



PL-BY-UA  
2007-2013

Cross-border Cooperation Programme  
Poland - Belarus - Ukraine 2007-2013

РЕГІОНАЛЬНИЙ МУЗЕЙ У СТАЛЬОВІЙ ВОЛІ

# Мислячи відчуттями – відчуваючи розумом

---

Навчальна програма для незрячих та слабозрячих осіб

к.н. Марцін Шельонг

2013

Muzeum Regionalne w Stalowej Woli  
ul. Sandomierska 1  
37-464 Stalowa Wola  
Tel: +48 15 844 85 56, Fax: +48 15 844 85 57  
akademia@muzeum.stalowawola.pl  
www.muzeum.stalowawola.pl



Program Współpracy Transgranicznej  
Polska-Białoruś-Ukraina 2007-2013  
jest współfinansowany ze środków  
Unii Europejskiej

## Зміст

Передмова .....	<b>Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.</b>
Частина I. Вступ .....	3
Комунікація і інтерпретація в музеї.....	5
Суспільна модель неповносправності .....	111
Партиципація.....	13
Діалогова педагогіка (навчання, що базується на діалозі) .....	15
Частина II. Навчальна програма «Мислячи відчуттями – відчуваючи розумом» .	19
Скорочений опис програми.....	19
Адресати.....	<b>Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.</b>
Назва .....	21
Загальні положення і цілі.....	21
Структура програми .....	233
Проект типу «співпраця».....	24
Тема проекту .....	<b>Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.</b>
Скорочений опис проекту .....	<b>Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.</b>
Період тривалості та місце реалізації проекту .....	25
Підготовка проекту .....	25
Учасники (адресати) .....	27
Цілі проекту .....	<b>Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.</b>
Хід проекту .....	29
Продовження програми .....	41
Проект типу «співтворення» .....	41
Проект типу «господар» .....	43
Бібліографія.....	44

## Передмова

Дана розробка представляє теоретичні положення, опис і цілі взірцевої навчальної програми, призначеної для незрячих і слабозрячих осіб, яка має становити основу для реалізації навчання у сфері інноваційної навчальної програми щодо обслуговування в музеях слабозрячих і незрячих осіб. Програма і навчання адресовані музейній публіці, як з неповносправністю органу зору, так і загальному відвідувачів/екскурсантів та працівників музеїв.

Розробка створена в рамках проекту «Музеї без бар'єрів» коаліція польських і українських музеїв для професійного обслуговування неповносправних відвідувачів/екскурсантів в рамках програми транскордонного співробітництва «Польща – Білорусь – Україна 2007 – 2013».

Основною ідеєю розробки є створення рамкової навчальної програми, що покликатиметься і використовуватиме в практиці інноваційні вирішення у сфері музейної освіти в межах проекту, головним адресатом якого є слабозрячі та незрячі люди. У вступі до програми окреслено найважливіші проблеми, перед якими стоять сучасні музеї готуючи програми для осіб з особливими потребами, наведено і обговорено базові поняття, що аналізують ці проблеми, а також вказано ті, які наводяться з метою їх вирішення. В частині розробки, що присвячена навчальній програмі, детально описується її структура, перебіг реалізації, адресати, цілі та даються рекомендації щодо методів діяльності.

Інтегральною частиною розробки є плановане на її підставі навчання, яке на практиці дасть змогу проілюструвати ідеї, що були провідними і якими керувались розробники навчальної програми «Мислити відчуттями – відчувати розумом».

## Частина I. Вступ

У сучасному світі однією з найважливіших проблем, що стоїть перед музеями, є забезпечення доступу до культури якомога ширшим верствам суспільства. Це завдання музеї реалізують різноманітними методами: шляхом підготовки спеціальної навчальної пропозиції/оферти, адресованої відвідувачам/екскурсантам різних вікових категорій та з різними рівнем компетентності/знань у сфері культури; через заходи типу аутріч (англ. *outreach*), що дають музеям змогу виходити до тієї частини суспільства, яка, головним чином із соціальних міркувань, не бере участі у діяльності музейних закладів; врешті-решт, шляхом підготовки пропозиції/оферти для осіб з особливими потребами. В останньому випадку найчастіше маємо справу з інвестиціями в інфраструктуру, які, перш за все, ліквідовують бар'єри у фізичному доступі до музейних об'єктів.

Фізичну доступність забезпечують рампи/пандуси, ліфти, широкі проходи, відповідним чином запроектовані туалети і гардероби. Вони є істотними для осіб, котрі мають проблеми з пересуванням. Меншою мірою доступність означає також пізнавальну доступність – так називається вид надання доступу, який стосується осіб з неповносправністю органу зору чи слуху, а також інтелектуально неповносправних осіб. З цієї ж причини робота над полегшенням доступу для незрячих і слабозрячих повинна концентруватися на способі створення в зоні виставок – найважливішого медіуму, з допомогою якого музеї комунікуються/спілкуються зі своєю публікою, вирішень, які дозволяли б не лише самостійно користуватися виставковими площами, а й також представити ці об'єкти методом, який відповідав би досвідом, знанням і вмінням слабозрячих і незрячих людей. Слід визнати, що музеї все частіше використовують засоби, що полегшують як пізнавальний, так і фізичний доступ –

у вигляді експонатів, яких можна торкатися (т.зв. «оглядання через дотик»); аудіо-пристроїв, що містять аудіо-дескриптивні описи представлених на експозиціях експонатів. Також розмічають простір з використанням шрифту Брайля, встановлюють слідовказівники/маркери на підлогах, сходах і ліфтах. Все це дає змогу незрячим і слабозрячим людям почуватись у музейному просторі з кожним разом все більш невимушено. Однак, тим не менше, ці вирішення і полегшення доступу часто мають односторонній характер. Спрямовані виключно в одному напрямку, до конкретного адресата, яким є незрячі або слабозрячі люди. Незначною мірою музеї стараються інтегрувати ці заходи таким чином, щоб можна було визнати їх цінними також для інших відвідувачів/екскурсантів, так званої загальної публіки. В принципі у цьому немає нічого, що заслуговувало б на осуд. Спрямованість заходів на конкретну групу часто є бажаним явищем, яке свідчить про рівень професіоналізації музейної інституції/установи. Однак, вона має також свої негативні сторони. З практичної точки зору небагато музеїв можуть дозволити собі на таке вузьке визначення цільової групи. Вирішення цього типу видаються половинчастими також з іншої точки зору. Інколи замість протидіяти виключенням, вони можуть їх поглибити, оскільки чітко вказують на те, що для кого призначено: щось призначене для когось одного – не є призначеним для когось іншого.

Однак, якщо виходити із принципу, що сучасний музей має становити соціальний простір, простір обміну між різними людьми: як тими, котрі приходять в цей соціальний простір, так і тими, котрі в ньому знаходяться (у т.ч. працюючі) та пробувати обдумати стратегію інтерпретації і комунікації, які, як правило, використовуються в музеях, запроваджуючи приклади альтернативних вирішень, можна пробувати змінювати негативні сторони одностороннього (або іншими словами, одноаспектного) спрямування/адресування ініціатив, головним адресатом яких є незрячі або слабозрячі особи. Тому важливо, щоб програма для незрячих і слабозрячих осіб ініціювала нові типи відносин між особами з особливими потребами, а музейний заклад, пропонуючи вирішення, що

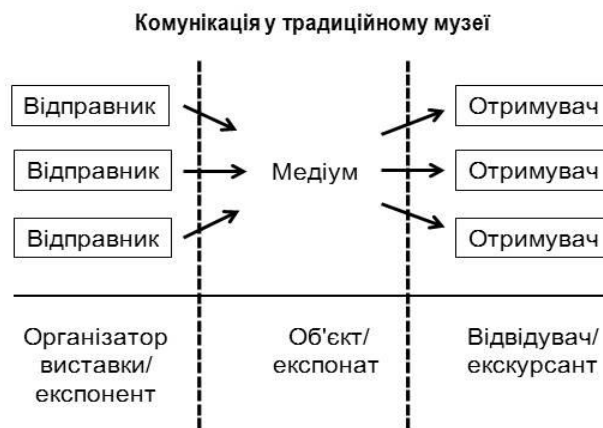
інтегрують загальну публіку з незрячими і слабовзрячими особами, передбачав, що його результати можуть принести користь одним і другим. З огляду на рамковий характер даної розробки, яка має становити інспірацію для різних музеїв, а не лише для тих, що мають відповідні фінансові засоби або рішуче настроєні на те, щоб підготувати адресовані незрячим і слабовзрячим особам матеріали, реквізити, організаційні вирішення в зоні виставки, однаковою мірою важливим є те, щоб програма могла бути реалізована також у тих інституціях/установах, які не можуть дозволити собі на такі вирішення. Адже основною ідеєю програми є те, що питання пізнавальної доступності для слабовзрячих і незрячих осіб залежить у першу чергу не від фінансової спроможності, а від способу мислення про музей та його обов'язки/місію. Це не означає, що фінансові питання не є важливими. Однак, не дивлячись на це, однаковою мірою важливим питанням є те, яким чином буде визначено обов'язки/місію музею, окреслено чого ми від нього очікуємо, як розуміємо відносини між публікою і інституцією/установою, а також як будемо сприймати цілі задля яких музей здійснює свою діяльність.

Дана розробка не є місцем для презентації музеологічних і педагогічних концепцій. Однак, для розуміння суті пропонованої програми необхідно розібрати кілька основних понять/визначень, що допоможуть зрозуміти місце програми в сучасній рефлексії, присвяченій музейному навчанню і музеям, з метою звернення уваги на інноваційність представленої пропозиції. Важливими для програми є перш за все такі поняття/визначення: «комунікація», «інтерпретаційна спільнота», «соціальна модель неповносправності», «партиципація» і «діалогова педагогіка».

### **Комунікація і інтерпретація в музеї**

Спілкуючись зі своєю публікою за допомогою медіуму виставки, музей промовляє до неї, як правило, з позиції авторитету, що дає йому можливість проголошувати «універсальну» правду на тему презентованих об'єктів. Як правило, при цьому музей реалізовує односторонню модель комунікації, т.зв.

модель передачі/трансляції, характерну для засобів масової інформації (рисунок 1).<sup>1</sup> В цій моделі інформація спрямовується в одну сторону, від творця інформації/повідомлення (музею) в напрямку одного отримувача (відвідувача/екскурсанта). Вона формує пасивний тип отримувача. Глядач/відвідувач/екскурсанти може лише сприймати те, що йому пропонує музейна інституція/установа. Однак, не має впливу на те, що і як виставляється в музеї. Ця модель також не дає можливості впливу на те, який вид інформації на тему презентованих об'єктів є в музеї. Це проблема, що стосується не лише незрячих чи слабовзрячих осіб, але також загальної публіки.



**Рисунок 1. Трансмісійна модель комунікації в музеї за Камероном (1968)**

Іноді музеї, так само як і мас-медіа, доповнюють цю модель через «петлю зворотної інформації» (англ. *feedback*, «зворотний зв'язок»), завдяки якій мають можливість проведення аналізу того, яким чином публіка сприймає адресований

<sup>1</sup> E. Hooper-Greenhill, *Communication in theory and practice, y: The Educational role of the museum, second edition*, (ed.) E. Hooper-Greenhill, Routledge 1999, s. 28 – 43.

ій меседж (повідомлення). Однак, це принципово не змінює методу комунікації/спілкування, оскільки рішення щодо того наскільки зворотна інформація вплине на виставки, надалі залишається по стороні «відправника меседжу».

Як по відношенню до загальної публіки, так і, зокрема, по відношенню до осіб з особливими потребами, цей вид комунікації виправдовує себе за певних умов, які роблять можливим сприйняття інформації адресатом. Основними умовами є спільність знань, досвіду і вмінь, якими володіють як творці меседжу, так і його отримувачі. Говорячи іншими словами, комунікація в цій моделі є найбільш ефективною, якщо творці меседжу належать до тієї ж «інтерпретаційної спільноти», що і його отримувачі.

### *Інтерпретаційна спільнота<sup>2</sup>*

*В теорії «інтерпретаційна спільнота» - це спільнота людей, яка поділяє спільні інтерпретаційні стратегії. Її формують люди, які мають подібний підхід в «прочитанні» об'єктів, ідентифікації їх важливості, акцентування в них їх найважливіших ознак, які спільно визнають найважливішими. Ці стратегії функціонують перед «прочитанням» і тому формують те, що буде «прочитано»/сприйнято. За визначенням Станлея Фіша, інтеграційна спільнота створює значення, використовуючи спільні інтерпретаційні стратегії. Вони включають пріоритети, що надаються певним особливим формам аналізу: мова, якою описують об'єкт, освіта і спеціалізовані знання.*

Це не означає, що в інших випадках вона (комунікація) не має місця. Річ у тім, що вона стає менш ефективною і, в результаті, мало суттєвою для тих осіб, які не цікавляться проблематикою, що виставляється музейними інституціями/закладами. Осіб, які в музеї могли б бути відповідальним партнером у «інтеграційній спільноті» людей із неповносправністю органу зору, в цих інституціях є небагато. Якщо вони, однак, є – не думаємо, що вони залучаються до реалізації представлених на виставках тем. У цій ситуації не повинно дивувати, що заклики до реалізації права незрячих і слабозрячих осіб

---

<sup>2</sup> На підставі: E. Hooper-Greenhill, *Learning in art museums: strategies of interpretation, w: The Educational role of the museum, op. cit. s. 49-50.*



на те, щоб формування виставок з урахуванням їх потреб стало нормою, а не було винятком, як звертає увагу Європейський союз сліпих, залишається у сфері мрій.<sup>3</sup>

Протилежністю до трансмісійної моделі у комунікації є культурний підхід. У ньому комунікація розуміється як процес ділення, співучасті і зв'язку, спрямований на формування активного виду отримувача/споживача. При культурному підході публіка залучається до процесу обговорення значення, працюючи над змістом виставок, вирішуючи, які об'єкти виставити і як їх показати, а рішення приймаються спільно шляхом участі і глибокої співпраці зі спільнотою для якої працює музей. У культурному підході виходять із того, що на досвід отриманий в результаті відвідин музею впливають значно більше факторів, ніж виключно враження від огляду об'єктів/експонатів та ознайомлення із супровідними написами та іншими роз'яснювальними матеріалами (рисунки 2).

---

<sup>3</sup> R. Więckowski, *Sztuka prezentowania sztuki*, Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów, Warszawa 2013, s. 1. Публікація доступна в електронній версії на сайті [www.nimoz.pl](http://www.nimoz.pl) (доступ 27 червня 2013).

## Комунікація при холістичному підході

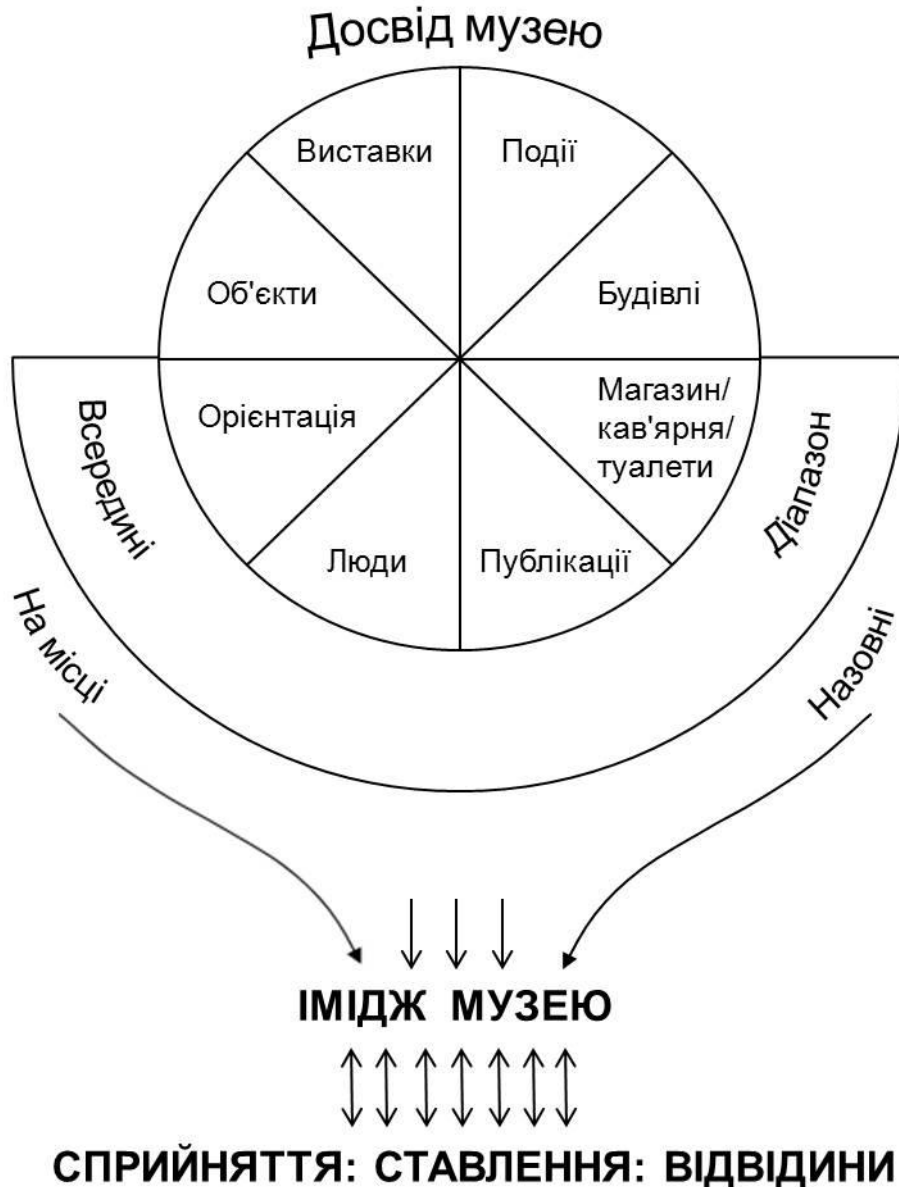


Рисунок 2. Холістичний підхід до комунікації в музеї (культурний підхід) за Хупером-Грінхіллом (Hooper-Greenhill)

Люди відвідують музеї, оскільки (окрім самого візиту в музеї) хочуть побути у специфічному архітектурному просторі, взяти участь у виставках і підготовлених для них заходах, заглянути у магазинчик або кав'ярню, зустрітися з іншими людьми. Отже, цінністю самою у собі є візит до музею, як визначного з культурної і соціальної точок зору місця (простору), а не виключно прихід туди з

метою пізнання зібраних і виставлених у ньому об'єктів. Беручи до уваги ці очікування, культурний підхід до комунікації так само серйозно, як самі об'єкти і формовані в музеї на їхню тему знання, трактує досвід відвідувачів/екскурсантів та старається знайти такі вирішення, які даватимуть змогу поділитися цим досвідом з іншими. Адже передбачає, що відвідувачі/екскурсанти можуть здобувати знання, враження, пробуджувати свої спогади також завдяки зустрічі з іншими відвідувачами/екскурсантами, у співставленні з їхнім досвідом, переживаннями, оцінками, які є не менш цінними за професійні роз'яснення на тему підготовлених персоналом музею об'єктів. Таким чином культурний підхід реалізує положення пізнавального конструктивізму, згідно з яким процес пізнання, здобуття знань є конструктивною діяльністю і враховує не лише властивості виставлених об'єктів/експонатів, змісту виставки, але також потреби і досвід глядача/екскурсанта, які суттєво впливають на те, що фіксується після відвідин музею. Цей підхід є абсолютно відмінним від підходу, що домінує у традиційному музеї, де вважається, що зміст музею має бути представлений через те, що репрезентує «справжню» природу виставленої проблеми і має бути представлена глядачеві/екскурсантові таким чином, щоб його можна було зрозуміти якнайлегше. Адже він передбачає, що знання існують виключно поза відвідувачем/екскурсантом, як набір об'єктивних фактів для засвоєння, а процес пізнання полягає виключно у адитивному накопиченні знань як комплексу інформації, яка засвоюється байт за байтом – від простих до, з кожним разом, складніших проблем.

Якщо звернемо увагу на факт, що існують серйозні розходження між очікуваннями середовища незрячих осіб щодо надання доступу до культурної оферти/пропозиції неповносправним особам з музейною практикою, варто запитати чи адресована їм навчальна програма, не повинна, перш за все, стосуватися способу участі осіб з особливими потребами у заходах музейної інституції/установи, того, яким чином вона готує виставки та інформацію про об'єкти для незрячих і слабовзрячих осіб, як досвід цієї групи записується і яким

чином надається доступ до нього іншим групам відвідувачів/екскурсантів, загальній публіці, як можна більш фундаментальним чином включити її у діяльність інституції, а не через одноразову, часто випадкову, участь у підготовлюваних для них навчальних заходах.

Отже, запропонована програма є спробою створення рамкової розробки для реалізації заходів, адресованих музейній публіці, перш за все слабозрячим і незрячим, котрі мають поглиблювати культурний підхід до комунікації в музеї, визнавати цінним досвід, знання, спосіб функціонування адресатів програми у світі, створювати умови для реалізації соціальної моделі музею, шляхом участі в діяльності інституції/установи. Цей підхід виходить із припущення, що в процесі надання пізнавального доступу до музеїв особам з особливими потребами проблемою є те, що музеї надто сильно прив'язані до сприйняття неповносправності у медичних категоріях, не звертаючи уваги на факт, що вона є головним чином соціальною категорією.

### **Соціальна модель неповносправності**

Щоб могли реалізувати проект, який включить людей з особливими потребами у діяльність інституції/установи і створить відповідне партнерство та діалог, музеї повинні адаптувати і зрозуміти поняття соціальної моделі неповносправності. У центрі цього поняття положення про те, що «проблема» полягає не стільки в обмеженнях особи, скільки у її соціальному чи фізичному оточенні.<sup>4</sup> Для прикладу, особа в інвалідному візку, котра не може в'їхати до музею є обмежена сходами. Це вони становлять бар'єр. Але достатньо встановити рампу/пандус або ліфт і особа на візку зможе потрапити в будинок, так як і всі інші користувачі/відвідувачі музеїв. Отже, неповносправними цих людей роблять сходи та відсутність способів їх подолання на візку. Незрячих або слабозрячих людей в музеях обмежує відсутність тифлографічних планів, підписів шрифтом Брайля, розмітки на території музею, аудіо-дескриптивних описів, писаних великими літерами підписів під об'єктами. Це їх абсенція визначає їхню

---

<sup>4</sup> T. Shakespeare, M. Oliver, *Understanding Disability: From theory to practice*, Macmillan Press 1996, s. 39.

неповносправність в музеї і виключає осіб, які страждають цим видом неповносправності, з участі в культурі. Поява у галереях моделі або оригіналу скульптури, якої можна торкатися, розмітка музейного простору лініями, що полегшують пересування по виставці, створення аудіо-дескриптивних описів представлених експонатів і забезпечення ними аудіо-екскурсоводів, дає можливість користуватися музейними виставками також особам з неповносправністю органу зору. Отже, соціальна модель неповносправності відходить від медичної моделі, що трактує неповносправність як характерну для індивідуальної людини ознаку, яку діагностують або оцінюють через призму способів лікування і опіки.

Тим не менше, ця модель має значно серйозніші наслідки. Робить неможливим і не бачить позитивного вкладу, який можуть внести особи з особливими потребами. Адже спирається на дефініції «норми», яка відрізняє тих, хто їй не відповідає, як «анормальних» і не дає можливості подивитися на людей, котрі є неповносправними, як на інтегральний елемент, що формує мозаїку суспільної різноманітності. Для багатьох осіб з особливими потребами неповносправність становить їх самоідентичність і розмова про вилікування є образливою. Медична модель призводить до того, що неповносправні сприймаються як нерівні або гірші у порівнянні з особами, котрі не мають особливих потреб. У поєднанні з емоційною мовою, яка має виражати співчуття, медична модель утруднює трактування того, що можуть запропонувати неповносправні іншим членам суспільства, як щось цінне, позитивне, що може збагатити їх життєвий досвід, знання чи вміння. Особи з особливими потребами вносять позитивний вклад в соціальне оточення і не хочуть, щоб їх сприймали як жертв чи героїв. Натомість хочуть мати права, а не бути лишень адресатами співчутливих чи милосердних жестів. Отже, у музейній практиці варто звернути увагу на те, наскільки неповносправні особи можуть активно включитись у діяльність музейної інституції/установи та наскільки це їхнє включення стане інтегральним

елементом діяльності музею, а також буде доступним для інших, у тому числі повносправних, користувачів/відвідувачів музею.

У музейному контексті особливо важливою ділянкою є виставка. Вона становить своєрідний лакмусовий папірець відкритості інституції. Музейні виставки є найважливішим медіум за допомогою якого музеї комунікують/спілкуються зі своєю публікою. Навчальні програми, публікації, культурні заходи, як правило, зосереджуються навколо них та музейних фондів, що на них експонуються. Тому, якщо навчальна програма має мати інноваційний характер, вона повинна, перш за все, стосуватися виставки у її найбільш рудиментарній площині. Це означає, що результати цього проекту менш-більш постійно (у всякому разі, значно довше за саму програму) є присутніми і впливають на саму виставку та на досвід, здобутий її відвідувачами. Якщо виходити з того, що для усунення соціальної обумовленості неповносправності необхідно перш за все створити інструменти і умови, які фактично зроблять можливим позитивний вклад незрячих і слабовзрячих осіб в соціальне оточення, то ці особи повинні мати фактичну можливість впливати на те, як організована музейна виставка, яких тем стосується, як інтерпретуються представлені на ній експонати, яким чином можна до них дійти/добратися, як їх пізнати, як стати співторцем текстової інформації для цієї виставки і чого вона (ця інформація) повинна стосуватися. Отже, цей проект повинен мати партиципаційний характер.

### **Партиципація**

В чому полягає партиципація? При найбільш простому визначенні, вона полягає в участі публіки у діяльності музейної інституції/установи. Говорячи більш конкретно: музей, який є партиципаційною інституцією/установою, вирізняє те, що відвідувачі/екскурсанти можуть створювати у ньому певні пізнавальні об'єкти, ділитись ними і об'єднуватись навколо створених ними пізнавальних об'єктів/змістів шляхом взаємного спілкування та вступаючи в інтеракції. У партиципаційному музеї, на відміну від традиційної музейної інституції/установи, відвідувач/екскурсанти не є звичайним учасником, котрий

користується підготовленою для нього офертою/пропозицією, найважливішим і основним складником якої є створюваний пізнавальний зміст, найбільший капітал музею<sup>5</sup>, а виступає співавтором і автором цього змісту. Може його перетворювати, коментувати, змінювати і, звичайно, також створювати. Відвідувач/екскурсант, самотійно і у співпраці з іншими відвідувачами та музейним персоналом стає співавтором об'єктів, які представляє музей. Варто також зауважити, що, як підкреслює популяризатор поняття «партиципаційний музей» Ніна Саймон, партиципація не полягає виключно в наданні слова відвідувачам, але також у розвитку досвіду, який є більш цінним та цікавим для інших.<sup>6</sup> На практиці залучення відвідувачів/екскурсантів до діяльності інституції повинно виходити поза межі їх власних переживань. Було б добре, щоб воно могло впливати на те, яким чином сприймаються музейні об'єкти іншими відвідувачами/екскурсантами, яким не обов'язково такою ж мірою, як їм, включатися в діяльність музейної інституції/установи. Важливо також і те, щоб робота, яку виконують задіяні в музейні проекти відвідувачі/екскурсанти, виконувалась як елемент співпраці з музейним персоналом. Щоб ці проекти дозволяли залучати музейну публіку на різних рівнях, даючи можливість реалізації соціальної моделі інституції/установи. Інакше кажучи, партиципація полягає у тому, щоби пропоновані музеєм заходи йшли у напрямку перетворення індивідуального досвіду у діяльність колективного характеру. Н.Саймон називає цей вид участі «я-до-ми», виділяючи у ньому п'ять етапів. Критерієм порівняння є спосіб участі відвідувача у пізнавальних змістах/об'єктах, які пропонує музей.

*Етап 1 – надає відвідувачам/екскурсантам доступ до змісту/об'єкта, якого вони шукають.*

*Етап 2 – дає можливість дізнатися, який зміст/об'єкт для відвідувача означає діяльність, інтеракцію і задавання питань.*

*Етап 3 – дає можливість відвідувачеві/екскурсантові зорієнтуватися, яким чином його інтереси і діяльність зв'язані з ширшим гронам відвідувачів інституції.*

---

<sup>5</sup> J. H. Falk, L. D. Dierking, *The Museum Experience Revisited*, Left Coast Press 2013, s. 295 – 317.

<sup>6</sup> N. Simon, *The Participatory Museum*, <http://www.participatorymuseum.org/> (доступ 30 maja 2013)

*Етап 4 – допомагає відвідувачам/екскурсантам у налагодженні співпраці з конкретними людьми – членами музейного персоналу або іншими відвідувачами/екскурсантами – які обмінюються інтересами і об'єктами.*

*Етап 5 перетворює інституції/установи в соціальне місце, де існує багато можливостей для обміну інтересами, формулювання викликів та для зустрічей з іншими людьми.*

Ці етапи мають прогресивний характер і важко уявити собі функціонування інституції на найвищому рівні (Етап 5) без забезпечення участі публіки на нижчих рівнях.

Окрім відносин між інституцією і відвідувачем Саймон виділяє також 4 типи партиципаційних проектів, які реалізують музейні інституції, які на практиці також різними способами залучають відвідувачів/екскурсантів і музейний персонал.

*Проект типу «вклад» (contributory project) – полягає у тому, що інституція просить відвідувачів надати певні об'єкти, здійснити певні заходи в рамках проектів, визначених і реалізованих музеєм.*

*Проект типу «співпраця» (collaboration project) – полягає у тому, що інституція запрошує до співпраці відвідувачів як партнерів, з метою створення проекту, ініційованого і контрольованого інституцією.*

*Проект типу «співтворення» (co-creative project) – члени громади працюють разом з музейним персоналом від самого початку, визначаючи цілі проекту і формуючи програму або виставку, що виникають із зацікавлень середовища.*

*Проект типу «господар» (host project) – музей віддає конкретну частину своїх ресурсів або засобів з метою підготовки програм якоюсь групою або випадковою публікою.*

Підготовлена рамкова програма для осіб з неповносправністю органу зору, є пропозицією створення трьох різних взірцевих партиципаційних проектів в музеях, типу: «співпраця», «співтворення» та «господар». Кожен із них включає кілька ступенів партиципації.

### **Діалогова педагогіка (навчання, що базується на діалозі)**

З точки зору положень програми, окрім понять/визначень, пов'язаних із комунікацією, інтерпретаційною спільнотою, соціальною моделлю неповносправності, партиципацією, для вияснення цілей проекту, який втілює



ідею соціальної музейної інституції, важливим є ще одне визначення. А саме – поняття діалогової педагогіки або педагогіки діалогу, як особливо важливої для концепції музейного навчального проекту. Поняття діалогу та його педагогічного потенціалу, сягає своїм корінням сократівської традиції. Однак, у запропонованій розробці, покликається на більш сучасне його розуміння, особливо важливе для музейної освіти. Вихідним пунктом є значення «діалогу» запропоноване російським літературознавцем М. Бахтіним. Останнім часом воно є предметом інспірації в музейній освіті, надаючи законної сили стратегії і положенням інноваційних музейних практик<sup>7</sup>.

Бахтін зосереджується не стільки на класичному розумінні діалогу, що підкреслює такі цінності як «зрозумілість», «симетричність», «рівність», «гармонія», «консенсус» і «згода», але бачить його цінність у чомусь зовсім іншому. Адже його цікавить «незрозумілість», «амбівалентність», «багатоголосся», «опір» і «напруження», що виникають із діалогових ситуацій<sup>8</sup>. Особливо його цікавить те, що розуміння і розвиток знань є результатом обговорення значення, яке народжується між різними «голосами»/думками. Діалог має найбільший педагогічний потенціал тоді, коли співставляють різні точки зору. Тим не менше, ціллю не є досягнення консенсусу, прихід до спільного висновку. Центральним елементом діалогу, за Бахтіним, є повага до інших висловлювань, бажання слухати, розуміти аргументи інших та використання їх для власних роздумів при одночасному збереженні поваги до власних аргументів. У контексті музейного навчання, зокрема, у контексті програми для осіб з особливими потребами, цей останній аспект бахтінського діалогу є особливо важливим. Менш упевнені в собі люди, які перебувають у музеї вперше або бувають в ньому рідко, а такими, як правило, є неповносправні, часто вважають, що всі інші мають що сказати, більше за них. Це

---

<sup>7</sup> Поп.: O. Dysthe, N. Bernhardt, L. Esbjørn, Dialogue-based teaching. The art museum as a learning space, Copenhagen 2013.

<sup>8</sup> Поп.: O. Dysthe, Theoretical perspectives on dialogue and dialogue-based teaching, w: Dialogue-based teaching, op. cit, s. 45 – 80.

відчуття загалом стосується відвідувачів/екскурсантів, які не належать до тієї ж інтерпретаційної спільноти, а співставляють себе з професійним змістом/об'єктом, підготовленим музейним персоналом. Воно є тим більше зрозумілим у середовищі неповносправних осіб, незрячих і слабовзрячих, відділених від музейного змісту/об'єкту додатковими бар'єрами. Отже, музейні інституції/установи повинні створювати такі діалогові ситуації, які будуть усувати вищезгадане почуття невпевненості. Його не усунуть традиційні лекції, майстер-класи, розробки, підготовлені музейними працівниками, навіть тоді, коли їх консультуватимуть з їхніми адресатами. Як правило, вони, на думку Бахтіна, мають характер монологу, а не діалогу. За твердженням російського науковця, не всі форми комунікації є діалогом. Є такі ситуації, в яких, хоча вони й виникають між двома або більшою кількістю учасників, немає місця сумнівам, питанням і протиріччям. Двозначності тут не є двозначностями, а правильна відповідь підкріплена авторитетом, який заміняє пошук ширшого розуміння. З такими ситуаціями часто маємо справу в музеях. Нерідко у навчальних проектах всілякі сумніви і протиріччя, що виникають із значення презентованих і обговорюваних предметів, які постають в ході ведених під час навчальних занять розмов, перевіряються і вирішуються у порівнянні з авторитетними роз'ясненнями, що створюються на їхню тему музеєм. Адже ведучі/лектори часто переконані, що повинні чогось навчити тих, хто приходить до музею. Тим чимось, як правило, є знання на тему презентованих і накопичуваних музейних фондів/експонатів, створюваних або відтворюваних музеями. У цьому сенсі навчальні заняття в музеї не мусять бути лекцією або екскурсією, щоб бути монологічними. Достатньо, що в них не вводять «голосів»/думок, які є викликом для «голосу»/думки, що домінує у ході проведення навчальних занять.

Отже, з діалоговою педагогікою маємо справу тоді, коли незалежно від методу навчання забезпечується такий контекст, який дає змогу учасникам програми говорити, бути почутими, а також мати можливість активної участі у формуванні значення. Таким чином діалогова педагогіка близька до поняття партиципації.

Зустріч і обмін – це основа діалогової педагогіки. Їх значення виникає з того, що в ході зустрічі і діалогу існує можливість глибшого розуміння як власної культури, так і інших культур. З цієї перспективи діалог і партиципація не мають на меті відтворення культури і знань, як це, як правило, має місце у навчальній діяльності музеїв, а полягає у зміні акцентів та інноваціях. У цьому сенсі, як бахтинське поняття діалогу, так і партиципаційні концепції Саймон, можна вважати чимось концептуальним для громадянської демократії та функцій, які в рамках громадянської демократії повинен виконувати музей. Музей – це соціальна площина зустрічі різних культур (репрезентованих відвідувачами), що підкреслює суть відмінних позицій. Площина, де комунікацію розуміють як процес ділення і співучасті, в якій глядач/відвідувач/екскурсант, як активний отримувач, має можливість висловлювати свою думку та обговорювати значення, працюючи над змістом виставок, впливаючи на те, які підписи та інші інтерпретаційні матеріали супроводжують об'єкти, що вже раніше були вибрані музеєм або (спів)вирішує стосовно того, які об'єкти виставляти і як їх презентувати. У контексті програми для слабовзрячих і незрячих осіб, у вищеприказаній моделі музейної інституції/установи працюється не для неповносправних (осіб з особливими потребами), а з неповносправними.

## **Частина II. Навчальна програма «Мислячи відчуттями – відчуваючи розумом»**

### **Скорочений опис програми**

Навчальна програма «Мислячи відчуттями – відчуваючи розумом» базується на особливому використанні відчуттів дотику, слуху, нюху і смаку в інтерпретації і презентації об'єктів на музейних виставках. Програма полягає у підготовці трьох циклів занять, в ході яких незрячі і слабоврячі особи разом із супроводжуваними їх особами або загальною публікою, яка не належить до спільноти осіб із неповносправністю органу зору, спільно з працівниками музеїв будуть готувати підписи і інформацію, що супроводжуватимуть об'єкти на виставках, прийматимуть рішення, які об'єкти виставляти і яким чином їх показувати. Кожен із циклів, що становить окремий проект, має на меті виконання іншого завдання. У випадку першого – це підготовка підписів і інших інтерпретаційних матеріалів до вже існуючої в музеї виставки. Метою наступного буде співтворення виставки або її фрагменту спільно з працівниками музею, а завдання полягатиме у виборі адресатами програми теми та об'єктів. В ході останнього, музей створює умови для самостійної реалізації публікою виставки з фондів інституції/установи. Завданням учасників програми буде вибір відповідних експонатів та їх інтерпретація через призму чуттєвого, незорового сприйняття, що базується перш за все на таких відчуттях, як дотик, слух, нюх і смак.

### **Адресати**

Головним адресатом навчальної програми є слабоврячі і незрячі особи. З огляду на її інтеграційний характер, програма адресована також загальній публіці, яка співпрацює разом із неповносправними особами в окремих проектах. З практичних міркувань, але також із психологічних і дидактичних міркувань, рекомендується, щоб цими особами були, перш за все, принаймні на початкових етапах реалізації програми, супроводжуючі особи (батьки, діти, опікуни, екскурсоводи) слабоврячих і незрячих людей у їх походах до музеїв. Незрячі особи, як правило, не відвідують музеїв самостійно (принаймні перший раз),

тому самостійною цінністю є створення можливості спільного використання музейної оферти/пропозиції, у якій як неповносправним, так і супроводжуваними їх особам, надається можливість повномірної участі у спільному навчальному проекті. Супроводжуючі особи виконують роль партнерів, а не асистентів слабоврячих і незрячих осіб. Їх участь є ключовою також для реалізації цілей програми.

З огляду на розмір групи, прийнято вважати, що одноразово у проекті не повинні брати участь більше, ніж 10 осіб, з яких принаймні половина – це слабоврячі або незрячі особи. Ідеальним вирішенням було б, коли це співвідношення становило б 50/50, однак, допускається, щоб з якогось боку (зокрема, з боку, неповносправних осіб) було більше представників. При чому межею, яка серйозно утруднює або ж навіть може унеможливити ефективну реалізацію проекту, є участь у заняттях більше, ніж 7 слабоврячих чи незрячих осіб, при загальній кількості учасників, що перевищує 10 осіб. Не рекомендується також збільшення понад 7 чоловік кількості учасників з боку неповносправних осіб, навіть у випадку «вирівнювання» пропорції з боку супроводжуваних осіб. Адже ця ситуація може серйозно утруднити роботу над завданням, надмірно видовжувати час окремих зустрічей. Ці принципи чисто гіпотетичні. На практиці, з огляду хоча б на ступінь неповносправності, може виявитись, що існують невеликі можливості перевищення прогнозованих максимальних лімітів.

З огляду на вік учасників, програма орієнтована перш за все на молодь (від 12-річного віку) і дорослих. Ця умова пов'язана з характером завдань, які ставляться перед учасниками. Вони (завдання) вимагають вміння абстрактного мислення, аргументування, роботи у групі, вміння висловлювати свої думки, писати, читати і формулювати висловлювання на публіці, а також вміння мануальних дій, які набуваються з віком. Тому діти дошкільного і молодшого шкільного віку не зможуть брати участі у цій програмі.

Передбачається, що програма буде реалізована як оферта/пропозиція для глядачів/відвідувачів/екскурсантів, що відвідують музей індивідуально (тобто не

в організованих групах). Таким чином існує можливість інтегрування осіб, які раніше не були знайомі або не пов'язані іншими професійними чи організаційними відносинами, по відношенню до спільного проекту, реалізованого в музеї.

Програму можна також реалізувати з організованими групами, тобто групами осіб, пов'язаних певними відносинами у повсякденному житті (працевлаштування або приналежність до кооперативів, осередків, товариств, об'єднань, шкіл, інтеграційних класів). Однак, на практиці важливо уникнути поєднання в рамках одного проекту індивідуальних відвідувачів із організованими групами.

### Назва

Двочленна назва програми виникає з її партиципаційного характеру. Перша складова, «мислячи відчуттями», стосується ролі, яку в навчальній програмі відіграють незрячі і слабозрячі особи. Це їх участь в інтерпретаційних і комунікаційних процедурах має ввести в музеї перспективу незорового чуттєвого досвіду, використовуваного для пізнання музейних об'єктів. Складова «відчуваючи розумом» пов'язана з позицією в програмі повносправних осіб, задіяних у створення навчальних проектів, а також виникає зі співпраці з неповносправними особами. Передбачається участь як членів музейного персоналу, так і загальної публіки, яка запрошується до участі у проекті. У їхньому випадку неповносправність і досвід, що з неї випливає, можуть бути лише уявними, а отже, більш видумані, «відчуті», ніж пережиті. Однак, ця інтелектуальна участь є обов'язковою умовою для налагодження співпраці в рамках реалізованих в музеї партиципаційних проектів.

### Загальні положення і цілі

Навчальна програма «Мислячи відчуттями – відчуваючи розумом» концентрується навколо проблематики використання відчуттів дотику, слуху, нюху і смаку в сприйнятті презентованих об'єктів на виставках в музеях. Це програма, яка повинна, по-перше, залучати досвід осіб з неповносправністю

органу зору в процесі інтерпретування музейних фондів і формування відмінних стратегій комунікації в сфері музейних виставок. По-друге, має служити включенню за принципом співпраці і взаємодії досвіду працівників музеїв, які у повсякденному житті займаються інтерпретуванням і формуванням виставок, в роботу з неповносправними особами. По-третє, це програма, яка має на меті підготувати для загальної публіки вирішення, що дозволяють розширювати методи вивчення/сприйняття презентованих в музеях об'єктів, відмінні від традиційних презентацій. Врешті-решт, повинна створювати площину для формування взаємних відносин і партнерського діалогу між неповносправними особами і загальною публікою.

З точки зору неповносправних осіб програма, через концентрацію на відчуттях інших, ніж зір, пропонує впровадження у світ вибраних експонатів та культури, презентованої і обговорюваної в музеях. У цьому сенсі програма реалізовує основну мету, що полягає у нівеляції нерівного доступу до музейних фондів незрячих і слабозрячих осіб. По-друге, через адресування програми, як середовищу незрячих осіб, так і загальній публіці, вона пов'язана з потребою інтеграції обох цих середовищ і створення площини для їх взаємовідносин, що долають бар'єри та явище виключення, якого зазнають неповносправні.

Натомість для загальної публіки і її методів контакту з музейними експонатами пропонує відмінний від традиційного вид музейного експерименту. Шляхом створення вирішень, приведених у відповідність для незрячих осіб, що надають пізнавальний доступ до презентованих експонатів, врахування обмеження перцепції і впровадження їх еквівалентів у вигляді вирішень, що базуються на відчуттях слуху, дотику, нюху і смаку, програма створює зрячим людям нові можливості розуміння пам'яток. Тим самим програма виходить за рамки одновимірного, базованого на зорі, контакту з музейними виставками і пропонує щодо нього альтернативу або значне доповнення, яке відкриває на новий вимір навчального експерименту. Створювані або спів-створювані незрячими особами характеристики та інтерпретації музейних експонатів, що відносяться до таких

відчуттів, як дотик, слух, нюх і смак, становлять невербальні засоби, що часто вказують на менш суттєві з професійної точки зору аспекти, не менш важливі для їх індивідуального сприйняття різноманітною музейною публікою. Таким чином вони мають на меті перетворення досвіду спільноти незрячих і слабовзрячих осіб у постійну участь в діяльності музеїв. Вони повинні створювати характерні для цієї спільноти способи інтерпретації музейних об'єктів і відмінний від традиційного спосіб комунікації публіки з музейною інституцією/установою.

Музейна програма дає шанс розширення способів інтерпретування і презентації мистецтва, перевірки традиційного способу організації музейних виставок, зміни позиції музейної публіки у відносинах з інституцією/установою, відкритості для групи слабовзрячих і незрячих осіб.

### **Структура програми**

Взірцева навчальна програма для осіб з особливими потребами складається з трьох, що наступують один за одним, типів партиципаційних проектів. Її розпочинає проект типу «співпраця». Після його реалізації, можна буде його продовжувати шляхом роботи над іншим проектом типу «співтворення». Останнім етапом програми, найбільш просунутим і таким, що одночасно увінчує її є проект типу «господар». Реалізація всіх цих проектів дасть змогу створити навчальну програму «проведення» музейної публіки через усі п'ять етапів партиципації за Н. Саймон. Таким чином незряча і слабовзряча особа, як і особа, яка не є неповносправною, зможе перейти від першого етапу, що робить можливим доступ до розшукуваного змісту/об'єкта, через інтеракції і задавання питань, обговорення сфери інтересів, співпрацю, до багатоаспектного обміну, викликів і зустрічей.

При цьому прийнято, що в деяких музеях не всі проекти можна буде реалізувати. З огляду на припущення, що програма має бути взірцевою розробкою для різних музеїв, з огляду на характер фондів, пов'язаних із локальною традицією, організаційні та економічні передумови, співпрацю з середовищами неповносправних осіб, вона має бути модифікована і приведена у відповідність



до умов окремих інституцій/установ, які захочуть використати у власній практиці пропозиції, що в ній містяться. З цієї ж причини програма має рамковий характер. Вказує лише загальні напрямки, дає рекомендації стосовно реалізації, методів діяльності, структуру перебігу та теоретичні основи для них. Це від умов конкретних інституцій залежатиме те, яким чином ці рекомендації будуть використані на практиці, наскільки конкретна ситуація даного музею буде визначати рішення, що розвиватимуть або обмежуватимуть пропозиції, що містяться в даній розробці.

Основні цілі програми будуть реалізовані також тоді, коли завершиться тільки ініціюючий її проект – проект типу «співпраця». Адже він пропонує аж 4 етапи партиципації (з 1 по 4). З цієї точки зору цей проект є фундаментальним елементом програми, що становить її обов'язкову частину. В даній розробці він також буде представлений як єдиний, представлений особливим способом. Інші проекти будуть описані в загальних рисах.

Ініціюючий проект також становитиме основу для навчання, яке на практиці дозволить проілюструвати його концепцію.

### **Проект типу «співпраця»**

*Проект типу «співпраця» (collaboration project) – полягає у тому, що інституція запрошує до співпраці відвідувачів/екскурсантів як партнерів з метою створення проекту, ініційованого і контрольованого інституцією.*

### **Тема проекту**

Інше сприйняття предметів.

Робота з підписами і роз'яснювальними матеріалами в постійних галереях музею.

### **Скорочений опис проекту**

Проект полягає у проведенні занять, що складаються з двох зустрічей, у ході яких їх учасники разом з ведучим від музею – лектором(лекторами) і іншими працівниками-спеціалістами – підготують для вибраних об'єктів з постійної експозиції підписи та інші роз'яснювальні матеріали у вигляді текстів і характеристик, з використанням відчуттів дотику, слуху, нюху або смаку, які

мають допомогти слабоврячим і незрячим особам у пізнанні цих об'єктів, а зрячим особам, вгледіти їх інші властивості, на які, як правило, не звертається уваги в музеях. Підписи і характеристики мають становити доказ, як досвіду і асоціацій осіб з особливими потребами на тему об'єктів, так і діалогу, який вони вестимуть у ході зустрічей з особами, котрі їх супроводжують під час роботи в музеї.

### **Період тривалості та місце реалізації проекту**

Дві зустрічі по приблизно 120 хвилин кожна, організовані зі щонайменше тижневим і максимально місячним інтервалом.

Проект відбувається у різних музейних і віртуальних просторах. Зустрічі з учасниками проводяться у постійних галереях музеїв, а також, якщо музей має такі в наявності, у майстернях, приміщеннях, призначених для проведення навчальних занять або у лекційній залі. Якщо музей не має таких приміщень, слід виділити простір, відділений від поточного руху відвідувачі/екскурсантів, де можна буде поставити столи з кріслами (або крісла з пюпітром), для учасників проекту.

У віртуальному просторі рекомендується створення Інтернет-сторінки проекту (найкраще було б, щоб це була сторінка у домені музею) або підсторінки в межах сайту музею. На сайті розміщуватиметься інформація про перебіг реалізації проекту та, перш за все, оприлюднюватимуться його результати, безпосередній доступ до яких можна буде отримати, зокрема, за допомогою переносних/мобільних приладів через фото-коди. Проект повинен мати також профіль на соціальному порталі. Слід пам'ятати, щоб сайти були розроблені згідно з рекомендаціями щодо полегшення доступу до інформації, що публікується в Інтернеті WCAG 2.0 (*Web Content Accessibility Guidelines*)<sup>9</sup>.

### **Підготовка проекту**

Перед організацією і проведенням першої зустрічі музейний лектор готує доступну інформацію на тему об'єктів, вибраних для проекту, а також

---

<sup>9</sup> Рекомендації можна знайти, зокрема, на сайті <http://www.w3.org/TR/WCAG/> (доступ липень 2013)

консультує з кураторами або хранителями можливість їх пізнання через дотик з боку слабозрячих/незрячих осіб і питання, пов'язані із забезпеченням безпеки об'єкту на період занять. Також виконує аудіо-дескриптивний опис вибраних експонатів та готується до його правильної презентації учасникам<sup>10</sup>.

Перед початком другої зустрічі музейний лектор готує, відповідно до рекомендацій, зібраних у ході попередньої зустрічі, матеріали, які будуть використані для виконання відповідних «чуттєвих» характеристик музейних об'єктів. Обдумує також, на підставі спостережень зроблених у ході першої зустрічі, які ймовірні реквізити можна запропонувати учасникам у випадку, коли вони не принесуть їх з дому.

Завданням музейного лектора є також налагодження співпраці з кураторами, опікунами фондів або хранителями (в залежності від розмірів і специфіки музею, ці посади мають різний об'єм обов'язків, а люди, які працюють на цих посадах, мають різні здібності/нахили, що також треба враховувати) з метою безпосереднього залучення їх до роботи на окремих етапах проекту.

Окремим питанням, що виходить за рамки даної розробки, є підготовка самої музейної інституції/установи до реалізації такого роду проекту. Музей повинен провести навчання для працівників, які працюють безпосередньо з публікою (т.зв. працівників першого контакту) у сфері спілкування з неповносправними особами, використання відповідної мови, зрозуміння їхніх потреб у сфері доступу до культурної спадщини і публічних місць. Простір музею якнайбільшою мірою, в рамках фізичної доступності, слід зробити доступним для слабозрячих і незрячих, шляхом встановлень спеціальних знаків з використанням шрифту Брайля, тифлографічних планів, розмітки бар'єрів, перешкод і небезпечних місць на комунікаційних доріжках, підготовки ввідної інформації щодо способів пересування по музею і користування музеєм, приведення Інтернет-сторінки у

---

<sup>10</sup> Принципи створення аудіодескрипції пор.: *B. Szymańska, Rekomendacje dotyczące udostępniania instytucji muzealnych osobom z niepełnosprawnością wzroku i tworzenia audiodeskrpcji do dzieł plastycznych, NIMOZ 2013; Fundacja Kultury bez Barier, Audiodeskrpcja – zasady tworzenia, NIMOZ 2013.* Обидва документи доступні в Інтернеті на сайті Національного інституту музеїв і збереження фондів (Narodowy Instytut Muzeów i Ochrony Zbiorów), [www.nimoz.pl](http://www.nimoz.pl)

відповідність до вимог щодо її використання слабозрячими і неповносправними особами.

Як правило, готуючи програму для слабозрячих і незрячих осіб, музей повинен також постійно працювати над збільшенням пізнавальної доступності колекції. Звідси бажано було б досягти ситуації за якої програма «Мислячи відчуттями – відчуваючи розумом» увійшла б до ширшої програмної пропозиції/оферти, що складається із традиційних екскурсій по музею з елементами аудіодескрипції, визначення інших експонатів або предметів, які можна пізнати дотиком, створення репродукцій дотикових картин і тривимірних об'єктів, розвитку мультисенсорних виставок, наданням доступу до колекції і музейних об'єктів через Інтернет.<sup>11</sup>

### Учасники (адресати)

Адресати – згідно з вищеподаним описом. Однак, з дидактичної точки зору слід намагатися створити в міру однорідну групу, що складається з осіб подібної вікової категорії. Існує можливість створення міжпоколінневої групи. В таких ситуаціях передбачається, що групи будуть сформовані таким чином, що молодшими учасниками буде слабозряча або незряча молодь, а старшими - їх батьки або опікуни. Модифікація цієї структури можлива тоді, коли в міжпоколінній групі перебувають виключно дорослі особи. Тоді старшими учасниками можуть бути слабозрячі або незрячі особи.

Групу слід поділити на підгрупи, таким чином, щоб у них була щонайменше одна незряча або слабозряча особа та одна зряча особа. Підгрупи не повинні бути більшими за три особи. Виходячи із припущення, що у групі перебувають незрячі або слабозрячі особи та особи, що їх супроводжують, поділ на підгрупи є природнім. Якщо б було сформовано групу, до якої увійшли б неповносправні

---

<sup>11</sup> Існують розробки, які дуже стисло і компетентно описують проблематику методів надання доступу до музеїв слабозрячим і незрячим особам. Пор.: *Disability Directory for Museums and Galleries, Resource: The Council for Museums, Archives and Libraries 2001; Talking Images Guide. Museums, galleries and heritage sites: improving access for blind and partially sighted people, RNIB and Vocaleyes 2003; Talking Images Research. Museums, galleries and heritage sites: improving access for blind and partially sighted people, RNIB and Vocaleyes 2003.*

особи різних генерацій без супроводжуючих осіб та загальна публіка, тоді поділ на підгрупи повинен враховувати загальні принципи щодо складу групи як цілого.

### Цілі проекту

Перебіг проекту не є безпосередньо пов'язаний з об'єктами, презентованими в галереях, але більшою мірою концентрується на їх презентації – особливо на способі їх інтерпретації музеями та на впливі, який ця презентація має на сприйняття музейних експонатів. Серед багатьох інших аспектів учасники проекту мають можливість дискусії на тему того, хто і для кого готує підписи до експонатів та виставок в музеї, що вони «розповідають» екскурсантові, що «приховують», наскільки вони доступні слабовзрячим і незрячим особам, яку інформацію у зв'язку з цим вони ще могли б «донести».

У комунікативній сфері проект дає змогу учасникам «відкрити» якими методами в музеї формується інформація, якими каналами її розповсюджують, усвідомити, що вони постійно перебувають у якійсь комунікативній ситуації. Також показує обмеження сприйняття музейних експонатів виключно з перспективи їх візуальних властивостей.

З точки зору дидактичних цілей проект дає учасникам досвід встановлення власних пропорцій стосовно того, яким чином обдумати й використати культурний матеріал, що знаходиться у музеях. Для неповносправних осіб він створює неповторний шанс впровадження власного життєвого досвіду, як цінного і суттєвого вкладу в «прочитання» цього культурного матеріалу музеїв.

На підставі проблем діалогової педагогіки проект шукає рівноваги між обмеженням, що виникає з його структури та свободою висловлювань і асоціацій учасників. Порівнює рефлексії учасників зі спеціалізованими знаннями музейників, звертає увагу на потенціал, що виникає з цього порівняння, також у співвідношенні з думкою інших учасників. Ставить виклики учасникам у вигляді необхідності висловитись перед ширшою аудиторією. Робить думку слабовзрячих і незрячих осіб рівноправною по відношенню до висловлювань, формульованих

музейними експертами та загальною публікою, котра має легший доступ до презентованих музеями об'єктів.

### **Хід проекту**

Проект складається з 2 зустрічей загальною тривалістю по 120 хвилин кожна. Метою кожної з них є формування відповідної характеристики обраного для аналізу об'єкту з музейної галереї. Зустрічі мають характер діалогу, що ведеться учасниками зустрічі, якими є як музейники, так і відвідувачі/екскурсанти. Зустрічі присвячені чотирьом відчуттям, еквівалентним зорові, що необхідні незрячим особам для функціонування у світі.

### **Зустріч 1**

Частина перша. Привітання, впровадження, презентація експонатів.

*Тривалість - близько 30 хвилин*

Музейний лектор/викладач зустрічається з групою, що складається із слабовзрячих і незрячих людей та супроводжуючих їх осіб. Представлення цілей проекту і впровадження у завдання, які стоять перед учасниками, розпочинається з представлення себе і запитання що вони очікують отримати в результаті занять в музеї. Одночасно лектор просить вписати імена на завчасно підготовлені картки і прикріпити їх на себе. Слабовзрячим або незрячим особам у цьому допомагають супроводжуючі особи. Після цього розповідає у чому полягатиме робота в ході цієї і наступної зустрічі. Обирає максимально 5 музейних об'єктів і представляє інтерпретаційні матеріали, які на їх тему в музеї підготували для відвідувачів/екскурсантів (підпис на виставці, каталогова оцінка, звукозапис, фрагмент фільму, вся інформація, яку вдасться зібрати на тему цього об'єкту і яка доступна в музеї). Остаточна кількість об'єктів, використаних у проекті, залежатиме від того, скільки підгруп буде створено в групі. Передбачається, що одна підгрупа працюватиме з одним експонатом.

Важливо, щоби це не були об'єкти, які в якійсь формі надавались у доступ незрячим особам раніше. Бажано, щоби були різноманітні, однак, в міру можливості, знаходились на невеликій відстані один від одного. Ідеальним

вирішенням було б підібрати об'єкти з однієї галереї або у галереях, що розташовані по-сусідству одна від одної. У музеї мистецтв це повинні бути картини, скульптури, твори прикладного мистецтва, елементи архітектури (наприклад, будівлі музею). Якщо презентовані інші медіа, такі як графіка і рисунок, їх також можна використати. У музеї з кількома відділами важливо, щоб об'єкти були підібрані за відділами і їх галереями: з археологічної, етнографічної, історичної та природничої експозицій. Черговою підказкою у підборі експонатів повинна бути рефлексія лектора, який обирає об'єкти, пов'язані з почуттєвим описом цих об'єктів. Отже, при їх підборі слід подумати над тим, яким чином їх можна проілюструвати звуковою або музичною ілюстрацією, як охарактеризувати їх дотикові властивості (фактура, можливість дотику, температура матеріалів), який запах для них характерний, як їх можна асоціювати за допомогою відчуття смаку. Не всі вибрані об'єкти мусять відповідати окремим відчуттям, можуть відповідати асоціаціям лише одного відчуття. Чуттєві асоціації можуть також бути критерієм підбору об'єктів для проекту, у фондах, які є менш відмінними. Тоді важливо, щоби, наприклад, вибрані п'ять картин або скульптур можна було охарактеризувати різними відчуттями, а також, щоб ці об'єкти були різномірними самі у собі (скульптури з різних матеріалів, картини, наприклад, реалістичні і абстрактні).

Лектор обґрунтовує також навіщо обрав саме ці об'єкти із суттєвої точки зору. В обґрунтуванні важливо, щоби появилися також персональні причини (пов'язані з якоюсь особистою ситуацією, анекдотом і т.п.). Натомість не повинні з'являтися асоціації пов'язані з відчуттями, щоб уникнути підказки учасникам занять конкретних асоціацій. Однак, особа, котра обирає об'єкти, повинна занотувати критерії, якими керувалася під час вибору об'єктів, зокрема, звертаючи увагу на чуттєві критерії. Це буде корисним у подальшому перебігу проекту.

Згодом лектор представляє підготовлений раніше аудіо-дескриптивний опис вибраних об'єктів та презентує зміст приготовлених музеєм інтерпретаційних матеріалів, що супроводжують ці об'єкти у повсякденному житті. У міру

можливості аудіо-дескриптивну презентацію слід доповнити дотиковою презентацією.

Якщо існує така можливість, після цієї послідовності зустрічі, можна запросити до співпраці куратора або опікуна фондів, хранителя або іншого спеціаліста у адекватній до презентованого об'єкта галузі, з метою поглиблення знань на його тему шляхом представлення стану знань, пов'язаного з цим об'єктом, а також розширення історичного, значеннєвого, культурного і технологічного контексту (в залежності від спеціалізації запрошеного спеціаліста). Метою цієї презентації є поглиблення вже доступної інформації в інтерпретаційних матеріалах, що публікуються музеєм в різних формах.

У цій частині повинен опинитися також фрагмент висловлювання лектора на тему того, яким чином вигляд і вид носія інформації про об'єкт впливає на характер інформації, яка на ньому знаходиться. У цьому місці варто скористатися, наприклад, змінами кольору і малюнку шрифту, у виданнях, адресованих дітям, які одночасно ведуть за собою зміну змісту і стилю писання цих видань. Незрячі особи прекрасно це зрозуміють, коли це стосуватиметься характеристики шрифту Брайля, специфіка якого також визначає кількість і якість інформації та очевидно також визначає адресата.

**Частина друга. Завдання для учасників – робота в підгрупах.**

**Тривалість близько 45 хвилин**

Після цієї презентації відвідувачів/екскурсантів просять, відповідно до інформації, яка була надана на початку зустрічі, вибрати у рамках підгрупи об'єкт, який, на думку її членів, є найцікавішим. У випадку вибору двома підгрупами того самого об'єкту слід подумати над можливістю одночасної роботи обох двох груп. Якщо немає такої можливості, тоді поступати слід за принципом першості.

Тепер учасники отримують завдання, що полягає у підготовці нового заголовку, назви або лозунгу/гасла, які найбільш стисло віддзеркалюватимуть чуттєві враження з якими асоціюється вибраний об'єкт. Вихідним пунктом буде



порівняння отриманої інформації про об'єкт з формами інших предметів, картин, запахів або смаків, що пов'язані з описуваними предметами. Слабозрячі і незрячі особи працюють при цьому із супроводжуваними особами, котрі допомагають незрячим особам записати асоціації, відповідають на їх запитання стосовно предмету, наводять відповідні фрагменти аудіо-дескриптивних описів та, якщо існує така можливість, також підтримують безпосереднє пізнання об'єктів дотиком. Перш за все важливо те, щоб була налагоджена співпраця, що веде до діалогу, який активізує слабозрячих і незрячих осіб у напрямку представлення своїх чуттєвих уявлень, а супроводжуваних осіб – до використання їх власного досвіду з метою найбільш адекватного представлення обговорюваного об'єкту. Йдеться про всі види уявлень і асоціацій об'єкту на підставі всієї інформації та стимулів, що випали на долю учасників завдяки представленому у першій частині аудіо-дескриптивному описові і інтерпретаційним матеріалам, а також актуально реалізованого майстер-класу/тренінгу, розмов та взаємодії з супроводжуваними особами. Асоціації записуються. Придатне буде також використання технік «буря мізків» або «карта думок», які можна записати на переносній дошці із сухим стиранням або на картках паперу великого формату. Згодом, на підставі асоціацій, підгрупа приготує заголовок, назву або лозунг для експонату. Думає також над тим яким чином представити за допомогою характеристики, якої можна доторкнутися, яку можна почути, понюхати або посмакувати підготовлений заголовок, назву або лозунг. Роль музейного лектора у цій частині зустрічі полягає в ініціюванні відповідного напрямку розмов, що вестимуться у підгрупах в рамках індивідуальних консультацій.

**Частина третя. Презентація завдання перед групою та дискусія.**

***Тривалість близько 45 хвилин***

Остання частина зустрічі полягає у презентації підгрупами підготовлених нових заголовків, назв або лозунгів для об'єкту та представлення того, яким чином найбільш адекватно можна його охарактеризувати, щоби окрім опису висловити

ставлення стосовно інших відчуттів, таких як дотик, слух, смак, запах. Дбаючи про реалізм характеристик, у другій частині лектор, пояснюючи в чому суть завдання, просить учасників, щоби, підбираючи характеристику, мали на увазі можливість принести на наступну зустріч відповідний предмет, музичний або звуковий запис, які могли б бути такою характеристикою.

Під час презентації лектор має завдання залучати інші підгрупи до дискусії, до задавання питань і пошуку відповідей, формулювання і висловлення сумнівів. Тут він може собі дозволити представити свої власні чуттєві характеристики предметів.

Добрим вирішенням буде реєстрація цієї частини зустрічі у формі звукового запису або відеозапису (за згодою учасників). Після відповідного монтажу або транскрипції і редагування найцікавіші фрагменти розмов можна буде розмістити в Інтернеті або, як інтерпретаційний матеріал, в галереях при об'єктах (у формі підпису, відеозапису, аудіо-запису).

Ця частина зустрічі завершується підведенням підсумків лектором, представленням у чому полягатиме наступна зустріч і які очікування, у зв'язку з цим, має музей щодо учасників. Лектор пояснює, що чергова зустріч полягатиме у проведенні майстер-класу поєданого з дискусією. Одночасно просить, щоб учасники принесли на зустріч, в міру своїх можливостей, предмет або запис, що характеризуватимуть об'єкт, над яким працювали під час попередньої зустрічі.

## **Зустріч 2**

У ході зустрічі її учасники готуватимуть конкретний більш поширений зміст підпису до об'єкту, який на постійно (або на довший час) залишатиметься у музеї та характеристик об'єкту, що стосуються відчуттів дотику, слуху, запаху або смаку, які мають допомогти як слабозрячим або незрячим особам у пізнанні цих об'єктів, так і загальній публіці, розширити спектр можливостей отримання контакту з цими об'єктами.

Частина перша. Привітання, впровадження і обговорення ходу зустрічі, презентація учасників

*Тривалість близько 15 хвилин*

Початок зустрічі розпочинається привітанням учасників музейним лектором, впровадження у хід зустрічі, пояснення у чому має полягати майстер-клас, чого очікується від його учасників. Під час впровадження учасники зустрічі представляючись, пригадують себе і те чим займалася підгрупа, учасниками якої вони були, а одночасно презентують принесені предмети, музичні або звукові записи, що характеризують музейні експонати, якими їхня підгрупа займалася під час попередньої зустрічі. На цьому етапі вони лише презентують ці предмети, однак, нічого на їхню тему не говорять. Йдеться про те, щоб заінтригувати і пробудити інтерес. У випадку браку таких предметів, музейний лектор презентує матеріали підготовлені ним для підгрупи, які він хотів би, щоб їх взяли до уваги у ході майстер-класу. Згодом підгрупи приступають до майстер-класу, що складається з частини присвяченої підписові та частини присвяченої характеристиці, що стосується відчуття.

Частина друга, майстер-клас 1. Робота над підписом

*Тривалість близько 45 хвилин*

Ця частина роботи є безпосереднім продовженням третьої частини попередньої зустрічі, під час якої підгрупи представили нові заголовки, назви або лозунги для музейних об'єктів та пропозиції щодо їх характеристик, що стосуються відчуттів і дискусій, що супроводжували ці презентації. Ціллю цього майстер-класу є підготовка спільно з працівником музею етикетки для музейного об'єкту, яка супроводжуватиме презентацію цього об'єкту в постійно діючих галереях.

Текст має бути результатом співпраці між підгрупою та музейником і враховувати результати першої зустрічі. Готуючи підпис слід пам'ятати про кілька принципів.

## Підготовка підпису приязного для відвідувача/екскурсанта<sup>12</sup>

- Слід окреслити відповідний рівень підпису по-суті, так, щоб він був зрозумілим. При цьому слід пам'ятати, що писання чітко і зрозуміло зовсім не мусить означати скорочення і спрощення, але перш за все це повинно бути писання для людей, які не є експертами у даній галузі.
- Готуючи підпис слід почати з інформації безпосередньо пов'язаної з об'єктом, з тим, що відвідувач/екскурсанти може побачити, почути, зробити, або відчувати в місці де він буде перебувати, читаючи або слухаючи їх. Це особливо важливо у контексті роботи із слабозрячими та незрячими особами, вклад який у цій сфері може стати неоціненним. Працюючи над підписами на виставці музейники не знають віку, статі, освіти особи, котра читає їх у галереї. Зате прекрасно знають структуру експозиції і контекст описуваного об'єкта. Якщо до цього додамо досвід неповносправних осіб, якого вони набудуть під час першої зустрічі, можна повною мірою скористатися з цих двох фактів. Отже, слід вживати слів, які є ключовими для окреслення дотикових вражень (якщо будуть доступними), фактури поверхні, температури матеріалів, величини, форми, відчуття простору (звук, запах), наповнення. Говорючи іншими словами, слід почати з того, що можна зауважити або відчувати, як перше, у зв'язку з конкретним розміщенням об'єкту на експозиції. З того, що найбільш інтригує в контакті з об'єктом в галереї, причому не обов'язково у зоровому контакті.
- Слід слідкувати за довжиною речень. Найдовші не повинні перевищувати 25 виразів, найкоротші можуть складатися з двох або трьох виразів. Середня найбільш оптимальна довжина речень від 10 до 15 виразів. Речення довжиною понад 30 виразів можуть призводити до проблеми із відстеженням головної думки або сенсу речення. Різна довжина речень не дасть відвідувачеві/екскурсантові скувати та допомагає зробити його чутливим на неочікувану інформацію.
- Замість довгих блоків інформації краще використовувати короткі параграфи або абзаци. Загальною помилкою тих, хто готує підписи є розміщення надто великої кількості інформації і думок в одному параграфі. Поділ на параграфи дозволяє поділити думки і дає шанс на короткі перерви між окремими сюжетами розповіді. Неповносправним особам дозволяється вільно перейти до наступного сюжету опису, загальній публіці дається шанс перервати читання і порівняння інтерпретації з об'єктом.
- Загалом метафори краще виправдовують себе в інших формах наративу, ніж у випадку підписів на виставці. Мовні метафори через які одна річ покликається на властивості іншої, створюють додаткові візуальні асоціації, до і без цього вже складного візуального контексту самої виставки. Але слід пам'ятати, що, з другого боку, тривимірні метафори (такі, як, наприклад, чуттєві характеристики) дають змогу наділити підпис інтригуючими та збагачуючими розуміння експонатів засобами. Подібним чином як з метафорами, слід обережно поступати з використанням знаків оклику та анекдотами.

<sup>12</sup> На підставі: B. Serrell, *Exhibit Labels. An Interpretive Approach*, Altamira Press, 1996, s. 83-100.

- Використання цитат повинно мати місце лише тоді, коли вони будуть корисними для наррації підпису та є необхідними. Необов'язкові, несуттєві або нецікаві цитати будуть гіршими, ніж їх відсутність, бо швидко вчать читаючих, щоб не надавали їм значення. Найбільш ефективними цитати будуть тоді, коли їх для створення на наррації від першої особи.
- Параграфи і абзаци повинні бути озаглавлені так, щоб інформувати про їх зміст. Поширеною помилкою є використання легко сприйнятливих заголовків і підзаголовків, які нічого не вносять у зміст чи в наррацію підпису.

Іншою популярною методологією підготовки підписів є метод шведської письменниці Маргарети Екарв. Варто скористатись запропонованими нею рекомендаціями у ситуаціях, коли учасники занять матимуть можливість впливати на спосіб розміщення готових підписів на постійно діючій виставці.

*Путівник по методології Маргарети Екарв<sup>13</sup>*

- *Вживай простої мови для висловлювання складних думок.*
- *Вживай нормального мовленнєвого порядку речень.*
- *Одна головна думка на строку, а кінець строки збігається з кінцем фрази.*
- *Строки по близько 45 знаків, текст верстаний на короткі параграфи, що складаються з чотирьох до п'яти строк.*
- *Вживай активні форми дієслів і розміщуй підмет на початку речення.*
- *Уникай: підрядних речень, складних конструкцій, непотрібних прислівників, поділу на склади виразів наприкінці строки.*
- *Прочитай текст уголос і зверни увагу на натуральні паузи.*
- *Приведи слова та інтерпункцію у відповідність, щоб віддзеркалювали ритм мови.*
- *Порозмовляй про текст з друзями і обдумай їх коментарі.*
- *Скоординуй написаний текст з проектом виставки.*
- *Прикріпи проект тексту в місці його призначення з метою оцінки ефекту.*
- *Постійно коригуй і вдосконалюй підбір виразів.*

<sup>13</sup> На підставі: E. Gilmore, J. Sabine, *Writing readable text: evaluation of the Ekarv method, w: The Education Role of Museums, op. cit. s. 205 – 210.*

- *Сконцентруй значення майже до «поетичного рівня».*

Наведені принципи не слід трактувати як набір рекомендацій для реалізації в повному об'ємі але більше як підказки, які можуть допомогти в прийнятті рішень у сумнівних ситуаціях, коли невідомо як поступити під час роботи над підписом. Натомість варто дотримуватись рекомендацій стосовно довжини підпису.

*Путівник по кількості слів в інформаційних матеріалах, презентованих на виставці.<sup>14</sup>*

- *Підписи, що впроваджують до вистави – максимально 100 слів*
- *Підписи, що містять інформацію про конкретну тему або секцію виставки – максимально 150 слів*
- *Підписи з інформацією на тему підсекцій виставки або присвячені окремій проблемі – максимально 200 слів*
- *Підписи під об'єктами – ідеально 25-50, максимально 75 слів*

Більш детальну інформацію для глядачів/відвідувачів/екскурсантів, які хочуть прочитати більше на тему виставки або окремих об'єктів, слід розміщувати у друкованих путівниках по виставці, каталогах виставок, в інтерактивних комп'ютерних програмах, в Інтернеті або аудіо-екскурсоводах зі спеціальною доріжкою для зацікавлених осіб.

Підготовлені підписи учасники записують. Пізніше вони будуть опрацьовані працівниками музею і надані в доступ публіці.

Частина друга, майстер-клас 2. Робота з чуттєвою характеристикою об'єкта  
*Тривалість 40 хвилин*

Ця частина майстер-класу полягає у проведенні розмов на тему того, яким чином принесені учасниками предмети, музичні або звукові написи, характеризують музейні експонати, якими вони займаються. У випадку відсутності таких предметів, розмова стосується матеріалів підготовлених музейним лектором. В

---

<sup>14</sup> На підставі: *Exhibitions for All. A practical guide to designing inclusive exhibitions, National Museum of Scotland, (без дати), s. 15.*

обох ситуаціях метою розмови є показати можливі інтерпретації музейного об'єкту через ці характеристики.

Тоді, коли всі підгрупи мають принесені ззовні пропозиції, майстер-клас зосереджується на розмові і обговоренні практичних можливостей презентації цих пропозицій, так, щоб вони стали постійним елементом інтерпретаційних матеріалів, що знаходяться в музеї. Вирішень є багато. У випадку тривимірних предметів можна запропонувати виконання їх дотикових макетів, презентацію (якщо це можливо) поряд з експонатом, створення спеціального мобільного набору цих предметів, доступного в музеї у вигляді навчального пакету. Все залежатиме від того, який вид предмету буде презентований та чи музей у стані його придбати/позичити/виконати. Звукові і музичні записи можна зробити доступними через спеціальні переносні відтворювачі (наприклад, аудіо-екскурсоводи) або встановлюючи їх у відтворюючих приладах поблизу експонату (тоді вони будуть доступними для слабозрячих і незрячих осіб). Ще одним вирішенням є їх розміщення в Інтернеті і, завдяки використанню фотокодів, відсилати до них через мобільні прилади (наприклад, смартфони чи планшети). Цьому вирішенню віддають перевагу у випадку загальної публіки, хоча можна також пошукати відповідних аплікацій для слабозрячих або незрячих осіб.

Коли пропозиція характеристики виходить від працівника музею, тоді майстер-клас 2 повинен полягати в роботі над цими характеристиками. Цій роботі передуює розмова про їх значення в пізнанні об'єкту.

У випадку роботи зі слабозрячими і незрячими особами, натуральними і властивими характеристиками (з точки зору їх суті) є матеріали, що стосуються відчуттів дотику і слуху, в меншому об'ємі, з огляду на специфіку музейної інституції, нюху, а, особливо, смаку. У випадку відсутності пропозицій учасників стосовно цих двох останніх відчуттів, саме дотик і слух повинні у першу чергу братися до уваги у програмі майстер-класу 2.

Стосовно відчуття дотику пропонується приготування учасниками проекту самостійних дотикових репродукцій, макети яких готують працівники музеїв або

особи, котрі супроводжують неповносправних, а слабозрячі і незрячі особи мають своїм завданням їх виконання. Спосіб підготовки таких макетів і роботи з ними для потреб занять в музеї можна знайти у підручнику для музейних лекторів, доступному на Інтернет-сторінках товариства *Art Beyond Sight*, що діє у Сполучених Штатах Америки<sup>15</sup>. Підготовлені таким чином дотикові репродукції можуть бути постійно використовуваними музейною публікою.

Стосовно характеристик, що відносяться до відчуття слуху, які появлятимуться у формі музичних і звукових записів, слід перш за все зосередити зусилля на знаходженні відповідних матеріалів, що відповідають уявленням учасників проекту. Хорошим джерелом є Інтернет, який пропонує можливість скачування звукових записів за принципами ліцензії СС. Характеристика, що стосується відчуття слуху – це також звуки, що створюються учасниками за принципом інтеракції. Тому, якщо існує така ймовірність під час майстер-класу слід використовувати техніки, що дають змогу незрячим особам використовувати відчуття слуху з метою орієнтації або оцінки розмірів простору, характерні ознаки предметів (ехо, аплодисменти, стукання, спрямування звуку). Варто також застосовувати інструменти, звуки яких (за принципом ономапоєї) будуть відображати якусь особливу рису характеризованого експонату.

Відчуття запаху і смаку, задіяні для характеризування експонатів, можна включати безпосередньо або через створення описів, які запускають ці відчуття в уяві. Важливо, щоб, як у випадку решти стимулів, використовувати інший, багатший досвід використання цих відчуттів слабозрячими і незрячими особами, котрі користуються ними більш свідомо. Створення характеристики, що включає нюх є технічно простішим. Не завше означає замовлення спеціальних запахових композицій. Часто достатньо розміщення предметів, що виділяють специфічний запах у закритій упаковці, яка легко відкривається з метою понюхати те, що знаходиться всередині.

---

<sup>15</sup> Інтернет-сторінка знаходиться за адресою <http://www.artbeyondsight.org/> (доступ липень 2013)



Частина третя. Презентація описів і характеристик, оцінювання.

*Тривалість близько 20 хвилин*

В ході цієї частини (в галереї) учасники презентують підготовлений під час зустрічі 2 підпис, у якому пропонують інтерпретацію об'єкту з експозиції. Цей підпис враховує досвід пізнання цього предмету слабозрячими і незрячими особами. Учасники демонструють також підготовлені характеристики, що стосуються відчуттів у формі запису, виконаної дотикової репродукції об'єкта або іншого реквізиту. Подібним чином, як раніше, добрим вирішенням буде реєстрація цієї частини зустрічі у формі звукового запису або відеозапису (за згодою учасників). Після питань з боку решти учасників і ймовірної дискусії, лектор, який веде заняття, закінчує їх, просячи заповнити оціночну анкету.

Оціночна анкета повинна містити, зокрема, питання стосовно якості проведених зустрічей, спеціалізованої підготовки ведучої особи, підбору експонатів з якими працювали учасники, компетенцій у сфері роботи з неповносправними особами, того чи участь у проекті відповідала очікуванням та прохання про рекомендації бажаних змін. Оцінювання має бути анонімне для музею. Неповносправним особам в заповненні анкети допомагають супроводжуючі особи. Анкети повинні бути виразом оцінки про участь у заняттях індивідуальних учасників, кількість питань і методи відповідей на них повинні бути добрані так, щоб їх заповнення займало не більше 3-4 хвилин.

### ***Завершення***

Властивим завершенням проекту є підготовка працівниками музею, створених під час зустрічей матеріалів для того, щоб вони були доступні всім відвідувачам/екскурсантам. Це завдання реалізовується після того як учасники проекту залишать приміщення музею. Про спосіб розміщення характеристик, що стосуються відчуттів згадувалося вище. Слід також розглянути можливість наявності опрацьованих учасниками підписів до експонатів. Найкращим вирішенням є їх розміщення в просторі/площині виставки, як підпису, що доповнює вже існуючий підпис. Тоді варто представити їх у збільшеному

роздрукованому форматі, призначеному для слабозрячих осіб, з накладкою шрифтом Брайля. Вирішення цього типу можна запровадити не завжди, хоча б із естетичних, технічних і фінансових міркувань. Тоді залишаються путівники у формі книжечок або листівок із спеціальним маршрутом екскурсії, підготовленим неповносправними для інших неповносправних та загальної публіки. Іншим вирішенням є їх розміщення в Інтернеті на сторінці, присвяченій проекту або на пов'язаному з ним профілеві соціального порталу. При наявності доступу до Інтернету з галереї, можна запропонувати фотокоди для з'єднання безпосередньо зі сторінками з відповідним наповненням. Вирішень є багато. Тим не менше, щоб проект відповідав задекларованим цілям, він безумовно повинен завершитись наданням доступу (найбільш зручним і характерним для даного музею способом) до інтерпретаційних матеріалів, опрацьованих спільно слабозрячими і незрячими особами та загальною публікою у співпраці з працівником/працівниками музею. Лише вони в стані на постійно запровадити голос спільноти неповносправних осіб в рамки музейної наративу, роблячи його істотним в музеї. Цей голос може бути також дослівним, якщо будуть підготовлені після завершення проекту відео та звукові матеріали, підготовлені в ході реалізації проекту і оприлюднені музеєм за згодою учасників.

### **Продовження програми**

Реалізація проекту типу «співпраця» дає шанс відкриття музею для чергових проектів, спрямованих на збільшення діапазону партиципації (участі) слабозрячих і незрячих осіб. Після реалізації кількох проектів типу «співпраця» і створення інтерпретаційних матеріалів, які використовують і впроваджують в сферу музейної наративу досвід слабозрячих і незрячих осіб, музей може взяти до уваги реалізацію проектів типу «співтворення».

### **Проект типу «співтворення»**

*Проект типу «співтворення» (co-creative project) – члени спільноти працюють разом із музейним персоналом від самого початку, даючи визначення цілей проекту і формуючи програму або виставку, що відповідає інтересам спільноти.*

Працівники музею разом із учасниками раніше реалізованого проекту повинні зробити спробу створення спільної виставки або фрагменту якоїсь великої експозиції. Вихід з відчуттів, використовуваних незрячими особами замість зору у повсякденному житті, так як у випадку проекту типу «співпраця», покаже інший підхід до музейних експонатів, а також по-іншому визначить позицію глядача по відношенню до ролі, яку йому приписується у відносинах з інституцією. Це крок далі у порівнянні з попереднім проектом, зокрема, стосовно відносин з неповносправними особами, оскільки дасть їм можливість активної участі, від моменту ініціації, у творенні найбільш престижної події, якою у кожному музеї є підготовка виставки. З організаційних та суттєвих міркувань розподіл ролей у такого роду проекті повинен враховувати нижченаведені завдання.

З боку задіяних у проект слабозрячих або незрячих людей та супроводжуючих їх осіб (представники загальної публіки):

- вибір теми експозиції
- вибір експонатів
- окреслення найбільш адекватних способів надання доступу до експонатів
- просування проекту в місцевому середовищі

З боку працівників музею:

- консультації на тему експозиції і підбору експонатів
- пошук у фондах музею через призму вибраної теми експозиції
- підготовка кошторису виставки
- розробка проекту експозиції з урахуванням принципів т.зв. універсального проектування<sup>16</sup>
- підготовка по-суті змісту підписів та інших інформаційних матеріалів для виставки
- нагляд і підготовка експозиції
- просування проекту у професійному середовищі

---

<sup>16</sup> На тему проектування музейних просторів, доступних як для загальної публіки, так і для неповносправних осіб. Пор.: *Exhibitions for All. A practical guide to designing inclusive exhibitions*, op. cit; *Smithsonian Guidelines for Accessible Exhibition Design*, Washington (без дати).

Спільна для обох підгруп повинна бути підготовка сценарію та базованого на ньому інтерпретаційного плану.

Щоб ці завдання вдалося реалізувати і створити цього типу виставку, реалізація проекту типу «співтворення» вимагає налагодження постійних відносин зі спільнотою неповносправних осіб та загальною публікою, шляхом реалізації проекту «співпраця». Це необхідна умова для того, щоб переконати, як працівників, так і самих учасників проекту, у тому, що підхід до музейних експонатів з непрофесійних позицій також може бути цінним, хоча б з огляду на факт, що, як правило, вводить в історичний матеріал актуальну точку зору учасників зустрічі, котрі інтерпретують цей матеріал. Цей спосіб мислення про функції музею і об'єкти, що знаходяться у ньому, вимагає, однак, часу і перевірки в ході реалізації проекту типу «співпраця». Він дає можливість познайомитись всім сторонам відносин музею – загальна публіка – неповносправні особи. Створення виставки спільно з неповносправними особами, у свою чергу, допомагає відкрити її для наступного проекту типу «господар».

### **Проект типу «господар»**

*Проект типу «господар» (host project) – музей віддає конкретну частину своїх фондів або засобів з метою підготовки програм якоюсь групою або випадковою публікою.*

Сенс цього проекту не повинен полягати в «передачі» публіці ключів від музею. Після досвіду з проектами типу «співпраця» і «співтворення» в цьому типі партиципації музей визначає як «господаря» лише одне завдання, яке він виконує тоді, коли співтворить виставку. А саме необхідність консультації по темі експозиції і підбору експонатів. Решта елементів повинні залишитися. Однак, ця незначна модифікація вимагає значно більшого розуміння і довіри музейної інституції/установи до публіки. Шанс для цього створюють реалізовані раніше партиципаційні проекти.

## Bibliografia

B. Serrell, Exhibit Labels. An Interpretive Approach, Altamira Press, 1996.

B. Szymańska, Rekomendacje dotyczące udostępniania instytucji muzealnych osobom z niepełnosprawnością wzroku i tworzenia audiodeskrypcji do dzieł plastycznych, NIMOZ 2013.

Fundacja Kultury bez Barrier, Audiodeskrypcja – zasady tworzenia, NIMOZ 2013.

Disability Directory for Museums and Galleries, Resource: The Council for Museums, Archives and Libraries 2001.

Exhibitions for All. A practical guide to designing inclusive exhibitions, National Museum of Scotland, (brak daty).

<http://www.artbeyondsight.org>

<http://www.w3.org/TR/WCAG/>

J. H. Falk, L. D. Dierking, The Museum Experience Revisited, Left Coast Press 2013.

N. Simon, The Participatory Museum, <http://www.participatorymuseum.org/>

O. Dysthe, N. Bernhardt, L. Esbjørn, Dialogue-based teaching. The art museum as a learning space, Copenhagen 2013.

R. Więckowski, Sztuka prezentowania sztuki, NIMOZ 2013.

Smithsonian Guidelines for Accessible Exhibition Design, Washington (brak daty)

T. Shakespeare, M. Oliver, Understanding Disability: From theory to practice, Macmillan Press 1996

Talking Images Guide. Museums, galleries and heritage sites: improving access for blind and partially sighted people, RNIB and Vocaleyes 2003

Talking Images Research. Museums, galleries and heritage sites: improving access for blind and partially sighted people, RNIB and Vocaleyes 2003

The Educational role of the museum, second edition, (ed.) E. Hooper-Greenhill, Routledge 1999