: розробка буклетної продукції, вебдоступність, доступність фізичного простору, особливості створення тифлокоментаря тощо. Матеріали семінару описано на сайті музею у текстовому форматі, записи доповідей – на каналі Youtube «The Holodomor Museum \ Музей Голодомору» [92].

Загалом, якщо аналізувати роботу музею, то можна сказати про те, що якщо початково у центрі уваги було саме створення та адаптація культурного продукту для незрячих та слабкозорих екскурсантів, то зараз завдяки створенню дійсно інклюзивного простору, мова вже йде і про соціальну інклюзію: вже відбувся перехід від «створення особливого продукту» до створення простору, зручного для всіх.

Одним з прикладів такої ж якісної роботи є проєкт «Третя після опівночі» [27]. Ідею запозичено з німецького музею: відвідувачі із закритими очима потрапляють у приміщення, які вони ніколи не бачили, екскурсоводи ж незрячі. По суті експозиція є універсальною – як для зрячих, так і для незрячих осіб. Карантин вніс у роботу музею свої корективи: оскільки відвідування музеїв було заборонено, то було розроблено екскурсії наосліп вулицями Києва [5; 6].

Узагальненням багаторічної роботи над впровадженням інклюзії в музейне середовище став довідник «Кращі практики інклюзії» [15], розроблений Оленою Зіненко та Марією Ясеновською у жовтні поточного року. Довідник написано з урахуванням сучасних норм терміновикористання. І є найповнішим на сьогодні переліком реалізованих у музеях програм по створенню інклюзивного простору.

Тож, навіть побіжний огляд реальних проєктів, які проводяться не спорадично, а на постійній основі, показує, що термінами, які сьогодні влаштовують науковців, фахівців-практиків та цільову аудиторію, є не «інклюзивна екскурсія», а «екскурсія, адаптована для » (має бути вказано конкретну цільову аудиторію).

Цікаво порівняти український науковий простір із зарубіжним. Якщо для України ще йдеться про вирішення загальних питань, присвячених інклюзії або описи окремих проєктів, то для світового йдеться про дослідження окремих складових. Коли йдеться про екскурсійний продукт, то вказується, для якої аудиторії він є адаптованим. Показовим є опис екскурсії, присвяченій історії шотландського одягу у Scottish Design Galleries: «Specifically adapted for our blind and partially sighted visitors» («Особливим чином адаптована для наших незрячих та слабкозорих відвідувачів») [84]. Тобто, мова не про загальну «інклюзію» або «доступність», а детально вказано, для якої цільової аудиторії цей матеріал є доступним. У США пішли трохи далі і зібрали на одному сайті інформацію про музейні експозиції країни, які вже адаптовані до потреб слабкозорих та незрячих екскурсантів [90]. Паралельно існують сайти, на яких зібрано інформацію щодо забезпеченості тифлокоментарем всіх можливих заходів та подій по країні [51].

Також Museum Education Institute пропонує методичні рекомендації щодо розробки тифлокоментарів, зокрема ж – пропонує відійти від створення окремого коментаря для незрячих, зосередившись на тому, щоб цей продукт був цікавим і зрячим. Причому від початку це вважалось неможливим, але спостереження за відвідувачами музеїв показали, що така практика має сенс (та економить гроші музеїв) [53].

Подібний формат застосовано і в Британії – створено загальний консультативний простір Vocaleyes з детальними рекомендаціями щодо особливостей розробки та впровадження тифлокоментаря у різних музейних просторах та форматах участі відвідувачів у музейній діяльності [94].

Звичайно, що не всі культурні простори світу адаптовані, проте у європейських країнах сформовано культуру «виходу назустріч» – коли персонал музею (або галереї) адаптується до потреб екскурсанта (прикладом такої адаптації є екскурсія по сучасному живопису, описана Ханною Томпсон по своєму досвіду відвідування [52]).

Аналіз відкритих джерел показує наявність консультаційних рад та методичних семінарів, присвячених особливостям розробки тифлокоментаря до музейних екскурсій [49; 54; 51].

У Польщі тифлокоментування є поширеним і давно вже не являє собою благодійну діяльність – є ряд курсів, семінарів, шкіл, які пропонують навчання засад аудіодескрипції у кіно, театрі, музеї, на туристичних трасах [93; 62; 63; 87; 88; 67]. І так само детальними є роботи науковців, зокрема присвячені дослідженню та удосконаленню тифлокоментування [83; 61; 57 etc.] Можна також зазначити високий рівень адаптованості польських музеїв до потреб незрячих відвідувачів: наявність тифлокоментаря на сайтах та у залах музеїв [72-75]. Досить цікавими є польські розробки із створення аудіогідів для міського середовища (особливо в царині культурного туризму) [80; 81; 56].

В Україні наразі ситуація є набагато гіршою, проте якщо ще шість років тому можна було говорити лише про поодинокі проекти, виконані суто на ентузіазмі (як то харківський – «Десяте відчуття»), то зараз завдяки сприянню Українського культурного фонду їх стає з кожним роком більше і можна відмітити наявну тенденцію до виконання системних, сталих проектів.

Підсумовуючи розробки практиків та дослідження науковців можна ще раз підкреслити наступне. Неможливим є створення «інклюзивного» продукту, який одночасно задовольнить потреби всіх можливих груп людей. За наявним терміновикористанням «інклюзивна екскурсія» – або фікція (спорадичний акційний продукт), або екскурсія, адаптована під ту чи іншу конкретну цільову аудиторію. Натомість, необхідним є використання термінів «інклюзивний простір» (створення якого вимагає роботи з

бар'єрами: насамперед фізичними, соціальними та психологічними) чи «інклюзія» (процес включення маргіналізованих груп населення до загального соціокультурного простору). У даній роботі намагаємось дотримуватись терміновикористання, розробленого у відповідності до міжнародних правових норм з застосуванням принципів етики. Із однією зміною – при створення екскурсійного продукту термін «особа з особливими потребами» не відкидаємо, а все ж таки використовуємо у контексті сучасних тенденцій маркетингу та універсального дизайну. Кожна цільова аудиторія по факту є аудиторією з особливими потребами: діти, студенти, особи третього віку, сім'ї з дітьми, іноземці, особи з інвалідністю – наявність у представників ЦА додаткових вимог до екскурсійного продукту, пов'язаних з інвалідністю, не знімає питання особливих потреб ЦА взагалі. Іншими словами, термін «екскурсанти з особливими потребами» не дорівнює терміну «екскурсанти з інвалідністю», але означає цільову аудиторію, розробка екскурсії для якої вимагає пошуків відповідних форматів та використання різних каналів інформації.

1.2. Нормативно-правове регулювання соціокультурної інклюзії.

Трансформація ментальності у напрямку включення осіб з інвалідністю до соціального простору відбувалась поступово. Протягом останніх двох століть ці зміни стали особливо помітними. У лексиці також відбувся термінологічний перехід – від забарвленого негативними конотаціями слова «каліка» до більш нейтрального «інвалід», згодом – «особа з особливими потребами», а зараз – «особа з інвалідністю». Суть змін – акцент на особистості, а не на її властивостях.

Детально еволюцію ментальності у ставленні до інвалідності було описано у статтях «Розвиток інфраструктури інклюзивного туризму як результат трансформацій менталітету суспільства (XX-XXI ст.)» [1], «Соціокультурні засади інклюзії» [2] та ін. Для розуміння ж загальної ситуації, у якій розвивається сучасна система сприйняття інвалідності, варто

звернути увагу на нормативну базу. Так, якщо говорити про міжнародний рівень, то беззаперечним знаком часу є створення у 2001 році International Disability Caucus при ООН [68] і впровадження у життя принципу «Нічого для нас без нас». Іншими словами – нарешті розпочинається період, коли беззаперечною нормою є співтворення соціального простору. Це стало можливим внаслідок поступової інтеграції людей з інвалідністю у соціальний простір, отримання ними принципово різних професій (у тому числі – у секторі ІТ-технологій), налагодження усвідомленого діалогу (а не монологічного благодійництва). Результатом співпраці стає поява Конвенції ООН про права осіб з інвалідністю [20]. Конвенція набула чинності в березні 2007 року після її ратифікації 20 країнами-учасницями. Вже у ст. 1 Конвенції зазначено: «Мета цієї Конвенції полягає в заохоченні, захисті й забезпеченні повного й рівного здійснення всіма особами з інвалідністю всіх прав людини й основоположних свобод, а також у заохоченні поваги до притаманної їм гідності» [20].

Загалом у Конвенції йдеться не про надання якихось принципово нових чи особливих прав людям з інвалідністю, а наголошення на тому, що суспільство має робити не більш і не менш, як лише забезпечити права людини, безвідносно наявності чи відсутності інвалідності. Так, наприклад, права особи на вільне пересування у просторі [14, ст. 13], або на доступ до державної влади [14, ст. 21], або право на труд та гідну платню [14, ст. 23], право на культурний розвиток та освіту [14, ст. 22], тощо. Іншими словами, йдеться про необхідність усвідомлення, що забезпечення особам з інвалідністю прав на освіту або доступ до надбань культури, або працю та її гідну оплату – є таким самим обов'язком суспільства (та держави), як і забезпечення прав людей без інвалідності. Конституція України також підтверджує ці права [22, Розділ 2]. Щодо Конвенції, то принципово новою є констатація у документах такого рівня теми наявності бар'єрів у суспільстві та їх шкідливості для всіх людей, оскільки бар'єри роблять суспільство біднішим.

Також постановою Кабінету Міністрів України від 01.08.2012 № 706 було затверджено Державну цільову програму «Національний план дій щодо реалізації Конвенції про права осіб з інвалідністю» на період до 2020 року, «спрямовану на заохочення, захист і забезпечення повного й рівного здійснення особами з інвалідністю всіх прав людини та основоположних свобод в усіх сферах суспільного життя з урахуванням положень Конвенції, а також вжиття заходів щодо поважного ставлення до притаманної їм гідності» [37].

У ході подальшого розвитку теми було підписано Указ Президента України №553/2016 «Про заходи, спрямовані на забезпечення додержання прав осіб з інвалідністю», а «у 2015 році Україна представила на розгляд Комітету ООН з прав осіб з інвалідністю Першу періодичну Доповідь про реалізацію положень Конвенції про права осіб з інвалідністю. Громадські об'єднання осіб з інвалідністю подали на розгляд Комітету Альтернативний звіт громадських організацій щодо виконання Конвенції ООН про права людей з інвалідністю. З метою подальшої імплементації Конвенції в Україні Комітет надав заключні зауваження стосовно первинної доповіді України про стан реалізації Конвенції ООН про права осіб з інвалідністю» [37].

Регулярно переглядається Закон України Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні [35].

Цікаво, що якщо зібрати в одному місці всі документи, які стосуються навіть не інклюзії взагалі, а реалізації прав осіб з вадами зору, наприклад, у музеях або закладах освіти, то перелік нормативних актів буде більшим за 25 найменувань [45], проте відсутніми є елементарні рекомендації, зроблені на підставі цих нормативних актів.

Так, у законі України Про регулювання містобудівної діяльності зазначено «Порядок влаштування засобів безперешкодного доступу до об'єктів або їх розумного пристосування встановлюється Кабінетом Міністрів України» [36, ст. 34.4], проте відсутніми є вказівки – як саме власних об'єкту має забезпечити безперешкодний доступ для людей з

особливими потребами, якими є критерії вільного доступу тощо. Таких невідповідностей є досить багато. Але загальна тенденція зберігається: права та обов'язки маломобільних груп населення законом більш-менш забезпечені, проте реальних шляхів створення соціального середовища та міської інфраструктури не накреслено.

У системі освіти наразі помітні деякі зрушення у напрямку доступності освіти, проте за відсутності додаткового фінансування йдеться радше про поверхневе виконання рекомендацій МОН (зокрема, «Методичні рекомендації щодо організації навчання осіб з особливими освітніми потребами» від 05.08.2019 р. [25]), аніж про реальні зрушення.

Зміни відбуваються за рахунок зусиль окремих людей. Так, наприклад, хоча незрячі діти мають можливість навчатись у звичайних школах, проте проблема забезпечення їх спеціальними підручниками вирішується часто коштом батьків або громадських організацій [4].

Аналіз документів та науково-методичних розробок, пропонованих МОН не дає відповідей на те, які саме конкретні дії має застосувати виш та кожен окремий викладач для того, щоб зробити програми доступними для здобувачів з особливими потребами. Є загальна фраза щодо необхідності підвищення кваліфікації у відповідному напрямку, проте відсутні центри, які б надавали необхідні послуги. Фактично створення інклюзивного освітнього простору стає завданням вишу. Навіть трансформація простору у напрямку наближення до універсального дизайну вимагає значних інтелектуальних та матеріальних вкладень, проте відсутність у приписових документах посилань на той самий «ДБН В.2.2-40:2018 Інклюзивність будинків та споруд» [10] (попри те, що на п. 2019 року його вже було видано) конкретних, зібраних в одному документі вказівок щодо того, якими саме мають бути характеристики сходів, пандусів, туалетних кімнат, дверей, приміщень тощо, робить задачу замовлення та проведення ремонтних робіт на достойному рівні практично неможливою навіть при наявності вільних фондів. А адаптація дисциплін та методик викладання за відсутності директив з

поясненнями особливостей сприйняття інформації людьми з різними фізичними та розумовими розладами стає чи не меншим питанням. Фактично, йдеться про те, що МОН надає вказівки, а кожен окремий виш має віднайти свій неповторний шлях до їх виконання, сам розробляючи програму підвищення кваліфікації викладачів у цьому напрямку, сам досліджуючи питання специфіки роботи з інформацією різних груп людей, сам розробляючи сучасні методики та ін. Хоча більшість цих питань можуть бути легше вирішеними саме на всеукраїнському рівні.

Під загальним висловом «здобувач освіти з особливими навчальними потребами» ховається кілька принципово різних груп з різними нозологіями. І шляхи комунікації у рамках навчального процесу із такими здобувачам освіти є принципово різними. Якщо для незрячих та слабкозорих достатньою є налагодження допомоги в орієнтуванні, а під час занять – наявності тифлокоментаря візуальної інформації та електронних варіантів завдань у форматі, який може бути озвучений додатками та програмами, то для глухих більшою проблемою є відсутність добірки текстів та візуальної інформації, але також – чіткої дикції викладача та мережі wifі, яка дозволила б постійно користуватись програмами переведення аудіальної інформації у візуальну.

Для здобувачів з вадами опорно-рухового апарату необхідною є доступність середовища, а особливих потреб, пов'язаних із сприйняттям інформації вони не мають. Натомість такі потреби є у осіб з особливостями інтелектуального розвитку.

Узагальнюючи сказане, зазначимо, що попри наявність очевидної потреби у створенні інклюзивного середовища (соціального та інфраструктурного) МОН не зробило відповідних кроків, а надані рекомендації носять настільки поверхневий характер, що не дозволяють позитивно вирішити поставлені перед освітянами завдання.

У музейному просторі ситуація є дещо кращою – але знов-таки не за рахунок допомоги держави, з боку якої надходять директиви та приписи замість централізованої розробки методичних рекомендацій, присвячених

подачі, особливостям сприйняття інформації у випадку наявності різних фізичних чи розумових обмежень, пропозиціям щодо адаптації приміщень, які вже знаходяться в експлуатації тощо. Натомість, проведення нарад та семінарів, проваджених офіційними установами, зводиться до формальної констатації наявної проблеми та необхідності її вирішення. А кроки по виправленню ситуації найчастіше відбуваються завдяки ентузіазму співробітників чи співпраці установи з громадськими організаціями.

Цікаво, що навіть Державні будівельні норми щодо інклюзивності будинків і споруд [10] було затверджено лише наприкінці 2018 року – через 8 років після ратифікації Конвенції (та через 25 років після прийняття Конституції, яка гарантує всім громадянам рівні права). Причому, хоча нарешті було детально розписано всі складові інклюзивного простору, проте нема відповідей на питання – як адаптувати під ці норми будинки та споруди, які вже знаходяться в експлуатації. Іншими словами – є авторитарні вказівки, нема порад по їх виконанню.

Таким чином, маємо досить помітну тенденцію ігнорування державною своїх обов'язків та перекладання їх на плечі керівників окремих установ індустрії культури та освіти. Хоча у нормативно-правовому полі Україна є державою сучасною по всіх питаннях включення осіб з інвалідністю до соціального простору, проте впровадження цих законів у життя відбувається невідповідними методами та темпами. Зокрема, через матеріальні чинники (держава фактично відсторонилася від проблеми – як і за які кошти адаптувати простір та навчальний процес), і наявні соціально-психологічні бар'єри, часто під тиском вимог забезпечення інклюзії і відсутності знань, досвіду та матеріальних можливостей виконати ці вимоги, часто можна спостерігати агресію у ставленні до осіб з інвалідністю.

Висновки до розділу 1.

Аналіз публікацій ЗМІ, наукових досліджень та законодавчо-нормативної бази показує наявність досить значних розбіжностей у

тлумаченні таких термінів як «інклюзія», «інклюзивний», «інклюзивність». Хоча на сьогодні правильним є тлумачення терміну інклюзія як можливості вільної співучасті людей у житті соціуму безвідносно до расових, культурних, релігійних, фізичних, психологічних чи інших особливостей, проте часто навіть у науковій літературі можна зустріти хибне тлумачення терміну та його похідних. Так, можна зустріти «інклюзивна екскурсія» як «екскурсія за участі інвалідів» (хоча наразі сам термін «інвалід» не використовується з огляду на негативні конотації) або «екскурсія для людей з обмеженими можливостями» та ін. Проблема у тому, що українське суспільство знаходиться у стані переходу від гетоїзація до інклюзії. І якщо на рівні законодавства цей перехід практично завершено, то у самому суспільстві йдеться про наявність такої кількості психологічних та фізичних бар'єрів, що можна говорити лише про початок руху у відповідному напрямку (для чого необхідною є взаємодія органів влади, громадських організацій, цільової аудиторії, ЗМІ, представників індустрії туризму, освітнього простору).

РОЗДІЛ 2. УНІВЕРСАЛЬНИЙ ДИЗАЙН У КОНТЕКСТІ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Парадигми сприйняття інвалідності.

Історично особи з інвалідностями часто є об'єктом зневаги та сприймаються як другосортні члени суспільства (як у плані варіантів заробітку, так і у плані прийняття як рівної особи). Лексично це виражається словами «каліка», «каліч», «доходяга», «кульгавий» та ін. Латинізована форма «інвалід» сама по собі могла б замінити лексеми з негативними конотаціями, проте воно почало використовуватись тоді, коли суспільство ще не відійшло від набутих століттями шаблонів прийняття, тож конотації до терміну залишились тими ж: особа, яка потребує особливої турботи, не може сама себе забезпечувати, є хворою і не може вести повноцінне життя, а сама по собі є людиною неповноцінною.

20 століття принесло досить багато змін щодо сприйняття феномену інвалідності та переоцінки місця осіб з інвалідністю у соціумі. Проте не можна говорити про те, що на сьогодні всі соціальні бар'єри вже подолано. Можливо найпоказовішим випадком пережитку минулого є використання словосполучення «інклюзивні люди» у сенсі «особи з інвалідністю». Фактично, йдеться про соціальне нерозуміння суті інклюзії – коли інклюзія сприймається як система заходів по підтримці людей з інвалідністю (а заміна слова тлумачиться як вимога толерантності), причому часто навіть виконавцям незрозуміло заради чого це все робиться і зрештою формується певний такий формат благодійництва.

Сучасний термін «інклюзія» та похідний від нього – «інклюзивний» стали наразі вираженням тенденції, початок якої – у 19 ст., тенденція до повноцінного включення осіб з інвалідністю у суспільство. Мова саме не про створення особливого комфортного гетто або особливої зони комфорту, а про повноцінне включення – коли людина може вільно користуватись тими

правами, які гарантовано їй Конституцією. Термінологічна зміна відбувалась внаслідок змін парадигм сприйняття інвалідності у соціумі.

Найповнішим оглядом суспільних моделей сприйняття інвалідності на сьогодні є зроблений дослідниками О. Ярською-Смирноюю та М. Большаковим [26]. Згідно їх концепції, можна виокремити 5 моделей сприйняття інвалідності у суспільстві.

Перша модель за їх класифікацією має назву «моральна або релігійна» [26, с. 12]. Дослідники відмічають, що для неї є характерним звинувачення в інвалідності саму особу або її рідних, відстороненість від людини або сім'ї через страх «підчепити прокляття», озвучуваними причинами інвалідності можуть бути «гріх», «карма», «чаклунство», «ворожба», «прокляття», «покарання» та ін. Досить типовою для нашого суспільства ця модель нажалі залишається і сьогодні. Проте, її не можна називати «релігійною» чи «моральною» – ані релігія, ані мораль не мають нічого спільного з таким підходом. Радше можна говорити про «магічну парадигму» (тим паче, що і пропонувані заходи подолання інвалідності зазвичай лежать у площині побутової магії – з купою дивовижних ритуалів, ходінням по ворожкам та ін.). В рамках такої парадигми особа з інвалідністю (а часто і її родина) сприймається як чужий, опиняється за межами суспільства, змушена вирішувати власні проблеми самотійно або ж разом з подібними за нозологіями людьми. А головне ж, людина з інвалідністю сприймається як людина другорядна, неповноцінна, недостойна, нерівна до інших. Проблема у тому, що носіїв такого типу світогляду можна зустріти і сьогодні, у тому числі і серед тих службовців, які мають забезпечувати права осіб з інвалідністю.

Наступна модель, описується дослідниками під умовною назвою «особиста трагедія» [26, с. 12]. Так само, як і в попередньому випадку, інвалідність сприймається як нещастя для людини та її сім'ї, проте якщо для попередньої моделі характерним буде острах перед можливістю «заразитись», «перебрати на себе заразу», то в цій акцент зміщується на

співчуття, жалість, допомогу у «хворобі». Акцент, так само, як у попередній моделі, залишається на недоліках та вадах. Можливим є також варіант цієї моделі: героєм є той, хто подолав обмеження власного тіла та досягнув того ж, що і всі «нормальні». Знову йдеться про протистояння двох світів – «світу інвалідності» та «світу нормального».

Наступна модель – «благодійництво та милосердя» [26, с. 13]. Вона видається кращою за попередні, оскільки у центрі уваги – добрі справи, спрямовані на задоволення потреб людей з інвалідністю (саме цю модель часто зустрічаємо як таку, що приходить на заміну магичній). Проте якщо поглянемо уважно, то побачимо основний недолік – акцентується саме інвалідність та необхідність збору ресурсів для її подолання. Фактично ж йдеться жебрацтво або у прямій формі, або ж опосередковане через фонди та організації. Акцент не на особі, акцент на її «хворобі», «недосконалості» і на діях по подоланню «недосконалості». Знов наявною є бінарна опозиція двох світів: того, який допомагає, та того, який потребує допомоги.

Ще однією моделлю є «адміністративна» [26, с. 13], за якої інвалідність – це те, що стверджується фактом офіційного огляду та наявністю посвідчення. Окрім надання статусу, держава також бере на себе відповідальність за забезпечення мінімальними засобами до існування. Але інвалідність треба підтверджувати регулярно – таким чином підтверджувати наявність права на отримання допомоги від держави, проходячи численну кількість комісій.

Практика показує, що наслідком такого підходу стає гетоїзація осіб з інвалідністю, через що більша частина суспільства цілковито впевнена в тому, що держава «забезпечує все», а міська та соціальна інфраструктура не пристосовані в цілому до потреб незрячих – так, наприклад, у Харкові озвучені світлофори є лише в кількох місцях, нібито незрячі по іншій частині міста не пересуваються. Безпосередньо пов'язана з нею медична модель – акцентується дисфункція, фінансуються медичні та реабілітаційні заклади. Інвалідність дорівнюється хворобі. У поєднанні з адміністративною моделлю

це призводить до створення закладів закритого типу, в яких люди змушені жити, практично не виходячи назовні. Фізичні чи психічні особливості людини вважаються недоліком, який робить неможливим повноцінне економічне, соціальне та культурне життя, отримання освіти та ін.

Недоліки цих парадигм є очевидними – поняття «права людини» підміняється поняттям «права інваліда». І замість того, щоб адаптувати суспільну інфраструктуру, створюється альтернативний простір – гетто.

Ключовими моментами, які почали змінювати світоглядні парадигми, стало винайдення системи запису шрифтом Брайля, започаткування Параолімпійських ігор Людвігом Гуттманом, виникнення спільноти «Лярш» Жана Ваньє. Поступово створювались можливості для освіти та роботи. Особи з інвалідністю починають віднаходити себе у суспільстві. Відповідно до цього відбувалась і трансформація термінів – «інвалід» замінено в офіційних документах на «особа з інвалідністю» та «особа з обмеженими можливостями», а на сьогодні загально визнаними термінами є «особа з інвалідністю» (у документах) та «особа з особливими потребами» (деінде). Так відбулось становлення соціальної або гуманістичної моделі [26, с. 16], згідно якої особа з інвалідністю є повноцінним членом суспільства, суб'єктом, здатним впливати на суспільство, змінювати його, реалізовувати свої права, виконувати свої обов'язки, а не об'єктом, на який скеровується діяльність інших. У рамках цієї парадигми безбар'єрність є потребою суспільства в цілому, а не окремих соціальних груп.

Така ментальність породжує універсальний дизайн міського середовища – створення простору, який є зручним для всіх. Так, наприклад, заміна сходів пандусами та низькі бордюри на переходах необхідні не лише людям на візках, але людям похилого віку, матерів з дитячими візками, тим, хто відновлюється по травмі спини тощо. Іншим прикладом такої зручності є озвучені світлофори або розмічені на зупинках транспорту місця біля яких будуть розташовані двері у підземному та наземному транспорті. Мета універсального дизайну – задоволення потреби суспільства в цілому, а не

створення зручних «гетто для інвалідів» в окремих районах або «пристосування простору до потреб інвалідів». Детальніше про це – у наступному підрозділі.

Якщо звернути увагу на українське суспільство, то аналіз джерел дає можливість зазначити наявність всіх моделей сприйняття інвалідності. Для більшості населення домінують моделі «магічна» та «особиста трагедія». Також на виду – героїзація осіб, яким вдалося подолати обмеження та зробити щось надзвичайне (отримати професію, мандрувати, досягати спортивних успіхів тощо). Друга активна модель – адміністративна (яка супроводжується високою корумпованістю, низьким рівнем забезпеченості нагальних потреб, складнощами в отриманні пільг, зафіксованих законом). Гуманістична модель розвивається передусім завдяки діяльності громадських організацій, яка зосереджена передусім у музейному просторі та арт-просторі. Музеї стають форпостом роботи з бар'єрами: фізичними, інтелектуальними, сенсорними, соціально-психологічними.

2.2. Застосування принципів універсального дизайну в екскурсійній діяльності.

Універсальний дизайн було впроваджено американським архітектором Рональдом Л. Мейсом [82; 89; 58] на засадах філософії доступності безпеки та ергономіки. У фокусі уваги опиняються не лише потреби людей з інвалідністю, але й потреби людей похилого віку, вагітних, батьків з малими дітьми, людям з тимчасовими обмеженнями мобільності тощо.

Провідний принцип – все, що створюється людьми для людей, має бути зручним. При такому підході планування простору або створення нового об'єкту стає технічною задачею, яку цікаво вирішити, а не благодійницькою акцією. А зручність середовища є не лише потребою, але й викликом, який необхідно прийняти всім членам суспільства (власне, це саме ті принципи, які наголошує Конвенція ООН про права осіб з інвалідністю). На основні

описаних основних принципів універсального дизайну, покажемо основні проблеми соціального простору України:

Принцип 1. Однакові можливості у використанні [89].

Дизайн має бути таким, щоб об'єктом могли користуватись люди різних можливостей. Так, наприклад, тролейбусна зупинка, де розмічено місця зупинки дверей або веб-сайт, розбудований так, щоб він легко читався програмами. Або розмічені полоси руху у приміщеннях. Логічно розташовані двері чи туалетні кімнати.

Показовим прикладом реалізації принципів універсального дизайну є звичайний смартфон, який легко адаптується під потреби незрячих або глухих.

Одна з проблем українського суспільства – люди часто миряться з незручностями, яких могло б не бути – відсутність перил на сходах, незручні сходи (наприклад, розташовані у публічних місцях одразу після дверей), високі сходи у транспорті, тротуари, заставлені банерною рекламою або автівками, світлофори, які не працюють та ін. Ці незручності – те, що доводиться долати щодня, проте для людей з інвалідністю вони є ще складнішими для подолання. І якщо при проектуванні простору, транспорту або послуги об'єкт буде просто зручним, то він не потребуватиме особливих зусиль для адаптації під потреби людей з інвалідністю.

На перший погляд видається, що принцип стосується суто інфраструктури, проте насправді стосовно екскурсії принцип однакових можливостей у використанні означатиме наявність текстової інформації (яка за умови шифрування QR-кодами не забирає багато місця) орієнтованої переважно на незрячих (а, водночас, і на візуалів), аудіогідів (орієнтованих на незрячих, а також – на аудіалів), тактильної інформації (орієнтованої на незрячих, проте також – на кінестетиків та дітей). Поліформатність інформаційних каналів дає можливість зробити екскурсію більш доступною, цікавою та інформативною для всіх (не йдеться лише про осіб з інвалідністю).

Принцип 2. Гнучкість у використанні [89].

Дизайн має враховувати широкий спектр можливих індивідуальних характеристик, бути адаптованим (або легко адаптуватись) відповідно до росту, ваги, швидкості реагування та способу роботи з інформацією тощо.

І тому знов-таки акцентується особлива філософія універсального дизайну – не створення нового унікального простору для людей з особливими потребами, а розробка загального простору таким, що влаштовує потреби всіх його членів – від дітей до людей похилого віку. Чудовим прикладом реалізації цього принципу є сучасні маршрутки та тролейбуси, обладнані пандусами – низька підлога при вході зручна сама по собі не лише людям з різними травмами, але й для дитячих колясок, візків та ін. А те, що частина підлоги по суті є мобільним пандусом, дає змогу самостійного користування транспортом людям на візках (зауважимо, однак, що в Україні найчастіше такі пандуси або принципово не використовуються водіями, або ж зламані).

Стосовно екскурсій – розроблена екскурсія має легко адаптуватись до потреб різних цільових аудиторій. Інклюзія – то не про окремий формат екскурсійної діяльності. Фактично, йдеться про можливість використання однієї й тієї ж екскурсії різними групами людей (а не про створення особливого гетто для людей з особливими потребами). Так, наприклад, екскурсія на дотик є цікавим форматом, який наразі привертає увагу багатьох людей [6], а якісний аудіогід, прихований під QR-кодом, може бути корисним як для незрячих, так і для зрячих. Ідеалом є створення екскурсійного продукту, який може легко адаптуватись, якщо в групі є людина з особливими потребами (а не створення фестивального варіанту для спеціалізованих груп). Суть інклюзії в тому, що людина не має необхідності «сортуватись по вадах» для того, щоб сходити в музей або отримати освіту. Тож оптимальним варіантом є розробка базової екскурсії із варіантами (якщо група повністю складається з осіб з особливими потребами) та пропозиція «на вибір». А щодо тексту, то інтерактивна екскурсія, текст якої змінюється

залежно від співпраці групи, є більш придатна до сучасних умов, аніж класичний лекційний варіант.

Принцип 3. Простий і інтуїтивно зрозумілий дизайн [89].

Необхідно використовувати такі способи подачі інформації та такі місця розташування важливих елементів, щоб це не викликало додаткових питань при використанні. Для цього у свою чергу необхідною є реальна, а не формальна перевірка на usability – перевірка дизайну на цільовій аудиторії. Це стосується не лише об'єктів міського середовища, але й елементів середовища віртуального. Особливої ж уваги потребують елементи, спеціально створені для полегшення користування – навіть такі елементарні як розмітка на дорогах, озвучення для незрячих, зупинки транспорту тощо. В ідеалі дизайн має містити «підказки», які спрощують використання предмета або інформації. Типовим прикладом відсутності такого інтуїтивно зрозумілого дизайну є практично всі сайти державних установ та вишів. Найпростіший спосіб віднайти необхідну інформацію найчастіше є звичайний запит google, а не навігація по сайту.

Щодо екскурсійного простору то мова йтиме, наприклад, про правила інтерактиву, логіку розташування експонатів, структуру розділу або підрозділу екскурсії.

Принцип 4. Адекватність подачі інформації [89].

Дизайн має передавати споживачу інформацію ефективно і доступно для нього, використовуючи різні формати її кодування та передачі (візуально-контрастний, вербальний, тактильний або поєднання їх усіх). Так, для того, щоб інформація була видимою для незрячих, варто використовувати A-text або розширений опис зображень (цікаво, що розширений опис зображень дозволяє і зрячим подивитись на них інакше), субтитри для глухих (що буде корисно і іноземцям – автоматично підключаються два канали доступу інформації), емоційно насичений матеріал та ін.

Приклади неадекватного надання інформації: розміщення написів шрифтом Брайля за склом, на висоті 2-4 метрів, або взагалі – двовимірний друк шрифтом Брайля; субтитри, які швидко змінюються або ж не оптимізовані за шрифтом, розміром, кольором.

Принцип 5. Урахування можливих помилок користувачів [89].

Ризики від неконтрольованих або випадкових дій користувачів мають бути мінімальними. Елементи об'єктів, які використовуються найчастіше, мають бути стійкими до пошкоджень. Користувач (наприклад, при користуванні гаджетами) має отримати можливість легкого повернення до вихідної точки. Також при розробці дистанційних екскурсій варто обирати платформи, використання яких вимагає знання елементарного набору функцій.

Принцип 6. Результат має досягатись мінімально можливою кількістю зусиль [89].

Йдеться про зусилля фізичні або розумові, або ж про кількість операцій, необхідних для виконання дії. Знов таки, якщо переглянути звичні алгоритми дій (навіть тих, які стосуються пересування у просторі), то можна побачити скільки зусиль витрачається на звичні бар'єри (у натовпі вчасно помітити високий люк на тротуарі, бордюр або ями на дорозі, відкривати двері у метро проти руху повітря, віднаходити автомати для поповнення карток, які знаходяться на кожній станції на іншому місці, визначати місця зупинок дверей транспорту, розрізняти монети номіналом 1 та 2 грн та ін.). Фактично, якщо зробити інфраструктуру зручною для пересічного громадянина, то доведення її до особливих потреб – питання досить просте. Загалом, доведено, що оптимізація простору з урахуванням особливих потреб окремих людей тим самим зробить цей простір зручним для всіх.

Якщо ж говоримо про екскурсійний формат, насамперед варто зосередитись на правилах інтерактивів (та їх поясненні), платформ для дистанційного проведення екскурсій, добору матеріалу для показу та ін.

Принцип 7. Доступність простору [89].

Має бути передбачено вільний простір для використання об'єкта, незалежно від розмірів тіла, пози або мобільності користувача (а у разі потреби – і його помічника). Найскладніший для українського суспільства принцип, проте практика світових музеїв показує, що за допомогою сучасних технічних засобів, а за їх відсутності – волонтерів, які розуміються на проблемі, можна зробити доступним будь-який простір. Щодо волонтерів ситуація зрозуміла – найкраще може подолати недосконалість простору людина-помічник. Щодо технічних засобів, то сучасність пропонує як численну кількість суто механічних пристосувань (переносні пандуси чи тактильні мапи приміщень), так і варіанти мобільних додатків.

Наразі незрячі споживачі туристичних послуг мають набагато більше можливостей як орієнтування у просторі, так і сприйняття інформації. Виникнення та досить швидке розповсюдження смартфонів зробило життя набагато простішим. Насамперед спростився пошук та отримання інформації, що у свою чергу сприяє всебічному розвитку особистості, що у свою чергу відкриває додаткові можливості працевлаштування, а через це – і більш широкого спектру користування різними послугами.

Додатки можна умовно класифікувати за метою їх використання:

- полегшення орієнтування у просторі (Ariadne GPS, Blind Square, Ability, Lazarillo GPS for Blind);
- робота з візуальною інформацією (VizWiz, Color ID, Be My Eyes, Digit Eyes, Tap Tap See, Blind Vision, NowYouSee);
- робота з розрахунками (The Talking Calculator, LookTel Money Reader);
- робота з текстом (Audible, Kindle, KNFB Reader, Voice Brief).

Звичайно, даним переліком додатки не обмежуються, існує також і ряд додатків з іграми для незрячих (Accessible Fun for the Blind Free, Blind People Game Snake and Ladder, Blind Mini Games, Blind People Games – Ludo, Audio Game Hub та ін.)

Проте, нажаль, через невисокий рівень володіння англійською, для російськомовних або україномовних користувачів залишається не так багато додатків, якими можуть користуватись.

Серед них – Sullivan+ (розпізнавання візуальної інформації), Тифло Медиа (тифлокоментар до фільмів), Тифлокоментатор, Текст в речь (TTS) (переведення тексту в аудіоформат), DotWalker Pro (карти та навігація), GetThere (навігатор, який було розроблено спеціально для потреб незрячих), Lazarillo GPS (ще один навігатор), DotWalker Pro (також застосунок, який допомагає орієнтуватись у просторі), Логические Игры. Для пожилых и слабовидящих, RightHear – Blind and Visually Impaired Assistant (додаток описує навколишній простір та допомагає уточнити маршрут), «Определитель купюр» (додаток, що описує купюри), Envision AI (розпізнає знайомих людей, речі, описує навколишнє середовище. Також розпізнає тексти, у тому числі рукописні), «Доступная еда» (додаток допомагає орієнтуватись у меню, дізнаватись про склад страв, орієнтуватись у кафе та ресторани) та ін.

Окрему групу додатків становлять ті, що полегшують подорожі: Aira (англомовний сервіс, незрячий отримує допомогу завдяки волонтеру), OsmAnd (офлайн-карти, можливість побудувати власний маршрут, отримати інформацію про цікаві туристичні об'єкти навколо), Seeing Eye GPS (додаток, який дозволяє розбудовувати маршрут, розпізнавати будинки навколо). Izi.TRAVEL (аудіогід по Німеччині, Іспанії, Швейцарії, Італії, Нідерландів та Росії. Щоправда, тури по окремих містах (з автовизначенням на місцевості) є платними. Існують також окремі додатки, які роблять можливою самостійну екскурсію Єрусалимом, Барселоною, Варшавою, Прагою та іншими містами Європи. Також можна купити аудіогіди різними столицями Європи ("Аллсофт Україна") [28].

Загалом, використання мобільних додатків не лише робить подорож комфортною для незрячого мандрівника, але й зменшує витрати на обладнання туристичної інфраструктури.

Так, саме за допомогою сервісу Izi.Travel було обладнано аудіогіди для Харківського художнього музею унаслідок співпраці Харківського художнього музею, Харківського обласного фонду «Громадська альтернатива», компанії Gwara Media, Харківського спеціального навчально-виховного комплексу імені В. Г. Короленка та незрячих активістів. На розробку та впровадження аудіогіда у Харківський художній музей ГО «Громадська альтернатива» збирала кошти на краундфандинговій платформі. Було зібрано 25.000 грн., кампанія була досить складною і вимагала значних вкладень часу та сил. Показово, що для міського бюджету ця сума була б незначною – на декорування парків або встановлення прикрас до свят з міського бюджету витрачаються в рази більші суми.

Підсумовуючи сказане, відмітимо, що повноцінне впровадження універсального дизайну до екскурсійної діяльності вимагає не лише трансформації простору чи роботи з психологічними бар'єрами, але й співпраці з представниками ІТ-індустрії.

2.3. Технічні засоби адаптації простору до потреб незрячих та слабкозорих екскурсантів.

Вище вже говорилось, що зміни у напрямку адаптації музею до роботи з незрячими та слабкозорими екскурсантами мають відбуватись у кількох напрямках. Перший – робота з підвищенням культури обслуговування, другий – робота з адаптації приміщення, третій – адаптація експозиції, четвертий – адаптація самої екскурсії.

У попередніх розділах вже говорилось про культуру обслуговування та екскурсії, тож наразі зосередимо увагу на технічних аспектах адаптації експозиції.

Основні принципи, яким маємо слідувати: доступність експозиції для самостійного сприйняття, доступність експонатів для огляду. Вони досить прості, проте потребують розширеного пояснення.

Експозиція має розміщуватись так, щоб людина могла вільно у ній орієнтуватись. Цікаво, що насправді в незнайомому приміщенні досить важко орієнтуватись і людині зрячій – порядок огляду часто не можна назвати інтуїтивно зрозумілим, а служителів музею – приязними. Вирішити цю проблему можна, розміщуючи при вході тактильні схеми (мнемосхеми), а напрям перегляду експозиції позначаючи тактильною плиткою. Очевидно, що в такому випадку, адаптуючи експозицію під потреби незрячих, тим самим адаптуємо її і для кращого сприйняття зрячими відвідувачами.

Тактильні схеми приміщень на сьогодні можуть бути найрізноманітнішими: від металевих до картонних, виготовлених у майстернях чи надрукованих на 3D-принтерах або ж просто зроблених руками волонтерів, суто тактильних чи аудіо-тактильних [47; 64; 65; 71]. Фактично, проблема не в коштах (хоча, звичайно, сучасна мнемосхема з озвучкою – то чудово), але в бажанні зробити орієнтацію в приміщенні більш комфортною.

Очевидно, що і тактильні схеми, і лінії, які позначають напрямок огляду експозиції будуть допомагати не лише незрячим, але й зрячим відвідувачам витратити менше сил на орієнтування. А для дітей можуть слугувати додатковою розвагою. Для їх створення можливим є як написання грантових проєктів, так і залучення волонтерів та спільнокошту.

Окремо в питання поліпшення доступності простору стоять системи аудіоінформування. Вище вже описувались сучасні варіанти такого роду техніки, тож нема потреби повторюватись, тим більш, що плюси від введення такої системи є очевидними і знов-таки – йдеться про розширення можливостей експозицій.

Щодо оснащення музеїв, то раніше до послуг користувачів були лише традиційні радіогіди (і різниця між зрячими та незрячими туристами відчувалась не принциповою), ціна одного комплекту на 25 осіб починається від 26.000 грн, а одного приймача – від 800 грн (ціни весь час змінюються, актуальні можна побачити на сайті prom.ua за відповідним запитом). Проте

на сьогодні можна говорити про існування альтернативи – у 2013 році APPLE презентувала iBeacon – технологію передання Bluetooth-сигналу між маячками і гаджетами, а у 2016 році компанія GOOGLE розробила систему Nearby [76], основний принцип якої – встановлення швидкого з'єднання задля обміну інформацією між пристроями, які знаходяться поруч. Цікаво, що допомога незрячим в орієнтуванні або використання для екскурсій у музеях є радше бонусом, а не основною метою названих технологій. Основне – полегшення орієнтування в аеропортах, супермаркетах, надання додаткової інформації про товар, поєднання віртуального та реального світів. Так, наприклад, цікавим є досвід використання цієї технології для збільшення продажу – маячки закріплюються на товар, налаштовуються на невеликий радіус реагування, поруч розташовано планшет. Якщо покупець доторкається до товару, щоб розгледіти його детальніше, на планшеті починається демонстрація додаткової інформації, яка стосується товару [66].

Для музейників такі системи розробляють компанії Orpheogroup, Oltravel та ін. пропонуючи аудіогіди, мультимедійні гіди для індивідуальних та групових екскурсій [78; 79]. Очевидно, що аналогічну систему елементарно можна налагодити в українських музеях, допомагаючи зробити екскурсійний матеріал більш багатим, як для зрячих, так і для незрячих відвідувачів (і розширити кількість використовуваних мов, оскільки підготувати тексти (що легко читається відповідними програмами) на порядок легше, аніж тримати у штаті перекладача або гіда, який володіє відповідними мовами). Звичайно, це потребує фінансування, проте головною проблемою все ж таки є слабка обізнаність фахівців музейної справи у сучасних технологіях, аніж нестача коштів.

На сьогодні основні способи розширеного використання Bluetooth-технологій у музеях – надання аудіоінформації та розширеної візуальної інформації, створення доповненої реальності, організація інтерактиву – можливості задати питання експертам, орієнтування у просторі музею, тощо. Дослідження, проведене на базі Національного музею мистецтв імені

Богдана та Варвари Ханенків у 2013 році показало, що для 33% киян дитячий досвід відвідування музеїв був таким, що у дорослому віці ці люди музеїв не відвідували взагалі [9; 39]. Окремі винятки базуються на ентузіазмі співробітників і є саме винятками, а не системою. Використання технологій може сприяти подоланню усталеного у суспільстві сприйняття музеїв як просторів, які є обов'язкові для відвідування, проте нецікаві.

З точки зору використання сучасних технологій музейний простір Харкова є досить неоднорідним. З одного боку – відсутність сучасного обладнання в музеях, з іншого – участь у проектах адаптації експозиції до потреб незрячих із залученням експертів, громадських організацій та зацікавлених осіб. За останні роки Харківський художній музей опинявся у фокусі уваги завдяки ініціативі громадських організацій при розробці аудіогідів у 2018 та 2019 роках. З інших музеїв Харкова активно в цьому напрямку (щоправда, не на рівні адаптації постійного екскурсійного матеріалу, а в проведенні різноманітних мистецьких подій) – Харківський літературний музей.

Це те, що стосується питання загальної доступності експозиції. Щодо доступності окремих її об'єктів, відзначимо, що мають бути застосовані певні правила (базовані на принципах універсального дизайну):

- доступність окремих експонатів, відсутність перешкод навколо них;
- для експонатів, які є завеликими або крихкими мають бути виготовлені тактильні моделі (зазвичай друкуються на 3D-принтері);
- наявність тифлокоментаря (зазвичай у двох варіантах – стислий та розгорнутий);
- наявність опису експоната системою Брайля (варто наголосити, що такий опис не може бути розміщено під склом, оскільки такий текст читається за допомогою тактильних відчуттів);
- наявність рукавичок;

– схема розташування тифлокоментаря, аудіогіда, описів брайлем має бути типовою для всіх експонатів і легко запам'ятовуватись.

Щодо самого тифлокоментаря, то існують певні правила його створення. Короткий опис можна прочитати на сайті Музею Голодомору:

«Текст аудіодескрипції одного експонату (предмету, твору) повинен містити 1500–3000 знаків (3–5 хвилин розповіді) і складатися за таким орієнтовним планом:

1. Назва, вид предмету (фото, скульптура, ужиткова річ тощо).
2. Буквальний опис (розмір, структура, опис композиції та кольорової палітри, якщо йдеться про художній твір).
3. Походження.
4. Символізм.
5. Контекст, історична довідка.
6. Інша важлива інформація, пов'язана з об'єктом (міфи, легенди, цікаві факти)» [3].

Більш детальну інформацію можна віднайти серед робіт зарубіжних фахівців, серед яких є як присвячені загальним стандартам [69; 85], так і особливостям розробки описів до різних заходів (театр, екскурсія, кіно та ін.). Існують детальні описи додатків, інструкції як для незрячих, так і для робітників музеїв та інших установ.

Загальний принцип – експозиція має бути доступною до всіх, навіть у випадку відвідування без супроводу екскурсовода. Іншими словами – має бути створено можливості для самостійного огляду (безвідносно того – чи є особа зрячою, чи незрячою).

Цікавим форматом трансформації експозиції є удосконалення каналів передання інформації. Так, об'єктивно, у кожному суспільстві є люди з переважно зоровим, слуховим або кінестетичним способами сприйняття інформації. Тому експозиція, пристосована до сприйняття через всі доступні канали (а не лише зоровий, як то переважно є зараз), буде набагато

цікавішою не лише для людей з особливими потребами, але й для всіх відвідувачів.

Висновки до розділу 2.

Статус осіб з інвалідністю у соціумі значною мірою залежить від панівної моделі сприйняття інвалідності. Історично можна говорити про існування різних моделей і всі вони тією чи іншою мірою залишаються актуальними для українського суспільства, що породжує перешкоди для самореалізації осіб з інвалідністю. Проте водночас можна з впевненістю сказати, що зрештою починає формуватися сучасна соціальна модель, базована на принципах універсального дизайну.

В екскурсійній діяльності застосування принципів універсального дизайну має супроводжуватися трансформацією інфраструктури, але насамперед – зміною самого підходу до створення екскурсії. Має відбутись перехід від «інклюзивна екскурсія» як благодійна акція до створення універсального екскурсійного продукту, який може бути адаптований у разі потреби під ту чи іншу цільову аудиторію. Задача не є легкою, але, по суті, це є звичайна маркетингова задача.

Сучасні технології допомагають удосконалити як орієнтування у просторі, так і полегшують сприйняття інформації. Використання iBeacon або Nearby дозволяють зробити експозицію більш цікавою та зрозумілою для відвідувачів і подолати наявний у суспільстві стереотип про марність витрачання часу на відвідування музеїв чи екскурсій. Також використання нових технологій дозволяє розширити експозицію доповненою реальністю. І черговий раз можна зазначити, що таким чином технології, розроблені для зрячих, перенесені до музейного простору, можуть краще адаптувати екскурсію для незрячих (а водночас – зробити її набагато привабливішою для всіх споживачів).

РОЗДІЛ 3. КОМУНІКАЦІЙНА СКЛАДОВА ТА ЕКЗИСТЕНЦІЙНЕ НАПОВНЕННЯ СУЧАСНОГО ЕКСКУРСІЙНОГО ПРОДУКТУ

3.1. Особливості культури обслуговування незрячих та слабкозорих екскурсантів.

На сьогодні лише деякі музеї України адаптували свої експозиції або частину матеріалу для екскурсантів з інвалідностями. Серед них – Національний музей мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків, Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник, Музей народної архітектури та побуту в Пирогово, Літературно-меморіальний будинок-музей Тараса Шевченка “Хата на Пріорці”, Національний музей Голодомору-геноциду, Національний центр народної культури “Музей Івана Гончара”, Педагогічний музей України, Харківський художній музей, Музей популярної науки і техніки “Експериментаніум”, “Третя після опівночі”, Харківський літературний музей, Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішні, Музей-садиба Івана Котляревського в Полтаві та ін. Найчастіше йдеться про відкритість співробітників музеїв до досвіду спілкування з незрячими екскурсантами, аніж про адаптацію всього простору.

Загалом по Україні не можна говорити про системну роботу в цьому напрямку, а головне – про підтримку держави. Найчастіше персонал опиняється сам на сам із проблемою адаптації експозиції і налагодження роботи музею відповідно до сучасних вимог.

Суспільна відповідь на таку ситуацію – організація підтримки з боку НГО. Так, саме за їх посередництвом у Педагогічному музеї України відбуваються цикли лекцій, а у рамках фестивалю Інклюзіон проводиться серія семінарів для музейних робітників, до лотів Українського культурного фонду додано досить багато позицій, присвячених інклюзії. Загалом запораука

успішного вирішення питання інклюзії в музейній (та екскурсійній) діяльності – наявність бажання у співробітників (заснованого на розумінні того, заради чого це все робити), помноженого на знання, досвід комунікацій та наявність грантових можливостей.

Якщо говорити про класичні помилки обслуговування екскурсантів з вадами зору, то найчастіше вони коріняться у відсутності теоретичної підготовки та браку практичної роботи з цією категорією споживачів. Іншими словами – на відсутності сформованої культури обслуговування незрячих та слабкозорих екскурсантів.

Серед типових помилок можна назвати наступні:

- лексичні помилки (йдеться про страх використання слів, пов'язаних з візуальним сприйняттям світу – дієслова «бачити», «погляньмо», прикметники на позначення кольору, або використання їх без додаткових роз'яснень, що гірше – численні перепрошення при використанні слів, пов'язаних з зоровим сприйняттям інформації) [8, с. 50-51, 232];
- використання в описі абстрактних для незрячого категорій – «висота п'ять метрів» (об'єктивно такі речі варто робити більш конкретними і для зрячих);
- заборона огляду експонатів руками (навіть таких, яким неможливо зашкодити) або занадто детальний опис експонату, який можна просто оглянути руками;
- ненадання загального опису приміщення;
- звернення до незрячого як до дитини або як до хворого – з використанням відповідних інтонацій, емоцій та спрощених лексичних форм;
- мовчазне проходження до наступного приміщення – без коментування власних дій та ін;

- блокування тростини при наданні допомоги, а також – авторитарний характер допомоги (часто поєднаної з незручностями для незрячої людини), входження до інтимної зони людини без попередження [8, с. 60];

- звернення до супровідника, а не до незрячого (часто це пов'язано з неусвідомлюваною особою зв'язкою: не дивиться на мене – не розуміє мене);

- збільшення гучності голосу при зверненні до незрячого (спроба «докричатись»). Можливо, це пов'язане з суто психологічним сприйняттям: незрячий під час розмови не дивиться точно в очі, не реагує на міміку та жести, тож комунікація за відчуттям може сприйматись як неповна – якщо особа надає високого значення візуальній складовій комунікації і не усвідомлює того, що в даному випадку все проходить дещо інакше;

- звернення до людини без називання її імені (незрячий не бачить погляду на нього під час задавання питання);

- завершення комунікації без аудіального підтвердження – вихід з кімнати, перехід кудись без попередження, віддалення без прощання. По факту – незрячий не знає намірів людини, він не може читати ані невербальні знаки, ані думки;

- неввічливі зауваження (а по факту – хамство) з серії: «не розумію, навіщо ви сюди прийшли», «не знаю, що це вам дає», підкреслення обмежень, постійне висловлення співчуття та ін.

Очевидно, що більшість описаних помилок – наслідок відсутності не бажання, а досвіду та знання. Фактично, це свідчить про відсутність системної допомоги працівникам музеїв. А реакція відвідувачів часто говорить про відсутність відповідного рівня культури. Загалом, хоча сучасність надає все більше прикладів реалізації соціальної моделі сприйняття інвалідності, на жаль, для України в цілому та для Харкова зокрема мова все ж таки йде більшою мірою про зусилля окремих соціальних

груп та людей, натомість для суспільства в цілому інвалідність частіше тлумачиться як хвороба, а тому підсвідомо багато хто не розуміє – навіщо «хворому» відвідувати музей, навіщо відвідувати заклади громадського харчування або підприємства індустрії розваг – він-бо має лікуватись або сидіти вдома, щоб не перевтомлюватись.

Тож, і надалі актуальною залишається теза: «Перегляд глибоко укорінених стереотипів – це складна, але надзвичайно потрібна робота, яка має вестись на засадах соціальної моделі, і приклад чого дають численні музеї світу, провадячи дослідницькі та творчі проєкти» [26, с. 21].

Історій про інтеграцію незрячих в соціальний простір та виходу за кордони радянської системи УТОС є досить багато [32], проте всі вони свідчать насамперед про відсутність у суспільства та державних установ розуміння того, що права людей з інвалідністю – то такі самі права, які мають люди без інвалідності. Для зміни ситуації на краще для людей необхідними є три елементи – знання, бажання та практика спілкування.

Натомість, якщо говоримо про культуру обслуговування споживачів (і культуру спілкування взагалі), то варто слідувати наступним правилам (розробленим на підставі рекомендацій незрячих):

- необхідно усвідомлювати, що особа є дорослою людиною з власним досвідом життя та спілкування, має можливість вільно говорити, і вільно висловлювати власні думки;
- необхідно слідувати культурі привітання та прощання. Так, бажаним є наявність бейджиків учасників екскурсії – це надає гідну можливість звертатися до учасників по імені. Очевидно, що то є зручна практика, але у випадку проведення екскурсії для групи з незрячими вона не просто зручна, а необхідна. Комунікація має розпочинатись із знайомства. Вхідження до зони комунікації – з попередження (можна або звернутись до особи по імені, або ж легко торкнутись до руки та представитись). Також враховуємо, що незрячий не бачить

простягнутої назустріч руки, але може простягнути руку для привітання – то варто не пропустити той жест;

- слід пам'ятати, що особа, яка незрячого супроводжує – по суті є окремою людиною, не продовженням незрячого, не зором незрячого, не розумом незрячого. Ці дві людини – є різними, вони не становлять один когнітивний простір;

- нетактовно та безсенсовно раз по раз зосереджуватись на тому, що людина не може робити, оскільки є багато більш цікавих тем. Тож варто просто зосередитись саме на них, використовуючи доступні засоби сприйняття і розширюючи заодно власне сприйняття навколишнього світу. Дуже влучно про те написав Джон Галл: «не переймаюся думкою, що я чогось не можу бачити. Мої увага і мої відчуття зайняті тим, що я можу сприймати» [8, с. 230]. То у ході екскурсії маємо спілкуватись, а не шкодувати, що щось є неможливим – щось завжди є неможливим. То маємо відкривати можливості, адаптуємось до них;

- не варто редукувати мову, виключаючи з неї «візуальні» слова, намагаючись створити якусь політкоректну альтернативну мову для незрячих. Так – глупотою є використання слова «помацати», якщо конотація для «подивитись» – отримати уявлення про предмет. Подивитись можна й руками, це очевидно і не потребує уточнення;

- варто також пам'ятати про використання слів на позначення кольорів. Звичайно, неможливо описати колір людині, яка його не бачить, але можна описати його символізм, настрій, емоційне навантаження. Намагаємось передати візуальну інформацію через її сприйняття. Цікаво, що якщо робимо це свідомо, то маємо чудову нагоду справді побачити те, на що зазвичай не звертаємо уваги;

- помилкою є намагатись описати всі деталі, які бачимо. Необхідно спочатку накреслити загальне тло, а потім уточнювати та наносити деталі;

- необхідно навчитись розрізняти важливе та неважливе, значуще та незначуще. Іншими словами, повертаємось до теми екзистенційної складової комунікації (поза тим, чим є вона в екскурсії, чи поза нею);
- оскільки незрячий не бачить жестів, міміки та постави екскурсовода, то всі несподівані дії у комунікації мають бути озвучені, так само, як і поява нових співбесідників;
- допомога має надаватись лише із запитанням щодо її потреби та характеру. Очевидно, що екскурсант є особою, життя якої не починається з зустрічі з благодійником-помічником;
- при супроводі (якщо людина на нього погодилась і прийняла допомогу), необхідно озвучувати перешкоди, а при появі сходинок, вказувати чи вгору вони йдуть, чи вниз, також позначати завершення сходів. У приміщенні варто вказувати – чи є можливість сісти, наприклад, і позначити стілець (чи інші засоби), протягнувши до нього руку незрячого.

Правил загалом не так багато, але головне – урахування наявних особливостей сприйняття, проте не редукування комунікації. Про це чудово сказав Джон Галл: «моє знання про іншого ґрунтується на тому, що ми разом пережили, а не на тому, як цей інший виглядає» [8, с. 45]. І тут варто повернутись до теми екзистенційної складової екскурсії – інтерактивна екскурсія твориться тут і зараз, твориться тими людьми, які вступають в комунікацію. Вона проживається заново кожен раз, як відбувається. Фактично, є неповторною. Маємо так розуміти і екскурсію за участю незрячих – керуватись загальними правилами етикету, скорегувавши їх відповідно до особливостей комунікації з незрячими. Але не маємо вигадувати специфічну культуру спілкування, не створюємо штучної культури.

3.2. Екзистенційне наповнення екскурсії відповідно до потреб цільової аудиторії.

Певною мірою, більшість екскурсій у просторі масового туризму розділяє його основну проблему – відсутність екзистенційної складової. Іншими словами, екскурсія по факту є матеріалом і не більше, ніж матеріалом. Так само, як шлях між пунктом А та пунктом Б є лише часом. Натомість, якщо говоримо про прагнення та вимоги і покоління Z, і покоління Y, то час має бути використано так, щоб сприяти становленню людини. Ці покоління не втікають до смартфонів від «реального життя» – смартфон та соціальні мережі є його доповненням та поглибленням. Об'єктивно, необхідно визнати, що сучасні технології створюють принципово новий комунікаційний простір, з яким можна або боротись, або ж його прийняти та використовувати.

З філософської точки зору кожна екскурсія є дорогою, яка має змінити людину, допомогти їй стати собою, побачити нові горизонти та напрямки, куди саме їй варто прямувати. Безвідносно того, чи є екскурсант зрячим, чи незрячим. Мета екскурсії – не лише надати матеріал, але й щось переосмислити, набути новий досвід. Інформацію сьогодні можна віднайти будь-де та у будь-який вільний час. Для того не потрібно навіть вирушати в окрему екскурсійну подорож – інформація завдяки можливостям смартфона, легко переплітається з життєвим шляхом людини, де б вона не була і чим би вона не займалась. Незалежно від того, чи є людина зрячою, чи незрячою.

А тому необхідно переглянути самі принципи створення екскурсійного продукту. Включити в нього компоненти, які роблять часопростір чимось принципово новим. Класичні мінімальні складові, які використовуються задля створення екзистенційного турпродукту: наявність простору мовчання-тиші, зустрічей-спілкування, перешкод, які долаються. Іншими словами: необхідно створення умов для екскурсії-подорожі та усвідомлення того, ХТО іде в подорож, ЩО з ним трапляється, з КИМ або ЧИМ у подорожі

зустрічається, ЯКІ зміни з ним відбуваються та створення простору гри-змагання (у командному, індивідуальному чи моно-варіантах).

Перша значуща складова – особистість та специфіка мовлення екскурсовода. Те, важливо для поколінь Z та Y – наявність індивідуальності екскурсовода (не відповідності стандарту, а саме – сформованої індивідуальності). Очевидно, що є певна перекличка з тим, що сто років тому писав А.С. Макаренко: «Я вже знав, що діти не виправдовують інтелігентської впевненості в тому, що діти будуть любити та цінувати таку людину, яка до них ставиться приязно, грає з ними. Я давно впевнився в тому, що найбільша любов та повага з боку дітей, зокрема тих, які були в колонії, проявляються у ставленні до інших типів людей. Це те, що ми називаємо високою кваліфікацією, впевнене знання, уміння, майстерність, золоті руки, впевненість та відсутність пустослів'я у мові, відсутність пози та постійна готовність працювати» [24]. Це було справедливо для 20-х років 20 ст. і це стає необхідністю для 20-х років 21 ст. – екскурсовод має бути особистістю, має знати матеріал краще та глибше за Вікіпедію, має подавати його цікавіше за TED чи Tik-Tok (йдеться про рівень професіоналізму та зацікавленості тим, про що говорить). За таких умов екскурсія перетворюється на зустріч – з особистістю екскурсовода та її досвідом. Ця зустріч має стати першим атрибутом екскурсії (і орієнтованої на зрячих, і орієнтованої на незрячих). Друга зустріч – з матеріалом. Вище вже говорилося про те, що інформація більше не є чимось, доступним лише втаємниченим відвідувачам бібліотек та архівів. Тож матеріал екскурсії має бути як мінімум вартим часу, витраченого на неї та на дорогу. Це перший момент. Другий – питання формату. Типова екскурсія – це 30-60 хвилин лекційного монологу, звичайно ж, розбудованого за всіма критеріями, проте для людей, які звикли до постійного діалогу та інтерактивності – це задовго. Недарма, серед інструментів сучасного маркетингу – діалог з покупцем (використання на обгортках інтерактивних елементів, опитування та ін.), сторітелінг, акцентування цінностей, а не матеріальної складової, діалог

споживачів, використання кількох інформаційних каналів одночасно та ін. Разом це все дає досить цікаву картину – екскурсійний матеріал по суті має бути не лекцією «все про все», а рекламою, яка спонукає до подальшого самостійного читання (або перегляду відео у соцмережах). Іншими словами – йдеться про трансформацію місії екскурсійної діяльності. Якщо раніше йшлося радше про те, що екскурсія має формувати світогляд людини (часто – в ідеологічно правильному напрямку), то зараз – відкривати нові горизонти, показувати наявність дороги, а вибір (йти чи не йти) – за самою людиною. Екскурсія радше не колія, якою треба їхати, а ворота у інший світ. Не монолог, а діалог, полілог. Ті ж 30-60 хвилин, але фрагментованих (йдеться про введення різних екскурсоводів, розподіл матеріалу за розділами, використання різних форматів його подання, впровадження гри та ін.). Матеріал має вступати в діалог з екскурсантом – з досвідом, типом сприйняття інформації, здатністю до розуміння. Якщо починаємо сприймати ситуацію з такого ракурсу, то не матимемо особливої проблеми у тому, щоб адаптувати екскурсію до незрячих – ми вже сприймаємо кожну аудиторію як аудиторію з особливими потребами. Показово, що специфічний екскурсійний продукт орієнтований на групу незрячих екскурсантів, звичайно відрізняється від загальної екскурсії – до загальних правил долучаються деякі додаткові (про частину з них вже говорилось вище), також мова йтиме про організацію волонтерського супроводу, вибору часу, коли в музеї мало відвідувачів, розташування групи на рівній відстані від об'єктів, сповільнення тифлокоментаря для того, щоб опис збігався з показом об'єктів та ін. Детальніше це можна прочитати у рекомендаціях тифлопедагогів [40].

І хоча робота з групою, до якої входять незрячі та слабкозорі екскурсанти, та робота з групою, з них складеною, то два досить різні екскурсійні формати (маємо справу або з продуктом універсальним, або ексклюзивним), проте цікаво, що певні елементи є подібними. Так, тифлопедагог Ольга Свет вказує наступні елементи, які мають зробити екскурсію адаптованою для незрячих: «Ставити контрольні запитання щодо

прослуханої інформації; матеріал подавати короткими змістовими блоками; розповідь обов'язково супроводжувати тактильними предметами чи макетами; у групі повинно бути не більше 10 дітей» [40].

Навіть побіжного огляду цих правил достатньо для того, щоб відмітити їх тотожність з правилами розробки та проведення екскурсії, орієнтованої на дітей взагалі (хоча не завжди у музейному просторі ці правила виконують), а також – і на сучасну студентську молодь (в якій вже сформовано звички до сприйняття короткого та змістовного відео-контенту Youtube та TikTok та можливості легкого доступу до інформації в мережі інтернет). І короткі змістовні блоки, і контрольні запитання (мета яких – не перевірити матеріал, який прослухано, а ще раз виокремити важливі для запам'ятовування речі), і невеликі групи то є нормальні умови для проведення екскурсії, орієнтованої на молодь. Додаткові тактильні відчуття роблять екскурсію цікавішою та допомагають краще запам'ятати матеріал – додається ще один канал інформації.

Згідно класичного визначення, покоління Z є «поколінням сніжинок», а кожна сніжинка є унікальною та неповторною. Можливо, це найголовніше з того, що маємо усвідомити в посттоталітарному світі – кожна людина є особливою та неповторною, потреби кожної людини є особливими та неповторними – фізичні, психологічні чи духовні. А тому крім форми подачі матеріалу (в принципі – однакової для зрячих та незрячих), необхідно звернути увагу на тому, «що», «для чого», «навіщо» говорить матеріал, що цей матеріал має змінити у житті людини, а через неї – у світі. Тобто, йдеться про екзистенційне наповнення. Відсутність пустоти (сама по собі інформація заради інформації є пустою, якщо відсутня місія).

Наступним елементом, який надає можливості для такої зустрічі – є створення простору тиші. Очевидно, що тиша – найскладніший з елементів, бо йдеться про щось більше, ніж звичайна пауза у бесіді або мовчання між змінами локацій. Тиша – часопростір усвідомлених роздумів. Тому в екскурсійний матеріал її варто включати після поставленого питання

(риторичного або не риторичного), яке у свою чергу може стати своєрідним мостиком між етапами екскурсії (і має бути так само усвідомленим та осмисленим, як і інші). Завдяки питанню тиша стає простором усвідомлення, роздумів, зустрічі з інакшим досвідом. І вона необхідна для осмислення матеріалу, який надається. По завершенню екскурсії часу на тишу та усвідомлення вже не буде – швидкість життя не дозволить зупинитись та зрозуміти, що відбулось. Це стосується всіх екскурсантів, але у випадку незрячих використання тиші є чимось подвійно цінним – створюються умови для зосередження при огляді експонатів. В такому випадку необхідним є поєднання пауз та короткого коментаря. Цікаво, що зрячі відвідувачі можуть також долучитися до такого огляду експонатів – одягнувши маски вони можуть отримати уявлення про сприйняття світу незрячими і отримати радикально новий досвід. Таким чином, регульовані паузи стануть одним із інструментів, завдяки яким екскурсія набуває додаткового змісту і сенсу.

Атрибутом з екзистенційним виміром є подолання перешкод. У традиційних суспільствах життя людини було розмірено системою ініціацій – фактично, кожен новий етап життя (який характеризувався новими обов'язками та правами) відзначався ритуалами випробувань – ініціацією. У ході ініціацій людина навчалася вирішувати певні завдання як сама, так і в команді з іншими. У сучасному суспільстві ініціацій фактично нема (а для багатьох людей з різних причин і народження відбувалось шляхом кесаревого розтину, тож нема і первісного досвіду долаття смертельної небезпеки у присутності близької людини). Тож введення у простір екскурсії мотиву подолання перешкод (гри, вікторини, квестів та ін.) створює тим самим можливість росту – звичайно, не перетворює екскурсію в ініціацію, але допомагає людині зростати, набувати впевненості у собі та ін. Корисним є як індивідуальне проходження завдань, так і командне – в такому разі відбувається зустріч екскурсантів один з одним, створюються умови для діалогу. Варто нагадати, що для поколінь Y та Z соціальні мережі є одним з форматів комунікацій. По суті, йдеться не стільки про залежність від

смартфона, а про нормальність дистанційних форматів комунікації. У цього є свої мінуси. Один з яких – відсутність приватного простору (повідомлення доходять до людини вдень і вночі, де б вона не була), гуртування людей за інтересами та спільними поглядами із виключенням незгодних, розсередженість уваги між реальністю та віртуальним світом тощо.

Натомість, екскурсія збирає людей довільно, і цікавим досвідом стає налагодження комунікації між принципово різними людьми. Так само цікавим досвідом є налагодження комунікації зрячих із незрячими – подолання психологічних бар'єрів, відкриття один в одного сильних та слабких сторін. І так до складової «зустріч» додається складова «долання перешкод» – насамперед тих, які творяться нашою ж психікою, але також і соціальних. Все це разом дає людині можливість вийти за межі звичного кола спілкування та світосприйняття, розширити світоглядний діапазон, допустити до свого простору тих, про існування кого взагалі не здогадувався. Це неможливо зробити, коли увага розсереджена на перебуванні у переписках соціальних мереж, тож екскурсійна задача має захоплювати людину повністю,

Таким чином, якщо розробляємо екскурсію з урахуванням особливостей сучасних поколінь, а також у парадигмі ексзистенційного туризму, то вона буде чимось на порядок вищим за звичайний пізнавальний захід або благодійна акція. Завдяки такому підходу людина отримує можливість зупинитись серед виру інформації, розпочати діалог, набути принципово нові формати вирішення проблем, які ставить життя. Безвідносно того, чи мають екскурсанти інвалідність, чи не мають її.

Якщо звертаємо увагу на колектив тих, хто екскурсію розробляв та презентував, то маємо наступні виклики:

1. Необхідність визначення та усвідомлення місії власної діяльності, а також послідовність у слідуванні цій місії;

2. Орієнтація на споживача послуги при розробці екскурсійного продукту (тобто – особливості сприйняття ним інформації, систему цінностей, світоглядні установки та ін.);

3. Відповідність принципу інклюзії – тобто не створення окремого екскурсійного гетто для «особливих людей», а про розробку екскурсії таким чином, щоб вона вже в основі своїй мала зачатки поліформатності і легко трансформувалася відповідно до потреб групи або окремих осіб у ній;

4. Консультація з фахівцями та попередня перевірка екскурсії на цільовій аудиторії;

5. Урахування можливості залучення волонтерів до розробки та проведення екскурсії.

Якщо поглянути уважно на ці виклики, можна помітити певну закономірність – в успішних екскурсійних проєктах все помітнішим є відхід від абстрактного просвітництва і використання характерного для бізнесу підходу – розробка продукту, орієнтованого на споживача. Така розробка починається з постановки питань «Що робимо?», «Для кого?», «Навіщо?», «Як робимо?», «Хто робить?». Бізнес-підхід наразі позначає не стільки меркантильність, скільки використання сучасних маркетингових наробок і дослідження у царині емоційного інтелекту – здатність розпізнавати, називати та визнавати почуття та емоції (власні та інших людей) і використовувати ці знання та уміння при комунікаціях та розробці продукту.

Парадоксально, але однією з відповідей на ці виклики є використання волонтаріату. Не лише у групі розробки або екскурсоводів, але й для підготовки описів експонатів, організації та проведення майстер-класів, додаткових подій, керівництво допоміжними проєктами та ін. Оскільки волонтери – люди різні за віком, соціальним середовищем, рівнем освіти та ін., то вони потенційно здатні вийти за межі професійного світогляду та допомогти зробити продукт цікавим для всіх людей, а не лише для професіоналів. Нажаль, в Україні залучення волонтерів відбувається у поодиноких випадках і не становить систему. Одна з причин того –

незначний рівень соціальної активності українців (за статистикою, у волонтерській діяльності зайнято близько 15 % населення [59], а ще десять років тому цей показник не досягав 5 % [60]). Друга проблема – неготовність структур приймати волонтерів та відгукуватись на їх ініціативу. Так, наприклад, якщо для Харківського художнього музею поява волонтерів є явищем спорадичним і наслідком ініціативи громадських організацій, то для Національного музею у Варшаві співпраця з волонтерами є системною і ініціативою самого музею. Волонтери проводять цікаві ексклюзивні події, допомагають у щоденній діяльності музею – обробці фондів, створенні каталогів, підготовці виставок тощо. А також провадять власні проєкти:

«Волонтери про твори мистецтва» – розробка міні-екскурсій та проведення своєї рідної маркетингової кампанії.

«Я був би радий допомогти» – допомога відвідувачам орієнтуватись в музейному просторі.

«Музей. Волонтерський блог» – волонтери провадять блог, в якому описують будні музейного волонтерату.

«Фото-коло» – гурток любителів фотографії (які і навчаються фотомистецтву, і допомагають музейним робітникам фотографувати експонати).

«Проєкт "MNW. Особисте"» – збирання спогадів про музей та події, з ним пов'язані» [96].

Подібна система волонтерату діє в інших музеях Польщі. Детальніше про кожен можна дізнатися на їх сайтах [97-99], де зазвичай розміщується контактна інформація, описуються проєкти, у яких волонтерів задіяно, публікуються звіти про виконану роботу та заплановані події. Ще раз наголосимо – підтримка осередку волонтерської діяльності є частиною роботи музею, а не приватною ініціативою чи ініціативою громадських організацій.

Висновки до розділу 3.

Часто говориться про те, що інфраструктура є однією з принципових перешкод на шляху трансформації туристичного простору у напрямку інклюзії. Проте аналіз проєктів, реалізованих в українських музеях, показує, що питання інфраструктури при всій своїй болючості є все ж таки вторинним. Перші кроки до адаптації простору – подолання психологічних бар'єрів (наявних і у музейних співробітників, і у незрячих, і в інших відвідувачів музеїв). Досвід особистого спілкування з цільовою аудиторією (наразі йдеться про незрячих та слабкозорих екскурсантів, проте принцип залишається таким самим і в інших випадках) дозволяє вирішувати поставлені задачі не теоретично, виходячи із своїх уявлень про те, як вони мають бути вирішені, але практично – відштовхуючись від реального знання. Першим кроком до створенні екскурсії, адаптованої під потреби незрячих та слабкозорих екскурсантів, є робота з культурою обслуговування. Другим – співпраця у роботі з форматом екскурсії та формами подання екскурсійного матеріалу. Третім – створення соціального мікроклімату (організація волонтерської допомоги). Четвертим – адаптація простору.

Якщо поглянемо на процес створення екскурсії, орієнтованої на незрячих та слабкозорих екскурсантів з позиції універсального дизайну, то відмітимо принципову подібність такого роду екскурсій до тих, які розробляються на покоління Y та Z: відмова від лекційного формату на користь інтерактиву, подання матеріалу короткими змістовними блоками, використання унікального контенту, задіяння всіх можливих каналів сприйняття інформації, апелювання до цінностей тощо. Тож очевидно, що при адаптуванні екскурсійного матеріалу до потреб незрячих маємо одразу дивитись ширше – уникаючи «благодійницького» підходу, мислити категоріями універсального дизайну. І радше не розробляти ексклюзивний продукт для груп незрячих екскурсантів (хоча це також робота необхідна), але удосконалити екскурсію таким чином, щоб людина могла вільно її відвідати у компанії зі зрячими друзями у будь-який час і для всіх учасників така екскурсія мала б сенс та була б цікавою. Показово, що сучасні технічні

засоби, які дозволяють зробити простір експозиції чи музею доступним для незрячих, так само використовуються і зрячими відвідувачами – і тактильні схеми, і 3d-копії експонатів, і направляючі доріжки, і аудіогіди etc. Оскільки ж можна говорити про те, що намітилась стала тенденція до створення справді інклюзивного соціального простору, то потреба в універсальних екскурсіях тільки зростатиме. А це означає, що варто переорієнтуватись у розробці вже зараз.

ВИСНОВКИ

Традиційно, коли йдеться про інклюзію у музейному просторі, наголошуються питання адаптації інфраструктури та експозиції. Оскільки такі проекти є досить дорогими, то інклюзія часто тлумачиться як питання насамперед фінансове. Коли ж мова про інклюзію у суто екскурсійних варіантах, то часто йдеться про створення ексклюзивного продукту, орієнтованого на людей з інвалідністю, а у гірших випадках – про спорадичні благодійницькі акції. Проте, якщо оперувати логікою універсального дизайну (яка вже відбилась і в українській нормативно-законодавчій базі), першим і принципово важливим моментом стає не стільки адаптація простору відповідно до потреб тієї чи іншої групи, скільки реалізація принципу «зробити зручним» для членів суспільства. Застосування цього принципу до екскурсійного продукту дозволяє поглянути на справу ширше: мова має йти не лише про простір експозиції, але насамперед про адаптацію екскурсії та експозиції до потреб сучасного покоління, а потім вже – про його удосконалення для задоволення потреб такої цільової аудиторії як незрячі. Мова наразі не про створення чергового фестивального продукту «одного дня», але про зміну самого підходу до створення екскурсії. Цікаво, що у рекомендаціях фахівців-тифлопедагогів є досить багато загальних моментів: можливість тактильного огляду, час на огляд, подання інформації короткими змістовними блоками та ін. Власне, якщо звернемо увагу на маркетингові особливості поколінь Y та Z, то побачимо, що ці елементи також зроблять екскурсію більш зручною та цікавою і для зрячих. Аналогічно і питання культури обслуговування наразі є актуальним не лише стосовно незрячих, але й інших цільових груп – дітей, молоді, людей поважного віку. Проблема найчастіше є комплексною, і вирішуватись має як комплексна (з уточненнями, які стосуються особливостей тієї чи іншої цільової аудиторії).

Тож насамперед необхідно усвідомити (не лише в теорії, але на практиці), що інклюзія – то є включення у соціальний простір виключених з

різних причин осіб. Створення інклюзивного простору – задача технічна (і сучасні технології допомагають її вирішити краще, ніж будь-коли в минулому), але передусім – психологічна та методична. І суть не в створенні певного ексклюзивного продукту для осіб з інвалідністю, а в розробці універсального продукту, який легко адаптується. Особливість сучасності – відвідувачі не зобов'язані збиратись групами, «відсортованими по вадах». Екскурсія має справді відповідати принципам універсального дизайну, а при її розробці має бути враховано, що «інклюзивна група» не є групою, створеною штучно, а групою звичайних відвідувачів, серед яких можуть бути і незрячі.

Класичні помилки, які виникають при обслуговуванні незрячих та слабкозорих екскурсантів коріняться або у відсутності досвіду комунікації (читання рекомендацій не замінює досвіду спілкування), або ж через домінування у світогляді особи упереджень щодо сприйняття інвалідності як хвороби, прокляття або чогось, що позбавляє особу її гідності, робить неповноцінною. Певною мірою ця проблема може бути знята поєднанням навчання з досвідом, проте більше все ж таки залежить від бажання набути цей досвід, відкрити для себе нові аспекти взаємодії з іншими людьми.

Культура обслуговування незрячих та слабкозорих екскурсантів базується насамперед на повазі до гідності іншої особи та загальних нормах культури. Принципово важливих уточнень не так вже й багато – озвучування власних намірів на дії та переміщення в просторі, звертання до особи по імені, пошук можливості, які відкриваються завдяки аудіальному та кінестетичному каналам сприйняття інформації та ін. Цікаво, що сучасні технічні засоби адаптації музейного простору до потреб незрячих та слабкозорих екскурсантів часто використовуються і зрячими відвідувачами.

Підсумовуючи сказане, зазначимо ще раз: при створення екскурсії для осіб з інвалідністю не йдеться про благодійництво – йдеться про нормальні ринкові відносини: створюємо продукт (екскурсію) відповідно до потреб цільової аудиторії. Все, що робиться людьми для інших людей має бути

зручним. Вже на початку діяльності маємо думати, як продукт буде сприйматися різними соціальними групами. Трансформація суспільного простору у напрямку інклюзії – то не благодійна акція для «сліпих, глухих, калік, ідіотів», також і не «забезпечення хворих» (саме такі формулювання часто можемо побачити у коментарях в соціальних мережах, а подекуди і в наукових статтях), але нормальна функція суспільства .

Основні моделі сприйняття інвалідності редукують особу, на перше місце висувуючи ті чи інші її якості, особливості, також йдеться про розподіл людей на «нормальних» та «не таких», «хворих», «недосконаlih» та ін. Натомість, соціальна модель, у центр уваги ставить особистість, а не її характеристики. Саме ця модель допомагає перейти від благодійницьких акцій до виконання зобов'язань соціуму – вільного доступу всіх до освіти, державних установ, культурного надбання та ін. Узагальненням реалізації соціальної моделі стає принцип «нічого для нас без нас» (особливо добре його реалізацію сьогодні можна побачити у сфері ІТ-технологій).

Серед слабких місць традиційних екскурсій можна виділити насамперед лекційний формат та інформаційне наповнення: для сучасних поколінь питання доцільності витраченого часу стоїть досить принципово, проблем у вільному доступі до інформації нема (у незрячих в тому числі), але проблеми із здатністю тривалого використання одного інформаційного каналу є. Тож комбінування аудіального та кінестетичного способів подачі інформації, збагачення тактильного матеріалу, короткі змістовні інформаційні блоки, широке використання гаджетів, наявність пауз для осмислення матеріалу, постійна взаємодія з екскурсантами (у тому числі – гейміфікація екскурсії), екзистенційне наповнення (у тому числі – наявність місії) плюс культура обслуговування і щира зацікавленість самого екскурсовода мають зробити екскурсію цікавою не лише для незрячих, але й для молоді в цілому. І таким чином, йтиметься про екскурсійний продукт, розроблений за принципами універсального дизайну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аніщенко А. П., Яріко М. О. Розвиток інфраструктури інклюзивного туризму як результат трансформацій менталітету суспільства (XX-XXI ст.). URL: <http://socsvit.org/node/61> (дата звернення: 15.08.2020).
2. Аніщенко А. П., Яріко М.О. Соціокультурні засади інклюзії. URL: <http://socsvit.org/node/66> (дата звернення: 15.11.2020).
3. Аудіопрактики в музеях. URL: <https://holodomormuseum.org.ua/accessibility/audiopraktyky-v-muzeiakh/> (дата звернення: 25.10.2020).
4. Бутенко В.А. Инклюзия должна быть, но мудрая и обдуманная. URL: <https://womo.ua/valentina-butenko-inklyuziya-dolzha-byt-no-mudraya-i-obdumannaya/> (дата звернення: 15.09.2020).
5. Відчуй Київ. URL: https://0300.com.ua/vidchuj_kyiv (дата звернення: 09.11.2020).
6. Відчуй Київ: як екскурсії наосліп допомагають більше зрозуміти про інклюзію, місто та себе. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2020/06/17/vidchuj-kyuiv-yak-ekskursiyi-naoslip-dopomagayut-zrozumity-bilshe-pro-inklyuzyvnist-misto-ta-sebe/> (дата звернення: 09.11.2020).
7. Вперше: Адаптоване освітнє заняття для незрячих у музеї Голодомору . URL: <https://holodomormuseum.org.ua/accessibility/vpershe-adaptovane-osvitnie-zaniattia-dlia-nezriachykh-u-muzei-holodomoru> (дата звернення: 09.11.2020).
8. Галл Дж. Бачити в темряві. Львів : Свічадо, 2015. 264 с.
9. Гасиджак Л. Музейна втома. URL: <http://prostir.museum/ua/post/30537> (дата звернення: 15.06.2020).

10. ДБН В.2.2-40:2018 Інклюзивність будинків та споруд. URL: https://dbn.co.ua/load/normativy/dbn/dbn_v_2_2_40/1-1-0-1832 (дата звернення: 15.09.2020).
11. Доступне мистецтво, або Як потрапити в музей? URL: <https://ud.org.ua/statti/257-dostupne-mistetstvo-abo-yak-potrapiti-v-muzej> (дата звернення: 18.11.2020).
12. Доступні культурні простори: онлайн-семінар Музею Голодомору. URL: <https://holodomormuseum.org.ua/accessibility/dostupni-kulturni-prostory-onlajn-seminar-muzeiu-holodomoru/> (дата звернення: 09.11.2020).
13. Доступність. URL: <https://holodomormuseum.org.ua/accessibilities/> (дата звернення: 09.11.2020).
14. Загальна декларація прав людини. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015#Text (дата звернення: 25.10.2020).
15. Зіненко О., Ясеновська М. Кращі практики інклюзії. URL: http://fes.kiev.ua/n/cms/fileadmin/upload2/inclusiOn_booklet_pantone-2_QR.pdf (дата звернення: 09.11.2020).
16. Інклюзивна екскурсія в музеї для людей з інтелектуальними порушеннями. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=iBtWDZ8wVrQ> (дата звернення: 25.11.2020).
17. Інклюзивна екскурсія для особливих дітей <http://www.irm.kr.ua/uk/gm/2-un/1796-inklyuzivna-ekskursiya-dlya-osoblivikh-ditej> (дата звернення: 30.10.2020).
18. Інклюзивний музей Голодомору: екскурсія та освітнє заняття для незрячих. URL: <http://prostir.museum.ua/post/43143> (дата звернення: 09.11.2020).
19. Інклюзивний словник. Як правильно спілкуватися з людьми з інвалідністю. URL: <https://nv.ua/ukr/ukraine/inkluzivnij-slovník-jak->

pravilno-spilkuvatisja-z-ljudmi-z-invalidnistju-2458698.html (дата звернення: 15.08.2020).

20. Конвенція ООН про права осіб з інвалідністю. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_g71 (дата звернення: 25.10.2020).

21. Конспект музейної зустрічі №8: Музеї без бар'єрів. URL: <http://prostir.museum/ua/post/36702> (дата звернення: 18.11.2020).

22. Конституція України : офіц. текст. Київ : КМ, 2013. 96 с.

23. Культура без обмежень: на Рівненщині музеї адаптують для людей з інвалідністю. URL: <https://www.rv.gov.ua/news/kultura-bez-obmezhen-na-rivnenshchini-muzeyi-adaptuyut-dlya-lyudej-z-invalidnistyu> (дата звернення: 25.11.2020).

24. Макаренко А. С. Педагогическая поэма. URL: <http://www.makarenko.edu.ru/files/pedpoema.zip> (дата звернення: 05.05.2020).

25. Методичні рекомендації щодо організації навчання осіб з особливими освітніми потребами» від 05.08.2019 р. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/inkluzyvne-navchannya/2019/08/07/rekomendatsiiorganizatsiya-navchannyaoop.pdf> (дата звернення: 15.09.2020).

26. Музей ошущений: слабовидящие и незрячие посетители. Опыт музея современного искусства "Гараж". URL: https://cdn-static-garagemca.gcdn.co/storage/tinymce_asset/2/3/2356/file-3238eb15-7c5f-465d-ae26-87e619b3abfd.pdf (дата звернення: 10.05.2020).

27. Музей у темряві «Третя опівночі». URL: <https://0300.com.ua/> (дата звернення: 09.11.2020).

28. Мультимедіа – каталог програм Allsoft. URL: <https://allsoft.ua/> (дата звернення: 10.09.2020).

29. Навчальний семінар для музейників «Інклюзивна екскурсія». URL: <https://www.prostir.ua/event/navchalnyj-seminar-dlya-muzejnykiv-inklyuzyvna-ekskursiya> (дата звернення: 18.11.2020).
30. Національний музей Голодомору-Геноциду. URL: <https://holodomormuseum.org.ua/> (дата звернення: 09.11.2020).
31. Національний музей Тараса Шевченка. URL: <https://museumshevchenko.org.ua/events/category/excursii/> (дата звернення: 25.11.2020).
32. Носков В. Як живеться в Україні її незрячим громадянам. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/25136865.html> (дата звернення: 05.08.2020).
33. Побачити світ на дотик: як у Києві працює Музей Темряви. URL: <https://shotam.info/pobachyty-svit-na-dotyk-iak-u-kyievi-pratsiuie-muzej-temriavu/> (дата звернення: 10.10.2020).
34. Покоłodна М., Корнеєва С., Коваленко Д. Особливості організації та проведення екскурсії для осіб з обмеженими можливостями Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2019. № 10. с. 210-218. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2019-10-22>.
35. Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні : Закон України від 21.03.91 № 876-ХІІ. Дата оновлення: 19.12.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/875-12#Text> (дата звернення: 25.10.2020).
36. Про регулювання містобудівної діяльності : Закон України від 17.02.2011 № 3038-VI. Дата оновлення: 01.12.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3038-17#Text> (дата звернення: 15.08.2020).

37. Реалізація норм Конвенції про права осіб з інвалідністю. URL: <https://www.msp.gov.ua/timeline/Realizaciya-norm-Konvencii-pro-prava-osib-z-invalidnistyu.html> (дата звернення: 15.09.2020).
38. Резніченко І., Пісняк В., Експерсія як форма інклюзивного туризму для молодших школярів з особливими освітніми потребами. Психолого-педагогічні проблеми сучасної школи. 2020. № 1 (3). с. 120-126: DOI: [https://doi.org/10.31499/2706-6258.1\(3\).2020.204303](https://doi.org/10.31499/2706-6258.1(3).2020.204303).
39. Рудик Г. "Музейна людина": колективний портрет українців, які відвідують музеї. URL: <https://www.istpravda.com.ua/articles/2013/07/15/130138/> (дата звернення: 15.06.2020).
40. СВЕТ О. Психологія людей з порушеннями зору. URL: <https://holodomormuseum.org.ua/accessibility/psykholohiia-liudej-z-porushenniamu-zoru/> (дата звернення: 05.08.2020).
41. Семінар «Музейна інклюзія». URL: <http://pkm.poltava.ua/ua/podii/1026-seminar-muzeina-inkliuziia.html> (дата звернення: 18.11.2020).
42. Створення інклюзивного музейного середовища. URL: <http://pkm.poltava.ua/ua/podii/1026-seminar-muzeina-inkliuziia.html> (дата звернення: 08.08.2020).
43. У Художньому музеї відбулася інклюзивна експерсія. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7ZvUZiujKN0> (дата звернення: 30.10.2020).
44. У Художньому музеї відбулася інклюзивна експерсія. URL: <http://v-news.com.ua/u-hudozhnomu-muzeyi-vidbulasya-inklyuzyvna-ekskursiya/> (дата звернення: 30.10.2020).
45. Укази та закони. URL: <https://ud.org.ua/zakonodavstvo/ukazi-ta-zakoni> (дата звернення: 15.08.2020).
46. Уперше: Волинянин із синдромом Дауна проводить авторські експерсії в музеї. URL: <https://volynua.com/posts/volinyanin-iz->

sindromom-dauna-provodit-avtorski-ekskursii-v-muzei-video (дата звернення: 25.10.2020).

47. Arditi A., Holmes E., Reedijk P., Whitehouse R. Interactive tactile maps, visual disability, and accessibility of building interiors. *Visual Impairment Research*. 1999. № 1. p. 11-21. DOI: 10.1076/vimr.1.1.11.4456

48. Audio description (AD). URL: <https://www.rnib.org.uk/information-everyday-living-home-and-leisure-television-radio-and-film/audio-description> (дата звернення: 10.10.2020).

49. Audio Description Associates LLC. URL: <https://audiodescribe.com/> (дата звернення: 12.10.2020).

50. Audio Description at Museums, Parks, Exhibits, and More! URL: <https://acb.org/adp/museums.html> (дата звернення: 09.11.2020).

51. Audio Description Services. URL: <https://audiodescriptionsolutions.com/audio-description-training/exhibits/> (дата звернення: 09.11.2020).

52. Audio Description in the Art Gallery. URL: <http://hannah-thompson.blogspot.com/2017/03/audio-description-in-art-gallery.html> (дата звернення: 12.10.2020).

53. Audio description: What difference can it make for your visitors? URL: <https://advisor.museumsandheritage.com/features/audio-description-what-difference-can-it-make-for-your-visitors/> (дата звернення: 10.10.2020).

54. Audiodeskription im Museum - Einzelansicht. URL: <https://lsf.uni-hildesheim.de/qisserver/rds;jsessionid=5B5B97367491F16F1FE6E6107F476EFF?state=verpublish&status=init&vmfile=no&moduleCall=webInfo&publishConfFile=webInfo&publishSubDir=veranstaltung&veranstaltung.veranstid=47747&expand=81829> (дата звернення: 12.10.2020).

55. Audiodeskrypcja w Poznanskim ZOO. URL: http://fundacjaokis.org/tresc_19_.html (дата звернення: 09.11.2020).

56. Bajak M., Manczak I., Sanak-Kosmowska K. Zastosowanie beaconów w komunikacji z niepełnosprawnym turystą kulturowym (na przykładzie muzeów miejskich). *Turystyka Kulturowa*. 2020. № 5. s.116-139.

<http://turystykakulturowa.org/ojs/index.php/tk/article/download/1180/1014>

57. Bolinska M. Z obrazu na slowo: Kilka uwag o technice audiodeskrypcji *Studia Socialia Cracoviensia*. 2014. № 1 (10). s. 169–180.

http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.ojs-doi-10_15633_ssc_763/c/763-639.pdf

58. Burgstahler Sheryl *Universal_Design Process Principles and Applications*. URL: <https://www.washington.edu/doit/universal-design-process-principles-and-applications> (дата звернення: 10.05.2020).

59. CAF World Giving Index 2010. URL: <https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/worldgivingindex28092010print.pdf> (дата звернення: 15.06.2020).

60. CAF World Giving Index 2018. URL: https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/caf_wgi2018_report_webnopw_2379a_261018.pdf (дата звернення: 15.06.2020).

61. Chmiel A., Mazur I. *Audiodeskrypcja*. Poznan. Zakład Graficzny UAM, 2014. 359 s.

62. FORTIMA Akademia Filmowego Słowa. URL: <https://www.fortima.pl/kursy/audiodeskrypcja> (дата звернення: 09.11.2020).

63. Gość z niepełnosprawnością wzroku w muzeum - audiodeskrypcja do dzieł plastycznych. URL: <https://szkolenia.nimoz.pl/course/info.php?id=91> (дата звернення: 07.11.2020).

64. Griffin E, Picinali L, Scase M. The effectiveness of an interactive audio-tactile map for the process of cognitive mapping and recall among people with visual impairments. *Brain and behavior*. 2020. № 10(7): DOI: 10.1002/brb3.1650

65. Hudson L. O & M Literacy: Creating a Tactile-Map. URL: <https://www.pathstoliteracy.org/blog/o-m-literacy-creating-tactile-map> (дата звернення: 25.10.2020).

66. IBEACON и BLUETOOTH-маячки: как это работает в ритейле. URL: <https://www.facelet.com/ru-ua/blog/ibeacon-and-bluetooth-beacons-how-to-use-them-in-retail/> (дата звернення: 15.06.2020).

67. Inkubator Kultury | Jak zamienić obraz w słowo? – warsztaty z audiodeskrypcji. URL: <http://niepelnosprawni.lublin.pl/inkubator-kultury-jak-zamienic-obraz-w-slowo-warsztaty-z-audiodeskrypcji/> (дата звернення: 07.11.2020).

68. International Disability Caucus. URL: <https://www.un.org/esa/socdev/enable/rights/idc05.htm> (дата звернення: 26.10.2020).

69. ITC Guidance On Standards for Audio Description. URL: http://audiodescription.co.uk/uploads/general/itcguide_sds_audio_desc_word3.pdf (дата звернення: 10.10.2020).

70. Izi.Travel: The Storytelling Platform. URL: <https://izi.travel/en> (дата звернення: 10.09.2020).

71. Maps for the blind: How the MAD Lab is challenging designers' hyper-visual assumptions. URL: <https://lighthouse-sf.org/2019/04/09/maps-for-the-blind-how-the-mad-lab-is-challenging-designers-hyper-visual-assumptions/> (дата звернення: 25.10.2020).

72. Museum Warszawy. Audiodeskrypcje. URL: <https://muzeumwarszawy.pl/audioprzewodnik/audiodeskrypcje/> (дата звернення: 14.11.2020).

73. Muzeum Historii Żydów Polskich. Audiodeskrypcje. URL: <https://www.polin.pl/pl/podstrona/audiodeskrypcje> (дата звернення: 14.11.2020).

74. Muzeum Narodowe we Wrocławiu. Audiodeskrypcja. URL: <https://mnwr.pl/category/wystawy/audiodeskrypcja/> (дата звернення: 14.11.2020).

75. Muzeum Śląskie. Audiodeskrypcja. URL: <https://muzeumslaskie.pl/pl/audiodeskrypcja/> (дата звернення: 14.11.2020).

76. Nearby. A platform for discovering and communicating with nearby devices. URL: <https://developers.google.com/nearby> (дата звернення: 15.06.2020).

77. Okolice sztuki. Audiodeskrypcja – integracja – ekspresja. URL: <https://mnk.pl/artykul/okolice-sztuki-audiodeskrypcja-integracja-ekspresja> (дата звернення: 14.11.2020).

78. Oltravel. Nowoczesna turystyka. URL: <https://www.oltravel.pl/en/> (дата звернення: 15.06.2020).

79. Orpheogroup: global visitor solutions. URL: https://orpheogroup.com/products/?gclid=Cj0KCQiAh4j-BRCsARIsAGeV12Bp5y62-aVjFGjyllipvafzohGHFNJyoioB6HXQUYWbZg_dVhb0D8caAma5EALw_wcB (дата звернення: 12.10.2020).

80. Papińska-Kacperek J. B. Miejskie aplikacje mobilne w turystyce kulturowej w Polsce. Turystyka Kulturowa. 2016. s. 67-85.

81. Przewodnik audio po Białymstoku - z audiodeskrypcją. URL: <https://bialystok.tvp.pl/4615282/przewodnik-audio-po-bialymstoku-z-audiodeskrypcja> (дата звернення: 16.11.2020).

82. Ronald Mace and His Impact on Universal Design. URL: <http://cdrnys.org/blog/advocacy/ronald-mace-and-his-impact-on-universal-design/> (дата звернення: 10.05.2020).

83. Sadowska A. Audiodeskrypcja do ilustracji w prasie – wskazówki dla trenerów szkolących audiodeskryptorów. *Przekładaniec. A Journal of Translation Studies*. 2014. 28. s. 124-139. DOI: 10.4467/16891864PC.14.009.1716
84. Scottish Design Galleries. URL: <https://www.vam.ac.uk/dundee/exhibitions/scottish-design-galleries>
<https://www.vam.ac.uk/dundee/exhibitions/scottish-design-galleries> (дата звернення: 09.11.2020).
85. Standarty tworzenia audiodescriptcji do produkcji audiowizualnych. URL: http://avt.ils.uw.edu.pl/files/2010/12/AD-_standardy_tworzenia.pdf (дата звернення: 10.10.2020).
86. Szarkowska A., Wasylczyk P. Audiodeskrypcja autorska https://www.researchgate.net/publication/265778012_Audiodeskrypcja_autorska
87. Szkolenia. URL: <https://napisy-audiodeskrypcja.pl/szkolenia/> (дата звернення: 07.11.2020).
88. Szkolenie I warsztaty z audiodeskrypcji. URL: <https://pzn.org.pl/szkolenie-i-warsztaty-z-audiodeskrypcji/> (дата звернення: 09.11.2020).
89. The 7 Principles of Universal Design. URL: <http://universaldesign.ie/What-is-Universal-Design/The-7-Principles/> (дата звернення: 10.05.2020).
90. The Audio Description Project. URL: <https://acb.org/adp/museums.html>
91. The Center for Universal Design. URL: https://projects.ncsu.edu/ncsu/design/cud/about_us/usronmace.htm (дата звернення: 10.05.2020).
92. The Holodomor Museum \ Музей Голодомору. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9oEU8nXx1pI&list=PL3etmvMy6APTuSlgJJ-gZHvb4FOMrjKSm> (дата звернення: 09.11.2020).

93. Ułyszeć obraz. URL: <https://www.dobrewiadomosci.eu/aktualnoci/9241-uysze-obraz-bezpatny-kurs-auidodeskrypcji-w-csw-ania-2> (дата звернення: 07.11.2020).
94. VocalEyes. URL: <https://vocaley.es.co.uk> (дата звернення: 09.11.2020).
95. Ways of Seeing Art: Exploring the Link Between Art and Audio Description. URL: https://issuu.com/shapearts/docs/shape_2017_tateexchange_book_final_ (дата звернення: 10.10.2020).
96. Wolontariat museum sztuki nowoczesnej w Warszawie. URL: <https://artmuseum.pl/pl/edukacja/wolontariat> (дата звернення: 15.06.2020).
97. Wolontariat Muzeum Wojska Polskiego. URL: <http://www.muzeumwp.pl/wolontariat2.php> (дата звернення: 15.06.2020).
98. Wolontariat w Muzeum Pałacu w Wilanowie. URL: https://www.wilanow-palac.pl/wolontariat_w_muzeum.html (дата звернення: 15.06.2020).
99. Wolontariat Zamku Krolewskiego. URL: <https://www.zamek-krolewski.pl/wolontariat> (дата звернення: 15.06.2020).
100. Writing Verbal Descriptions for Audio Guides. URL: <http://www.artbeyondsight.org/mei/verbal-description-training/writing-verbal-description-for-audio-guides/> (дата звернення: 12.10.2020).
101. Dominici, G., "From Marketing Mix to E-Marketing Mix: A Literature Review, International Journal of Business and Management, vol. 9. no. 4. 2009. P. 17-24. DOI: <https://doi.org/10.5539/ijbm.v4n9p17>
102. Frankl V. Człowiek w poszukiwaniu sensu. Warszawa : Czarna owca. 2010. 224 s.
103. Vanier J. Wspólnota miejscem radości i przebaczenia. Poznan : W drodze. 2011. 448 s.