

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Кафедра международного туризма

ШУМСКАЯ
Александра Кирилловна

**АДАПТАЦИЯ ЭКСКУРСИОННОГО ПРОДУКТА ДЛЯ ЛЮДЕЙ С
ПРОБЛЕМАМИ СЛУХА**

Дипломная работа

Научный руководитель:
Старший преподаватель,
Борисенко Наталья Михайловна

Допущена к защите

«___» _____ 20__ г.

Зав. кафедрой международного туризма

доктор исторических наук, профессор Л.М. Гайдукевич

Минск, 2023

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
Кафедра международного туризма

УТВЕРЖДАЮ:

Зав. кафедрой д.и.н., профессор

Л. М. Гайдукевич
« ____ » _____ 20 ____ г.

Задание на дипломную работу
Студенту (студентке) Шумской Александре Кирилловне

1. Тема дипломной работы Адаптация экскурсионного продукта для людей с проблемами слуха утверждена приказом ректора БГУ 27.10.2022 № 1206-ПС

2. Исходные данные к дипломной работе:

Учебные пособия, монографии, научные статьи по теме исследования, документы Всемирной туристской организации (ЮНВТО), официальные отчеты международных и национальных организаций, работающих в сфере туризма, материалы Национального агентства по туризму, статистические отчеты, Интернет-ресурсы по теме.

3. Перечень подлежащих разработке вопросов:

Глава 1 Специфика обеспечения доступности сферы туризма для людей с нарушением слуха
Глава 2. Сравнительный анализ международного и национального опыта обеспечения доступности туристских продуктов и услуг для людей с нарушением слуха
Глава 3. Предложения по адаптации экскурсионного продукта для людей с проблемами слуха

4. Перечень графического и расчетно-аналитического материала: графики и диаграммы, раскрывающие содержание темы; таблицы, структурирующие отдельные блоки материала.

5. Консультанты по дипломной работе

6. Примерный календарный график подготовки дипломной работы:

Глава I – 06.02.2023 г.; Глава II – 13.03.2023 г.; Глава III – 15.04.2023 г.

7. Дата выдачи задания 10.11.2022 г.

8. Срок сдачи законченной дипломной работы 16.05.2023 г.

Руководитель _____
(подпись) (инициалы, фамилия)

Подпись обучающегося _____

Дата

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ.....	3
РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ.....	4
РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ.....	5
DIPLOMA WORK SUMMARY.....	6
ВВЕДЕНИЕ.....	7
ГЛАВА 1.....	10
СПЕЦИФИКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДОСТУПНОСТИ СФЕРЫ ТУРИЗМА ДЛЯ ЛЮДЕЙ С НАРУШЕНИЕМ СЛУХА.....	10
1.1 Понятие доступности в сфере туризма, параметры ее обеспечения.....	10
1.2 Барьеры в индустрии туризма, существующие для людей с проблемами слуха.....	16
1.3 Особенности адаптации экскурсионного продукта для людей с проблемами слуха.....	23
ГЛАВА 2.....	28
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕЖДУНАРОДНОГО И НАЦИОНАЛЬНОГО ОПЫТА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДОСТУПНОСТИ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С НАРУШЕНИЕМ СЛУХА.....	28
2.1 Анализ международного опыта.....	28
2.1.1 Франция.....	29
2.1.2 Великобритания.....	34
2.2 Анализ белорусского опыта адаптации туристического продукта к потребностям людей с нарушением слуха.....	42
ГЛАВА 3.....	50
ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО АДАПТАЦИИ ЭКСКУРСИОННОГО ПРОДУКТА ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ПРОБЛЕМАМИ СЛУХА	50
3.1 Оценка доступности белорусского экскурсионного (в том числе музейного) продукта для людей с проблемами слуха.....	50
3.2 Рекомендации по повышению доступности экскурсионного (в том числе музейного) продукта для людей с проблемами слуха.....	53
3.2.1 Дополнение законодательной базы Республики Беларусь.....	54
3.2.2 Разработка специального курса по подготовке гидов с проблемами слуха	56
3.2.3 Разработка мобильного приложения.....	60
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	63
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	65
ПРИЛОЖЕНИЕ А.....	72
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	73

ПЕРЕЧЕНЬ УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ

- BSL – британский жестовый язык (пер. British Sign Language)
- FSL – французский жестовый язык (пер. French Sign Language)
- РЖЯ – русский жестовый язык
- БелОГ – Белорусское общество глухих
- ЮНВТО – Всемирная туристская организация
- ООН – Организация объединенных наций

РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

1. Структура и объем дипломной работы

Дипломная работа состоит из оглавления, реферата дипломной работы, введения, трех глав, заключения, 3 иллюстрации, 2 таблиц, 2 приложений, списка использованных источников. Общий объем работы составляет 57 страниц. Список использованных источников занимает 7 страниц и включает 82 позиции.

2. Перечень ключевых слов

ДОСТУПНОСТЬ; ИНКЛЮЗИВНОСТЬ; МЕТОДЫ АДАПТАЦИИ; ЭКСКУРСИОННЫЙ ПРОДУКТ; СУРДОПЕРЕВОД; ЛЮДИ С НАРУШЕНИЕМ СЛУХА; ЖЕСТОВЫЙ ЯЗЫК; ИНДУКЦИОННЫЕ ПЕТЛИ; БАРЬЕРЫ СРЕДЫ.

3. Текст реферата

Объект исследования – экскурсионный продукт для людей с нарушением слуха, а также общественные отношения, возникающие в процессе его адаптации.

Цель исследования – разработка предложений по адаптации экскурсионного продукта для людей с проблемами слуха.

Методы исследования: сравнительный анализ и обобщение, экспертные оценки, интервьюирование людей с нарушением слуха, анализ законодательства и литературы по доступности туристической индустрии, системный и функциональный подходы.

Полученные итоги и их новизна. Проанализированы существующие проблемы доступности экскурсионных продуктов для людей с нарушением слуха и выявлены их индивидуальные потребности. Определены основные требования к адаптации экскурсионного продукта и предложены конкретные меры по его улучшению.

Достоверность материалов и результатов дипломной работы. Исползованные материалы и результаты дипломной работы являются достоверными. Работа выполнена самостоятельно. Достоверность определяется самостоятельно собранными фактическими данными и использованием общепринятых и научно обоснованных методов анализа привлеченных данных.

Рекомендации по использованию результатов работы. Результаты могут быть использованы музеями Беларуси для повышения доступности своего продукта, а также другими туристическими организациями при адаптации своего продукта для людей с проблемами слуха.

РЭФЕРАТ ДЫПЛОМНАЙ ПРАЦЫ

1. Структура і аб'ём дыпломнай працы

Дыпломная праца складаецца з задання на дыпломную працу, зместа, рэферата дыпломнай працы, ўвядзення, трох глаў, заключэння, 3 ілюстрацый, 2 табліц, 2 дадаткаў, спісу выкарыстаных крыніц. Агульны аб'ём працы складае 57 старонак. Спіс выкарыстаных крыніц займае 7 старонак і ўключае 82 пазіцыі.

2. Пералік ключавых слоў

3. ДАСТУПНАСЦЬ; ІНКЛЮЗІЎНАСЦЬ; МЕТАДЫ АДАПТАЦЫІ; ЭКСКУРСІЙНЫ ПРАДУКТ; СУРДАПЕРАКЛАД; ЛЮДЗІ З ПАРУШЭННЕМ СЛЫХУ; ЖЭСТАВАЯ МОВА; ІНДУКЦЫЙНЫЯ ЗАВЕСЫ; БАР'ЕРЫ АСЯРОДДЗЯ.

4. Тэкст рэферата

Аб'ект даследавання – экскурсійны прадукт для людзей з парушэннем слыху, а таксама грамадскія адносіны, якія ўзнікаюць у працэсе яго адаптацыі.

Мэта даследавання – распрацоўка прапаноў па адаптацыі экскурсійнага прадукту для людзей з праблемамі слыху.

Метады даследавання: параўнальны аналіз і абагульненне, экспертныя ацэнкі, інтэрв'юіраванне людзей з парушэннем слыху, аналіз заканадаўства і літаратуры па даступнасці турыстычнай індустрыі сістэмны і функцыянальны падыходы.

Атрыманыя вынікі і іх навізна. Прааналізаваны існуючыя праблемы даступнасці экскурсійных прадуктаў для людзей з парушэннем слыху і выяўлены іх індывідуальныя патрэбы. Вызначаны асноўныя патрабаванні да адаптацыі экскурсійнага прадукту і прапанаваны канкрэтныя меры па яго паляпшэнні.

Дакладнасць матэрыялаў і вынікаў дыпломнай працы.

Выкарыстаныя матэрыялы і вынікі дыпломнай працы з'яўляюцца дакладнымі. Работа выканана самастойна. Пэўнасць вызначаецца самастойна сабранымі фактычнымі дадзенымі і выкарыстаннем агульнапрынятых і навуковаобосаваных метадаў аналізу прыцягнутых дадзеных.

Рэкамендацыі па выкарыстанні вынікаў працы. Вынікі могуць быць выкарыстаны музеямі Беларусі для павышэння даступнасці свайго прадукту, а таксама іншымі турыстычнымі арганізацыямі пры адаптацыі свайго прадукту для людзей з праблемамі слыху.

DIPLOMA WORK SUMMARY

1. Structure and scope of the diploma work

The diploma work consists of diploma work assignment, table of contents, diploma work summary, introduction, 3 chapters, conclusion, 3 illustration, 2 tables, 2 addenda and list of references. Total scope of work is 57 pages. The list of references occupies 7 pages and includes 82 units.

2. Keywords

ACCESSIBILITY; INCLUSIVITY; ADAPTATION METHODS; EXCURSION PRODUCT; SIGN LANGUAGE TRANSLATION; PEOPLE WITH HEARING IMPAIRMENT; SIGN LANGUAGE; INDUCTION LOOPS; ENVIRONMENTAL BARRIERS.

3. Summary text

The object of the research – the excursion product for people with hearing impairments and the social relations arising in the process of its adaptation.

The purpose of the research – to develop proposals for adapting the excursion product for people with hearing problems.

Method of the research: comparative analysis and generalization, expert assessments, interviewing people with hearing impairments, analysis of legislation and literature on accessibility in the tourism industry, systemic and functional approaches.

The results of the work and their novelty. The existing problems of accessibility of excursion products for people with hearing impairments have been analyzed, and their individual needs have been identified. The main requirements for adapting the excursion product have been determined, and specific measures have been proposed for its improvement.

Authenticity of the materials and results of the diploma work. The materials used and the results of the work are authentic. The work was composed independently. Reliability is determined by independently collected actual data and the use of generally accepted and scientifically grounded methods of data analyzing.

Recommendations on the usage. the results can be used by museums in Belarus to increase the accessibility of their products, as well as by other tourism organizations in adapting their products for people with hearing problems.

ВВЕДЕНИЕ

Сфера туризма является одной из самых динамично развивающихся и перспективных отраслей экономики в современном мире. Вместе с тем, доступность услуг в сфере туризма для людей с особыми потребностями остается актуальной проблемой. На сегодняшний день большинство существующих и внедряемых способов адаптации туристического продукта ограничиваются созданием доступной инфраструктуры. Люди с проблемами слуха относятся к той категории туристов, для которых физические барьеры (то есть, инфраструктура) являются менее значимыми. Из этого следует, что данная группа туристов зачастую остается лишенной доступа к полноценному туристическому продукту.

Исследование по выбранной теме направлено на решение проблемы доступности туристических услуг для людей с нарушением слуха, работа сфокусирована на адаптации непосредственно экскурсионного продукта в туризме, так как чаще всего именно он является наиболее недоступным для туристов с проблемами слуха.

Проблематика выбранной темы заключается в наличии в индустрии значительных барьеров для людей с нарушением слуха, которые препятствуют полноценному участию в туристической деятельности. Эти барьеры могут быть связаны с недостаточной адаптацией туристических услуг для данной категории посетителей, низким уровнем осведомленности персонала и отсутствием необходимых средств коммуникации. В результате, люди с нарушением слуха могут чувствовать себя исключенными из полноценного туристического опыта, что является проблемой, требующей решения.

Важная роль в данной работе уделяется адаптации музейного продукта для людей с проблемами слуха. Это обусловлено тем, что музеи являются одними из наиболее популярных видов туристических объектов, а музейная деятельность – одним из наиболее доступных видов культурно-образовательной деятельности для широкого круга людей. Однако для людей с проблемами слуха посещение музеев может стать настоящей проблемой из-за отсутствия доступных им возможностей получения информации. Методы, применяемые музеями для обеспечения доступности своего продукта для людей с проблемами слуха, в последствии могут быть адаптированы другими туристическими объектами и внедрены в экскурсионный туризм в целом.

Актуальность данной работы заключается в том, что на сегодняшний день существует серьезная проблема доступности туристических услуг для людей с проблемами слуха на белорусском рынке. Большинство экскурсионных продуктов не адаптированы для данной категории туристов, а существующее

предложение не достигает своего потенциального потребителя. В связи с этим, многие туристы с проблемами слуха сталкиваются с препятствиями при планировании своих поездок и вынуждены отказываться от посещения многих достопримечательностей и музеев. Таким образом, разработка адаптированных экскурсионных продуктов для людей с проблемами слуха является важной задачей в развитии туристической индустрии и социальной интеграции данной категории туристов.

Основной целью исследования является разработка предложений по адаптации экскурсионного продукта для людей с проблемами слуха.

Для достижения этой цели были поставлены *следующие задачи*:

- Изучить теоретические аспекты доступности туристических услуг для людей с проблемами слуха;
- Проанализировать барьеры, существующие в индустрии туризма для людей с проблемами слуха;
- Изучить международный опыт обеспечения доступности туристических продуктов для людей с проблемами слуха;
- Оценить существующий уровень доступности туристических продуктов и услуг для людей с проблемами слуха на примере Беларуси;
- Исследовать особенности адаптации экскурсионного продукта для людей с проблемами слуха;
- Рассмотреть доступный музейный продукт, предлагаемый развитыми европейскими государствами;
- На основе полученной информации обозначить основные способы и методы адаптации экскурсионного (в том числе музейного) продукта для людей с проблемами слуха;
- Изучить музейный продукт Республики Беларусь и его доступность для людей с проблемами слуха;
- Определить требования и предпочтения аудитории с проблемами слуха к экскурсионному продукту;
- Разработать рекомендации по адаптации экскурсионного продукта, учитывая потребности аудитории с проблемами слуха.

Работа состоит из трех глав, в которых была использована различная методология для достижения цели исследования.

В первой главе была проведена теоретическая аналитика, в ходе которой были изучены основные понятия, связанные с доступностью туристского продукта и его адаптацией для людей с проблемами слуха. Были проанализированы научные работы, касающиеся данной тематики, а также опубликованные данные различных исследований. В результате были выявлены основные барьеры, препятствующие полноценному доступу к музейному и

экскурсионному продукту для людей с проблемами слуха, а также способы адаптации, которые позволяют устранить эти препятствия.

Во второй главе был проведен сравнительный анализ международного и белорусского опыта адаптации музейного и экскурсионного продукта для людей с проблемами слуха. В качестве методологии использовались аналитические и сравнительные методы исследования. В результате были выявлены наиболее эффективные практики, используемые в зарубежных странах, и оценены их возможности для адаптации в условиях Беларуси. Также были выявлены отличия и сходства между международным и белорусским опытом, что помогло определить основные проблемы, с которыми сталкиваются люди с нарушением слуха в Беларуси.

В третьей главе был проведен опрос людей с проблемами слуха с целью выявления их потребностей и предпочтений в области музейного и экскурсионного туризма, а также уровня осведомленности о существующем предложении на рынке и удовлетворенности им. Результаты опроса были проанализированы с учетом теоретических аспектов, изученных в первой главе, и выводов сравнительного анализа, проведенного во второй главе. На основе анализа были сформулированы рекомендации для туристических предприятий, позволяющие создать в Беларуси более доступный для людей с проблемами слуха музейный продукт.

Объем дипломной работы – 57 страниц. Работа включает 3 главы, содержит 2 рисунка, 2 таблицы, 82 использованных источников.

ГЛАВА 1

СПЕЦИФИКА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДОСТУПНОСТИ СФЕРЫ ТУРИЗМА ДЛЯ ЛЮДЕЙ С НАРУШЕНИЕМ СЛУХА

В современном обществе доступность туристических услуг является одним из ключевых факторов развития индустрии туризма. Однако, не все группы населения могут полноценно воспользоваться имеющимися возможностями. Люди с нарушением слуха сталкиваются с рядом препятствий при посещении туристических объектов, поэтому расширение доступности туристической отрасли для данной группы населения является актуальной задачей. В данной главе будут рассмотрены понятие доступности в сфере туризма, параметры ее обеспечения, барьеры, существующие для людей с проблемами слуха, а также особенности адаптации экскурсионного продукта для данной целевой аудитории.

1.1 Понятие доступности в сфере туризма, параметры ее обеспечения

Не существует единого определения понятия «доступность»: с одной стороны, его можно считать собирающим термином для всех аспектов, которые влияют на способность человека функционировать в окружающей среде, с другой – доступность представляет собой совокупность практик, направленных на то, чтобы информация, различные виды деятельности и окружающая среда были осмысленными, значимыми и пригодными для использования как можно большим количеством людей [61]. В данной работе под «доступностью среды» будет пониматься, как раз, скорее второе определение.

Доступность принимает различные формы в зависимости от того, в какой среде имплементируется: физическая среда, цифровая среда, информационная, коммуникационная и т.д. [58]. Основываясь на этом, выделяются различные виды доступности, которые будут рассмотрены в данной части работы.

Пользователем доступных возможностей будет любой, чей доступ к информации, действиям и/или среде затруднен временным, повторяющимся или постоянным состоянием, включая, но не ограничиваясь следующими параметрами:

- Когнитивная, физическая подвижность, нарушения слуха, речи или зрения;

- Возраст, Язык, Культура, Образование;
- Экономическое положение;
- Технологические способности и доступ [61].

Каждый человек в настоящее время, в прошлом или в какой-то момент в будущем, будет принадлежать к одной или нескольким группам пользователей доступной средой [61].

Опираясь на указанные выше параметры, можно прийти к выводу, что к целевой аудитории доступной среды относятся не только люди с инвалидностью, но и люди с временными проблемами со здоровьем, родители с детьми и пожилые люди, люди не знающие языка страны, в которой находятся, и не имеющие достаточного образования, люди не обладающие необходимым доступом к современным технологиям и т.д.

Если говорить непосредственно о доступном туризме, основными группами таких путешественников являются:

- Люди с инвалидностью;
- Путешественники с большим багажом;
- Люди больших и малых размеров;
- Путешественники с домашними животными;
- Пожилые люди;
- Родители, путешествующие с маленькими детьми;
- Люди, не знающие иностранного языка. [4]

По оценке Организации Объединенных Наций (ООН), в мире насчитывается более 1 миллиарда людей с инвалидностью, а также более 2 миллиардов человек их ближайшего окружения (супруги, дети и лица, осуществляющие уход) что свидетельствует о том, что почти треть населения мира непосредственно сталкивается с барьерами, существующими для людей с инвалидностью [65]. Стоит еще раз подчеркнуть, что люди с инвалидностью являются лишь одной из целевых групп доступного туризма.

Доступный туризм предполагает процесс сотрудничества между всеми заинтересованными сторонами: правительствами, международными агентствами, туроператорами и конечными пользователями, включая организации, представляющие права людей с особыми потребностями. При этом успешный туристический продукт требует эффективных партнерских отношений и сотрудничества во многих секторах как на национальном и региональном, так и на международном уровнях [65].

Доступность для всех туристических объектов, продуктов и услуг должна быть центральной частью любой ответственной и устойчивой политики в области туризма. Доступность – это не только вопрос прав человека, но и бизнес-возможность для туристических дестинаций и компаний охватить больше посетителей и увеличить свои доходы [37].

Таким образом, с одной стороны, внимание к рынку доступного туризма подталкивает туристскую индустрию к усовершенствованию политики и привлечению ресурсов на необходимые улучшения во всех сферах в краткосрочной и долгосрочной перспективе. А с другой – при использовании правильного подхода у сектора туризма появляется возможность обслужить важный и растущий рынок, завоевать новых клиентов и увеличить прибыль, в то время как остальные сегменты рынка могут постепенно снижать обороты [5].

Достижение доступности туризма не представляется возможным без нормативной и правовой структуры как на национальном, на и международном уровнях. В 1991 году были разработаны первые рекомендации ЮНВТО по созданию и продвижению доступного туризма, позже (2005 и 2013 годах) они были обновлены и на сегодняшний день представляют собой список практических рекомендаций по созданию доступной среды в секторе туризма [4]. Также вопросы доступности сферы туризма затрагиваются Конвенцией ООН о правах инвалидов (принята в декабре 2006 года). Статья 9 призывает государства-участников принять надлежащие меры для обеспечения равного доступа людей с инвалидностью к физической среде, информации, транспорту и другим объектам и услугам, открытым или предоставляемым для общественности. Кроме того, статья 30 об участии в культурной жизни, рекреации, досуге и спорте также призывает государства-участников принять все необходимые меры и постараться максимально обеспечить возможность людей с инвалидностью пользоваться туристскими продуктами [76]. В повестке ООН глобальных действий на период до 2030 года, содержащей Цели устойчивого развития, цель 11 звучит как «Сделать города и населенные пункты инклюзивными, безопасными, жизнестойкими и устойчивыми». Эта цель затрагивает сектор туризма посредством призыва к обеспечению универсального дизайна для доступных и устойчивых транспортных систем, инклюзивной урбанизации и доступа к зеленым и общественным пространствам [77].

Можно отметить, что по мере развития и расширения нормативных рамок концепции доступности расширялась и непосредственно сама концепция. Теперь этот термин не относится исключительно к туристам с особыми потребностями (с инвалидностью, в первую очередь), а скорее к обустройству или адаптации туристической среды для обеспечения доступности для всех групп населения. Текущий тренд – интеграция концепции доступного туризма с общей идеей Универсального дизайна, при этом с добавлением других более глобальных аспектов, таких как:

- Расширение групп населения, вовлеченных в процесс;
- Связь между ограничениями и пожилыми людьми;
- Доступность как полезный фактор для наибольшего числа людей;

- Универсальный дизайн или Дизайн для всех как инструмент для достижения доступности.

Такую расширенную концепцию доступного туризма часто называют «Доступный туризм для всех». В таблице 1.1 представлены основные изменения концепции доступности, произошедшие в ходе ее эволюции, затрагивающие целевую группу, средства достижения и основную задачу.

Таблица 1.1 – Эволюция концепции Доступного туризма

	Доступный туризм	Доступный туризм для всех
Целевая группа	Люди с инвалидностью	Все группы населения
Средства достижения	Устранение барьеров	Обеспечение доступности
Основная задача	Инклюзивность и нормализация	Качественный туризм

Примечание: собственная разработка на основе [57].

Для обеспечения устойчивого развития доступного туризма требуется, чтобы туристические дестинации выходили за рамки специальных услуг и придерживались принципа универсального дизайна, гарантирующего, что все люди, независимо от их физических или когнитивных особенностей, смогут пользоваться имеющимися удобствами на справедливой и устойчивой основе. Этот подход исключает преференциальный или отдельный режим для участников с различными способностями и позволяет беспрепятственно пользоваться объектами и услугами всем, в любое время, с равным эффектом [65].

Спрос в доступном туризме продолжает расти, что может быть объяснено наличием определенных трендов не только в развитии индустрии туризма, но и общества в целом. Ниже будут рассмотрены некоторые из них.

Увеличение численности населения с особыми потребностями

В связи с постоянными социально-демографическими изменениями в современном мире число людей с особыми потребностями растет. Для объяснения этого увеличения принимаются во внимание различные факторы:

Большая вероятность выживания после болезней или несчастных случаев: сегодня имеет место множество неблагоприятных ситуаций для здоровья, таких как различные виды несчастных случаев – дорожно-транспортные происшествия, несчастные случаи на производстве, стихийные бедствия, экологические события и болезни, – которые приводят к появлению групп населения с инвалидностью, приобретенной во взрослом возрасте. В то же время медицинские и научные разработки позволили добиться значительного улучшения, когда речь идет об увеличении продолжительности жизни в случае

этих несчастных случаев и болезней или пороков развития, которые ранее приводили к летальному исходу;

Старение: еще одним из факторов, которые в значительной степени влияют на увеличение числа людей с особыми, является увеличение продолжительности жизни и старение населения. После определенного возраста между старением и инвалидностью устанавливается значительная взаимосвязь, так что вероятность того, что человек получит инвалидность по достижении 65 лет, в 14 раз выше, чем когда ему было четыре года [50].

Расширение участия людей с особыми потребностями в туризме

Существует ряд причин, по которым люди с особыми потребностями в развитых странах имеют лучшее качество жизни и, следовательно, могут заниматься досугом и туризмом:

- Более высокий уровень доходов для лиц с особыми потребностями: консолидация социальной помощи и возможность интеграции на рынке труда оказывают влияние на покупательскую способность и более высокий располагаемый доход, который можно потратить на туризм и досуг;

- Пенсионная стабильность: стабильный доход от государственных или частных пенсионных программ, будь то пенсии по старости или пенсии по вдовству, или какие бы то ни было социальные выплаты. Более того, все чаще интерес к материальным приобретениям трансформируется в новый интерес к приобретению опыта: наслаждение новыми впечатлениями и ситуациями, посещениями и отношениями с окружающими людьми;

- Технологические усовершенствования: технологические разработки обеспечивают большую доступность информации, что повышает мобильность, улучшает процесс коммуникации, а также повышает комфорт и независимость людей с особыми потребностями.

- Разработка, создание и внедрение все большего количества социальных программ, включающих в себя как помощь в организации туров, так и непосредственно групповые поездки. Инициатором или реализатором таких программ могут выступать приходы, дома престарелых, специализированные туристические агентства и т.д.;

- Больше возможностей для поездок: завершив рабочий этап в своей жизни, многие пожилые люди обнаруживают, что у них появилось больше свободного времени, и стремятся наслаждаться возможностями путешествий, которыми они не могли воспользоваться в течение своей трудовой жизни [50].

Более высокие требования к доступности в туризме

Все туристы требуют качественного обслуживания в туристической среде, и это качество включает в себя доступность. Эти более высокие требования во всем, что касается доступности, могут принимать форму как непосредственно физического доступа, так и мобильности, связи, питания, здоровья, персонального обслуживания и других аспектов, и все они будут приниматься во внимание при выборе туристами места назначения. Таким образом, выбор дестинации напрямую зависит от того, соответствует ли она этим потребностям. Число лиц с особыми требованиями к доступу все больше превращается в сектор с опытом путешествий и большей осведомленностью о своих правах как клиентов. Этот опыт и осведомленность вызывают большой спрос на информацию о продукте или услуге, которые будут использоваться [57].

На основе барьеров, существующих в сфере туризма и ограничивающих ее доступность, можно выдвинуть основные параметры, по которым и определяется уровень доступности среды. Чаще всего их выделяется три: физическая доступность, информационная доступность и коммуникативная доступность [50].

Физическая доступность подразумевает обеспечение возможности свободного доступа и использования объектов туристической инфраструктуры для людей с особыми потребностями. Например, она включает пандусы для инвалидов колясок, лифты, доступные туалеты и т.д.

Информационная доступность обеспечивает предоставление информации в форматах, которые просты для понимания и использования, включая шрифт Брайля, крупный шрифт, аудио доступные веб-сайты и т.д.

Коммуникативная доступность – это обеспечение того, чтобы персонал и поставщики услуг были обучены быть гостеприимными, понимающими и отзывчивыми к потребностям всех туристов, включая людей с особыми потребностями.

Также, на взгляд автора, можно выделить такой параметр, как экономическая доступность, которая гарантирует предоставление доступных туристических продуктов и услуг по разумной цене и без ценовой дискриминации.

Проанализировав существующих рынок, целевые группы, исторический опыт и нормативную базу, можно прийти к выводу, что доступность в туризме важна по нескольким причинам:

Инклюзивность: доступность способствует инклюзивности в туризме, гарантируя, что каждый, независимо от способностей, может участвовать в путешествиях и досуговых мероприятиях.

Рыночный спрос: спрос на доступные туристические услуги растет по мере старения населения и повышения осведомленности о необходимости доступности.

Социальная ответственность: обеспечение доступности в туризме – это вопрос социальной ответственности, поскольку доступная среда позволяет людям с особыми потребностями полноценно участвовать в жизни общества и пользоваться теми же возможностями, что и другие.

Конкурентное преимущество: предоставление доступных туристических услуг может дать компании сильное конкурентное преимущество, поскольку оно отличает бизнес от других и может привлечь новых клиентов.

Юридическое обязательство: существуют международные конвенции, законы и нормативные акты, которые требуют, чтобы предприятия индустрии туризма обеспечивали доступность для людей с особыми потребностями.

Таким образом, доступность в туризме имеет решающее значение для создания более инклюзивной и устойчивой индустрии туризма, а также для удовлетворения потребностей и ожиданий все более широкого круга путешественников.

1.2 Барьеры в индустрии туризма, существующие для людей с проблемами слуха

Путешествуя, люди с особыми потребностями регулярно сталкиваются с рядом барьеров, существующих в индустрии туризма, которые ограничивают их возможность путешествовать или лишают доступа к тем или иным туристическим продуктам, а также негативно влияют на впечатления о путешествиях. В научной литературе существует множество подходов к классификации барьеров. Например, Смит (1987) и Кеннеди, Смит и Остин (1991) выделяют три типа барьеров: внутренние (определяются уровнем физической, когнитивной или психологической деятельности человека), барьеры внешней среды (включают отношение к людям с особыми потребностями, инфраструктуру, экологические особенности, транспорт, экономические элементы, нормативно-правовую базу и т.д.), коммуникативные барьеры (появляются в результате коммуникации людей с особыми потребностями с работниками сферы туризма) [42]. Однако чаще всего исследователи прибегают к следующей упрощенной диверсификации барьеров среды для людей с особыми потребностями: физические барьеры, коммуникативные и информационные барьеры.

Физические барьеры – это барьеры, существующие между пользователями/клиентами и окружающей их физической средой [57]. Они препятствуют доступу к туристической инфраструктуре и использованию ей. Рассматривая проблемы физического доступа, ряд авторов отмечают, что на сегодняшний день недоступная среда представляет собой одно из самых серьезных препятствий для людей с особыми потребностями и является одной из наиболее актуальных проблем в туризме со стороны предложения. Аспекты ограниченного физического доступа включают в себя недоступный транспорт, средства размещения и, непосредственно, сами достопримечательности [50].

Проблемы физической доступности транспорта можно разделить на две категории: транспортные барьеры, связанные с достижением туристом дестинации, и барьеры, связанные с местным транспортом. К первой категории можно отнести, например, наземное обслуживание в аэропортах; отсутствие удобных мест высадки возле главных входов аэропортов, вокзалов; отсутствие доступных туалетов/раздевалок, телефонов, автобанков, кнопок вызовов помощи т.д.; проблемы распространением информации о рейсах авиакомпаний среди лиц с нарушениями слуха и зрения, наличие сидений с выдвижными подлокотниками и другие. Также, достигнув пункт назначения, турист зачастую сталкивается с недоступностью общественного транспорта, различные экскурсионные туры, предлагаемые на месте, также часто неинклюзивны [42].

Безбарьерное жилье является одним из важнейших факторов при выборе дестинации туристом с особыми потребностями. К барьерам, с которыми могут столкнуться туристы в средствах размещения относятся: слишком высокие стойки регистрации, недостаточная ширина дверных и лифтовых проходов, недостаточное пространство в помещениях для комфортного перемещения на коляске, высота и расположение мебели, необорудованные ванные комнаты, отсутствие детского или гипоаллергенного меню, отсутствие тактильного покрытия и другое [42].

Препятствия, существующие непосредственно на достопримечательностях, чаще всего схожи с теми, с которыми туристы сталкиваются в средствах размещения и транспорте, однако стоит выделить, что особенно высокобарьерную среду представляют природные объекты. Здесь зачастую в качестве оправдания приводится конфликт между тем, как сделать природные территории доступными для людей с особыми потребностями, в то же время соблюсти принципы резервации природных объектов [50].

Сегодня некоторые авторы утверждают, что за последние десятилетия произошло изменение в общественном сознании, которое привело к более положительному отношению к людям с особыми потребностями, однако другие настаивают на том, что негативное отношение по-прежнему представляет собой серьезное препятствие для участия в туризме и создаёт коммуникативный барьер

[50]. Социальная изоляция людей с особыми потребностями находит свое отражение в таких аспектах, как негативное отношение к инвалидности, детям, пожилым людям, людям, не владеющим языком, путешественникам с животными и т.д. Результатом барьера отношения может стать, например, отказ в заселении или транспортировке. Последствия таких барьеров варьируются от неудовлетворенности, выражаемой путешественниками, которые потратили свои деньги на туристический продукт так же, как и все остальные, до ситуаций полного разочарования, вызванного в том ограничением их свобод. Усугублению барьеров служит восприятие инвалидности в некоторых культурах, где инвалидность считается наказанием Бога и означает, что человек проклят, считается заразным, что порождает огромное количество неверных стереотипов, перерастающих в последствия в барьеры. Важно понимать, что барьеры отношения, представляют собой гораздо большую проблему, чем проблемы физической доступности. Устранение барьеров отношения и достижение социальных изменений, которые включают равные возможности для всех туристов, более сложная, долгосрочная и комплексная задача, чем обеспечение доступности среды [57].

Как правило барьер отношения сочетается и формируется за счет информационного барьера. Нередко туристические агентства или сотрудники других туристических объектов не способны предоставить людям с особыми потребностями актуальную и достоверную информацию. Исходя из этого, получается, что работники индустрии туризма, которые должны выступать посредниками между клиентом и продуктом, на самом деле являются барьерами [50]. Последствиями недостатка информации выступает неготовность работников к различным требованиям, и даже при наличии средств для их удовлетворения, эти требования не выполняются, потому что сотрудники не осведомлены о существовании средств или о том, как их использовать. Информационные барьеры усугубляются отсутствием международной и национальной политики и стратегий, направленных на повышение доступности туристских услуг: существует серьезная нехватка эффективной всеобъемлющей политики по улучшению доступности, понимающей доступность как цепочку создания стоимости с различными звеньями. Многие заинтересованные стороны вовлечены в улучшение доступности, и у каждого из них есть ряд обязанностей и возможностей внести свой вклад в достижение этой цели. Однако необходима скоординированная стратегия для определения шагов и приоритетов, которым необходимо следовать, целей, которых необходимо достичь, и конкретных мер, которые необходимо предпринять [57]. Можно прийти к выводу, что на сегодняшний день информационный барьер является обоюдным; с одной стороны, существует недостаток информации для поставщиков туруслуг о

возможности сделать их инклюзивнее, с другой стороны – и для туристов с особыми потребностями – о сведениях доступности.

Еще одна группа барьеров, которая не всегда выделяется в литературе, однако, на взгляд автора, является очень существенной и оказывает сильное влияние на доступ людей с особыми потребностями к индустрии туризма, – экономические барьеры. Экономические барьеры для доступных путешествий включают высокую стоимость доступного транспорта и жилья, отсутствие государственного финансирования инфраструктуры доступности. Кроме того, многие люди с особыми потребностями сталкиваются с финансовыми проблемами, такими как более низкий доход и более высокие расходы, что еще больше затрудняет поездки [64]. Например, зачастую туристы с особыми потребностями вынуждены пользоваться услугами сегмента люкс: первым классом в самолете, индивидуальным меню, личным трансфером и т.д. Получается, что единственные варианты, доступные большинству людей с особыми потребностями, предназначены для достижения полной противоположности доступности [74].

Теперь, рассмотрев основные группы барьеров, с которыми сталкиваются туристы с особыми потребностями во время путешествий, изучим подробнее, что из себя представляют эти барьеры для людей с проблемами слуха.

Более 5% населения земного шара, или 430 миллионов человек сегодня имеют серьезную потерю слуха. Согласно подсчетам Всемирной Организации Здоровья, к 2050 году более 700 миллионов человек будут страдать потерей слуха, приводящей к инвалидности [82]. Следовательно, рынок туризма для людей с проблемами слуха будет только расширяться. На сегодняшний день существует ряд проблем, которые значительно осложняют путешествия для туристов с проблемами слуха, и формирует индустрию туризма, как, в первую очередь, место для слышащих людей. В таблице ниже представлены основные примеры изученных ранее групп барьеров для рассматриваемой аудитории туристов

Таблица 1.2 – Основные барьеры, с которыми сталкиваются путешественники с проблемами слуха

Группа барьеров	Барьеры для людей с проблемами слуха
Физические барьеры	– Отсутствие визуальных сигналов/знаков – Недостаточное освещение – Отсутствие или недостаточное количество вспомогательных технологий

Окончание таблицы 1.2

Барьеры отношения	– Стереотипирование – Обобщение глухих, оглохших туристов и туристов с проблемами слуха
Информационные барьеры	– Отсутствие доступной туристической информации – Недоступные веб-сайты и реклама – Отсутствие информации в доступной форме на самих туристских объектах
Экономические барьеры	– Более высокие затраты – Отсутствие доступного общественного транспорта – Ограниченные возможности трудоустройства – Отсутствие доступной туристической страховки

Примечание: собственная разработка на основе [41, 66, 10]

Рассмотрим подробнее указанные выше барьеры:

- *Отсутствие визуальных сигналов:* физическая среда может не иметь визуальных сигналов, таких как мигающие огни, чтобы предупредить людей с нарушениями слуха о важных объявлениях, экстренной информации или определенных предлагаемых видах деятельности и т.д.
- *Недостаточное освещение:* плохое освещение может затруднить людям с нарушениями слуха навигацию и ориентирование в туристических местах, таких как аэропорты, средства размещения или железнодорожные вокзалы.
- *Отсутствие вспомогательных технологий:* туристические объекты могут не иметь вспомогательных технологий, таких как индукционные петли или системы усиления звука, для оказания помощи людям с нарушениями слуха.
- *Стереотипирование:* люди с нарушениями слуха могут подвергаться негативным стереотипам или предположениям об их способностях, что может привести к дискриминации или исключению.

- *Обобщение глухих, оглохших туристов и туристов с проблемами слуха:* зачастую туристские объекты рассматривают глухих и слабослышащих как одну аудиторию, такой подход к доступности упускает из виду тот факт, что глухая аудитория пользователей языка жестов имеет совершенно иные потребности в общении, чем аудитория людей, обладающих некоторой способностью слышать.
- *Отсутствие доступной информации:* туристическая информация часто не представлена в доступных форматах, таких как субтитры, язык жестов.
- *Недоступные веб-сайты, реклама:* веб-сайты и реклама могут иметь различные ауди- и видео-сопровождения без субтитров и прописанного скрипта.
- *Недостаточная информация в туристических объектах:* туристические места, такие как музеи, отели и рестораны, могут не предоставлять сурдопереводчиков, субтитры, описание и т.д.
- *Более высокие затраты:* услуги и дестинации, доступные для людей с нарушениями слуха, такие как помещения с визуальной сигнализацией, могут быть дороже, чем те, которые не имеют этих функций.
- *Отсутствие доступного общественного транспорта:* доступный транспорт, такой как поезда и автобусы с визуальными дисплеями, может быть дороже, чем традиционные варианты транспортировки.
- *Ограниченные возможности трудоустройства:* люди с нарушениями слуха сталкиваются с ограниченными возможностями трудоустройства в индустрии туризма, что может повлиять на их способность обеспечивать себя финансово.
- *Отсутствие доступной туристической страховки:* полисы туристической страховки могут не обеспечивать покрытия для людей с нарушениями слуха, что делает поездки дороже и ограничивает доступ к туристским услугам и дестинациям.

Говоря о физической доступности среды для людей с проблемами слуха, важно отметить, что все существующие барьеры по своей сути являются информационными, так как ограничивают доступ туристов к информации.

В 2011 году Национальный Фонд помощи глухим Новой Зеландии и Новозеландский научно-исследовательский институт туризма совместно с Оклендским Технологическим Университетом провели исследование, в ходе

которого были изучены основные туристические потребности людей с нарушением слуха [69].

Как новозеландским, так и иностранным респондентам было предложено указать, насколько важны определенные факторы для удовлетворения их потребностей в доступности во время путешествий (от 1 - совсем не важные, до 5 - очень важные) [ПРИЛОЖЕНИЕ А].

Наиболее важным фактором является наличие субтитров/телетекста на экране для сопровождения аудиоинформации. Также важным как для новозеландских, так и для иностранных респондентов стало наличие информации о безопасности и экстренной эвакуации (четким шрифтом или текстом на экране, а также с помощью визуальной аварийной сигнализации во всех общественных зонах), а также телефонов экстренной помощи и кнопок во всех лифтах.

Хорошо освещенный и хорошо видимый персонал на стойках регистрации, хорошо освещенные общественные зоны, четкие вывески внутри и снаружи зданий, четкие и понятные звуковые публичные объявления и низкий фоновый шум в общественных местах также являются важными факторами доступности.

Сотрудники службы поддержки клиентов, которые хорошо осведомлены об обслуживании гостей с нарушением слуха, также получили высокие оценки.

Потребности в доступе, которые новозеландские и иностранные респонденты оценили как самые низкие, заключались в наличии домофонов в передней части зданий или на стойках регистрации, слуховых петель на стойках регистрации и аудиоинформации, предоставляемой на экранах на языке жестов.

В категории «транспорт» наиболее важными стали потребности респондентов в доступной информации о местах и времени прибытия и отправления, четкой визуальной информации, идентифицирующей названия или номера транспорта и остановок, а также текстовые объявления в пути на экранах; в категории «средства размещения» - наличие телевизоров с субтитрами/телетекстом и доступом, наличие экстренной информации в виде большого текста / телевизионного телетекста, а также хорошее освещение в помещении и визуальные дверные звонки; в категории «мероприятия и достопримечательности» - представление аудиоинформации в текстовом формате и возможность получения всей важной информации заранее онлайн [69].

Исходя из исследования, можно отметить, что наиболее важными оказались инструменты, помогающие обойти физические и информационные барьеры, при этом респонденты упоминали наиболее доступные для туристических предприятий с финансовой точки зрения технологии: субтитры, таблички, вывески, хорошее освещение. Наиболее денежно затратные средства (слуховые петли, домофоны и т.д.) получили наименьшие баллы.

Изучение и преодоление существующих в отрасли туризма барьеров является важной задачей и способствует расширению возможностей людей с нарушением слуха участвовать в туристической деятельности, знакомиться с новыми культурами, взаимодействовать с миром, повышая их независимость и самостоятельность в путешествиях, а также качество жизни в целом.

1.3 Особенности адаптации экскурсионного продукта для людей с проблемами слуха

Согласно Закону Республики Беларусь «О туризме», экскурсия представляет собой туристическое путешествие физических лиц на период менее 24 часов, посещение физическими лицами, в том числе туристами, в познавательных целях туристических ресурсов, других объектов, имеющих художественную, историческую и иную значимость, под руководством экскурсовода, гида-переводчика, иного лица, наделенного правом проведения экскурсий.

В последующем в данной работе под экскурсией будет подразумеваться непосредственно вторая часть приведённого выше определения, а под экскурсионным продуктом, соответственно, - комплекс услуг, предоставляемый экскурсанту в процессе экскурсии. Данный комплекс состоит из основных и дополнительных услуг. Основная услуга представляет собой ведение экскурсии гидом, дополнительные могут включать в себя услуги по подготовке и организации экскурсии, а также послеэкскурсионное обслуживание [24].

В соответствии с исследованием, проведенным платформой Tripadvisor среди путешественников из Австралии, Великобритании, США, Сингапура и Японии, около 20% опрошенных планировали в 2022 году и в последующих периодах посетить больше экскурсий с гидом, что позволило бы туристам немного расслабиться и благодаря сопровождению профессионала узнать и посмотреть, что может предложить выбранная дестинация [73].

Экскурсионный продукт обладает рядом преимуществ: во-первых, пользователь получает структурированный и организованный способ изучить дестинацию и узнать о ней больше, снижая стресс от необходимости самостоятельно ориентироваться и планировать поездку; во-вторых, гид может поделиться уникальной информацией, трудно доступной в путеводителях или онлайн-ресурсах; в-третьих, экскурсионный продукт предоставляет возможность познакомиться с другими путешественниками, обзавестись новыми связями и знакомствами [1].

Зачастую описанные выше преимущества экскурсионного продукта являются недоступными для людей с проблемами слуха. В предыдущем пункте были рассмотрены основные барьеры, существующие в индустрии туризма для путешественников с проблемами слуха – все они остаются актуальными в том числе и для экскурсионного продукта, который принято считать особенно тяжело доступным.

В основном все предложения по адаптации экскурсионного продукта для путешественников с нарушением слуха представлены в виде точечных рекомендации, при этом эффективные комплексные подходы нуждаются в доработке и применяются далеко не везде.

В основе трех существующих подходов лежат «Руководство по доступному оформлению выставок» Смитсоновского института и «Дизайн для доступности: Руководство администратора в сфере культуры» Национального фонда искусств (НФИ) [59].

Стоит начать с того, как в документах Смитсоновского института, так и в документах НФИ подчеркиваются следующие два момента:

1) музеи должны стремиться быть лидерами в продвижении самых высоких стандартов доступа и инклюзивности, не ограничиваясь соблюдением минимальных юридических требований;

2) музеи должны предоставлять контент по нескольким каналам, чтобы посетители с проблемами слуха имели несколько «точек входа» на выбор.

На сегодняшний день наиболее распространенные практики в обеспечении доступности для посетителей с проблемами слуха сосредоточены на:

- вспомогательных слуховых устройствах,
- интерпретации языка жестов,
- субтитрах [59].

Вспомогательные слуховые устройства (ВУП) работают для усиления звука и /или уменьшения фонового шума. Самыми распространёнными типами таких систем являются FM-системы, инфракрасные системы и системы с индукционным контуром (индукционные петли).

Перед музеями стоит важная задача не только приобретения самих устройств, но и обучения персонала размещению, использованию и уходу за ними. То есть, устройства полезны только в том случае, если персонал знает, где их найти, знает, как ими пользоваться, и не забывает заряжать их.

FM-приемники улавливают специализированные радиочастоты, которые подключаются к общей звуковой системе, например, те, что используются в кинотеатрах или системах громкой связи. Посетитель получает приемник, который может быть либо подключен непосредственно к слуховому аппарату или кохлеарному имплантату, либо использоваться с наушниками для усиления звука для людей, которые не пользуются персональным слуховым аппаратом.

Инфракрасные системы передают инфракрасные световые волны, которые улавливаются приемниками, подобными FM-приемникам [59].

В системах с индукционным контуром провод устанавливается по периметру помещений, таких как кинотеатры, и активируется при передаче звука, создавая электромагнитное поле в определенном диапазоне контура. Система работает непосредственно со слуховыми аппаратами и кохлеарными имплантами, которые имеют настройку с дистанционным управлением (сегодня – это большинство аппаратов). Система индукционного контура считается наиболее эффективной, поскольку FM- и инфракрасные приемники подвержены более быстрому износу, что делает их менее надежными с возрастом. Их технологии также постоянно устаревают, а регулярное обновление или замена приемников обходится дорого.

Общая стоимость покупки и установки вспомогательных слуховых устройств часто становится весьма реальным финансовым препятствием для многих учреждений, как правило, их использование ограничивается, например, театральными постановками, где посетители посещают запланированные спектакли по билетам. Другим серьезным ограничением таких устройств является то, что они не обеспечивают эффективной коммуникации с глухими посетителями.

Практики, связанные с языком жестов, имеют важное значение для создания доступного опыта, однако, к сожалению, прибегание к ним обычно ограничивается запланированными мероприятиями, такими как экскурсии с гидом и театральные представления в предварительно зарегистрированных группах, которые заранее запросили сурдопереводчика [59].

Таким образом, на сегодняшний день сурдоперевод нельзя назвать успешно внедренной практикой в индивидуальных экскурсионных продуктах. Коммуникационные потребности и предпочтения случайных посетителей, должны быть изучены, а подход к их удовлетворению учреждениями культуры – усовершенствован.

Также важно отметить, что сурдоперевод полезен только тем посетителям, которые знают язык жестов, что исключает многих поздно оглохших и слабослышащих посетителей, которые им не пользуются.

Субтитры бывают трех видов:

- открытые субтитры,
- закрытые субтитры,
- субтитры в реальном времени [59].

Открытые субтитры присутствуют на видео постоянно; закрытые субтитры должны быть активированы через настройки устройства. Открытые субтитры предпочтительнее, поскольку они обеспечивают мгновенный доступ, и от глухих или слабослышащих посетителей не потребуется предпринимать

дополнительных действий, чтобы попросить персонал активировать закрытые субтитры. Любое видео, созданное музеем, должно сопровождаться подписями, если оно будет демонстрироваться более трех месяцев, или для кратковременных показов должна быть доступна стенограмма. Видеоролики без диалога следует отмечать, как таковые, чтобы люди с проблемами слуха не думали, что они пропускают контент без субтитров [59].

Субтитры в реальном времени чаще всего используются для живых мероприятий, таких как лекции и театральные представления. Профессиональный оператор использует специализированное оборудование для ввода диалогов и описания звуковых эффектов на протяжении всего мероприятия, а текст читается на мониторе определенного типа. Как и в случае с сурдопереводом, субтитры в реальном времени требуют, чтобы пользователь планировал и запрашивал их заранее [59].

Расходы, связанные с наймом сурдопереводчиков и операторов субтитров в режиме реального времени, ограничивают предоставление этих услуг по предварительному запросу.

Рассмотрев основные подходы, можно сделать следующие выводы об адаптации экскурсионного продукта для людей с проблемами слуха:

1. Проблемой, которой не уделяется достаточно внимания при адаптации экскурсионного продукта, является разница между обеспечением доступности для глухих посетителями и посетителей с проблемами слуха. В то время как учреждения культуры зачастую рассматривают глухих и слабослышащих как одну аудиторию, такой подход к доступности упускает из виду тот факт, что глухая аудитория пользователей языка жестов имеет совершенно иные потребности в общении, чем аудитория людей, обладающих некоторой способностью слышать. Это еще раз доказывает, что текущие практики обеспечения доступности в большей степени ориентирована на соблюдение нормативных требований, а не на социальную интеграцию этих двух различных аудиторий

2. Экскурсионный продукт является тем видом туристского продукта, где экономический барьер особенно высок. Как было описано выше, практически все способы применения трех существующих подходов адаптации являются денежно затратными, а, следовательно, менее доступными.

3. Из предыдущего вывода можно прийти к заключению, что адаптация экскурсий в некоторой степени возможно для групповых и запланированных групп, однако индивидуальному посетителю будет очень трудно получить полноценный опыт.

В данной главе была освещена специфика обеспечения доступности сферы туризма для людей с проблемами слуха. Вначале были рассмотрены понятие доступности в контексте туризма и параметры, которые способствуют ее обеспечению. Затем были выявлены барьеры, с которыми сталкиваются люди с проблемами слуха при путешествиях и взаимодействии с туристическими услугами. Кроме того, были обозначены особенности адаптации экскурсионного продукта для данной категории туристов.

Исследование позволило увидеть, что доступность туризма для людей с проблемами слуха представляет сложную задачу, требующую совместных усилий от всех участников туристической индустрии. Физическая доступность, адаптированные технологии и обучение персонала играют важную роль в обеспечении полноценного туристического опыта для данной группы туристов.

ГЛАВА 2

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕЖДУНАРОДНОГО И НАЦИОНАЛЬНОГО ОПЫТА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДОСТУПНОСТИ ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С НАРУШЕНИЕМ СЛУХА

2.1 Анализ международного опыта

Анализ существующего международного опыта является важным шагом в адаптации туристского продукта (в частности, экскурсионного продукта) для людей с нарушениями слуха. Изучение подходов и методов, применяемых в разных странах, позволяет выявить лучшие практики, а также наиболее успешные стратегии по их внедрению.

В данной части работы будут подробно рассмотрены механизмы и технологии, применяемые при адаптации туристского продукта для людей с нарушением слуха в таких странах, как Франция и Великобритания. А также будут изучены отдельные кейсы и инициативы, существующие на сегодняшний день в Российской Федерации.

Проведение анализа осуществлялось в соответствии со следующей методологией:

- Первым шагом является изучение существующих возможностей адаптации туристского продукта для людей с проблемами слуха в регионе. Для этого производится анализ доступности отдельных составляющих туристского продукта: жилья, транспорта, специализированных туристических компаний, организуемых культурно-массовых мероприятий и т.д.
- Так как в данной работе отдельное внимание уделяется непосредственно экскурсионному продукту, вторым шагом является создание выборки из 10 музеев, на основе их посещаемости в регионе.
- Третий шаг представляет собой анализ предоставляемых возможностей в каждом из выбранных музеев для людей с проблемами слуха. Для этого проводится исследование информации на официальных сайтах музеев, контактных данных и официальных документов. Данный этап позволяет определить наличие и качество услуг для людей с проблемами слуха в каждом из музеев.
- Четвертым шагом является анализ полученных данных. Для этого проводится сравнение применяемых методов адаптации в каждом из музеев и определение наиболее эффективных практик.

2.1.1 Франция

Рассмотрение доступности туристских услуг во Франции для людей с нарушением слуха стоит начать с изучения специальных предприятий отрасли. В стране есть несколько туроператоров, которые предлагают экскурсии с гидом по популярным достопримечательностям на французском языке жестов. Например, к ним относится ACTIS – компания, которая проводит обзорные экскурсии по главным достопримечательностям столицы, HandiGo и Signes de Sens, организуют индивидуальные и групповые туры на языке жестов по различным городам Франции, включая Париж, Ниццу, Лион и другие. Эти туры обычно проводятся гидами-переводчиками на языке жестов и направлены не только на передачу информации об истории и культуре города, но и на помощь участникам тура в изучении новых слов и выражений на языке жестов. Например, в Париже можно заказать бесплатную экскурсию по Иль-де-ла-Сите с гидом на языке жестов, который расскажет о монастыре Нотр-Дам-де-Пари и других исторических зданиях на острове. На сайте туристического бюро Парижа можно найти всю необходимую информацию о доступности, их офис в центре столицы также является доступным для посетителей с проблемами слуха [39].

Кинопоказы с субтитрами являются распространенной практикой во Франции. Крупные сети кинотеатров, такие как Gaumont и Pathe, часто размещают расписание фильмов с субтитрами на своих веб-сайтах [45].

Представления с субтитрами также становятся все популярнее во французских театрах, что делает данный опыт более доступным для людей с нарушениями слуха. Такие театры, как «Châtelet», «Odéon-Théâtre de l'Europe», «Théâtre de la Ville», «Comédie-Française», в Париже, а также Национальный театр Ниццы и многие другие театры и оперы Лиона, Рейна, Сент-Этьенна и т.д. предоставляют возможность посещения некоторых спектаклей за счет наличия следующих практик:

1. Адаптация на французском языке жестов - представления с сильной визуальной динамикой (театральные постановки или танцевальные представления, включающие речь) переводятся актерами на французский язык жестов, в представлениях принимают участие актеры с нарушениями слуха.

2. Адаптированные субтитры – субтитры, предназначенные специально для слабослышащих и глухих пользователей. Такое сопровождение включает в себя транскрипции голосов, музыку, звуковые эффекты, имена актеров перед каждой репликой. Надпись может быть размещена над сценой, сбоку от нее или интегрирована в декорации и

синхронизирована с представлением в живом режиме с помощью менеджера сцены.

Такие возможности адаптации театрального опыта доступны благодаря работе ассоциации «Accès Culture». Она сотрудничает с более чем 120 театрами Франции для внедрения услуг по обеспечению доступности в сфере исполнительского искусства. Ассоциация предлагает аудио-описание для слабовидящих и незрячих посетителей, адаптацию французского языка жестов и адаптированные субтитры для посетителей с нарушением слуха. С 1990 года Accès Culture поддерживает различные организации в сфере культуры и предлагает свою помощь в разработке политики в отношении доступности для людей с особыми потребностями. На сайте ассоциации можно найти расписание адаптированных представлений, а также более подробное описание способов адаптации и отзывы людей, посетивших такие представления.

Помимо основной деятельности Accès Culture в рамках сотрудничества с культурными организациями предоставляет возможность доступных экскурсий, которые проводятся людьми с нарушением слуха на французском языке жестов (FSL), или в сопровождении переводчика, который переводит экскурсию на FSL, или с помощью индукционных петель или усилительных наушников.

Например, в Париже можно посетить экскурсию в Национальный театр Шайо и Пор-Рояль-де-Шан, адаптированную для людей с нарушением слуха. Лоран Вало, глухой актер, проводит туры на FSL, Реми де Фурнас, опытный оратор, проводит экскурсии с помощью средств для усиления звука [56].

Говоря о доступности французского транспорта для туристов с проблемами слуха, важно отметить, что в некоторых поездах парижского метро и системы поездов RER установлены индукционные петли. Многие автобусы в Париже также оснащены дисплеями, которые показывают следующую остановку и текущий маршрут в режиме реального времени, что облегчает людям с нарушениями слуха ориентирование в городе [31].

Итак, выше были рассмотрены некоторые отдельные элементы туристского продукта и их доступность для людей с нарушением слуха. Как уже неоднократно упоминалась, фокус данной работы направлен именно на экскурсионный продукт и его адаптацию. Некоторые возможности проведения доступных экскурсий уже были затронуты, однако для выявления основных методик и технологий стоит более глубоко изучить, какие решения предлагают музеи страны. Ниже представлены 10 самых посещаемых музеев Франции согласно рейтингу интернет-портала French Moments [70] и основные методы адаптации и продукта для людей с нарушением слуха, используемые этими музеями. В 9 из них на сегодняшний день существуют различные способы адаптации музейного продукта для людей с проблемами слуха.

Рейтинг самых посещаемых музеев возглавляет *Лувр (Париж)*. На сайте музея есть отдельная вкладка «доступность», где можно выбрать интересующую аудиторию и получить подробную информацию о доступности музея для конкретной группы посетителей с определенными потребностями. Для посетителей с проблемами слуха предоставлены следующие возможности:

1. Для посетителей со вспомогательными слуховыми устройствами на стойке информации, автоматах по продаже билетов, в зоне групповой регистрации, в справочном бюро и в зрительном зале установлены индукционные петли
2. Доступен аудиогид, который содержит экскурсии, адаптированные для посетителей с проблемами слуха. По запросу предоставляются слуховые аппараты.
3. Также туры доступны на французском языке жестов [81].

Версальский дворец занимает второе место в рейтинге и предоставляет туристам с проблемами слуха ряд решений для получения полноценного опыта от посещения комплекса. Стойки регистрации оснащены индукционными петлями, персонал обучен оказывать необходимую помощь, все показываемые ролики снабжены субтитрами. Доступна информация, в какие дни и какое время дворец посещает наибольшее количество туристов и какое время оптимально подходит для посетителей с проблемами слуха. Все туалеты оснащены специальными проблесковыми маячками на случай подачи внешнего сигнала тревоги.

Касательно адаптации самого экскурсионного продукта, музей предоставляет аудиогиды, оснащенные индукционными петлями и устройствами регулировки громкости. Для экскурсий по некоторым залам предоставляются записанные визуальные туры на французском языке жестов (FSL). По предварительному запросу организуются доступные экскурсии с гидом с использованием FSL или чтения по губам [80].

В национальном музее современного искусства «*Центр Помпиду*» (Париж) доступна система петель магнитной индукции для усиления звука. Ими оборудованы билетная касса, студия и зрительный зал (во время мероприятий и спектаклей). Музеем записан ряд подкастов, доступных на сайте, все они сопровождаются транскрипцией, которую можно бесплатно загрузить под плеером. Несколько раз в месяц проводятся туры на французском и международном языках жестов. Также одну субботу каждого месяца проводятся экскурсии с помощью чтения по губам и слуховых устройств. Обученный методам общения со слабослышащими лектор знакомит посетителей с временными выставками и постоянной коллекцией [32].

Музеем было разработано специальное бесплатное мобильное приложение для посетителей с особыми потребностями. В первую очередь оно

предназначено для людей с расстройствами аутистического спектра, а также для всех других посетителей, имеющих схожие потребности при посещении Центра Помпиду. Такое приложение позволяет подготовиться к визиту и получить быстрый доступ ко всему адаптированному контенту. Помимо описания работ, представленных в музее, и сенсорных карт, в приложении доступны различные «возможные сценарии», с которыми может столкнуться посетитель и их разрешения, включающие полезную практическую информацию. Также доступна функция «настраиваемое расписание», позволяющая организовать свой визит в музей пошагово. Также доступны другие функции, такие как серия пиктограмм для общения, игра на память и т.д. [43].

В музее Орсе (Париж), как и в предыдущих музеях, на кассе, информационной стойке, в книжном магазине и зрительном зале установлены индукционные петли. Доступны также аудиогиды, снабженные усиливающими слуховыми устройствами. Посетители с нарушениями слуха могут принять участие во всех экскурсиях по постоянным коллекциям и временным выставкам музея. Выступающие лекторы оснащены микрофонами, а посетители-наушниками, к которым по запросу предоставляется ланъярд с магнитной индукцией. Часть аудиогидов доступна в видеоформате на французском языке жестов. На ютуб-канале музея также можно найти ролики на FSL. Индивидуальным посетителям регулярно предлагаются платные экскурсии на FSL, проводимые глухим лектором. Расписание таких экскурсий можно узнать на сайте музея [33].

Музей армии (Париж) не предлагает никаких вариантов адаптации экскурсионного продукта для людей с проблемами слуха.

Музей Набережной Бранли (Париж) предлагает множество способов адаптации туристского продукта для людей с нарушением слуха. Приложение музея «Les Experts quai Branly» специально адаптированное для глухих и слабослышащих детей в возрасте от 6 до 12 лет, оно позволяет юным посетителям изучить коллекции музея в форме увлекательного путешествия по четырем маршрутам: Африка, Азия, Америка, Океания. Чтобы обеспечить максимальную доступность, ресурс оснащен звуком, субтитрами и французским языком жестов. iPad с установленным приложением можно бесплатно взять напрокат в главном зале музея. На стойке регистрации бесплатно предоставляются усиливающие слуховые устройства. Все видеоролики на выставках снабжены субтитрами. Каждый источник звука имеет встроенную индукционную петлю. Два раза в год проводятся экскурсии с гидом, использующим чтение по губам. В музее также организуются семинары, мероприятия, перформансы и конференции с субтитрами, доступные для людей с проблемами слуха. Для каждой выставки записывается вступительное видео на языке жестов, экскурсии на FSL также проводятся дважды в год [62].

Музей Малого дворца (Париж) по запросу предоставляет бесплатное сопровождение персонала для посетителей с особыми потребностями. Также заранее можно запросить экскурсовода для чтения по губам. Музеем разработано мобильное приложение, содержащие несколько туров по его экспозициям, а также он оснащен информационными карточками, доступными всем посетителям в различных музейных помещениях (на 3 языках: французском, английском и испанском) [63].

В музее Карнавале (Париж) также регулярно организуются экскурсии на французском языке жестов с неслышащим гидом. На сайте музея можно найти календарь, где будет указана более подробная программа экскурсий на жестовом языке [51].

Национальный музей Оранжевого (Париж) оснащен индукционными петлями во всех местах скопления людей, включая кафе, лекторий, зал регистрации и т.д. Также для людей с проблемами слуха доступны аудиогиды, оснащенные индукционными петлями, часть информации с которых предлагается в видеоформате на FSL, и экскурсии с гидом на FSL [53].

Музей Слияния (Лион) проводит регулярные экскурсии на FSL как для отдельных посетителей, так и для целых групп, на сайте можно найти расписание и подробное описание каждой экскурсии. Все аудиовизуальные элементы экспозиции оснащены субтитрами, в большом зале, где регулярно проходят спектакли и конференции, установлены индукционные петли [52]. На сайте также можно найти буклет с подробной информацией о доступности музея для посетителей с особыми потребностями, в том числе для гостей с проблемами слуха есть карта большого зала музея, где обозначены места наилучшей слышимости [Рисунок 2.1].

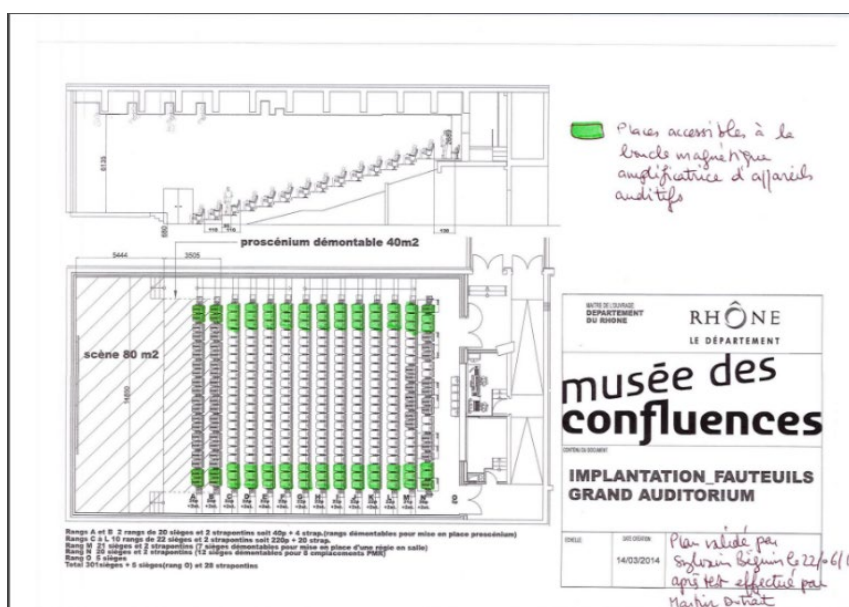


Рисунок 2.1 – Карта большого зала музея с указанием мест наилучшей слышимости [52]

Таким образом, можно заметить, что 9 из 10 рассмотренных музеев так или иначе адаптируют свою программу для людей с проблемами слуха. Особенно стоит отметить музеи Центр Помпиду и набережной Бранли, которые разработали собственные мобильные приложения, позволяющие сделать музейный опыт максимально доступным. Возвращаясь к адаптации туристского продукта во Франции в целом, нельзя не отметить деятельность Accès Culture, чье сотрудничество с десятками различных организаций страны делает культурную жизнь Франции доступнее. Деятельность ассоциации является идеальным примером инклюзивности, с одной стороны, предоставляя рабочие места людям с проблемами слуха, а с другой – делая театральный продукт доступнее для них.

2.1.2 Великобритания

В Великобритании, как и во Франции, существует ряд компаний, организующих доступные туры для людей с проблемами слуха. Далее перечислены некоторые из них:

Island Trust – недельные путешествия во время каникул для подростков под парусом в Южной Англии. Ориентирован на молодых людей (13-19 лет) с нарушениями зрения и слуха, трудностями в обучении, особыми образовательными потребностями, неблагополучным происхождением, поведенческими трудностями и т.д [67].

DeafUK 50 plus – компания, которая на протяжении последних 20 лет возит пожилых глухих людей отдыхать на морские курорты по всей Англии. Ее цель – предоставить людям место для встреч и общения, помочь уменьшить изоляцию и одиночество [48].

Limitless Travel предлагают готовые туры с жильем, экскурсиями и т.д [49].

DeafBlind UK – организация которая оказывает различные виды помощи и поддержки людям с нарушением зрения и слуха, в том числе предлагает доступные пакет-туры по Великобритании [55].

На платформе DEAF AND SQUARE-EYED можно найти актуальную афишу с различными мероприятиями, включающими в себя театральные постановки, стендапы, фестивали так далее, доступные для людей с проблемами слуха. Как правило, информация касается мероприятий, проводимых именно на Британском языке жестов, однако также есть афиша выступлений с субтитрами [40].

Экспертами интернет-портала ReSound было проведено исследование и составлен рейтинг наиболее доступных достопримечательностей Великобритании для людей с проблемами слуха. Ими было рассмотрено 40

наиболее посещаемых достопримечательностей Великобритании, проанализировано количество различных способов адаптации их продукта для людей с нарушениями слуха, а также изучены оценки и отзывы на TripAdvisor, в которых упоминались слова 'глухой', 'слабослышащий' или 'BSL' (британский язык жестов).

Согласно данному исследованию, Royal Exchange Theatre стал самым доступным театром в Великобритании. Театр располагает широким спектром приспособлений для посетителей с проблемами слуха, включая представления с субтитрами, которые отображают диалоги актеров на экранах. Также в театре доступны беспроводные устройства улучшения слуха, которые можно использовать в сочетании со слуховыми аппаратами. Для тех, кто общается с помощью языка жестов, для каждой постановки также предусмотрено сопровождение сурдопереводчика.

Crucible Theatre стал вторым по доступности театром в Великобритании, *Shakespeare's Globe Theatre* - третьим, предлагая широкий выбор представлений, подходящих для слабослышащих посетителей. В театрах есть все те же технологии по обеспечению доступности для людей с проблемами слуха, что и в *Royal Exchange Theatre* [54].

Афишу сеансов кино, сопровождаемых субтитрами, можно найти на платформе Your Local Cinema [44].

Говоря о доступности транспорта, стоит отметить, что далеко не все автобусы и поезда оснащены визуальным сопровождением маршрута. Также в Великобритании является распространенным заводить слышащую собаку для людей с проблемами слуха [72]. Однако зачастую таксисты и водители автобусов отказываются вести пассажиров с собаками. Стоит отметить, что на вокзалах, в кассах продажи билетов и других местах скопления людей практически всегда установлены индукционные петли, также некоторые такси и автобусы Лондона оснащены ими [75].

Как и в предыдущем пункте рассмотрим технологии, предлагаемые музеями по обеспечению доступности их продукта для людей с проблемами слуха. Ниже представлены 10 самых посещаемых музеев Великобритании, согласно интернет-порталу English Express College [71] и предлагаемые способы адаптации их услуг для людей с проблемами слуха. Как и в случае с французским музейным продуктом, средства адаптации для людей с проблемами слуха имеются в 9 из 10 рассмотренных музеев.

Самым популярным и одновременно самым доступным для людей с проблемами слуха (согласно уже упоминавшемуся исследованию ReSound) является *Британский музей в Лондоне*. Для посетителей с проблемами слуха здесь установлены индукционные петли, предлагается видеогид на языке жестов, а также регулярные экскурсии с гидом на жестовом языке. Музеем также

выделены тихие часы и тихие зоны для максимально комфортного посещения. На сайте можно найти подробный гид по доступности, включающий в себя всю необходимую информацию для комфортного посещения [36].

Во всех филиалах музея *Тейт* установлены индукционные петли, проходят туры на языке жестов, а также имеются дополнительные печатные текстовые источники и субтитры на всех аудио и видео компонентах экспозиций [35].

Национальная галерея (Лондон) занимает второе место в рейтинге культурных достопримечательностей по доступности для людей с проблемами слуха. Посетителям предлагаются печатные носители информации, субтитры на всех видео, экскурсии на британском жестовом языке, индукционные петли. На сайте также есть серия вводных видео на жестовом языке. Регулярные лекции и другие мероприятия сопровождаются жестовым переводчиком или специальной транскрипцией, проводимой программой STAGETEXT [46].

Музей естественной истории (Лондон) оборудован индукционными контурами. На стойке регистрации можно запросить усиливающее устройство. В музее также регулярно проводятся мероприятия, сопровождаемые переводом на британский язык жестов [79].

В музее *Мадам Тюссо*, расположенном на 5-ом месте в рейтинге посещаемости не предусмотрено никаких технологий для адаптации экспозиций для людей с проблемами слуха.

Национальный музей Шотландии (Эдинбург) предоставляет по запросу персональные экскурсии на языке жестов, также периодически такие экскурсии проводятся в соответствии с расписанием. Все видео на сайте музея имеют сурдоперевод, также существует специальный сервис для связи для пользователей языка жестов. В музее установлены индукционные контуры [34].

В *Художественной галерее и музее Келвингроув (Глазго)* многие сотрудники прошли обучение британскому языку жестов, а все аудиовизуальные компоненты снабжены субтитрами [60].

Национальный музей Королевского военно-морского флота (Портсмут) и *Ливерпульский музей Битлз (Ливерпуль)* оборудованы индукционной системой [68,38].

Рейтинг завершает *Национальный музей футбола (Манчестер)*, где установлены индукционные петли и доступны экскурсии с гидом по запросу. Также на сайте музея можно найти видео на жестовом языке о музее [78].

Как и во Франции, в Великобритании лишь в одном из рассмотренных музеев отсутствуют любые технологии адаптации для людей с проблемами слуха. Однако еще в двух есть только индукционные контуры, что является лишь способом «минимум» по обеспечению доступности. Также ни в одном из музеев нет оригинальных способов адаптации: мобильных приложений, подкастов и т.д.

Рассмотрев музейный продукт музеев двух развитых европейских государств, можно составить список существующих технологий по адаптации музейного продукта для людей с проблемами слуха:

- Индукционные петли
- Адаптированный аудиогид
- Предоставление специальных устройств
- Доступные экскурсии (на жестовом языке, с чтением по губам)
- Видеогид
- Мобильное приложение
- Доступные мероприятия
- Видео контент на сайте с сурдопереводом

Согласно анализу продукта 20 наиболее посещаемых музеев Франции и Великобритании, можно сделать вывод, что в среднем музей предлагает 3 способа адаптации своего продукта для людей с проблемами слуха. Из рассмотренных музеев лидерами являются музеи Франции, а именно Музей набережной Бранли и Версальский дворец, предлагающие посетителям с проблемами слуха 6 различных способов повышения доступности музейного продукта.

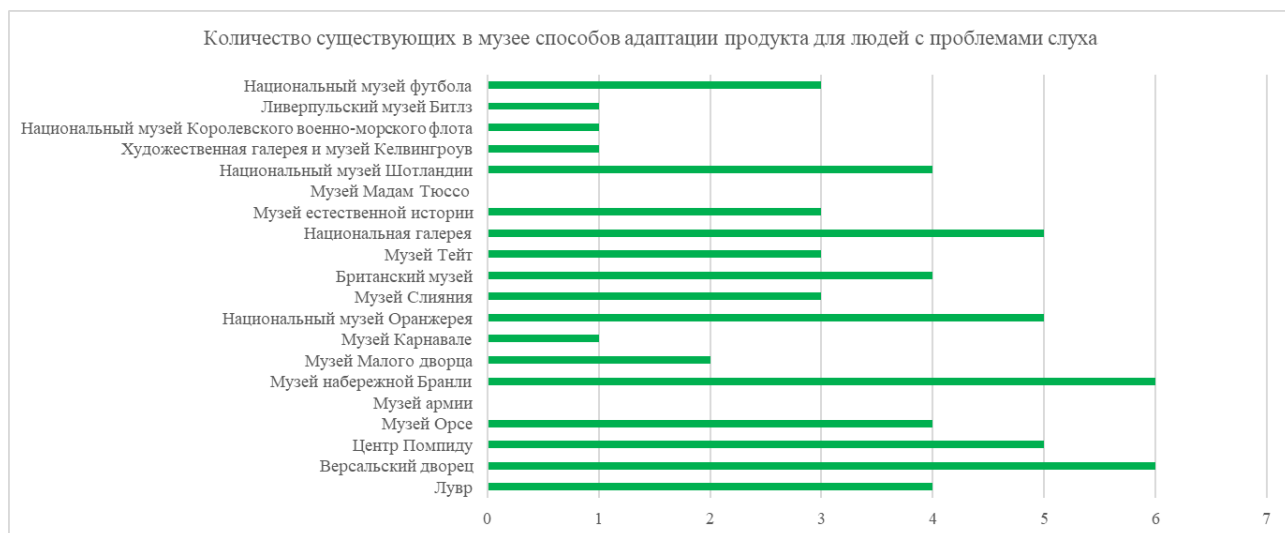


Рисунок 2.2 – Количество способов адаптации музейного продукта для людей с проблемами слуха (собственная разработка)

Также из изученной информации о доступности музеев Европы для людей с проблемами слуха можно сделать вывод, что самой популярной технологией по обеспечению этой доступности являются индукционные петли, устанавливаемые в различных помещениях музея (от сувенирных магазинов и ресторанов до выставочных павильонов и лекториев). Наличие индукционных

петель можно отметить в 70% рассмотренных музеев. На втором месте по распространенности находятся доступные экскурсии, то есть, экскурсии, проводимые в сопровождении сурдопереводчика, гидом, владеющим языком жестов, или специально адаптированные для чтения по губам. Такие экскурсии предлагают 65% рассмотренных музеев. Наиболее редкими способами адаптации являются специально разработанные мобильные приложения и отдельные мероприятия, организуемые музеями для людей с проблемами слуха – их можно встретить лишь в 15% рассмотренных музеев.

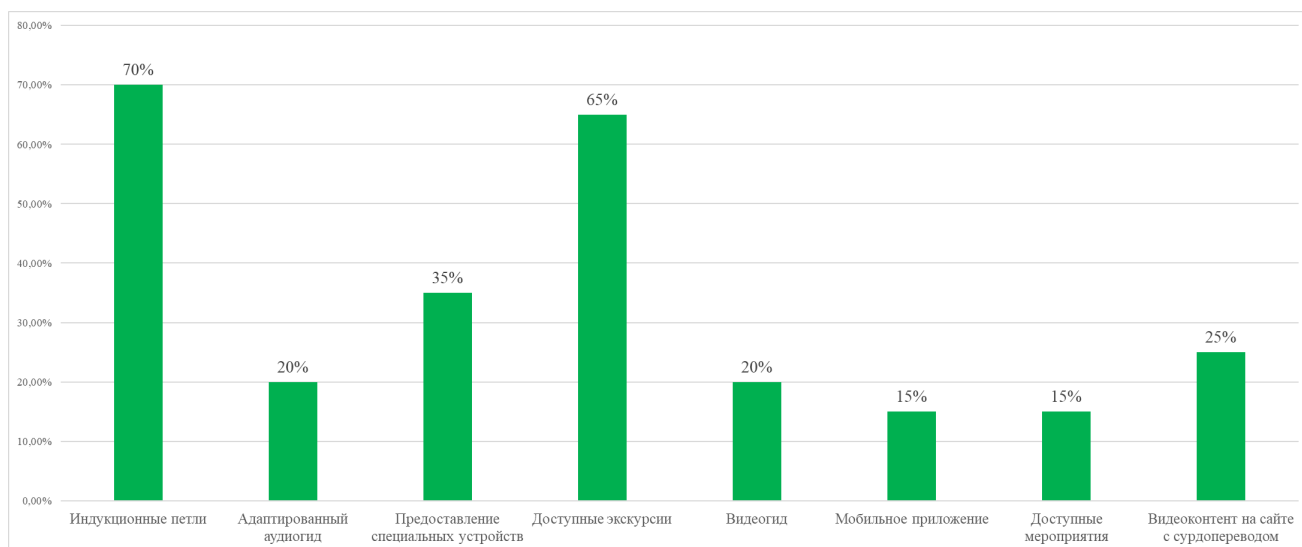


Рисунок 2.3 – Распространенность различных способов адаптации музейного продукта для людей с проблемами слуха (собственная разработка)

Теперь, когда был рассмотрен музейный продукт двух развитых западноевропейских стран, можно сделать вывод, что на сегодняшний день оптимальная формула адаптации экскурсионного продукта состоит из наличия индукционного контура в местах скопления людей; информативного сайта, содержащего данные о «тихих» часах посещения, подробное описание технологий доступности, сопровождения субтитрами и жестовым языком всех видеосюжетов, расписание мероприятий с описанием их доступности и т.д.; регулярное проведение музеем экскурсий на жестовом языке, наличие субтитров и транскрибаций на всей аудио- и видео составляющей экспозиции, и, наконец, обученный персонал.

Однако помимо стандартных методов адаптации экскурсионного продукта, упомянутых выше, некоторые музеи, в том числе и в соседней России, используют более креативный и оригинальный подход.

Опыт музея «Гараж» (Москва) в работе с людьми с проблемами слуха является примером успешной реализации принципов инклюзии и доступности в культурной сфере. Музей стремится создать условия, которые бы максимально

учитывали особенности аудитории с нарушениями слуха, и активно разрабатывает и внедряет инновационные решения, обеспечивающие комфортное посещение музея для глухих и слабослышащих посетителей.

Одним из основных аспектов работы музея "Гараж" с глухими и слабослышащими является разработка специализированных мультимедийных гидов и туров. Эти гиды предоставляют подробную информацию о произведениях искусства в текстовой и видеоформатах. Глухие и слабослышащие посетители могут использовать эти гиды для самостоятельного изучения экспозиций музея, ознакомления с историей и контекстом произведений искусства, а также для углубленного понимания художественных концепций и техник. Для того чтобы сделать музей еще более доступным и удобным для глухих и слабослышащих посетителей, музей "Гараж" оборудовал некоторые выставочные залы специальными индукционными петлями.

Однако музей не ограничивается только разработкой и использованием технических средств. «Гараж» также активно проводит обучающие мероприятия для своих сотрудников, с целью повышения их компетенции в области работы с глухими и слабослышащими посетителями. Музей организует специализированные тренинги, семинары и мастер-классы, на которых сотрудники музея учатся использовать жестовый язык, осваивают основы коммуникации с людьми с нарушениями слуха, и узнают о специфических потребностях и ожиданиях глухих и слабослышащих посетителей. Так, начиная с 2016 года, здесь регулярно проводится курс основ русского жестового языка для музейных сотрудников, главной целью которого является привлечение внимания музейного сообщества к проблеме создания доступной среды для посетителей с проблемами слуха, а также к значимости и уникальности опыта глухого посетителя. Стремясь привлечь внимание профессионального сообщества к вопросу адаптации и создания экскурсионного продукта для людей с проблемами слуха, «Гараж» организовал в 2016 году международный тренинг «Музей ощущений». В качестве участников были приглашены специалисты из разных российских музеев, тренинг был посвящен разработке и адаптации программ именно для глухих и слабослышащих посетителей [20].

Еще одним важным аспектом опыта музея "Гараж" в работе с людьми с нарушением слуха является создание дополнительных мероприятий и программ, специально разработанных для этой аудитории. Например, музей проводит специализированные мастер-классы и творческие занятия, где глухие и слабослышащие посетители могут самостоятельно выразить свои эмоции и впечатления от произведений искусства через творческие проекты. На сайте музея можно найти актуальное расписание доступных мероприятий. Среди них такие, как «Цикл встреч с художниками» - серия мастер-классов и разговоров про, где художники-ведущие приглашают посмотреть на художественный

процесс изнутри, проанализировать произведения искусства вместе и/или проявиться в сотворчестве, «Инклюзивная мастерская графики и иллюстрации», где участники изучают выставку либо отдельную работу на ней и обсуждают увиденное, а после с помощью определенной графической техники (коллаж, аппликация, трафарет) вместе с педагогами переводят свои впечатления на бумагу, курс «Устная история» для глухих и слабослышащих посетителей, где участники обсуждают зачем рассказывать истории и как с их помощью можно изучать и осмысливать опыт жестового рассказа в культуре общества глухих [6].

Важную роль играет сотрудничество музея с организациями и сообществами, представляющими интересы этой аудитории. Музей активно сотрудничает с ассоциациями глухих и слабослышащих, привлекая их экспертизу при разработке специальных программ и мероприятий, а также получая обратную связь от этой аудитории о доступности и удовлетворительности предоставляемых услуг. Здесь стоит отметить, что «Гараж» активно стремится помочь глухим и слабослышащим людям приобрести новые социальные роли и стать полноценными участниками культурной жизни. Например, музей проводит совместные работы с глухими художниками, организует выставки, созданные глухими авторами, и поддерживает их участие в профессиональных мероприятиях и мастер-классах. Нередко люди с нарушением слуха становятся кураторами выставок, лекторами и т.д. [20].

Важным проектом, реализованным музеем в рамках обеспечения доступности, является разработка мобильного приложения «Музей на РЖЯ – детям», которое представляет собой первый детский словарь терминов современного искусства на русском жестовом языке в России. В рамках рабочей группы проекта, в которую включены глухие и слабослышащие дети из московских школ № 1529, 30 и 52, проводились неструктурированные интервью с сотрудниками музея на этапе исследования и подготовки проекта. Это позволило каждому ребенку вжиться в роль эксперта в проекте и оказать консультации сотрудникам инклюзивного отдела. Детям демонстрировались слова из области современного искусства в письменной форме, и они отвечали на вопросы о том, что это означает и знают ли они жестовый язык для этого слова. Однако возникли трудности с пониманием русского словесного языка и чтением у некоторых глухих детей-участников проекта в возрасте от 7 до 10 лет. Например, они не могли понять значение слова «архитектура», так как у них и у их семей не было визуализации этого слова в их опыте. Каждое слово разбиралось на русском жестовом языке менеджером инклюзивных программ и переводчиком с жестового языка, и объяснялось до тех пор, пока ребенок сам не смог объяснить это понятие своими словами. Таким образом, изначально сами дети и их родители были незнакомы со многими понятиями из области

искусства, и Музей «Гараж» внес дополнительную образовательную компоненту в их семьи [20].

На онлайн-платформе «Музей ощущений» «Гараж» делится опытом российских и зарубежных институций и специалистов в области инклюзии. Платформа объединяет комплекс исследовательских и научно-популярных статей, интервью, обзоров инклюзивных мероприятий и т.д. [21].

Ранее в работе уже упоминалась важность адаптации всех составляющих экскурсионного продукта, включая его маркетинг, в «Музее ощущений» можно найти общие принципы SMM для глухих и слабослышащих, а также «Гараж» делится собственным опытом. В 2020 году команда Музея «Гараж» активно адаптировалась к условиям локдауна, исследуя новые форматы работы и успешно используя преимущества онлайн-пространства, а также создавая дополнительные возможности взаимодействия с аудиторией.

Одним из таких новых форматов стали видеолекции из серии "Экскурсовод на диване", в которых глухие гиды снимали ролики, рассказывая о любимых экспонатах выставок, работа которых была временно приостановлена. Важным элементом новой программы стала также музейная практика для переводчиков русского жестового языка, которые сотрудничали с Новой Третьяковкой, ГМИИ им. А. С. Пушкина, Музеем русского импрессионизма, организуя прямые эфиры в Инстаграме, в которых выпускники курса переводили выступления слышащих экспертов.

Кроме того, команда смогла приобрести ценный опыт организации онлайн-лекций, мастер-классов и занятий для детей с проблемами слуха, включая обучение их созданию небольших выставок в домашних условиях. Педагоги также подготовили видеоинструкции о том, как провести время с детьми во время локдауна, а директор Музея "Гараж" Антон Белов взаимодействовал с детьми, регулярно посещавшими онлайн-занятия.

Таким образом, музей «Гараж» является примером того, как необходимо адаптировать не просто отдельные элементы экскурсионного продукта для людей с проблемами слуха, а подходить к решению вопроса комплексно, создавая полноценную доступную среду [18].

Как уже упоминалась выше, в рамках своей деятельности по расширению доступности музей «Гараж» создал курс по подготовке гидов, владеющих языком жестов. Некоторые выпускники курса объединились в организацию под названием «Жест в музее» для проведения экскурсий на жестовом языке в различных культурных институциях Москвы и популяризации искусства среди глухих и слабослышащих. Они стремятся сотрудничать с различными музеями, избегая конкуренции и не переманивая аудиторию друг у друга. Экскурсии разрабатываются с учетом разных возрастных групп, учитывая предпочтения различных аудиторий [11].

Процесс взаимодействия и работы с музеями еще не достиг единого стандарта, однако уже существует общая схема: команда «Жест в музее» распределяет свои ресурсы, определяя, кто будет готовить экскурсии по определенным выставкам, при этом музеи предоставляют материалы для подготовки. Затем проводится аттестация, включающая сдачу экскурсионного маршрута сотрудниками музея с участием переводчика жестового языка. «Жест в музее» сотрудничает с такими культурными организациями, как Еврейский музей и центр толерантности, Третьяковская галерея, Пушкинская галерея, музей «Гараж» и т.д. [25]. В будущем организация планирует сотрудничать не только с музеями изобразительного или современного искусства, но и с усадебно-парковыми комплексами, историческими музеями, проводить экскурсионные маршруты по городу.

Описанные выше инициативы являются примером того, как можно обеспечивать доступность для людей с проблемами слуха не только посредством стандартных, с большими технологическими методами (таких, как субтитры, индукционные петли и т.д.), а и применяя креативное мышление, оригинальные подходы. Важно отметить, что все проекты, реализованные музеем «Гараж» основаны на инициативности самого музея, в первую очередь, его заинтересованности в создании доступной среды для людей с особыми потребностями.

2.2 Анализ белорусского опыта адаптации туристического продукта потребностям людей с нарушением слуха

Адаптация туристического продукта к потребностям людей с нарушением слуха является важным шагом на пути к созданию более доступной и инклюзивной туристической индустрии. Люди с нарушением слуха, как и все остальные, имеют право на отдых, путешествия и доступ к культурным достопримечательностям. Однако без соответствующих мер адаптации им может быть сложно получить полноценный туристический опыт.

Адаптация туристического продукта для людей с нарушением слуха может включать в себя использование специальных технических средств для передачи информации, создание специальных маршрутов, обучение персонала работе с такими туристами, разработку специальных путеводителей и т.д.

На сегодняшний день в Беларуси существует нормативно-правовая база, регулирующая развитие и расширение доступного туризма, в том числе туризма для людей с нарушением слуха. В стране инклюзивный туризм регулируется

рядом законодательных актов, а также национальными стратегиями и программами [12].

Основным законодательным актом, регулирующим сферу туризма в Беларуси, является Закон Республики Беларусь "О туризме" от 10 января 2008 года № 218-З. В этом законе впервые упоминается понятие инклюзивного туризма и описываются его основные принципы [17]. Существует ряд других законодательных актов, регулирующих сферу инклюзивного туризма, включая:

- Закон Республики Беларусь "О защите прав потребителей" от 9 января 2002 года № 90-З, который обязывает организаторов туристических услуг обеспечивать равный доступ к услугам туризма для всех граждан, в том числе с ограниченными возможностями здоровья [16];
- Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15 октября 2015 года № 856 "О мероприятиях по развитию инклюзивного туризма", которое содержит конкретные меры по поддержке и развитию инклюзивного туризма в Беларуси [23].

Национальная стратегия развития туризма на период до 2035 года, утвержденная Постановлением Президента Республики Беларусь от 3 июля 2020 года № 245, также уделяет внимание развитию инклюзивного туризма. В документе отмечается необходимость создания условий для удовлетворения туристических потребностей всех категорий населения, в том числе лиц с особыми потребностями [13].

Беларусь является участником нескольких международных соглашений, которые включают аспекты инклюзивного туризма. Беларусь является членом Всемирной туристской организации (UNWTO) и участвует в реализации целей организации, в том числе в развитии инклюзивного туризма.

Еще одним соглашением, которое включает аспекты инклюзивного туризма, является Конвенция Организации Объединенных Наций о правах инвалидов. Беларусь является участником этой конвенции (ратифицировала в 2016 году) и обязана создавать условия, которые обеспечивают инклюзивный туризм для людей с особыми потребностями: в Национальном плане действий по реализации положений в пункте 17 по реализации задачи «Создание условий для интеграции инвалидов во все сферы жизнедеятельности» отмечается, что «должны быть приняты меры по созданию условий и расширению участия инвалидов в туристических, спортивных и досуговых мероприятиях» [76].

Говоря об адаптации туризма для людей с нарушением слуха в Беларуси, нельзя не упомянуть важную роль Белорусского общества глухих. Белорусское общество глухих (БелОГ) – это некоммерческая организация, которая работает на благо глухих людей и людей с нарушением слуха различной степени в Беларуси. Основная деятельность БелОГ включает такие направления, как помощь людям с проблемами слуха в интеграции в общество (оказание помощи

в получении образования, поиске работы, обеспечении жильем и т.д.); повышение осведомленности общественности о проблемах людей с проблемами слуха (БелОГ проводит образовательные кампании, конференции и другие мероприятия для того, чтобы привлечь внимание общественности); организация спортивных мероприятий и досуга для людей с проблемами слуха (спортивные мероприятия, конкурсы и другие развлекательные мероприятия для лучшей интегрироваться в общество и поиска новых друзей). Ежегодно Белорусское общество глухих реализует десятки проектов, расширяющих доступную среду для людей с нарушением слуха. К таким проектам относятся, например, организация летнего лагеря для глухих детей и подростков, организация спортивных мероприятий для людей с проблемами слуха, в том числе олимпиад и соревнований, проведение курсов по обучению родителей, которые воспитывают глухих детей с проблемами слуха, разработка учебных материалов для детей и подростков с нарушением слуха, организация культурных мероприятий для людей с проблемами слуха, таких как концерты и театральные постановки, оказание помощи в получении водительских прав для глухих людей. Вклад общества в адаптацию туризма и расширение возможностей людей с проблемами слуха путешествовать также неocenim. БелОГ сотрудничает с различными туристическими агентствами для организации туров и путешествий для людей с проблемами слуха, которые могут включать посещение достопримечательностей, экскурсии, активный отдых и другие развлечения.

Организация туристических мероприятий для людей с проблемами слуха требует определенных навыков и знаний, поэтому БелОГ проводит специальные курсы для гидов и туроператоров, чтобы они могли лучше понимать потребности и особенности туристов.

Кроме того, БелОГ проводит кампании по информированию людей с проблемами слуха о возможностях туризма и путешествий, а также о том, какие меры безопасности необходимо соблюдать во время путешествий. Это позволяет повысить осведомленность людей с проблемами слуха о туризме и вдохновить их на новые приключения и открытия [2].

На сегодняшний день в Беларуси существуют различные инициативы по адаптации туристского продукта для людей с проблемами слуха, часть из которых исходят непосредственно от туристических предприятий.

Один из таких примеров - специальные туристические экскурсионные маршруты, адаптированные для людей с проблемами слуха. Они включают в себя ознакомление с историей и культурой Беларуси, посещение памятников архитектуры, музеев, заповедников и других достопримечательностей. Список этих маршрутов можно найти на официальном сайте Республики Беларусь Belarus.by, где в разделе «Инклюзивный туризм» предоставлено подробное описание маршрутов в каждой из областей. В Минске для людей с проблемами

слуха адаптировано 15 экскурсий из 20 предлагаемых, в Брестской области – 2 из 10, в Витебской - 12 из 23, в Гродненской – 5 из 27, в Гомельской – 7 из 8, в Могилевской 12 из 18. Таким образом 53 из 106 (те есть, ровно 50%) представленных экскурсий доступны для туристов с проблемами слуха [29]. Однако стоит отметить, что на сайте не указано, как именно экскурсионный продукт адаптирован для людей с нарушением слуха: какие методы и технологии будут использоваться, поэтому есть большая вероятность того, что далеко не все экскурсии будут доступны для глухих туристов а какие-то из них – для туристов с нарушением слуха.

Кроме того, туристические агентства и предприятия в Беларуси разрабатывают специальные экскурсии и туры, которые могут быть легко доступны для людей с проблемами слуха. Например, в блоге Национального агентства по туризму есть статья, посвященная доступным экскурсиям и турам по Гродненской области. Среди них можно выделить несколько доступных маршрутов для людей с проблемами слуха, таких как автобусно-пешеходная экскурсия «Старажытны Гарадзень», обзорная экскурсия по «Новогрудок – первая столица ВКЛ», культурно-познавательные экскурсии «Шляхетские усадьбы Новогрудчины», «Валаам на Новогрудчине», «Дорогами войны» и т.д. [8].

Рассматривая доступные средства размещения, стоит отметить единственный расположенный в Беларуси санаторий, который полностью отвечает условиям доступности для людей с проблемами слуха – санаторий «Приморский», принадлежащий Белорусскому обществу глухих [1]. Весь персонал санатория обучен работе с людьми, имеющими проблемы со слухом. Администраторы, медработники и другой обслуживающий персонал владеют языком жестов, что позволяет им общаться с гостями с проблемами слуха. В номерах санатория установлена световая сигнализация и звонки, чтобы гости могли получать информацию о визитах, телефонных звонках и других важных событиях. Вся информация о мероприятиях, доступна в текстовой форме, что также упрощает коммуникацию для гостей с проблемами слуха. Кроме того, любые экскурсии и мероприятия проводятся при сопровождении специалиста, владеющего языком жестов, чтобы гости могли получить полную информацию о мероприятии и принять участие в нем наравне со всеми остальными.

Экскурсионный продукт, предлагаемый музеями Беларуси, к сожалению, не отличается высокой доступностью и во многом уступает опыту европейских государств. Из десяти самых посещаемых музеев Беларуси лишь три предлагают продукт, адаптированный для людей с проблемами слуха – это Национальный художественный музей, Национальный исторический музей и музей «Страна мини».

Национальный художественный музей был первым, кто начал работать в этом социально важном направлении деятельности. В 2005 году научные сотрудники музея запустили проект «Шаг навстречу», в рамках которого организовывались экскурсии для инвалидов-колясочников Республиканского детского реабилитационного центра и слабослышащих детей из специализированного интерната № 14 г. Минска. В то же время была проведена первая выставка незлышащих детей в Национальном художественном музее Республики Беларусь.

Проект «Ожившие картины» является одним из новых примеров успешной реализации инклюзивной направленности в культурном секторе для людей с нарушением слуха. Разработанный специалистами из Белорусской государственной академии искусств и Института инклюзивного образования Белорусского государственного педагогического университета им. М. Танка проект предлагает доступ к произведениям искусства на языке жестов и создает условия для обогащения культурных знаний, художественного кругозора и эмоционально-познавательного развития для глухих и слабослышащих посетителей музеев.

Проект предлагает несколько способов получения информации о произведениях искусства. Лицам с нарушением слуха бесплатно предоставляются планшеты с адаптированными текстами о выбранных произведениях искусства и видеосопровождением. Видеосопровождение включает в себя художественный сурдоперевод, т.е. перевод информации на язык жестов, а также субтитры, которые дополнительно обеспечивают понимание произведения.

Кроме того, глухим и слабослышащим посетителям музея предоставляется возможность свободного посещения экспозиций и выставок с экскурсиями на языке жестов. Экскурсии записываются на видеокамеру и размещаются на планшетах, которые выдаются бесплатно при запросе. Таким образом, глухие и слабослышащие люди могут получить доступ к произведениям искусства и узнать о них не только из текстового описания, но и из живой речи специалистов, которые используют язык жестов [27].

Проект «Ожившие картины» становится успешным примером инклюзивного подхода в культурной сфере, позволяющим обеспечить доступ к культурным ценностям для всех людей, независимо от их индивидуальных особенностей и ограничений.

В Национальном историческом музее был реализован проект «Включись в музей» по расширению доступности музея. В рамках данного проекта для людей с проблемами слуха были записаны несколько видеороликов на жестовом языке, которые можно найти на сайте музея. Один видеосюжет посвящен первому визиту и ориентированию в музее, второй - «История без границ» -

двадцатиминутный ролик-экскурсия, посвященный праздникам, традициям и обрядам белорусов [9]. Также ко Дню города в 2021 году в музее Инклюзивная школа искусств «Выше крыши» проводила мастер-класс по рисованию пейзажей и семинар по языку [14].

Музей «Страна мини» разработал инновационное мобильное приложение, которое стало не только удобным гидом для туристов, но и настоящей находкой для людей с особыми потребностями. Благодаря путеводителю в приложении, пользователи могут получить полную информацию о достопримечательностях города Минска, а также просмотреть качественные фотографии для лучшего понимания объектов [3].

Особое внимание приложение уделяет комфорту людей с проблемами слуха: оно обладает удобным интерфейсом и интуитивно понятным навигатором.

Среди других инициатив, реализуемых в музеях Беларуси, можно отметить проект «Инклюзия в краеведческом музее». Проект, запущенный в 2017 году Брестским краеведческим музеем и Белорусским обществом глухих, направлен на создание доступной среды для людей с нарушением слуха. Он предусматривает подготовку экскурсоводов-инвалидов, которые могут проводить экскурсии на жестовом языке без использования голосового перевода.

Проект «Инклюзия в краеведческом музее» является пилотным для музеев Беларуси и позволяет развивать компетенции экскурсоводов-инвалидов, повышать качество предоставляемых услуг и создавать дружественную атмосферу для всех посетителей музеев. Кроме того, данный проект может быть примером для других музеев по всей стране и стать основой для дальнейшего развития инклюзивной практики в музейной сфере. Однако после запуска проекта в 2017 году в его рамках не было реализовано никаких инициатив за исключением работы с Краеведческим музеем [10].

Современные технологии позволяют музеям разрабатывать новые формы взаимодействия с посетителями и делать экспозиции более интерактивными и доступными. Это особенно важно для людей с особыми потребностями, таких как люди с нарушением слуха. Ранее, для того чтобы такие посетители могли получить полноценный опыт, музеи использовали записанные видео, аудио-экскурсии и другие технологии.

Однако, с появлением новых технологий, возможности расширились. Проект VR-музей Первой мировой войны, над которым работают десять глухих разработчиков из Минска, представляет собой отличный пример. Этот проект включает в себя две части: первая часть - сам музей, где зрители могут исследовать технику и автомобили времен Первой мировой войны с помощью VR-очков и виртуального экскурсовода; вторая часть – это интерактивная квест-

игра. В музее также будет доступна виртуальная библиотека с книгами, фотографиями и документами, связанными с Первой мировой войной [7].

Такие проекты позволяют создавать доступную среду для людей с нарушением слуха, а также для других людей с особыми потребностями. Это важный шаг в сторону инклюзии и создания равных возможностей для всех.

Исходя из анализа имеющихся инициатив в этом направлении, можно сделать вывод о том, что белорусский опыт значительно уступает европейскому и российскому.

Основное отличие заключается в целом в подходе к организации доступности: европейские музеи, как правило, берут на себя ответственность за обеспечение доступности, самостоятельно обучают персонал, устанавливают технические средства и так далее. В Беларуси же – наоборот: инициатива исходит непосредственно от людей с проблемами слуха (в том числе, от Белорусского общества глухих).

В Беларуси лишь 3 из 10 самых посещаемых музеев предлагают определенные средства адаптации своего продукта для людей с проблемами слуха. Связавшись с остальными 7 музеями, у которых отсутствует какая-либо информация на сайте, автором был неоднократно получен ответ, что музей всегда готов принять группу посетителей с проблемами слуха в сопровождении своего сурдопереводчика, что еще раз подтверждает выдвинутую выше гипотезу.

Возвращаясь к европейскому и российскому опытам, можно выделить две категории существующих способов обеспечения доступности: комплексные базовые методы, существующие в большинстве музеев, гарантированные за счет существующей законодательной базы и обязательных требований и стандартов, и креативные оригинальные инициативы, исходящие непосредственно от самих музеев. К первой можно отнести индукционные петли, субтитры, персонал, обученный жестовому языку, ко второй – специально разработанные мобильные приложения, различные мероприятия, организуемые музеем для людей с проблемами слуха, курсы подготовки специалистов, создание специального словаря с культурными терминами на жестовом языке и т.д.

Исходя из белорусского опыта, можно сделать вывод о нехватке как базовых методов, что говорит о недостаточности и неэффективности существующей правовой базы и установленных стандартов, так и отдельных инициатив, исходящих от культурных заведений и туристических объектов. Нормативно-правовая база, существующая в Беларуси на сегодняшний день и рассмотренная выше, как правило, касается обеспечения именно физической доступности среды для людей с особыми потребностями, а учитывая тот факт, что для людей с проблемами слуха основным барьером выступает

информационный, а не физический, современное законодательство не является для них эффективным.

Еще одна проблема, которую можно отметить, анализируя белорусский опыт доступности, это рассмотрение глухих и слабослышащих туристов как единую аудиторию. Однако это не так: глухие люди, как правило, общаются с помощью жестового языка, который имеет свою грамматику, лексику и особенности, и поэтому им необходимо, чтобы экскурсионный продукт был адаптирован специально для них, в то время как слабослышащие посетители, пользующиеся слуховым аппаратом, могут не знать жестового языка и наличие сурдопереводчика или видеогuida не смогут им помочь (так же, как индукционные петли – глухим посетителям). Такое заблуждение является характерным не только для Беларуси, однако все же большинство европейских музеев, указывая информацию доступности своих объектов, выделяют две категории посетителей и, соответственно, два способа адаптации своего продукта.

В данной главе был проведен анализ опыта адаптации туристического продукта, включая экскурсионный продукт, для людей с проблемами слуха в Беларуси и европейских странах. Особое внимание было уделено музейному продукту, а также существующим методам и технологиям по обеспечению его доступности для посетителей с проблемами слуха. Были проанализированы различные подходы к адаптации музейного продукта, включая использование технических средств, например, аудиогида и индукционной петли, а также вовлечение в работу специалистов-переводчиков жестового языка и других сотрудников музея.

Проведенный анализ показал, что Беларусь сильно уступает рассмотренным европейским странам в обеспечении доступности музейного продукта для людей с проблемами слуха. В стране также практически отсутствуют нестандартные инициативы по расширению доступности, такие, как, например проекты музея «Гараж» в соседней России. Франция и Великобритания проделали значительную работу в этой области, и их музеи предоставляют разнообразные услуги и технологии, позволяющие сделать музейный опыт доступным для людей с проблемами слуха. В то же время, в Беларуси доступность музейного продукта для людей с проблемами слуха остается на низком уровне: на сегодняшний день большинство музеев не предлагает никаких способов адаптации своего продукта для данной аудитории.

С учетом теперешнего музейного предложения Беларуси и международного опыта в следующей главе будет представлен ряд рекомендации по повышению доступности экскурсионного (в том числе музейного) продукта Республики Беларусь.

ГЛАВА 3

ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО АДАПТАЦИИ ЭКСКУРСИОННОГО ПРОДУКТА ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ПРОБЛЕМАМИ СЛУХА

3.1 Оценка доступности белорусского экскурсионного (в том числе музейного) продукта для людей с проблемами слуха

Для эффективной разработки рекомендаций по улучшению доступности экскурсионного (включая музейный) продукта в Беларуси необходимо учитывать не только текущее состояние предложения на туристическом рынке: это представляет только одну сторону уравнения, но также и потребности и ожидания потенциальных потребителей данного продукта. Следовательно, для более полного понимания этого аспекта, необходима оценка экскурсионного продукта Беларуси со стороны спроса, которая, как раз, и будет осуществлена в рамках данной части исследования.

Для оценки экскурсионного продукта Беларуси в данном исследовании автором используется метод опроса целевой аудитории – людей с проблемами слуха – посредством интернет-формы, распространенной среди респондентов Белорусским обществом глухих. Такой метод позволил в короткие сроки собрать данные от достаточного числа респондентов, чтобы составить представление о текущей ситуации на рынке.

Общее количество ответов, полученных в ходе исследования, составило 21. Результаты исследования помогли определить портрет потенциального посетителя, а также выявить уровень его осведомленности и удовлетворенности существующим экскурсионным и музейным продуктами в Беларуси. Опрос включал в себя 20 вопросов открытого и закрытого типов, которые были условно поделены на четыре следующие группы:

1. Вопросы о респонденте, позволяющие составить его портрет как потребителя экскурсионного продукта;
2. Вопросы об осведомленности респондента и каналах информации, поставляющих информацию о доступности;
3. Вопросы, направленные на выявление степени удовлетворённости респондентов существующим продуктом;
4. Вопросы, позволившие получить советы и рекомендации по расширению доступности от целевой аудитории [ПРИЛОЖЕНИЕ Б].

Результаты исследования

Из полученной в ходе опроса информации можно сформулировать портрет респондентов. В опросе участвовали 21 человек в возрасте от 18 до 55 лет и старше. Из опрошенных самую большую группу составили люди в возрасте от 35 до 44 лет – 33,3%, или 7 опрошенных, на втором месте 25-34 лет (6 человек), на третьем – 45-54 года (4 человека), возрастные категории от 18 до 24 и 55 более являются наименьшими и занимают по 9,5% каждая (по 2 человека соответственно).

По результатам опроса, из всех респондентов лишь один никогда не посещал музеи Беларуси. 61,9% опрошенных (13 человек) посещали музеи несколько раз, 19% (4 человека) посещали лишь однажды и всего 14,3% (3 человека) – многократно. Отсюда можно сделать вывод, что, несмотря на то, что люди с проблемами слуха в большинстве знакомы с музейным продуктом Беларуси, постоянными его потребителями их назвать нельзя.

Исходя из полученных результатов, среди музеев Беларуси наиболее популярными оказались Брестская крепость и музей Берестя, Несвижский замок, которые были посещены 12 респондентами. На втором месте находятся Музей Великой отечественной войны и Мирский замок – 11 посещений каждый. Национальный исторический музей был посещен 8 респондентами.

Теперь, изучив портрет респондентов, перейдем непосредственно к степени их удовлетворенности предлагаемыми доступными экскурсионным и музейным продуктами Беларуси.

Здесь стоит начать с уровня осведомленности респондентов о наличии туристических продуктов, предназначенных для людей с проблемами слуха, а также с источников получения информации об этих продуктах. Важно отметить, что лишь один из опрошенных слышал о доступных экскурсиях, представленных на сайтах Belarus.by и Национального агентства по туризму (belarustourism.by), которые были рассмотрены в прошлой главе. Большинство из них (66,7%) никогда не слышали о каких-либо инициативах по адаптации музейной программы для людей с проблемами слуха, положительный ответ на этот вопрос дали всего 7 респондентов, то есть, треть опрошенных.

Четверо респондентов указали, что слышали о проекте Художественного музея «Ожившие картины», который получил гораздо большее освещение в медиа и привлек большее внимание СМИ по сравнению с такими инициативами, как проект «Включись в музей» Национального исторического музея и мобильное приложение музея «Страна Мини», которые набрали всего по одному голосу. Никто из респондентов не слышал о проекте «VR-музей Первой мировой войны».

Согласно опросу, социальные сети являются самым популярным источником информации о доступности туристического продукта среди опрошенных – 61,9% получают информацию именно там. 11 респондентов

узнают информацию о доступности у друзей и знакомых, 7 – через Белорусское общество глухих, лишь 1 – на официальных сайтах туристических агентств. Ни один из опрошенных не ищет информацию на сайтах туристических достопримечательностей и музеев, что логично, ведь в предыдущей главе уже было доказано, что такая информация, как правило, там отсутствует.

Из респондентов, посетивших музеи Беларуси, большинство (47,6%) оценили свой уровень удовлетворенности последним посещением как нейтральный, 9,5% остались скорее недовольны, 4,8% - очень недовольны. Отсюда следует, что положительный уровень удовлетворенности получило менее половины респондентов: 23,8% остались скорее довольными и 14,3% очень довольными своим последним посещением музея.

В ходе опроса респонденты оценивали различные методы создания инклюзивной среды в музеях Беларуси. Наиболее необходимым респонденты посчитали наличие в штате музея сурдопереводчика. Это было отмечено 81% респондентов. На втором месте - видеогиды, которые оказались наиболее необходимыми для 52,4% опрошенных. На третьем месте находятся мобильные приложения, которые отметили 42,9% респондентов. Однако, ни один из опрошенных не посчитал необходимым наличие в музее индукционных петель. Кроме того, один из участников опроса подчеркнул, что наиболее доступно информацию могут донести глухие гиды, что указывает на необходимость в обучении таких специалистов в музеях.

Результаты исследования показывают, что для повышения доступности туристического продукта для людей с проблемами слуха наиболее эффективной мерой считается расширение информационной поддержки для данной категории туристов, включая размещение информации в социальных сетях и на сайтах туристических организаций. Эту меру выбрали 65% респондентов. Возвращаясь к процентному соотношению осведомленных и нет респондентов о тех или иных инклюзивных инициативах, можно прийти к выводу, что недостаток информации выступает на белорусском рынке такой же серьезной проблемой, как и обеспечение доступности непосредственно самого продукта. Полученные результаты еще раз доказывают выдвинутое в первой главе предположение, что информационный барьер зачастую является одним из основных для людей с проблемами слуха.

Дополнительные средства адаптации, такие как сурдопереводчики и индукционные петли, были выбраны 50% респондентов как предпочитаемая мера для повышения доступности туристического продукта.

Обучение персонала туристических предприятий и разработка специальных экскурсионных маршрутов для людей с проблемами слуха были отмечены 40% респондентов.

Одним из опрошенных также была подчеркнута важность обучения глухих гидов и специалистов в сфере туризма. Еще один из респондентов указал на недостаточную доступность сайтов белорусских музеев и туристических организаций, подчеркнув важность размещения на сайтах и на входах в музеи подробной информации о безбарьерной среде музея, в том числе о наличии сурдо-видеогидов.

Наконец, участникам опроса была предоставлена возможность поделиться важными на их взгляд инициативами по адаптации туристического продукта для людей с проблемами слуха, которых на сегодняшний день не хватает белорусскому экскурсионному и музейному продуктам. Респонденты дважды отметили необходимость присутствия в штате профессиональных гидов, владеющих жестовым языком, а также упомянули важность обучения жестовому языку сотрудников сферы туризма.

Одним из респондентов было предложено создание мобильного приложения, которое помогло бы людям с проблемами слуха получить информацию в том числе через видеогиды с переводом на жестовый язык. Финансовый барьер хотя и редко упоминается в качестве основного для людей с проблемами слуха, также был затронут: один из респондентов указал важность бесплатного входа в музеи, для людей с инвалидностью вне зависимости от их возраста. Была в очередной раз подчеркнута необходимость рекламирования уже существующих инициатив и появляющихся возможностей через социальные сети. Один из участников опроса предложил создание курсов гидов для людей с проблемами слуха, чтобы в последующем они могли работать в качестве экскурсоводов.

Анализ результатов опроса показал, что экскурсионный туризм в Беларуси пока еще недостаточно доступен для людей с проблемами слуха. Одним из ключевых выводов из проведенного анализа является то, что для людей с проблемами слуха информационный барьер в экскурсионном продукте остается основной проблемой. Существует большая необходимость в развитии коммуникации, в том числе путем маркетинга и рекламы, между музеями и другими туристическими организациями – поставщиками услуг и людьми с проблемами слуха – их потребителями.

3.2 Рекомендации по повышению доступности экскурсионного (в том числе музейного) продукта для людей с проблемами слуха

В данной части работы на основании результатов проведенного опроса, а также рассмотренной ранее литературы и международного и национального опыта по теме адаптации экскурсионного (в том числе музейного) продукта для людей с проблемами слуха, будут предложены рекомендации по расширению доступности музейных продуктов в Беларуси для целевой аудитории.

Основные рекомендации включают изменение и дополнение существующей нормативно-правовой базы, в том числе создание стандартов доступности музейных объектов. Кроме того, будет предложена разработка специального курса по подготовке гидов с проблемами слуха. Наконец, будет рассмотрена разработка мобильного приложения, объединяющего в себе всю актуальную информацию о доступности музеев Беларуси для людей с проблемами слуха, включая информацию о наличии адаптированных экскурсий и услуг, доступных устройств для улучшения коммуникации и другие релевантные сведения.

3.2.1 Дополнение законодательной базы Республики Беларусь

На сегодняшний день нормативно-правовая база Республики Беларусь в области доступности и инклюзивности в туризме недостаточно развита, чтобы обеспечить безбарьерную среду для людей с особыми потребностями (в том числе для людей с проблемами слуха).

В первую очередь стоит внести некоторые изменения в Национальную стратегию развития туризма. Например, если сравнивать со стратегией развития соседней России, Беларусь значительно уступает по отведенной доступности и инклюзивности роли в национальной стратегии [13]. В белорусском документе акцент сделан непосредственно на физическую доступность среды и объектов (то есть создание доступной инфраструктуры), в то время как российская стратегия также упоминает создание условий и проведение в России соревнований и конкурсов в сфере профессиональной деятельности в туризме с их интеграцией в международные системы рейтингов специалистов для людей с особыми потребностями, подготовку специальных кадров, совершенствование нормативно-правового регулирования обеспечения приема, организации общественного питания и транспортного обслуживания, субсидирование туров, предоставление рабочих мест людям с особыми потребностями в индустрии и т.д.[26]

Для того, чтобы сделать белорусскую национальную стратегию развития туризма более инклюзивной, необходимо внести определенные изменения и дополнения. В документ следует добавить глоссарий, включающий основные термины, в том числе понятия, связанные с обеспечением доступности отрасли

для людей с особыми потребностями. Важно, чтобы в документе термины «доступность» и «инклюзивность» отражали не только физический аспект, но и другие, такие как включение людей с особыми потребностями в развитие индустрии туризма (как в качестве потребителей, так и профессиональных кадров), обеспечение доступности информации о туристических объектах и событиях, а также обучение персонала туристических предприятий работе с людьми с особыми потребностями.

Также следует уделять большее внимание исследованию потребностей и предпочтений туристов с особыми потребностями, стратегия должна отражать важность проведения опросов и исследований, позволяющих улучшить качество туристических услуг и сделать их более доступными для этой категории туристов.

В государственной программе по развитию туризма на 2021-2025 годы «Беларусь гостеприимная» также практически не упоминается создание доступной и инклюзивной среды. Единственным исключением выступает задача по разработке и обновлению экскурсий, туров и маршрутов по Беларуси для людей с особыми потребностями [15]. В нее следует включить в конкретные меры по повышению доступности туристических объектов и услуг для людей с особыми потребностями. Это может включать проведение аудитов доступности, создание специальных карт доступности для туристических объектов, обеспечение обучения персонала, а также проведение кампаний по повышению осведомленности о правах и потребностях туристов с особыми потребностями.

Также на сегодняшний день в Беларуси в сфере туризма не существует обязательных стандартов по обеспечению доступности для людей с особыми потребностями. При их создании можно опираться на разработанный в 2021 году ISO 21902:2021 – международный стандарт, который предоставляет рекомендации по обеспечению доступности туристических услуг и продуктов для всех категорий населения. Стандарт основан на принципах универсального дизайна, что означает, что туристические объекты, услуги и продукты должны быть разработаны таким образом, чтобы пользование ими было возможным для максимально большого количества людей, независимо от их возраста, физических возможностей и других факторов.

ISO 21902:2021 охватывает множество тем, связанных с доступностью туризма, включая предоставление доступной информации, создание доступной физической среды, обучение сотрудников индустрии и разработку доступных транспортных систем. Стандарт подчеркивает важность участия людей с особыми потребностями в планировании и реализации мер по обеспечению доступности туризма. Он предназначен для использования туристическими организациями, правительствами и другими заинтересованными сторонами,

занимающимися разработкой и управлением туристическими дестинациями и услугами [28].

Опираясь на данный стандарт, разработанный Всемирной туристской организацией совместно с Fundación ONCE and UNE (Asociación Española de Normalización), Беларусь может разработать собственный национальный стандарт, гарантирующий доступность индустрии туризма для людей с особыми потребностями.

3.2.2 Разработка специального курса по подготовке гидов с проблемами слуха

Одной из наиболее значимых идей, предложенных респондентами в ходе опроса, стала идея создания курсов экскурсоводов для людей с проблемами слуха. Несмотря на то, что сотрудника музея можно обучить жестовому языку, он все равно не сможет доносить информацию также доступно, как человек с нарушением слуха, обученный на экскурсовода.

Разработка программы обучения, ориентированной на людей с нарушениями слуха, чтобы они могли по ее окончании стать музейными гидами, имеет ряд важных преимуществ. Во-первых, такая программа продвигает принципы инклюзивности и доступности в музеях, тем самым повышая уровень комфорта и вовлеченности людей с особыми потребностями. Во-вторых, расширяются возможности для трудоустройства людей с нарушениями слуха в сфере туризма и культуры. В-третьих, данная инициатива способствует сокращению коммуникационного барьера между посетителями и сотрудниками музея с нарушениями слуха, что приводит к более глубокому и интерактивному опыту посещения музея. Наконец, такая программа может повысить уровень осведомленности и понимания со стороны общественности относительно людей с нарушением слуха, способствуя развитию эмпатии и инклюзивности в обществе в целом.

Примером такой успешно реализованной программы является рассмотренный ранее проект музея «Гараж», в рамках которого с 2016 года проводится курс подготовки глухих экскурсоводов. Длительность этого курса составляет год, по истечении которого «Гараж» обеспечивает художественные музеи компетентными экскурсоводами для подготовки и проведения экскурсий на жестовом языке. Этот курс позволяет участникам с проблемами слуха углубленно изучать современное искусство, знакомиться с устройством современных музеев и структурировать полученные знания, учитывая специфику восприятия информации глухими. В рамках курса также предусмотрена стипендия для его участников [11].

Еще одним примером похожего курса является программа образовательного центра для людей с особыми потребностями «Языки без границ». Программа «Подготовка глухих и слабослышащих гидов для работы на русском жестовом языке в музейных пространствах Санкт-Петербурга» является первой лицензированной в России и реализуется совместно с ведущими учреждениями культуры и туризма Санкт-Петербурга: Государственным Эрмитажем, Государственным Русским музеем, Государственным музеем истории религии, Всероссийским музеем А.С. Пушкина, Городским Туристско-Информационным Бюро Санкт-Петербурга, а также при участии экспертов в области музейной и туристической деятельности, специалистов по культуре жестовой речи. Как и курс «Гаража» эта программа длится год, в ее рамках будущие гиды осваивают международные жесты для адаптации своих экскурсий для иностранных посетителей с проблемами слуха, проходят практику в музеях, на улицах города и в «Языках без границ». Еще одним ключевым элементом курса является изучение русского языка для глухих, которое, в том числе, способствует их успешной интеграции в общество и быстрому и эффективному освоению печатных материалов по истории искусства и культуры [22].

Учитывая выявленные в ходе опроса потребности аудитории с проблемами слуха, на основе российского опыта может быть создана такая программа и на белорусском рынке.

Цель такого курса – предоставить людям с нарушениями слуха необходимые навыки и знания для того, чтобы стать музейными гидами, способствуя инклюзивности и доступности в музеях Беларуси.

Цель достигается посредством реализации следующих задач:

- Расширить знания участников в области истории музеев, искусства и экспонатов, с фокусом на темы, связанные с доступностью.
- Обучить необходимой терминологии на белорусском жестовом языке, а также базовым понятиям на международном.
- Рассказать участникам об особых потребностях посетителей с нарушениями слуха в доступности.
- Предоставить практическое обучение по проведению экскурсий, включая планирование экскурсий, стратегии коммуникации и использование различных технологий.
- Организовать выездные экскурсии в музеи и культурные учреждения для практического опыта проведения экскурсий.

То есть, программа курса будет состоять как из теоретического, так и из практического компонентов. Условно в ней можно будет выделить четыре модуля.

Модуль 1: Введение в музеи и понятие доступности:

- Обзор истории и миссии музеев;
- Изучение важности доступности и инклюзивности в музеях;
- Рассмотрение вспомогательных технологий и коммуникационных стратегий для людей с нарушениями слуха.

Модуль 2: Интерпретация произведений искусства и артефактов для людей с проблемами слуха:

- Обзор техник интерпретации искусства и артефактов;
- Построение стратегий коммуникации для передачи визуальной информации лицам с нарушениями слуха;
- Изучение различных успешных международных кейсов по адаптации музейного продукта для людей с проблемами слуха.

Модуль 3: Жестовый язык и другие стратегии коммуникации:

- Введение в международный жестовый язык;
- Изучение терминологии на белорусском жестовом языке;
- Освоение техники чтения по губам и письменной коммуникации;
- Изучение других технологий помощи для коммуникации, включая слуховые аппараты и субтитры.

Модуль 4: Организация экскурсий:

- Планирование и подготовка экскурсий, включая выбор соответствующих артефактов и выставок;
- Практические занятия по проведению экскурсий для лиц с нарушениями слуха;
- Экскурсия в местный музей или культурное учреждение;
- Проведение экскурсии участниками программы.

Потенциальными партнерами такого курса могут стать:

- Музеи или учреждения культуры, заинтересованные в продвижении инклюзивности и доступности;
- Белорусское общество глухих;
- Учебные заведения, предлагающие курсы или программы, связанные с музееведением, сурдопереводом или изучением инвалидности;
- Государственные учреждения, которые предоставляют финансирование или поддержку программам, способствующим доступности и инклюзивности для людей с особыми потребностями.

Если говорить о реализации данного курса на белорусском рынке, за поддержкой в первую очередь стоит обратиться к Национальному агентству по туризму. Работа в партнерстве с ним принесет ряд преимуществ.

Во-первых, Национальное агентство по туризму обладает достаточными ресурсами, чтобы провести качественное исследование о потребностях и предпочтениях туристов с нарушениями слуха. Им могут быть предоставлены различные статистические данные (о количестве туристов с нарушениями слуха, их предпочитаемых направлениях, типах активностей и т.д.).

Во-вторых, партнерство с Национальным агентством по туризму может предоставить платформу для маркетинга и продвижения программы. Агентство имеет широкий охват и развитые связи в туристической индустрии, которые могут помочь повысить осведомленность о программе и привлечь потенциальных участников.

В-третьих, можно рассчитывать на некоторую финансовую поддержку со стороны Национального агентства по туризму для разработки и реализации программы, а также необходимые ресурсы, такие как площадка, на которой будет реализована программа, печатные материалы и другое.

Наконец, партнерство с Национальным агентством по туризму может помочь обеспечить легитимность программы и доверие к ней, что позволит привлечь не только участников, но и инвесторов и других партнеров.

Помимо Национального агентства по туризму можно обратиться к организациям и институтам, которые активно принимали участие в разработке других инклюзивных программ в музеях. Например, в рамках проекта Художественного музея «Ожившие картины» помимо Белорусского общества глухих принимали активное участие преподаватели и студенты Белорусского государственного педагогического университета им. М. Танка (Институт инклюзивного образования, кафедра сурдопедагогики), студенты Белорусской государственной академии искусств с нарушением слуха, а также Центр молодежных инноваций [19]. Их же можно привлечь для успешного создания и запуска курса по подготовке гидов с проблемами слуха.

Важно, чтобы разработка курса на каждом этапе проводилась в тесном сотрудничестве с людьми с проблемами слуха. Это гарантирует, что курс будет соответствовать конкретным потребностям аудитории и будет доступен для нее.

После разработки курса необходимо провести качественную рекламную кампанию, четко направленную на целевую аудиторию. Как уже было упомянуто выше, важную роль сыграет помощь Белорусского общества глухих и Национального агентства по туризму. Помимо этого, стоит активно расширять маркетинг в социальных сетях, так как в ходе опроса респондентами была неоднократно указана важность этого канала связи. Рекламная кампания должна быть грамотно спланирована и ориентирована на целевую аудиторию, чтобы привлечь как можно больше заинтересованных участников.

3.2.3 Разработка мобильного приложения

В рамках исследования обращалось внимание на то, что зачастую нехватка информации является основным барьером для людей с проблемами слуха. Говоря конкретно о музейном продукте, было бы удобно иметь возможность найти любую необходимую информацию (от часов работы и стоимости входного билета до видеогидов) в едином источнике. На сегодняшний день сайты белорусских музеев не могут предоставить такую возможность: зачастую информация труднодоступна или вовсе отсутствует.

Проведенный опрос показал, что удобным способом получения информации для людей с проблемами слуха является мобильное приложение. Приложение – это быстрый и гибкий способ получения информации: для этого не нужны никакие дополнительные средства (кроме мобильного телефона), пользователь может получить информацию самостоятельно в любое время и в любом месте. Это может быть особенно полезно в ситуациях, когда туристы хотят самостоятельно посетить музей. Из изученного международного опыта можно сделать вывод, что на рынке существует схожее предложение и некоторые музеи во Франции и в Великобритании предлагают такие приложения. Как правило, приложение охватывает продукт одного музея и его целевой аудиторией выступают посетители с особыми потребностями.

В рамках повышения доступности белорусских музеев для людей с проблемами слуха будет уместно предложить мобильное приложение, которое объединяло бы в себе необходимую для посетителей с нарушением слуха информацию по всем музеям Беларуси.

Предлагаемое приложение потенциально может служить всесторонним инструментом доступности для музеев Беларуси. Приложение будет разработано таким образом, чтобы быть удобным и интуитивно понятным, с интерфейсом, который может быть легко освоен людьми с нарушением слуха. Оно будет содержать ряд функций и возможностей, которые позволят посетителям с нарушением слуха легко получить доступ к полноценному музейному опыту.

Приложение будет содержать информацию о музеях в Беларуси, включая их часы работы, местоположение, стоимость входного билета и существующие в музее средства адаптации продукта (наличие субтитров, индукционных петель, сурдопереводчика в штате и т.д.). Оно также будет предоставлять подробные описания экспонатов музея, аудио и видеогиды, специально разработанные для людей с нарушением слуха. Эти гиды будут доступны на языке жестов, в субтитрах и в других форматах.

Кроме того, приложение позволит посетителям взаимодействовать с музейным продуктом новыми, оригинальными способами. Например, посетители смогут сканировать QR-коды или использовать функции

дополненной реальности, чтобы получить информацию о конкретных экспонатах или артефактах. Для еще большего включения посетителей в музейный опыт в приложение могут быть добавлены игры, викторины и т.д. Приложение также будет содержать интерактивные карты, которые будут направлять посетителей через музей, обозначая местонахождение доступных входов, лифтов и других инфраструктурных удобств.

Предложенное приложение может быть усовершенствовано несколькими дополнительными функциями:

1. *Субтитры в реальном времени*: приложение может содержать функцию мгновенного перевода, которая распознает и переводит устную речь, такую как экскурсии или лекции, в текст, который может быть прочитан посетителями с нарушениями слуха.
2. *Вибрирующие уведомления*: приложение может использовать вибрации, чтобы оповещать посетителей с нарушениями слуха о важной информации, такой как предстоящие мероприятия или изменения в расписании работы музея.
3. *Опции персонализации*: пользователи смогут индивидуально настроить приложение, изменяя размер шрифта, контрастность цветов и другие параметры в соответствии с их потребностями.
4. *Обратная связь*: важно включить в приложение функцию обратной связи и возможность оставить предложение по улучшению доступности и функциональности музея.

Перед приложением стоит две основные функции: во-первых, оно должно выступать информационным каналом, то есть, в нем помимо информации о постоянных экспозициях должны также публиковаться анонсы различных мероприятий, встреч, мастер-классов, проводимых в музеях для людей с проблемами слуха, во-вторых, оно должно в некоторой степени заменять гида в музее. Как уже неоднократно упоминалось, на сегодняшний день музейный продукт адаптируется, как правило, для групп людей, а не для индивидуальных посетителей – грамотно разработанное приложение могло бы стать шагом к решению этой проблемы.

В целом, предлагаемое приложение будет служить сильным инструментом для улучшения доступности музеев Беларуси для посетителей с нарушением слуха. Оно поможет продвигать инклюзивность и равный доступ к культурным ресурсам, позволяя посетителям с нарушением слуха полностью вовлечься в музейный опыт.

За помощью в его разработке можно обратиться к группе глухих айти-специалистов, которые прошли обучение в айти-школе Myfreedom и позже вместе работали над созданием VR-музея Первой мировой войны. Их привлечение поможет сделать приложение максимально доступным.

В заключении, проведенный опрос среди людей с нарушениями слуха показал, что они сталкиваются с рядом проблем при посещении музеев и экскурсий в Беларуси. Результаты еще раз доказали необходимость улучшения доступности и инклюзивности в белорусских музеях.

Для решения выявленных проблем были предложены несколько рекомендаций. Во-первых, рекомендуется дополнить нормативно-правовую базу Республики Беларусь, в частности Национальную стратегию развития в туризме, чтобы музеи и другие культурные учреждения были обязаны предоставлять доступные услуги для всех посетителей, включая людей с нарушениями слуха.

Во-вторых, рекомендуется стандартизировать доступность в туризме, создав обязательные национальные стандарты, опираясь на международные, такие как, например, ISO 21902: 2021. Это поможет продвигать практики инклюзивного туризма и гарантирует, что музеи и другие туристические объекты Беларуси будут создаваться и функционировать с учетом доступности.

В-третьих, рекомендуется разработать образовательную программу по подготовке людей с нарушением слуха работать в качестве гидов. Это позволит интегрировать их в индустрию туризма не только как потребителей, но и как производителей туристского продукта.

Наконец, предложенное мобильное приложение для музеев Беларуси может стать мощным инструментом для улучшения доступности и инклюзивности для посетителей с нарушениями слуха. Приложение будет предлагать ряд функций и возможностей, которые позволят посетителям получить доступ к музейному опыту в новых оригинальных способах.

В целом, эти рекомендации могут помочь создать более инклюзивную и доступную туристическую (в том числе музейную) среду в Беларуси, обеспечивая равный доступ к предложению отрасли для всех, включая людей с нарушениями слуха.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В первой части исследования были изучены теоретические основы адаптации экскурсионного продукта для людей с проблемами слуха. Это позволило получить понимание текущего уровня доступности туристического рынка для этой аудитории и их потребностей.

Были выявлены основные группы барьеров, препятствующие доступу людей с проблемами слуха к туристическому продукту: физические, информационные и коммуникативные – и обоснована необходимость устранения этих барьеров для создания доступной среды.

Наконец, были изучены наиболее распространенные сегодня способы адаптации экскурсионного (в том числе музейного) продукта – такие, как субтитры, сурдоперевод и вспомогательных слуховые устройства, были рассмотрены их недостатки и преимущества, а также некоторые особенности, которые важно учитывать при адаптации экскурсионного продукта для людей с проблемами слуха.

Во второй главе работы были проанализированы международный и национальный опыты адаптации туристического продукта для людей с проблемами слуха. Были рассмотрены доступные продукты таких развитых государств, как Франция и Великобритания, которые имеют широкий опыт в создании доступной туристической среды для людей с проблемами слуха. Особое внимание было уделено адаптации музейного продукта, так как музеи являются одними из наиболее популярных туристических объектов.

Также был проанализирован опыт музея Гараж в Москве, признанного одним из лучших музеев России в сфере адаптации экспозиций для людей с особыми потребностями. Особое внимание было уделено курсу музея по подготовке глухих гидов.

В процессе исследования было выявлено, что западные страны имеют большое число инициатив в области адаптации туристического продукта для людей с проблемами слуха и прикладывают большие усилия, чтобы сделать туристический опыт доступным для всех. Было отмечено, что во Франции и Великобритании большинство рассмотренных музеев имеют специальные программы и услуги для посетителей с проблемами слуха, а также оказывают необходимую поддержку в организации посещения музеев.

В свою очередь, анализ национального опыта Беларуси показал, что он сильно уступает европейскому. Отмечается, что практически всегда инициативы исходят не от музеев, а от самих людей с проблемами слуха. Был сделан вывод о необходимости активизации и развития инициатив по адаптации туристического

продукта для людей с проблемами слуха в Беларуси, опираясь на международный опыт и опыт соседней России.

В ходе третьей главы дипломной работы был проведен опрос, целью которого было выяснение потребностей людей с проблемами слуха в экскурсионном (в том числе музейном продукте), а также степени удовлетворенности существующим предложением.

В соответствии с результатами исследования, были разработаны рекомендации по улучшению доступности музеев для людей с проблемами слуха. Одной из главных рекомендаций является изменение нормативно-правовой базы для обеспечения доступности музейного продукта. Кроме того, было предложено создание курса для гидов с проблемами слуха, что поможет включить людей с проблемами слуха в сферу туризма не только в качестве потребителей услуг, но и сотрудников. Также рекомендуется разработать специальное мобильное приложение, которое поможет людям с проблемами слуха получать информацию о музеях и экспозициях.

Таким образом, результаты исследования могут быть полезны для развития индустрии туризма, обеспечения доступности туристических продуктов для людей с проблемами слуха и повышения качества туристических услуг в целом, так как улучшение доступности продуктов и услуг для людей с особыми потребностями, в том числе для людей с проблемами слуха, позволяет расширить круг потенциальных клиентов и увеличить прибыльность туристического бизнеса.

Также результаты исследования важны для общественности и государственных органов, поскольку предоставление доступных и качественных услуг для людей с проблемами слуха способствует повышению социальной интеграции и благосостояния этой категории граждан, а также соответствует принципам равенства и безбарьерной среды для всех.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Безбарьерная среда [Electronic resource] // Приморский: официальный сайт санатория. – Mode of access: <https://sanprimorski.by/bezbaremaya-sreda/>. – Date of access: 16.02.2023.
2. Белорусское общество глухих [Electronic resource] . – Mode of access: <http://belog.org/>. – Date of access: 16.02.2023.
3. Билеты и посещение [Electronic resource] // Страна мини. – Mode of access: <https://belarusmini.by/>. – Date of access: 19.02.2023.
4. Борисенко-Клепач Н.М. Инклюзивный туризм: что, как и зачем? / Н.М. Борисенко-Клепач // Просветительское правозащитное учреждение «ОФИС ПО ПРАВАМ ЛЮДЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ». – Минск, 2016. – 23 с.
5. Всемирная туристская организация. Рекомендации по доступному туризму / ЮНВТО. – Мадрид, 2016. – С. 2-3.
6. Глухим и слабослышащим посетителям [Electronic resource] // «Гараж» Музей современного искусства. Работа с посетителями с различным опытом. – Mode of access: <https://garagemca.org/programs/inclusive-programs/diverse-backgrounds/deaf>. – Date of access: 13.03.2023.
7. Десять глухих айтишников из Минска запускают «военный» стартап и хотят завоевать мир [Electronic resource] // ИМЕНА. – Mode of access: <https://imenamag.by/posts/vr-muzei>. – Date of access: 20.02.2023.
8. Доступные экскурсии и туры в Гродненской области [Electronic resource] // Приморский: официальный сайт санатория. – Mode of access: <https://www.belarustourism.by/blog/ekskursii-i-tury-dlya-inklyuzivnykh-turistov-v-grodnenskoj-oblasti/>. – Date of access: 17.02.2023.
9. Инклюзия [Electronic resource] // Национальный исторический музей. – Mode of access: <http://histmuseum.by/ru/visiting/information-for-visitors/inkl1/>. – Date of access: 17.02.2023.
10. Инклюзия в краеведческом музее [Electronic resource] // Белорусское общество глухих. – Mode of access: <http://belog.org/organizatsii/brestskaya-obl/295-krau>. – Date of access: 19.02.2023.
11. Курс подготовки глухих экскурсоводов: музеи Москвы [Electronic resource] // «Гараж» Музей современного искусства. Платформа «Музей ощущений». – Mode of access: <https://garagemca.org/programs/inclusive-programs/diversity-and-inclusion/kurs-podgotovki-gluhih-ekskurovodov-muzei-moskvy>. – Date of access: 16.03.2023.
12. Марченко Е.Е. ТУРИЗМ ДЛЯ ВСЕХ: информационные и методические материалы по организации работы с инклюзивными туристами/ Е.Е. Марченко // Открываем границу вместе – Брест, 2020. – 25 с.

13. Национальная стратегия развития туризма на период до 2035 года, утвержденная Межведомственным экспертнокоординационным советом по туризму при Совете Министров Республики Беларусь от 3 от 7 октября 2020 г. № 05/34пр // Ведомости Верховного Совета Республики Беларусь. – 2020. – 46 с.
14. Национальный исторический музей Республики Беларусь приглашает всех отметить День города вместе! [Electronic resource] // Национальный исторический музей. – Mode of access: <http://histmuseum.by/ru/news/2881> . – Date of access: 18.02.2023
15. О Государственной программе «Беларусь гостеприимная» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 29 января 2021 г. № 58// Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – Mode of access: <https://www.sportedu.by/wp-content/uploads/2017/11/Gosprogramma-Belarus-gostepriimnaya-na-2021-2025-gody.pdf> . – Date of access: 13.04.2023.
16. О защите прав потребителей : Закон Респ. Беларусь от 9 янв. 2002г. № 90-З : в ред. от 8 июля 2008 г. № 366-З : с изм. и доп. от 2 мая 2012 г. № 353-З. – Минск : Амалфея, 2013. – 59 с.
17. О туризме : Закон Респ. Беларусь от 10 янв. 2008 г. № 218-З. – Ведомости Национального собрания Республики Беларусь, 2008, № 4, ст. 94 : в ред. от 17 июля 2020 г. № 114-З. – Минск : Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 2020. – 19 С.
18. Общие принципы SMM для глухих и слабослышащих [Electronic resource] // «Гараж» Музей современного искусства. Платформа «Музей ощущений». – Mode of access: <https://garagemca.org/programs/inclusive-programs/diversity-and-inclusion/obschie-printsipy-smm-dlya-gluhih-i-slaboslyshaschih-general-social-media-marketing-smm-principles-for-deaf-and-hard-of-hearing-visitors> . – Date of access: 16.03.2023.
19. Ожившие картины [Electronic resource] // Национальный художественный музей. – Mode of access: <https://artmuseum.by/ru/azhyushyia-kartciny> . – Date of access: 13.04.2023.
20. Переосмысляя роль глухого в арт-институции: опыт Музея современного искусства «Гараж» [Electronic resource] // «Гараж» Музей современного искусства. Платформа «Музей ощущений». – Mode of access: <https://garagemca.org/programs/inclusive-programs/diversity-and-inclusion/pereosmyslyaya-rol-gluhogo-v-art-institutsii-opyt-muzeya-sovremennogo-iskusstva-garazh-rethinking-the-role-of-the-deaf-in-an-art-institution-experience-at-the-garage-museum-of-contemporary-art> . – Date of access: 13.03.2023.
21. Платформа «Музей ощущений» [Electronic resource] // «Гараж» Музей современного искусства. – Mode of access: <https://garagemca.org/programs/inclusive-programs/diversity-and-inclusion/muzei-ozhushchey>

- [inclusion?query=%D1%81%D0%BB%D1%83%D1%85](#) . – Date of access: 14.03.2023.
22. Подготовка глухих и слабослышащих гидов [Electronic resource] // Языки без границ. – Mode of access: <https://ubcenglish.ru/museum>. – Date of access: 13.04.2023.
23. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15 октября 2015 года № 856 "О мероприятиях по развитию инклюзивного туризма
24. Савина, Н. В. Сущность понятия экскурсионного продукта / Н. В. Савина // Туризм: практика, проблемы, перспективы : Материалы Международной научно-практической конференции, Минск, 11-13 апреля 2001 г. - Минск : БГЭУ, 2001. - С. 104-105.
25. События [Electronic resource] // Жест в музее. – Mode of access: <https://zhest-v-muzee.timepad.ru/events/>. – Date of access: 19.03.2023.
26. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, утвержденная Правительством Российской Федерации от 3 от 20 сентября 2019 г. № 2129-р // Ведомости Правительства Российской Федерации. – 2019, Москва. – 65 с.
27. Трофимова М.В. ИНКЛЮЗИВНАЯ СРЕДА МУЗЕЯ КАК ТУРИСТИЧЕСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ/ М.В. Трофимова // Развитие инклюзивного туризма в Беларуси и мире: материалы междисциплинар. семинара – Минск, 2022. – С. 42 – 46.
28. Туризм, доступный для каждого [Electronic resource] // Международная организация по стандартизации. – Mode of access: <https://www.iso.org/ru/news/ref2693.html> . – Date of access: 10.04.2023
29. Экскурсии и туры для инклюзивных туристов в Минске [Electronic resource] // Официальный сайт Республики Беларусь. – Mode of access: <https://www.belarus.by/ru/travel/inclusive-tourism-in-belarus/minsk> . – Date of access: 17.02.2023
30. "Guided Holidays Benefits" [Electronic resource] // The Courier. – Mode of access: <https://www.thecourier.co.uk/fp/lifestyle/travel/950256/guided-holidays-benefits-articleisfree/>. – Date of access: 09.02.2023.
31. Accessibilité et information voyageur : quelles solutions pour les sourds et malentendants ? [Electronic resource] // Okeenea Webzine. – Mode of access: <https://webzine.okeenea.com/accessibilite-information-voyageur-solutions-sourds-malentendants/>. – Date of access: 27.02.2023.
32. Accessibility [Electronic resource] // Centre Pompidou. – Mode of access: <https://www.centrepompidou.fr/en/visit/accessibility> . – Date of access: 18.02.2023.
33. Accessibility [Electronic resource] // Musée d'Orsay. – Mode of access: <https://www.musee-orsay.fr/en/node/214976> . – Date of access: 05.11.2023.

34. Accessibility [Electronic resource] // National Museums Scotland. – Mode of access: <https://www.nms.ac.uk/national-museum-of-scotland/plan-your-visit/accessibility/>. – Date of access: 10.03.2023.
35. Accessibility [Electronic resource] // Tate. – Mode of access: <https://www.tate.org.uk/visit/accessibility>. – Date of access: 08.03.2023.
36. Accessibility [Electronic resource] // The British Museum. – Mode of access: <https://www.britishmuseum.org/visit/accessibility-museum>. – Date of access: 08.03.2023.
37. Accessibility [Electronic resource] // World Tourism Organization. – Mode of access: <https://www.unwto.org/accessibility>. – Date of access: 04.02.2023.
38. Accessibility Guide for The Beatles Story Ltd [Electronic resource] // Visit England. – Mode of access: <https://www.accessibilityguides.org/content/beatles-story-ltd>. – Date of access: 10.03.2023
39. Accessibility in Paris [Electronic resource] // ParisInfo.com. – Mode of access: <https://en.parisinfo.com/accessibility>. – Date of access: 28.02.2023.
40. Accessible events and experiences for disabled people [Electronic resource] // D&A Seating. – Mode of access: <https://www.daseaccess.com/>. – Date of access: 05.03.2023.
41. Accessible tourism and accessibility for people with hearing impairment [Electronic resource] // Logopsycom. – Mode of access: <https://logopsycom.com/accessible-tourism-and-accessibility-for-people-with-hearing-impairment/>. – Date of access: 07.02.2023.
42. Barrier-free Tourism for People with Disabilities in the Asia and Pacific Region [Electronic resource] // Asian Development Bank. - [S. 1.], 2014. - Access mode: https://www.accessibletourism.org/resources/10_barrierfree_tourism_asia_pacific_en.pdf. – Date of access: 06.02.2023.
43. Centre Pompidou accessibility app [Electronic resource] // Centre Pompidou. – Mode of access: <https://www.centrepompidou.fr/en/visit/accessibility/centre-pompidou-accessibility-app>. – Date of access: 18.02.2023.
44. Cinemas with Subtitled Films [Electronic resource] // Your Local Cinema.com. – Mode of access: <http://www.yourlocalcinema.com/locations.html>. – Date of access: 06.03.2023.
45. De nouvelles séances pour les malentendants dans certains cinémas de Paris [Electronic resource] // Actu.fr. – Mode of access: https://actu.fr/ile-de-france/paris_75056/de-nouvelles-seances-pour-les-malentendants-dans-certains-cinemas-de-paris_51372141.html. – Date of access: 27.02.2023
46. Deaf or Hard of Hearing Visitors [Electronic resource] // The National Gallery. – Mode of access: <https://www.nationalgallery.org.uk/visiting/access/deaf-or-hard-of-hearing-visitors>. – Date of access: 08.03.2023.

47. Deaf travel and deaf-friendly tourism [Electronic resource] // Buddy the Traveling Monkey. – Mode of access: <https://www.buddythetravelingmonkey.com/deaf-travel-and-deaf-friendly-tourism/>. – Date of access: 07.02.2023.
48. DeafUK50plus [Electronic resource] // Deaf UK 50+. – Mode of access: <https://deafuk50plus.co.uk/>. – Date of access: 05.03.2023.
49. Disabled Holidays for Deaf People [Electronic resource] // Limitless Travel. – Mode of access: <https://www.limitlesstravel.org/disabled-holidays/categories/deaf-people>. – Date of access: 05.03.2023.
50. Eichhorn, Victoria & Buhalis, Dimitrios. Accessibility: A key objective for the tourism industry [Electronic resource] // ResearchGate. - 2010. - Access mode: https://www.researchgate.net/publication/292258255_Accessibility_A_key_objective_for_the_tourism_industry. – Date of access: 06.02.2023.
51. En situation de handicap [Electronic resource] // Carnavalet – Histoire de Paris. – Mode of access: <https://www.carnavalet.paris.fr/en-situation-de-handicap>. – Date of access: 19.02.2023.
52. En situation de handicap [Electronic resource] // Musée des Confluences. – Mode of access: <https://www.museedesconfluences.fr/fr/je-suis/en-situation-de-handicap>. – Date of access: 19.02.2023.
53. Handicap et accessibilité à l'Orangerie [Electronic resource] // Musée de l'Orangerie. – Mode of access: <https://www.musee-orangerie.fr/fr/vous-etes/visiteurs-individuels/handicap-et-accessibilite-orangerie#anchor-navigation-5>. – Date of access: 19.02.2023.
54. Hearing Impaired Days Out [Electronic resource] // ReSound. – Mode of access: <https://www.resound.com/en-gb/hearing-loss/hearing-impaired-days-out>. – Date of access: 06.03.2023.
55. Holidays for deafblind people [Electronic resource] // Deafblind UK. – Mode of access: <https://deafblind.org.uk/get-support/holidays/>. – Date of access: 05.03.2023.
56. Homepage [Electronic resource] // AccesCulture. – Mode of access: <https://accesculture.org/?lang=en>. – Date of access: 27.02.2023.
57. Human Rights in Tourism. Accessible Tourism Manual [Electronic resource] // Human Rights in Tourism. - 2021. - Access mode: <https://www.humanrights-in-tourism.net/sites/default/files/media/file/2021/rc110manual-accessible-tourism-al-1589.pdf>. – Date of access: 05.02.2023.
58. Iwarsson, S., & Ståhl, A. Accessibility, usability and universal design—positioning and definition of concepts describing person-environment relationships / S. Iwarsson // Disability and Rehabilitation, 25(2), 2003. – P.57-66.
59. Johnson, Kristina. Accessibility for Deaf and Hard of Hearing Audiences at Cultural Institutions. Art Beyond Sight. N.p., n.d. - 2016.

60. Kelvingrove Art Gallery & Museum [Electronic resource] // AccessAble. – Mode of access: <https://www.accessable.co.uk/venues/kelvingrove-art-gallery-museum>. – Date of access: 10.03.2023.
61. Learn - What is Accessibility? [Electronic resource] // SeeWriteHear. – Mode of access: <https://www.seewritehear.com/learn/what-is-accessibility/>. – Date of access: 03.02.2023.
62. LSF area [Electronic resource] // Musée du Quai Branly – Jacques Chirac. – Mode of access: <https://m.quaibranly.fr/en/if-you-are/visitors-with-disabilities/lsf-area>. – Date of access: 18.02.2023.
63. Mobile app [Electronic resource] // Petit Palais Musée des Beaux-Arts de la Ville de Paris. – Mode of access: <https://www.petitpalais.paris.fr/en/content/mobile-app>. – Date of access: 18.02.2023.
64. Partale K., Partale A. Inclusion and tourism: Analysis and practical approaches for development cooperation projects / K. Partale, A. Partale // Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit. – Bonn, 2021. – 92 p.
65. Promoting accessible tourism for all [Electronic resource] // United Nations Department of Economic and Social Affairs. – Mode of access: <https://www.un.org/development/desa/disabilities/issues/promoting-accessible-tourism-for-all.html>. – Date of access: 04.02.2023.
66. RESTAT. Receiving Tourists with Hearing Impairment / Produced within the European Programme Erasmus Plus, Key Activity 2, Strategic Partnerships for VET. – 2020. – P. 17-24.
67. Teenage Sailing Weeks [Electronic resource] // The Island Trust. – Mode of access: <http://www.theislandtrust.org.uk/activities/teenage-sailing-weeks/>. – Date of access: 05.03.2023.
68. The National Museum of the Royal Navy Hartlepool [Electronic resource] // AccessAble. – Mode of access: <https://www.accessable.co.uk/hartlepool-borough-council/access-guides/the-national-museum-of-the-royal-navy-hartlepool#3b9cd6b1-cf8e-8f47-a940-b90134b80639>. – Date of access: 10.03.2023.
69. The Tourism Needs of People with Hearing Loss / The New Zealand Tourism Research Institute AUT University. – Auckland. – 2011. – C. 23-30
70. Top 10 most visited museums in France [Electronic resource] // French Moments. – Mode of access: <https://frenchmoments.eu/top-10-most-visited-museums-in-france/>. – Date of access: 16.02.2023.
71. Top 10 Most Visited Museums in the UK [Electronic resource] // Express English College. – Mode of access: <https://expressenglishcollege.co.uk/top-10-most-visited-museums-in-the-uk-2/>. – Date of access: 08.03.2023.
72. Transport for people with sight or hearing loss [Electronic resource] // Transport for London (TfL). – Mode of access: <https://tfl.gov.uk/transport-accessibility/people-with-sight-or-hearing-loss#on-this-page-2>. – Date of access: 06.03.2023.

73. Travel in 2022: A Look Ahead: Tripadvisor Research, in Partnership with Ipsos MORI, Reveals 2022 is the Year of the Travel Rebound [Electronic resource] // TripAdvisor Media Room. – Mode of access: <https://tripadvisor.mediaroom.com/2022-01-11-Travel-in-2022-A-Look-Ahead-Tripadvisor-Research,-in-Partnership-with-Ipsos-MORI,-Reveals-2022-is-the-Year-of-the-Travel-Rebound> . – Date of access: 11.05.2023.
74. Traveling while disabled comes with a steep price tag [Electronic resource] // Quartz. - 2019. - Access mode: <https://qz.com/1677763/traveling-while-disabled-comes-with-a-steep-price-tag> . – Date of access: 06.02.2023.
75. UK Transport for the Disabled: Diversity and Inclusion [Electronic resource] // 121 Captions. – Mode of access: <https://www.121captions.com/uk-transport-for-the-disabled/diversity-and-inclusion/> . – Date of access: 06.03.2023.
76. United Nations. Convention on the Rights of Persons with Disabilities [Electronic resource] // United Nations. - [S. l.], 2006. - Access mode: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/disability.shtml . – Date of access: 05.02.2023.
77. United Nations. Sustainable Development Goals. Goal 11: Sustainable Cities and Communities [Electronic resource] // United Nations. - [S. l.], [n. d.]. - Access mode: <https://sdgs.un.org/goals/goal11> . – Date of access: 05.02.2023.
78. Venue Access [Electronic resource] // National Football Museum. – Mode of access: <https://www.nationalfootballmuseum.com/venue-access/> . – Date of access: 10.03.2023.
79. Visiting the Museum [Electronic resource] // Natural History Museum. – Mode of access: <https://www.nhm.ac.uk/schools/essential-information-schools/send.html#:~:text=Visitors%20who%20are%20deaf%20or,aid%20to%20the%20T%20position> . – Date of access: 10.03.2023.
80. Visitors who are hard of hearing [Electronic resource] // Palace of Versailles. – Mode of access: <https://en.chateauversailles.fr/visitors-who-are-hard-hearing> . – Date of access: 18.02.2023.
81. Visitors with hearing impairments [Electronic resource] // Louvre Museum. – Mode of access: <https://www.louvre.fr/en/visit/accessibility/visitors-with-hearing-impairments> . – Date of access: 18.02.2023.
82. World Health Organization. Deafness and hearing loss [Electronic resource] // World Health Organization. - [S. l.], 2021. - Access mode: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/deafness-and-hearing-loss> . – Date of access: 06.02.2023.

Результаты исследования, проведенного Национальным Фондом помощи глухим Новой Зеландии и Новозеландским научно-исследовательским институтом туризма

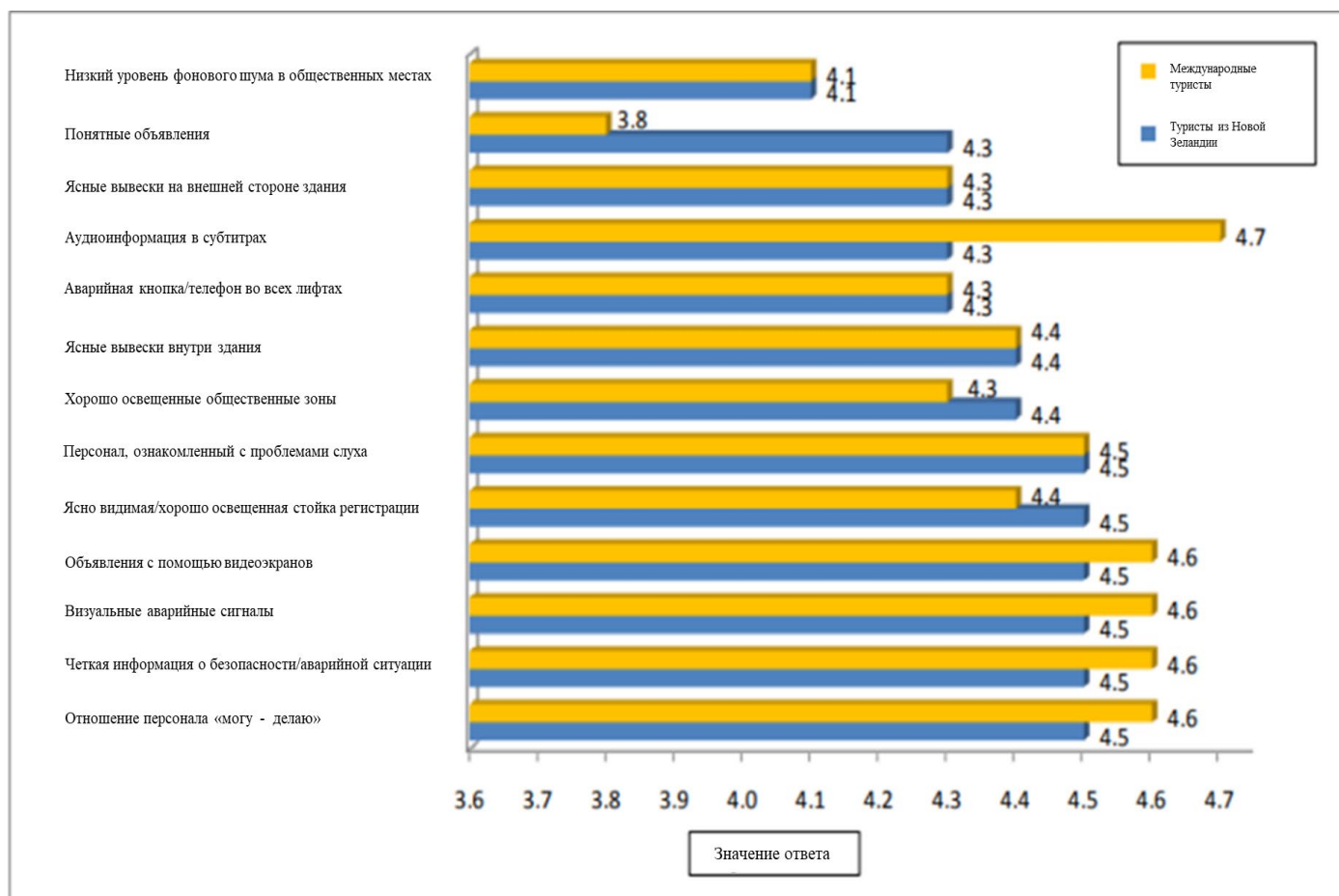


Рисунок А - Потребности в доступности во время путешествий у туристов с проблемами слуха [69]

Список вопросов интернет-формы, запущенной для людей с проблемами слуха, с целью оценки экскурсионного продукта Беларуси

1. Посещали ли вы музеи Беларуси?
 - Да, многократно
 - Да, несколько раз
 - Да, но только один раз
 - Нет, никогда не посещал(а)
2. Если да, то какие музеи вы посещали в последний раз?
 - Брестская крепость и музей Берестье
 - Музей Великой Отечественной войны в Минске
 - Музей Марка Шагала
 - Несвижский замок
 - Мирский замок
 - Дворец Румянцевых-Паскевичей
 - Художественный музей Беларуси
 - Национальный исторический музей Беларуси
 - Музей народной архитектуры и быта в деревне Озерцо
 - Страна Мини
 - Другой (пожалуйста, укажите)
3. Оцените свою удовлетворенность последним посещением музея:
 - Очень доволен(на)
 - Скорее доволен(на)
 - Нейтрален(на)
 - Скорее недоволен(на)
 - Очень недоволен(на)
4. Слышали ли вы о каких-либо инициативах по адаптации музейной программы для людей с проблемами слуха?
 - Да
 - Нет
5. Если да, то какие инициативы вам известны?
 - Проект “Ожившие картины” Художественного музея
 - Проект “Включись в музей” Национального исторического музея
 - Мобильное приложение музея “Страна мини”
 - Проект VR-музей Первой мировой войны

- Другое (пожалуйста, укажите)
6. Как часто вы сталкивались с трудностями при посещении туристических мероприятий и достопримечательностей, вызванными проблемами со слухом?
- Очень часто
 - Иногда
 - Редко
 - Никогда
7. Что вам кажется наиболее необходимыми для обеспечения доступности музейного продукта?
- Сурдопереводчик
 - Индукционные петли
 - Видеогиды
 - Мобильные приложения
 - Другое (пожалуйста, укажите)
8. Где вы обычно находите информацию о доступности туристического продукта для людей с проблемами слуха?
- На официальных сайтах туристических агентств
 - На официальных сайтах туристических достопримечательностей и музеев
 - В социальных сетях
 - У друзей и знакомых
 - Через Белорусское общество глухих
 - Другое (пожалуйста, укажите)
9. Слышали ли вы о доступных экскурсиях, представленных на сайтах Belarus.by и Национального агентства по туризму (belarustourism.by)?
- да
 - нет
10. Если слышали, принимали ли вы когда-нибудь участие в этих экскурсиях?
- да
 - нет
11. Если Вы принимали когда-нибудь участие в одной или нескольких экскурсиях, представленных на сайте, укажите в каких именно.
12. Если Вы принимали участие в какой-либо из экскурсий, представленных на сайтах Belarus.by и Национального агентства по туризму (belarustourism.by), оцените свой уровень удовлетворенности этой экскурсией:
- Очень доволен(на)
 - Скорее доволен(на)
 - Нейтрален(на)

- Скорее недоволен(на)
- Очень недоволен(на)

13. Какие меры вы считаете необходимыми для повышения доступности туристического продукта для людей с проблемами слуха в Беларуси?

- Обучение персонала туристских организаций работе с людьми с проблемами слуха
- Разработка специальных экскурсий и маршрутов для людей с проблемами слуха
- Внедрение дополнительных средств адаптации (сурдопереводчики, индукционные петли и т.д.) в музеях и других достопримечательностях
- Расширение информационной поддержки для людей с проблемами слуха, в том числе в социальных сетях и на сайтах туристических организаций
- Другие меры (пожалуйста, укажите)

14. Какую инициативу по адаптации туристского продукта для людей с проблемами слуха вы бы предложили?