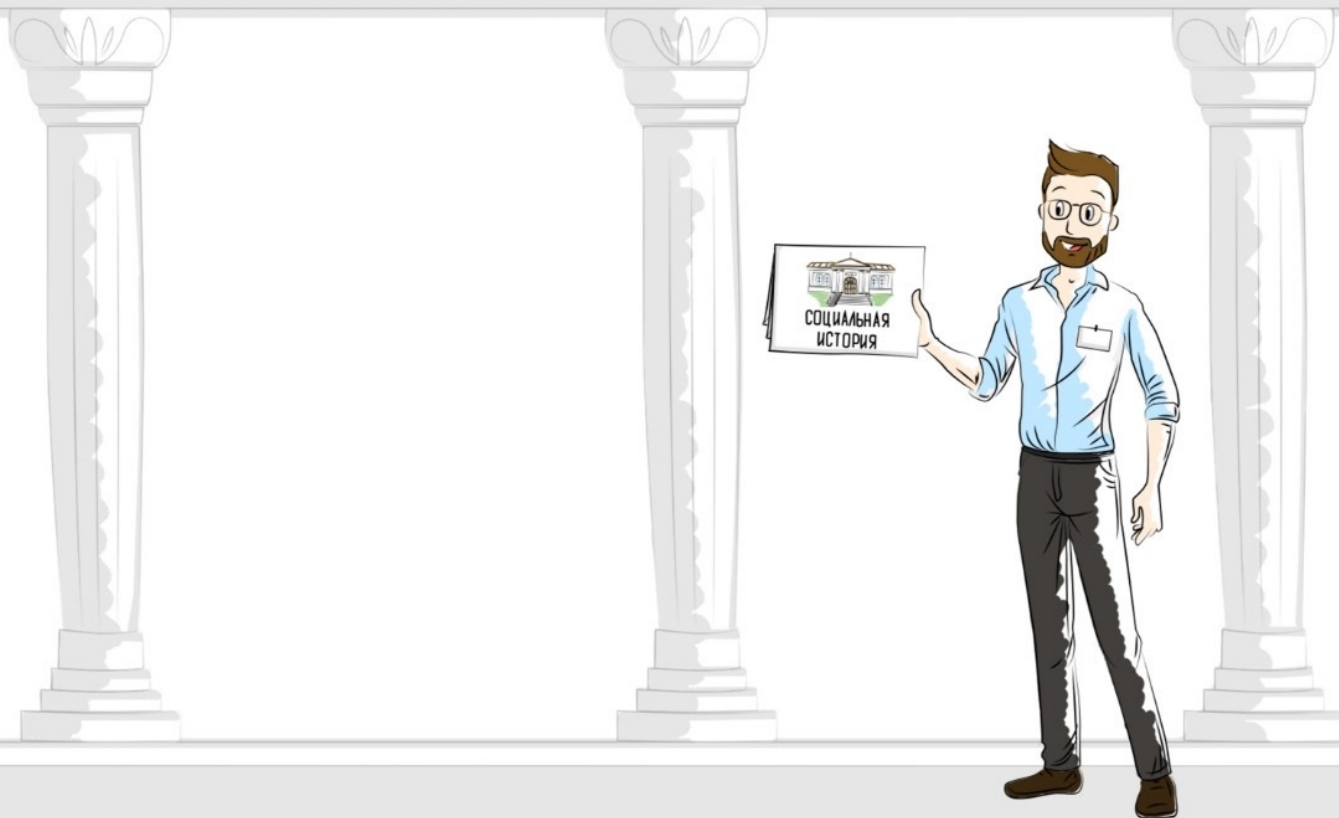




МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ "СОЦИАЛЬНЫЕ ИСТОРИИ И ИНСТРУМЕНТЫ ВИЗУАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ В МУЗЕЯХ"



МОСКВА, 2020

Авторами проделана большая работа по анализу метода социальных историй и разных видов визуальной поддержки. Даются практические рекомендации по созданию социальных историй, приводятся различные требования к подбору иллюстративных материалов. Представленное пособие является очень важным шагом в развитии инклюзивной среды и доступности музеев и других досуговых пространств для всех детей и взрослых.

*Святослав Довбня, детский невролог,
и Татьяна Морозова, клинический психолог,
эксперты Благотворительного фонда «Обнаженные сердца».*

Этот впечатляющий труд ориентирован на то, чтобы уменьшить барьеры между людьми в России. Доступный для всех музей — это норма для любого общества и государства, которое считает себя цивилизованным сегодня. Трансляция современного научного знания в практику — один из важнейших компонентов создания комфортного для всех общества. Надеюсь, что представленная в пособии информация будет доступной для многих семей и сотрудников музеев в России и поможет детям с аутизмом посещать культурные пространства, превращая музей именно в то место, где гуманность и открытость процветают.

*Елена Григоренко, доктор психологических наук,
профессор Университета Хьюстона, Йельского университета,
медицинского колледжа им.Бейлора, руководитель Лаборатории
междисциплинарных исследований развития человека СПбГУ,
глава научного совета фонда «Выход».*

Основным достоинством данного пособия является рассмотрение социальных историй и других методов обеспечения применительно именно к музеям. Особенно ценным является то, что пособие снабжено реальными примерами использования этих инструментов в реальных музеях. Это серьезно облегчит распространение имеющегося опыта создания инклюзивной музейной среды для людей с ментальными особенностями.

Алексей Восков, эксперт и представитель российского сообщества людей с РАС, кандидат химических наук, старший научный сотрудник химического факультета МГУ им. Ломоносова.



МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ "СОЦИАЛЬНЫЕ ИСТОРИИ И ИНСТРУМЕНТЫ ВИЗУАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ В МУЗЕЯХ"

МОСКВА, 2020

СОЦИАЛЬНЫЕ ИСТОРИИ И ИНСТРУМЕНТЫ ВИЗУАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ В МУЗЕЯХ: МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ.

МОСКВА, 2020.

Методическое пособие разработано в рамках проекта «Инклюзивный музей» по направлению работы с детьми с ментальными особенностями, которое реализуется Российским комитетом Международного совета музеев (ИКОМ России) совместно с Автономной некоммерческой организацией по социокультурной реабилитации людей с инвалидностью «Колесо обозрения» при поддержке Благотворительного фонда Сбербанка «Вклад в будущее».

При поддержке Федерального ресурсного центра по организации комплексного сопровождения детей с расстройствами аутистического спектра МГППУ (ФРЦ МГППУ)

АВТОР-СОСТАВИТЕЛЬ: **Евгения Хилькевич**, руководитель направления социокультурной интеграции Федерального ресурсного центра по организации комплексного сопровождения детей с расстройствами аутистического спектра МГППУ (ФРЦ МГППУ).

ЭКСПЕРТНАЯ ГРУППА: **Юлия Ахтямова**, психолог-психоаналитик, руководитель группы проектов Центра лечебной педагогики «Особое детство», эксперт Благотворительного фонда «Жизненный путь».

Лада Талызина, магистр психолого-педагогического образования, методист, ведущий педагог группы дневной занятости Благотворительного фонда «Даунсайд Ап», специалист по адаптации текстов для людей с ментальной инвалидностью проекта «Бюро Ч».

Полина Богорад, учитель-дефектолог Федерального ресурсного центра по организации комплексного сопровождения детей с расстройствами аутистического спектра МГППУ (ФРЦ МГППУ), куратор ресурсных классов, волонтер Региональной общественной организации помощи детям с РАС «Контакт».

КУРАТОРЫ ПРОЕКТА: **Динара Халикова**, член президиума и руководитель социально ориентированных проектов Российского комитета Международного совета музеев (ИКОМ России).

Наталья Черкасова, руководитель Автономной некоммерческой организации по социокультурной реабилитации людей с инвалидностью «Колесо обозрения».

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Алексей Восков, эксперт и представитель российского сообщества людей с РАС, кандидат химических наук, старший научный сотрудник химического факультета МГУ им. Ломоносова.
Антонина Стейнберг, Autistic City, проект поддержки взрослых людей с аутизмом, член Совета по доступности Политехнического музея, эксперт ФРЦ по организации комплексного сопровождения детей с РАС МГППУ, эксперт проекта «Колесо Обозрения: расширяя границы», эксперт проекта «Доступный музей» Государственной Третьяковской галереи.

КОМАНДА ПРОЕКТА ВЫРАЖАЕТ БЛАГОДАРНОСТЬ

*за экспертную оценку
и консультации при подготовке издания:*

Благотворительному фонду содействия решению проблем аутизма в России «Выход» и лично главе научного совета фонда **Елене Григоренко**,

Благотворительному фонду «Обнаженные сердца» и лично президенту фонда **Анастасии Залоговой**,
экспертам фонда **Святославу Довбне** и **Татьяне Морозовой**,
специалистам фонда **Инне Моновой** и
Вере Курбатовой,

директору Федерального ресурсного центра по организации комплексного сопровождения детей с расстройствами аутистического спектра МГППУ (ФРЦ МГППУ) **Артуру Хаустову**,

научному редактору русскоязычного издания книги Кэрол Грей «Социальные истории. Инновационная методика для развития социальной компетентности у детей с аутизмом»
Светлане Анисимовой,

психотерапевту, куратору, искусствоведу, члену Британской ассоциации психотерапевтов, Харли Стрит Клиник (Лондон),
Нане Жвитиашвили;

*за обратную связь и комментарии
в ходе подготовки издания:*

Государственному Дарвиновскому музею и лично
Татьяне Кубасовой,

Государственному музею истории религии и лично
Ирине Дониной,

Государственной Третьяковской галерее и лично **Алле Орловой** и
Софье Петриковой-Агафоновой;

**за предоставление иллюстраций и материалов,
демонстрирующих применение инструментов
визуальной поддержки:**

Государственному музею изобразительных искусств
им. А. С. Пушкина и лично **Евгении Киселевой**,

Государственному Дарвиновскому музею и лично
Татьяне Кубасовой,

Музею русского импрессионизма и лично **Елене Шаровой**,

Музею изобразительных искусств Республики Карелия и лично
Наталье Козловской,

Пермской художественной галерее и лично **Ольге Гусевой**,

Государственной Третьяковской галерее,

Государственному музею-заповеднику «Царицыно»,

Музею современного искусства «Гараж»,

Всероссийскому музею декоративно-прикладного и народного
искусства,

Музею искусства «Метрополитен» (Metropolitan Museum of Art),

Музею сэра Джона Соуна (Sir John Soane's Museum),

Государственному биологическому музею им. К. А. Тимирязева,

Федеральному ресурсному центру по организации комплексного
сопровождения детей с РАС МГППУ и лично **Алене Васильевой** и
Татьяне Короткой.

**ПРОДЮСИРОВАНИЕ
ИЗДАНИЯ:**

**Афанасий Гнедовский, Дарья Страхова, Динара Халикова,
Наталья Черкасова.**

**ЛИТЕРАТУРНОЕ
РЕДАКТИРОВАНИЕ:**

Юлия Буднина.

ВЕРСТКА:

Аркадий Эрлих.

© Проект «Инклюзивный музей», 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

8-9	Вступительное слово от организаторов проекта «Инклюзивный музей»
10-11	Вступительное слово от БФ Сбербанка «Вклад в будущее»
12	Музей для всех! (Вступительное слово от автора-составителя)
13	Отзыв на методическое пособие «Социальные истории и инструменты визуальной поддержки в музеях»
14-20	Глава 1. Введение в метод социальных историй
21-38	Глава 2. Социальная история в контексте музея
39-66	Глава 3. Алгоритм по созданию социальной истории для музея с опорой на 10 критериев Кэрол Грей
67-98	Глава 4. Использование методов визуальной поддержки в музее
99	Заключение
100-101	Список литературы

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ОТ ОРГАНИЗАТОРОВ ПРОЕКТА «ИНКЛЮЗИВНЫЙ МУЗЕЙ»

Данное пособие создано в рамках проекта «Инклюзивный музей», который нацелен на развитие лучших практик социализации и самореализации людей с инвалидностью музейными средствами, а также на разработку и тиражирование эффективных решений по формированию в музеях доступной среды. Одним из направлений этого долгосрочного проекта является поддержка и развитие музейных программ для детей с ментальными особенностями. Оно реализуется с 2017 года Российским комитетом Международного совета музеев (ИКОМ России) совместно с Автономной некоммерческой организацией «Колесо Обозрения» при поддержке Благотворительного фонда Сбербанка «Вклад в будущее».

Важнейшая составляющая проекта «Инклюзивный музей» – разработка специальных материалов, применение которых повышает уровень знаний и квалификации сотрудников музеев в области доступности среды и программ для людей с ментальными особенностями. За время его существования экспертами был разработан комплекс методических материалов, включая обучающие ролики, онлайн-тесты и рекомендации по терминологии и взаимодействию с людьми с инвалидностью, сборник лучших сценариев музейных занятий, видеоролик с рекомендациями по проведению занятий для детей с ментальными особенностями.

В последнее время мы наблюдаем активное развитие музейных программ для людей с ментальными особенностями, что является важным показателем инклюзивной культуры. Вместе с тем само посещение музея может вызывать тревожность и возможные стрессы от попадания в незнакомую среду. Страх незнакомого общественного пространства влечет за собой риск отказа от его посещения или снижение степени комфорта от пребывания в музее. Для решения этой проблемы требуется комплекс мер и решений, которые описаны нами в документе *«Перечень контрольных вопросов и рекомендаций по обеспечению доступности музея для посетителей с ментальными особенностями»*. Он разработан исходя из международной практики, успешного опыта реализации инклюзивных музейных программ при участии экспертов авторитетных некоммерческих организаций и представителей сообществ людей с инвалидностью.

Среди основных инструментов в этом перечне критериев обозначено использование методов социальных историй и визуальной поддержки. Следует отметить, что данные методы могут быть эффективны при работе с более широкой аудиторией: со школьными группами, людьми с миграционным опытом и любыми посетителями, испытывающими сложности в посещении музеев и музейных программ без визуальной опоры.

Методы социальных историй и визуальной поддержки приобретают все большую востребованность в музейном сообществе, однако для их эффективного применения необходима поддержка экспертов, обладающих соответствующими знаниями и опытом. Необходимость систематизации и распространения этого опыта и побудило к разработке методических рекомендаций по использованию социальных историй и средств визуальной поддержки в музейной деятельности. Мы верим, что это позволит сделать серьезный шаг на пути к развитию музейной инклюзии!

Команда проекта «Инклюзивный музей»

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО ОТ БФ СБЕРБАНКА «ВКЛАД В БУДУЩЕЕ»

Что такое социальная история? Это короткий иллюстрированный рассказ, который помогает человеку с ментальными особенностями сориентироваться в мире, почувствовать себя уверенно, включиться во взаимодействие с другими людьми. Специалисты и близкие людей с особенностями развития все шире применяют социальные истории и другие методы визуальной поддержки для обучения и социализации детей и взрослых. Используют, когда меняются привычные планы, и вместо прогулки нужно идти в поликлинику; когда решились на путешествие в другой город; когда нужно научить ребенка переходить в школе из одного кабинета в другой; когда поход в супермаркет вызывает у малыша страх и приводит к стрессу.

Но социальные истории так и остались бы узкоспециальным инструментом, если бы культура и в этот раз не взяла на себя задачу по аккумуляции практики и форматов взаимодействия, которые не только приносят практическую пользу отдельному индивиду, но и обеспечивают социальную солидарность, приводят к рефлексии в обществе, а через нее – к существенным и важным изменениям в жизни всех людей.

Проект «Инклюзивный музей» начал «выводить в мир» детей с особенностями и их семьи всего несколько лет назад. Шла и идет кропотливая работа, направленная на то, чтобы посетители с особыми потребностями чувствовали себя комфортно в музеях, открывали для себя искусство, исторические, естественно-научные знания; сами много и с удовольствием занимались творчеством; чтобы сотрудники музеев по всей стране были готовы принимать разных гостей и были бы им рады; чтобы семьи вышли наконец из тяжелой социальной изоляции.

Российский комитет Международного совета музеев (ИКОМ России) и АНО по социокультурной реабилитации людей с инвалидностью «Колесо обозрения» – организаторы проекта, а также его активные участники – Федеральный ресурсный центр по организации комплексного сопровождения детей с расстройствами аутистического спектра МГППУ, российские музеи, организации-лидеры некоммерческого сектора взяли на себя миссию объединить разных людей средствами культуры, опираясь на серьезную экспертизу в сфере работы с людьми с ментальными особенностями. Мы уверены, что благодаря нашим общим усилиям социальные истории, будут скоро использоваться не только представителями музейного сообщества, но и самыми разными другими организациями. И все больше людей с особенностями и их семей окажутся там, где им и нужно быть – рядом со всеми нами.

*Руководитель направления «Инклюзивная среда»
Благотворительного фонда Сбербанка «Вклад в будущее»*

Инна Ширшова

МУЗЕЙ ДЛЯ ВСЕХ!

Наше пособие посвящено применению ряда методов специальной педагогики при работе с посетителями с ментальными особенностями в пространстве музея. Может показаться, что это достаточно узкая тема, затрагивающая компетенции методистов или сотрудников инклюзивных отделов музеев, работающих с соответствующей аудиторией. Но это не совсем так.

В повседневной жизни мы порой испытываем разочарование, например от того, что не можем найти дорогу в незнакомом месте или не до конца понимаем ожидания окружающих нас людей в другой стране. В наши дни музей все громче заявляет о себе как о публичном, социально ориентированном пространстве, где человек может почувствовать себя максимально безопасно и комфортно, где ему не придется испытывать чувство неловкости и несоответствия чьим-то ожиданиям. Но как добиться этого? Применение методов визуальной поддержки и социальных историй — это прежде всего модификация музейной среды и контента таким образом, чтобы сделать их доступными и понятными для каждого посетителя. В данном пособии вы найдете некоторые готовые алгоритмы того, как сделать это наиболее эффективно, не затрачивая много времени и ресурсов на поиск информации и дорогостоящие материалы. Создав дружелюбную, адаптированную для посетителей с ментальными особенностями среду, вы можете быть уверены, что помогли справиться с навигационными и коммуникационными сложностями гораздо большему количеству гостей вашего музея, тем самым сделав его более открытым и инклюзивным пространством — музеем для всех. Надеемся, что данное пособие, ставшее итогом глубоких теоретических знаний и многолетнего практического опыта коллектива специалистов, поможет вам в этом.

*Евгения Хилькевич, автор-составитель,
руководитель направления социокультурной интеграции
Федерального ресурсного центра по организации
комплексного сопровождения детей с РАС МГППУ,
эксперт проекта «Инклюзивный музей»*

ОТЗЫВ НА МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ «СОЦИАЛЬНЫЕ ИСТОРИИ И ИНСТРУМЕНТЫ ВИЗУАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ В МУЗЕЯХ»

Пособие посвящено актуальной теме создания инклюзивной среды в музеях для людей с ментальными особенностями. Для этой группы посетителей музеи ценны опытом социализации, возможностью приобщиться к достижениям культуры и искусства, а в некоторых случаях – помочь в выборе будущей профессии. И так как ментальная инвалидность относится к так называемой «невидимой инвалидности», то есть обнаруживается только по поведению, то это ведёт к неочевидности необходимых мер по инклюзии. Социальные истории, средства визуальной поддержки и сенсорные карты, о которых рассказывается в данном пособии, относятся к современным и научно обоснованным средствам обеспечения адаптированной среды для людей с ментальными особенностями (особенно с расстройствами аутистического спектра) в т.ч. в музейном пространстве. Стрессы от попадания в незнакомую среду и непредсказуемости являются частью ментальных особенностей, особенно расстройств аутистического спектра. И работа с этим, в том числе посредством социальных историй, является частью хороших инклюзивных программ, ориентированных на доступность всех сфер жизни для любого человека вне зависимости от его особенностей. Основным достоинством данного пособия является рассмотрение социальных историй и других методов обеспечения применительно именно к музеям. Особенно ценным является то, что пособие снабжено реальными примерами использования этих инструментов в реальных музеях. Это серьезно облегчит распространение имеющегося опыта создания инклюзивной музейной среды для людей с ментальными особенностями. Имеющиеся в тексте ссылки на книги и научные статьи позволят желающим глубже ознакомиться с рассматриваемыми в пособии методиками.

Алексей Восков, эксперт и представитель российского сообщества людей с РАС, кандидат химических наук, старший научный сотрудник химического факультета МГУ им. Ломоносова.

ГЛАВА 1. ВВЕДЕНИЕ В МЕТОД СОЦИАЛЬНЫХ ИСТОРИЙ

В XXI веке музеи стремятся быть максимально открытыми культурными центрами, ведущими прямой диалог со своими посетителями. Представленность всех демографических категорий и социальных групп среди своих гостей — важная ценность для современных музеев. Сегодня комфортные для посещения условия создаются для родителей с маленькими детьми, посетителей старшего возраста, людей с миграционным опытом, людей с инвалидностью и многих других. Придерживаясь идеологии инклюзии и ценностей человеческого разнообразия, многие музеи мира предпринимают немало усилий по созданию доступной и дружелюбной среды для самых разных посетителей.

В последние годы большое внимание сосредоточено вокруг доступности музеев для посетителей с особыми потребностями¹, требующих дополнительной поддержки, в частности для людей с ментальными особенностями. Обеспечение социокультурной доступности для данной категории посетителей связано с привлечением большого количества ресурсов со стороны музейных сотрудников, совместной работы со специалистами из области специальной педагогики и психологии, представителями некоммерческих родительских организаций, благотворительных фондов и другими экспертами. Создание инструментов, помогающих адаптации и комфортному пребыванию людей с различными ментальными особенностями в стенах музея, становится актуальной задачей для музейного сообщества, требующей новых компетенций и знания специальных психолого-педагогических методов, применяющихся в работе с людьми с ментальными особенностями.

¹ Термин «особые потребности» (special needs) традиционно используется при описании тех видов поддержки (медицинской, психологической, коррекционной и пр.), которые могут быть необходимы людям с инвалидностью и особенностями развития. Чаще всего термин используется в сфере образования как особые образовательные потребности, определяющие комплекс специальных условий для включения ученика в учебный процесс. С распространением инклюзивных практик термин «особые потребности» стал повсеместно использоваться во многих публичных организациях для обозначения запроса в адаптации среды и предоставления дополнительной поддержки для определенных категорий посетителей, в том числе для людей с инвалидностью

В последние годы большую популярность среди специалистов по работе с людьми с инвалидностью в музеях приобрели *социальные истории*, которые в адаптированном виде предлагают информацию для предварительной подготовки потенциальным посетителям. Многие крупные музеи на Западе и в России размещают социальные истории на своих сайтах, а иногда их можно получить и в распечатанном виде на стойке информации. Этот инструмент пришел в музеи из специальной педагогики, и на сегодняшний день практика его создания и использования широко распространена по всему миру. Что же представляют из себя социальные истории как метод в целом и в контексте музеев в частности? Чем обусловлена их популярность в инклюзивной работе музеев?

Социальные истории (Social Stories™) — это запатентованный метод вмешательства при работе с детьми с аутизмом, введенный в обращение Кэрол Грей в 1991 году.

Кэрол Грей начала работать с детьми с особыми образовательными потребностями как педагог в средней школе «Дженисон» в штате Мичиган в 1976 году вскоре после того, как в США было законодательно закреплено право на образование для учеников с особенностями развития. Именно многолетний опыт обучения детей и подростков с аутизмом подтолкнул Кэрол к созданию систематизированного метода, облегчающего понимание социальных ситуаций и предлагающего определенные стратегии поведения.

Создание и развитие метода социальных историй явилось результатом десятилетий практики обучения и общения со своими воспитанниками с расстройствами аутистического спектра (РАС) и их родителями. Этот метод базируется на определенной философии, этическом кодексе, который автор выработала за годы взаимоотношений со своими студентами. Прежде всего он пронизан глубоким уважением к иному восприятию мира, без предубеждений и предвзятостей. К началу 90-х годов XX века для Кэрол стало очевидным, что каждому человеку с аутизмом нужна работа не только над поведенческими реакциями в той или иной социальной ситуации, но и систематическая работа по улучшению понимания социальных контекстов и сигналов. По ее мнению, работа только над реакциями в той или иной ситуации недостаточно эффективна в силу того, что человек с аутизмом часто не до конца понимает саму сущность происходящего.

Поэтому работать в области социальных дефицитов необходимо не только над улучшением навыков социального взаимодействия, но и над обучением специфическому навыку «чтения» и «распознавания» социальных сигналов. В результате своей работы с группой коллег Кэрол удалось установить, что есть способ улучшать понимание происходящих вокруг событий. Зачастую осознание сущности тех или иных явлений приводило к тому, что студенты начинали демонстрировать социально приемлемые реакции и без специфического формирования поведенческих навыков [13].

Таким образом, в школе «Дженисон» длительное время разрабатывалась система обучения пониманию различных социальных ситуаций не только через поведенческие методы, но и через когнитивные инструменты. Кэрол Грей и ее коллеги пытались разработать оптимальный для каждого возраста способ описания социальных ситуаций в доступной ученику с аутизмом форме: книги с картинками в начальной школе, видеозаписи – в средней, адаптированные тексты в старших классах. Фактически в основе появления метода социальных историй лежит идея о том, что можно найти способ объяснить сущность того или иного явления путем адекватной адаптации преподносимого ученику материала. В результате многолетних обсуждений с коллегами и наблюдений за своими учениками Кэрол Грей пришла к выводу, что критическим для облегчения понимания сущности тех или иных социальных ситуаций является наличие написанного текста — повествование на листе бумаги оказалось намного эффективней вербальных объяснений и устных ответов на вопросы. Так Кэрол начала писать истории для учеников с РАС на различные темы, представляющиеся для них затруднительными, постепенно разрабатывая структуру и принципы их создания. Эти истории способствовали быстрому улучшению реакций учеников в сложных социальных ситуациях. По итогам нескольких статей, опубликованных в начале 90-х годов, было издано первое руководство, где была всесторонне описана методология создания социальных историй [12]. Именно с 1993 года можно говорить о том, что новый метод работы с обучающимися с РАС появился официально и начал широко распространяться в системе образования США.

С момента возникновения и до сегодняшнего дня метод претерпел существенные изменения, трансформировались терминология и некоторые критерии.

На сегодняшний день, с 2014 года, действует уже третья редакция метода социальных историй — «10.2» (предыдущие редакции обозначались «10.0» (2004 год) и «10.1» (2010 год)). Метод совершенствуется по мере накопления данных о его применении и появления новых исследований о расстройствах аутистического спектра. Неизменной остается концептуальная основа метода — социальная философия, базирующаяся на признании значимости и уважении к разным типам восприятия мира — при типичном развитии и при аутизме.

На сегодняшний день социальные истории являются инструментом, широко используемым в обучении для улучшения социального понимания людей с аутизмом и другими особенностями развития разных возрастов.

По своей форме социальные истории — это короткие рассказы, содержащие описание конкретных ситуаций и сопровождающиеся иллюстративным материалом.

Они включают в себя специфическую информацию о предстоящих событиях: чего стоит ожидать и как следует себя вести. Каждая социальная история достоверно описывает ситуацию, навык, достижение или понятие и соответствует при этом всем десяти определяющим критериям, выделенным Кэрол Грей [2].

Их тематика может быть крайне разнообразна: особенности социальных ситуаций и коммуникации, навыки личной гигиены и самообслуживания, правила поведения в общественных местах, управление собственным поведением и эмоциями, освоение нового распорядка дня и занятий и т. д. Такое широкое распространение метода и его популярность объясняются высокими результатами, достигнутыми за годы его практического применения.

В настоящий момент метод социальных историй является запатентованным и самым известным среди группы *вмешательств, основанных на повествованиях* (story-based interventions). Другое название этой группы методов — *социальные нарративы* (social narratives). В нее входят различные приемы обучения детей с особыми образовательными потребностями, которые включают в себя письменные описания и объяснения стратегий поведения, подходящих для тех или иных ситуаций. Помимо социальных историй в эту группу входят такие методы, как *социальные сценарии* (social scripts), *рисованные истории* (cartooning), *комиксы про общение* (comic strip conversations), *карточки с героями* (power cards), *иллюстрированные книги социальных навыков* (social skills picture books), *социальные «разборы»* (social autopsies) и др. Эта группа регулярно входит в реестры методов с доказанной эффективностью таких организаций, как «Национальный центр аутизма» (National Autism’s Center) [14], «Национальный центр анализа информации по научным данным и практикам в области аутизма» (National Clearinghouse on Autism Evidence and Practice), и других. Последнее большое обновление систематического обзора 2020 года всех целевых вмешательств при аутизме, которое содержит новый список вмешательств с доказанной эффективностью для различных исходов и возрастных групп от рождения до 22 лет, также подтвердило научную обоснованность и эмпирическую эффективность методов группы социальных нарративов [15]. Однако большинство научных исследований по методу социальных историй были однообъектными (single-case studies), что считается менее надежным, чем рандомизированные контролируемые исследования. Это позволяет говорить о том, что доказательная база находится в стадии накопления и требует дальнейших научных изысканий.

Метод социальных историй имеет и теоретическое обоснование. В середине 80-х годов прошлого века ряд исследований подтвердил теорию британских психологов, специалистов в области аутизма Саймона Барона-Козна и Уты Фрит о своеобразном когнитивном нарушении у детей с РАС. Несформированность так называемой «модели психического» (Theory of Mind) приводит к неспособности понимать эмоции и намерения других людей: «Концепция модели психического позволяет нам взглянуть на аутизм как на разновидность слепоты — слепоту сознания (Mindblindness), то есть неспособность представлять себе состояния психики и саму психику» [7]. Эта особенность делает человека некомпетентным в области взаимоотношений с другими людьми. Многочисленные экспериментальные исследования, основанные на «модели

психического», показали, что такие особенности, как сложности с разделенным вниманием, буквализм восприятия социальных ситуаций, непонимание контекста и подтекста, иронии, скрытого смысла, невербальных сигналов, затрудненное чтение мимики, способствуют возникновению трудностей в социальном плане, с которыми повсеместно сталкивается человек с аутизмом. С четырехлетнего возраста дети с типичным развитием понимают, что у других людей есть мысли, знания, убеждения и желания, которые влияют и объясняют их поведение. Напротив, дети с аутизмом испытывают значительные трудности в осмыслении и оценке мыслей и чувств другого человека, что в определенной степени сохраняется и во взрослом возрасте. Другими словами, им не хватает способности думать о мыслях.

Теория «модели психического» во многом подтверждает правильность методологии социальных историй: «Наши кодексы социального поведения основаны на знании того, как наше поведение влияет на мысли, мнения и чувства других. Мы стремимся не обидеть. Если ребенок не концептуализирует мысли других людей, он может производить впечатление грубого и невнимательного, как зачастую кажется со стороны. Такие дети, похоже, принадлежат к другой «социальной культуре». Социальные истории представляют собой путеводитель по нашей культуре, объясняя социальные контексты, предлагая их обоснования и рассказывая о том, что ожидают окружающие от исследователей этой terra incognita» [6].

При этом необходимо понимать, что метод социальных историй не универсален. Прежде всего он требует наличия определенных речевых навыков от читателей — они должны быть способны общаться предложениями, которые соединяют вместе различные идеи, т. е. уровень понимания обращенной речи или написанного текста должен присутствовать в достаточной степени, у ребенка должно быть сформировано понятие последовательности событий во времени. Важно отметить, что данный метод не учит ребенка навыкам сам по себе и не применяется для коррекции поведения. Социальные истории неэффективны для формирования новых навыков, для этого необходимо применять другие методы.

ГЛАВНАЯ ЦЕЛЬ — предоставить всю необходимую и доступную информацию, улучшить понимание определенных явлений, а не сформировать новое поведение.

Ряд исследователей отмечает, что социальные истории могут быть эффективны для улучшения адаптивного поведения, если их применяют в сочетании с компонентами других методов (подсказки, поощрения, обсуждения и пр.) [8].

Хотя изначально Кэрол Грей создавала социальные истории для помощи своим ученикам в различных ситуациях в процессе обучения, постепенно метод стал распространяться и на другие сферы, ведь затруднительные социальные ситуации для человека с РАС могут возникнуть практически в любом месте. Несколько лет назад этим методом стали серьезно интересоваться музеи по всему миру, так как увидели в нем большой потенциал для подготовки своих посетителей с ментальными особенностями к предстоящему визиту. Постепенно все большее количество музеев, ведущих активную инклюзивную деятельность, начало создавать различные типы социальных историй и размещать их на своих сайтах.

Такой инструмент в музейном сообществе стал очень популярным, но имеет ряд существенных особенностей, которые необходимо учитывать разрабатывающим их специалистам.

ГЛАВА 2. СОЦИАЛЬНАЯ ИСТОРИЯ В КОНТЕКСТЕ МУЗЕЯ

В настоящее время разнообразные версии социальных историй, предназначенные для детей с особенностями развития и их семей, создаются различными организациями, открытыми для публичного посещения. Медицинские заведения, школы, библиотеки, физкультурно-оздоровительные комплексы, дома творчества, рестораны, банки и многие другие учреждения используют короткие тексты с адаптированной информацией и иллюстрациями для того, чтобы сделать посещение этих мест доступным для разных людей. Создание социальной истории, соответствующей критериям Кэрол Грей, достаточно трудоемкая задача, которая только на первый взгляд кажется простой. Анализ такой практики в музейной сфере показывает, что сотрудники музеев подходят к написанию истории в контексте предстоящего посещения своих выставок и экспозиций очень тщательно, стараясь избежать малейших ошибок.

Проанализировав опыт мировых и российских музеев, который представлен на их официальных сайтах, можно выделить некоторые характерные черты и особенности сложившейся практики по созданию и использованию музейных социальных историй.

СОЦИАЛЬНАЯ ИСТОРИЯ ДЛЯ МУЗЕЯ представляет собой подробное и актуальное на данный момент описание музейного пространства внутри помещения или снаружи. Она может содержать в себе предполагаемый алгоритм или сценарий действий в той или иной ситуации, которая может стать затруднительной для посетителя.

Целью создания этого инструмента является предоставление читателю полной и достоверной информации о том, что его ждет во время визита. Важной особенностью социальной истории является то, что содержание подается в максимально позитивном ключе и сосредоточено на разрешенном и желательном в музее, а не на запрещенном и нежелательном.

Как было описано в предыдущей главе, исторически этот метод возник при работе с детьми с аутизмом. Однако социальные истории в музеях полезны для гораздо более широкой группы посетителей, и понимание этого может мотивировать сотрудников создать их для своего учреждения.

СОЦИАЛЬНАЯ ИСТОРИЯ - это один из лучших инструментов для предварительной подготовки и проработки той информации, которая поможет в дальнейшем посетителю сориентироваться на месте. Емкая, структурированная форма повествования помогает наглядно представить, с чем придется столкнуться в том или ином музее.

Формат адаптированных текстов с иллюстрациями представляет собой отличное пособие для подготовки к посещению музея для дошкольников и младших школьников с типичным развитием, а также для детей с различными трудностями в обучении. Существует практика подготовки совсем маленьких детей к своему первому визиту в музей с помощью социальных историй. Они также могут оказаться полезными иностранным туристам и людям с миграционным опытом, так как написаны максимально доступным для плохо владеющего языком данной страны человека (Easy Read²). Значительная часть людей испытывает определенные сложности при навигации в незнакомом месте или по дороге до него, что особенно актуально для больших музейных комплексов. Поэтому социальная история поможет с ориентацией в пространстве как индивидуальным посетителям, так и большим группам гостей при проведении массовых мероприятий, когда нужно сообщить в максимально понятной форме маршрут до или внутри музея.

² Easy Read — метод предоставления информации, который учитывает особенности людей, испытывающих трудности в ее восприятии. Главным образом применяется для предоставления информации в письменном виде, но также актуален и для вербальных коммуникаций. Предполагает составление или адаптацию текста таким образом, чтобы избежать сложных конструкций, излишних деталей, а также слов и фраз (например, специальных терминов, фразеологизмов, аббревиатур и др.)

Как видно, целевая аудитория и варианты использования социальных историй могут быть различны, и во многом это зависит от того, какую тему мы выберем для ее написания, какие пространства, ситуации или явления в музее могут быть наиболее непонятными и требовать пояснений. Начав с одной истории, сотрудники музеев быстро обнаруживают белые пятна, которые можно дополнить новым текстом. Так постепенно создаются своеобразные коллекции социальных историй, в которых необходимо периодически проводить ревизию и отправлять в архив те из них, которые утратили свою актуальность. В зависимости от целей можно выделить несколько типов музейных историй, на которые предлагается ориентироваться при создании:

ОБЗОРНАЯ ИСТОРИЯ

оптимальный выбор для первой истории музея, темой которой будет краткое изложение в целом всех ситуаций, которые могут вызвать сложность при первом посещении (маршрут, охрана, гардероб, правила, тематика экспозиции и т. п.). Не стоит перегружать такого типа историю и делать ее слишком длинной, а необходимо сосредоточиться на ключевых моментах.

НАВИГАЦИОННАЯ ИСТОРИЯ

основной темой будет являться маршрут до музея или ориентация внутри здания или музейного комплекса с обозначением всех пунктов, по которым должен пролегать маршрут посетителя.

ТЕМАТИЧЕСКАЯ ИСТОРИЯ

изложенная в доступной форме тематика основной экспозиции музея или временной выставки. Главной темой такой истории будет сам предмет музейной коллекции.

ИСТОРИЯ ДЛЯ РАЗНЫХ ТИПОВ ПОСЕЩЕНИЙ

темой истории будут являться особенности поведения при разных вариантах визитов в музей: индивидуальных или групповых (семейных, школьных и пр.); самостоятельных и организованных. Как правило, организационно разные типы посещений очень сильно отличаются друг от друга, поэтому стоит их разграничивать и при создании социальных историй.

ИСТОРИЯ О ПРАВИЛАХ ПОВЕДЕНИЯ

для многих посетителей с ментальными особенностями правила поведения в общественных местах неочевидны. Очень часто нарушения правил происходят из-за недостаточной информированности о том, каковы они в данном музее. Стройный свод основных правил в виде социальной истории может быть отличным руководством для предварительного ознакомления.

ИСТОРИЯ-СОБЫТИЕ данная история посвящена какому-то разовому массовому мероприятию (фестивалю, тематическому дню, конкурсу, вернисажу и т. п.), которое проходит нерегулярно и может таить в себе массу подводных камней для посетителей с ментальными особенностями.

ИСТОРИЯ ОБ УСЛУГАХ МУЗЕЯ

темой данной истории может быть информация об имеющихся в музее дополнительных сервисах или услугах, которые неочевидны для посетителя, и как ими можно воспользоваться (аудиогиды, семинары, кинопоказы, дополнительные занятия и студии, музейные магазины и т. п.).

ИСТОРИЯ К МУЗЕЙНОМУ ЗАНЯТИЮ ИЛИ ЦИКЛУ

подробное и точное изложение этапов программы, призванное сделать предмет занятия узнаваемым. В некотором смысле истории к конкретным занятиям будут представлять собой адаптированный текст экскурсии с целью способствовать формированию новых понятий и представлений до ее начала.

Следует отметить, что каждый из выделенных типов историй может быть разработан для разных возрастных категорий. В педагогической практике социальные истории используются, как правило, только для детей школьного возраста, однако в реалиях музея возрастных границ для их применения практически нет. Но, например, для детей-дошкольников и для взрослых понадобятся разные социальные истории, так как формат и содержание истории во многом определяются возрастными рамками. Наличие особенностей развития и интеллекта не останавливает взросление человека, и информация, которая содержится в социальной истории, всегда должна быть релевантной его возрастной группе.

Данная классификация не является окончательной, а всего лишь резюмирует имеющийся мировой опыт создания историй для музея. В зависимости от цели и выбранной темы, а также профиля, географического положения, архитектурных особенностей, целевой аудитории конкретного музея, могут появляться все новые типы социальных историй, и чем их будет больше, тем большему количеству потенциальных посетителей они смогут быть полезны.

ИЛЛЮСТРАЦИИ К СОЦИАЛЬНОЙ ИСТОРИИ

Ключевой особенностью музейной социальной истории является наличие большого количества иллюстраций, подробно демонстрирующих визуальный ряд, с которым посетителю предстоит столкнуться в музее. При создании истории самое главное значение имеет структура и содержание текста, по сути своей, это небольшое адаптированное литературное произведение, книжка про самого себя или ситуацию, в которой вскоре окажется герой. Иллюстрации являются дополнением к тексту, в ряде случаев их может быть совсем немного или они могут отсутствовать вовсе, когда речь идет о *социальных статьях* (Social Articles) для взрослых [2, С. 386]. Такие статьи также отвечают всем критериям Грей, но используют более сложный, развернутый язык повествования. Однако в контексте визита в музей иллюстрации важны не менее, а иногда даже более, чем сам текст. Наличие хороших иллюстраций делает социальную историю дополнительным *средством визуальной поддержки* для посетителей с ментальными особенностями. У многих людей с аутизмом визуальное восприятие преобладает над аудиальным, поэтому сочетание адаптированного текста и наглядных иллюстраций дает сильный кумулятивный эффект.

При создании социальных историй, как правило, в качестве иллюстраций используются **фотографии** маршрута, ведущего в музей, внутренних помещений, через которые предстоит пройти посетителю, экспозиционных залов, сотрудников, отдельных экспонатов. Если вы используете фотографии сотрудников, но не уверены в том, что именно они встретятся посетителям в музее (например, постоянный ведущий адаптированных программ), а просто хотите продемонстрировать униформу (охрана) или рабочее место сотрудника (смотритель), старайтесь не фокусировать внимание на героях фотографии, избегайте крупных планов. Очень важно отбирать снимки, максимально точно передающие реальные объекты. Использование широкоугольных объективов, искажающих перспективу, или специальных светофильтров, увеличивающих контрастность и изменяющих цветопередачу, нежелательно, так как может сделать изображение для ребенка с аутизмом неузнаваемым, и он не сможет сопоставить его с объектом фотосъемки. Не стоит увлекаться и цифровой обработкой фотографий по той же причине. При проведении фотосессии для социальной истории главной задачей является максимальная реалистичность и узнаваемость полученных фотоизображений.

Правильно должна выбираться и точка съемки — ее необходимо осуществлять в позиции **«из глаз смотрящего»**, то есть именно с той точки, с которой посетителем осуществляется обзор. Несмотря на то что в разном возрасте «вид из глаз» будет располагаться на разной высоте, здесь важен именно обзор в полном объеме, когда даже маленькому ребенку будет понятна вся картинка целиком. Другим допустимым вариантом точки съемки является вид «из-за плеча» главного героя снимка. Такой вариант больше подходит для взрослой аудитории.

Если нам важно **продемонстрировать какое-то действие героя**, например как он показывает на входе вещи в своей сумке охраннику, снимок желательно сделать фронтально, чтобы было хорошо видно, как это происходит.

Если нам важно **сфокусировать внимание читателей** на каком-то конкретном объекте, то он должен занимать $2/3$ площади фотоснимка, а все остальное — $1/3$, чтобы глаз легко выделял этот объект как главный на иллюстрации. Люди с аутизмом часто склонны фокусироваться на деталях и не придавать значения центру композиции, особенно если она перенасыщена предметами. Правильное позиционирование поможет избежать этого.

Если нам нужно **показать какую-то важную деталь**, например как выглядит билет в музей, важно продемонстрировать и как выглядит процедура его покупки. В таком случае необходимо сделать два снимка и расположить их рядом — общий вид на главного героя в кассе и изображение самого билета крупным планом.

Если социальная история посвящена **групповой экскурсии или программе**, то на фотографиях также должна присутствовать группа посетителей. Желательно, чтобы группа была снята общим планом, и лица были не видны, предпочтителен вид со спины или сбоку.



В любом случае сотрудникам музея следует всегда помнить, что необходимо получить согласие присутствующих на фотографиях людей или их законных представителей в случае с несовершеннолетними детьми на публикацию снимков в открытом доступе и на печатной продукции.



Фронтальная иллюстрация
(фото из социальной истории Государственной Третьяковской галереи)



Деталь и общий вид
(фото из социальной истории Государственной Третьяковской галереи)



Правильное позиционирование
важной детали на иллюстрации
(фото из социальной истории Государственной Третьяковской галереи)



*Пример иллюстрации «вид из глаз»
(фото из социальной истории Государственного музея-заповедника «Царицыно»)*



*Пример иллюстрации «из-за плеча»
(фото из социальной истории Государственной Третьяковской галереи)*

Помимо правовых аспектов, следует избегать излишней персонификации героев фотоснимков – человеку с ментальными особенностями проще соотнести себя с обезличенными персонажами схожего с ним возраста, лиц которых не видно, чем с теми иллюстрациями, где явно выделяются черты лица и эмоции героев. У ребенка может не возникнуть никакой ассоциации с таким персонажем.

При фотографировании **пространств музея** важно снимать их так, как они выглядят в часы работы. Они должны отражать реальное положение дел: не следует снимать пустой гардероб или выставочный зал, если там практически всегда есть посетители, это может дезориентировать читателя истории.

Важно **учитывать смену времен года и времени суток**. Если вы снимаете фасад или показываете маршрут до музея, будет хорошо, если они будут показаны в разные сезоны, а также в дневное и ночное время. Эти снимки можно разместить рядом на одной странице и дать соответствующие пояснения.

Если социальная история содержит навигационный компонент и в ней представлены изображения фасада и окрестностей музея, **важно следить за изменениями в ландшафте**. Например, если на фасаде или по дороге в музей начались ремонтные работы и требуется обход этого участка или вход временно осуществляется через другую дверь, нужно отразить эти изменения и в текущей версии социальной истории, которая выложена на сайте музея. Несоответствие реального объекта иллюстрации может вызвать довольно сильную тревожность у посетителей с ментальными особенностями, а в некоторых случаях и привести к отказу от посещения музея. Поэтому важно вовремя отслеживать актуальность информации и изображений, которые вы используете, если ваша социальная история включает маршрут до музея.

Безусловно, цветные реалистичные фотографии являются преимущественным форматом для иллюстрирования музейных социальных историй. Однако есть и другие типы изображений, которые могут быть в них использованы. Например, сотрудница Детского музея Бруклина Бриджит Тушен использовала черно-белые фотографии, мотивируя это тем, что цвета расфокусируют внимание читателей и не позволяют сосредоточиться на их смысловом содержании [16]. Кэрол Грей рекомендует использовать черно-белые фотографии, когда важно обойтись без таких избыточных



*Иллюстрация помещений в часы работы музея
(фото из социальной истории Государственной Третьяковской галереи)*



*Иллюстрации смены времен года и времени суток
(из социальной истории Музея русского импрессионизма)*

характеристик, как цвет, чтобы не отвлекать читателя. Возможно также обводить на фото те объекты, внимание к которым нужно привлечь [2, С. 50]. Поэтому при использовании цветных фотографий желательно избегать слишком ярких и выделяющихся деталей на снимках, так как они могут отвлечь на себя внимание читателя.

Во многом виды иллюстраций зависят от той цели, которую преследуют создатели социальной истории, и для какой аудитории она сделана. Например, для маленьких детей допустимо использование реалистичных рисунков, а для взрослых — пиктограмм, графических изображений и знаков. Допускается использование разных типов иллюстраций внутри одной истории, если это оправдано. Однако использование вымышленных, сказочных героев, которые путешествуют по музею, необходимо избегать: один из критериев социальной истории — это достоверность и употребление выражений в прямом смысле. Людям с ментальными особенностями свойственен буквализм в восприятии информации, поэтому использование вымышленных персонажей в тексте и изображениях снижает возможности для понимания смысла всего повествования.

Иногда социальные истории в музеях делают **в виде комиксов – рисованных историй с подписями**. Такие истории обычно используются для подростковой аудитории, которую привлекает подобного рода литература, и сам этот формат будет мотивировать читателей к ознакомлению с ней. Как правило, социальные истории-комиксы используются для объяснения каких-либо абстрактных понятий, эмоций, состояний. Однако и музеи иногда прибегают к такой форме. Реалистичные, но обезличенные картинки истории-комикса могут способствовать формированию понимания о том, что из себя представляет музей сам по себе и что находится внутри такого здания. Также социальная история в виде комикса будет уместной, если в ней предполагаются некоторые диалоговые сценарии.

Говоря о визуальном ряде, который используется в социальных историях, стоит сказать и несколько слов об инновационных модификациях этого метода, которые используются в контексте музея. В настоящее время можно увидеть **видеоверсии социальных историй** и приложения с их функционалом, иногда включающие игровые элементы. Некоторые музеи используют **технологии виртуальной реальности** или панорамного обзора, добиваясь эффекта максимальной реалистичности при просмотре. Такого рода новейшие технологии обладают огромным потенциалом для посетителей с

ментальными особенностями и помогают достичь максимального эффекта присутствия в музее до его непосредственного посещения. Любые возможности исследовать пространство нового объекта позволяют наилучшим образом подготовиться к его посещению. Однако пока что это единичные, экспериментальные инструменты, в том числе с использованием новейших переносных иммерсивных устройств [10].

В любом случае мультимедийные продукты, которые будут появляться в музеях, несмотря на свой оригинальный визуальный контент, должны содержательно соответствовать все тем же критериям и базовым принципам, которые выделила Кэрол Грей. Повествование должно оставаться достоверным, точным и доброжелательным. Есть некоторые свидетельства того, что использование видеоряда и интерактивных элементов в социальных историях облегчает понимание смысла текста, особенно если речевые навыки детей еще недостаточны для хорошего восприятия последовательного повествования, но внедрение подобных инструментов в музейную практику требует проведения экспериментальных исследований и апробации. Важно понимать, как введение некоторых технических приемов (движущихся по экрану стрелочек, высвечивание отдельных фрагментов экрана, добавление картинок-подсказок в видеоряд, звуковых эффектов, всплывающих текстовых комментариев, эмодзи и пр. элементов) влияет на восприятие содержания человеком с РАС и другими ментальными особенностями. В свою очередь, традиционная статичная социальная история имеет уже довольно долгую историю применения в музеях, и эффект от ее использования ожидаем.

ОФОРМЛЕНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ИСТОРИЙ В МУЗЕЕ

Стоит упомянуть и об оформлении текста в социальных историях. Учитывая, что многие просматривают их непосредственно с экрана, нужно выбирать наиболее удобочитаемые шрифты для цифровых устройств. При чтении с монитора лучше воспринимаются шрифты без засечек, такие как Verdana или Arial. В зависимости от возраста, для которого пишется история, размер шрифта может быть разным: для детей младшего школьного возраста желательно делать подписи крупным кеглем — 16–18. Для подростков и взрослых Кэрол Грей рекомендует использовать шрифт Times New Roman при чтении бумажного варианта, который воспринимается как более «солидный», предназначенный для взрослых. Шрифт должен быть контрастным по отношению к фону, оптимально — черный шрифт на белом фоне.

В макете социальной истории желательно избегать любых лишних деталей: рамок, вензелей, виньеток и пр. Чем более строгий и лаконичный дизайн вы выберете, тем лучше будет воспринято ее содержание читателем.

Как правило, социальная история для музея макетируется на листах формата А4, расположенных вертикально или горизонтально. Иллюстрации занимают большую часть листа, чтобы были видны детали. Текст может быть расположен как над, так и под картинкой, главное, чтобы иллюстрация соответствовала и раскрывала его содержание. На одной странице не должно быть много предложений, желательно от одного до четырех. Название истории лучше вынести на отдельный лист, сделать обложку. На самом последнем листе может быть добавлена полезная справочная информация о музее (адрес, часы работы музея, рекомендуемые часы для посещения, адрес сайта и т. п.).

Приступая к созданию социальной истории, сотрудникам музея важно помнить, что помимо вклада в инклюзивную культуру и практику своей организации, повышения ее доступности, наличие такого инструмента предоставляет им массу преимуществ в работе с посетителями. Хорошо продуманная социальная история, которой было уделено достаточное внимание, снижает потенциальные риски непредвиденных ситуаций в самом музее. Кроме того, она способствует повышению информированности потенциальной целевой аудитории и рассказывает о том, чем может быть для них интересен музей. В некотором смысле хорошая социальная история является презентацией, визитной карточкой того, каким безопасным, открытым и интересным может быть музей для посетителей, которые не так часто в силу различных причин бывают в таких местах. От того, насколько качественно сделана история, во многом будет зависеть и желание посетить музей.

Социальная история также сильно упростит сотрудникам музея коммуникацию с потенциальными посетителями с ментальными особенностями. Вся самая важная информация для предварительного ознакомления уже будет содержаться внутри нее. Если сотрудники музея предоставили посетителям историю заранее, то и их сопровождающие, и экскурсовод могут быть уверены, что неприятных сюрпризов, связанных с недостатком информированности, с большой вероятностью удастся избежать. Таким образом, социальная история — это еще и важный коммуникационный инструмент на этапе предварительной подготовки.

К сожалению, довольно часто складывается практика, что качественная социальная история, соответствующая всем критериям, размещенная на сайте музея, остается незадействованной большинством целевой аудитории. С одной стороны, далеко не все знают, где ее можно найти — довольно часто она размещена в одном из разделов сайта, куда потенциальные читатели могут и не попасть. С другой — не все знают, как ими пользоваться и для чего они нужны.

Продвижение, популяризация и распространение социальной истории — важная часть работы музея, после того как сам текст с иллюстрациями будет готов. Недостаточно просто разместить социальную историю в одном из разделов сайта, посвященных доступности музея, и опубликовать новость об этом.

Оптимальным местом для истории служит раздел *«Для посетителей»*, где ее сможет увидеть и прочитать гораздо больше людей, которым она может быть полезна.

Наилучший формат для размещения — это файл, который можно редактировать в одной из популярных программ для презентаций (как правило, это PowerPoint, расширение PPTX). Готовая история никогда не будет соответствовать потребностям конкретного читателя полностью, и в большинстве случаев понадобится ее индивидуализировать. Открывая возможность скачивания файла в редактируемом формате, музей позволяет посетителям, например родителям ребенка с аутизмом, скорректировать или дополнить необходимую информацию и акцентировать внимание на важных деталях с учетом особенностей, которые известны только им. Также на сайте желательно опубликовать и файл, пригодный для печати в готовом виде (расширение PDF). Кроме того, рядом с самой историей желательно поместить инструкцию или видеоролик о том, как ее рекомендуется использовать.

Если у музея есть сформированная база постоянных посетителей с особыми потребностями, их семей, общественных организаций, фондов, образовательных учреждений и т. п., можно сделать рассылку о появлении такого инструмента в музее. Это продемонстрирует ваше серьезное отношение к инклюзивной работе и проинформирует о тех видах активностей, которые существуют в музее для посетителей с ментальными особенностями.


Важно обратить внимание на название файла, который будет доступен на сайте для чтения или распространяться по электронной почте. Он должен полностью совпадать с названием социальной истории, чтобы при сохранении файла у пользователей не вызывало затруднений найти его впоследствии. Также критичен размер файла — если он слишком большой (более 10 Мб), лучше отправлять историю читателям в виде ссылки на облачное хранилище или на сайт музея, а не прикреплять его в виде вложения.


Иногда у музея есть ресурсы для изготовления социальной истории в печатном виде и размещения ее в непосредственной близости от входа в музей на стойке информации. Несмотря на то что таким образом она не всегда будет попадать в руки непосредственной целевой аудитории, ей смогут воспользоваться и другие группы посетителей, которым по разным причинам требуется справочная информация о музее в упрощенном виде. Если музей с предварительной ознакомительной встречей посещают педагоги образовательных учреждений, которые планируют привести группу на экскурсию, или родители, которые хотят прийти затем всей семьей на выставку, печатный вариант социальной истории будет для них хорошим ориентиром. Необязательно использовать дорогостоящую полиграфию: само наличие наглядного пособия в удобном для восприятия виде говорит о дружелюбном отношении музея к различным категориям посетителей. Такой жест будет способствовать установлению коммуникации уже на этапе подготовки к посещению.


В обязательном порядке стоит высылать социальную историю вместе с инструкцией по ее применению тем экскурсионным группам или индивидуальным посетителям, которые сами сообщили о своем желании посетить музей или записались на программу.

Обратите внимание, что в письме можно выслать помимо социальной истории всю дополнительную информацию, которая отвечает конкретному запросу: о часах и днях наименьшей загруженности в музее, ссылки на фотогалерею с основными опорными объектами экскурсии и видеоролики данной экспозиции, планы, карты (такие как Google Maps, Яндекс.Карты), виртуальные туры и т. п. Возможно, ваш музей уже создал какие-то специальные средства визуальной поддержки — сенсорную карту, визуальное расписание, адаптированные правила поведения и т. п. Все те ресурсы, которые помогут посетителю в процессе подготовки, могут быть высланы в письме с содержательными комментариями по использованию. Все технологии, которые помогут создать целостный визуальный образ, могут оказаться полезными для посетителей с ментальными особенностями.

Ознакомление с социальной историей важно выполнять по определенному алгоритму, который будет изложен в следующей главе. Также в сопроводительной инструкции можно указать те преимущества, которые могут побудить читателей и их семьи воспользоваться историей:

 Точная, подробная и достоверная информация о музее даст возможность принять окончательное решение о посещении. Из истории можно узнать о специфике и особенностях музея и его пространствах «изнутри».

 История содержит в себе стратегии поведения в тех случаях, которые могут вызвать затруднения, особенно при первом посещении данного объекта.

 Овладение полной и актуальной информацией о незнакомом месте, изложенной в позитивном ключе, придает уверенность в том, что все пройдет хорошо.



Для взрослых людей знакомство с социальной историей и тщательное изучение информации и различных социальных стратегий, изложенных в ней, может стать стимулом для самостоятельного посещения музея.

Этот список преимуществ может быть дополнен в зависимости от конкретного содержания истории. Главная его задача — мотивировать воспользоваться ей и впоследствии посетить сам музей.

Если у музея есть несколько вариантов истории для разных возрастов, стоит присылать оба варианта. Даже если биологический возраст посетителей известен, сложно судить заранее об уровне их функционирования и о том, какой текст им больше подойдет. Поэтому чем больше вариантов вы предоставите, тем выше вероятность того, что история подойдет конкретному читателю.

В заключение стоит сказать, что все усилия сотрудников музея по распространению и популяризации социальной истории среди целевой аудитории будут иметь смысл только тогда, когда они будут уверены, что текст истории создан в полном соответствии с критериями авторов метода. Важно помнить, что основа социальной истории — это правильно составленный и написанный текст. Именно от него будет зависеть, насколько успешно пойдет первое, пока еще заочное, знакомство с музеем и усвоена важная информация. Текст — основа социальной истории и требует самого пристального внимания к его написанию.

ГЛАВА 3. АЛГОРИТМ ПО СОЗДАНИЮ СОЦИАЛЬНОЙ ИСТОРИИ ДЛЯ МУЗЕЯ С ОПОРОЙ НА 10 КРИТЕРИЕВ КЭРОЛ ГРЕЙ

Посещение музея всегда связано с получением нового опыта, общением с незнакомыми людьми, знакомством с новым пространством. Для людей с ментальными особенностями все это может представлять определенные сложности, так как они не всегда могут до конца понять цель мероприятия и не представляют, что же конкретно им предстоит. Как было сказано выше, социальная история призвана предоставить человеку точную информацию об этом. Поэтому авторам истории нужно простроить содержание, формат и интонацию повествования таким образом, чтобы описанная ситуация была узнаваемой, понятной, а также физически, социально и эмоционально безопасной [2].

В 2018 году последняя редакция книги Кэрол Грей была издана на русском языке, где подробно изложено руководство по созданию социальных историй. Оно включает в себя 10 критериев версии «10.2», которые должны быть учтены при написании текста. Также книга содержит в себе множество примеров готовых социальных историй, которые могут служить стилистическим образцом для написания вашего текста. Для Кэрол написание истории — это процесс создания литературного произведения, со своими канонами и лингвистическими приемами. Выверенное десятилетиями практики руководство состоит из очень подробного и скрупулезного изложения обязательных принципов, точное соблюдение которых приводит к появлению подлинной социальной истории. Рассмотрим применение 10 критериев Кэрол Грей в контексте создания истории для музея. Важно сказать, что метод Кэрол Грей — сугубо индивидуальный. Он предполагает максимальный учет трудностей конкретного ребенка при попадании в ту или иную ситуацию или при освоении какого-либо навыка, наблюдение, сбор данных, анализ причин затруднений и т. д. Однако, когда сотрудники музея пишут социальную историю, невозможно сделать ее персонализированной, она всегда будет ориентирована на абстрактного посетителя. В своей книге автор приводит большое количество социальных историй собственного сочинения, которые она предлагает использовать в модифицированном виде для нужд читателя, попавшего в подобную же ситуацию, изменив текст под его личностные особенности. Чтобы сделать модификацию несложной, Кэрол предлагает максимально подробные версии социальных историй, которые могут быть в каждом конкретном случае упрощены или сокращены.

По этому же пути следует пойти и вам — создавать максимально подробные социальные истории с обязательной возможностью и рекомендациями по их изменению и дальнейшему применению.

КРИТЕРИЙ 1. ЦЕЛЬ / THE GOAL⁴

Кэрол Грей подчеркивает важность понимания цели, лежащей в основе создания социальной истории.

И эта цель может быть только одной — предоставление достоверной информации читателю в понятной и безопасной форме [2, С. 30].

Социальная история не модифицирует поведение — она информирует и способствует правильному пониманию тех или иных аспектов определенной социальной ситуации. Осознание этого фундаментального положения требует от авторов определенного рода исследовательской работы. Она даст им ответ на вопрос о том, каковы могут быть причины негативных эмоций или нежелательного поведения посетителей в стенах музея, что может помочь исправить такую ситуацию и как это в наилучшем виде донести до читателей. И для этого нужно, прежде всего, исследовать саму целевую аудиторию.

КРИТЕРИЙ 2. СБОР ДАННЫХ / TWO-STEP DISCOVERY

Пожалуй, наиболее важный и сложный в соблюдении критерий в контексте музея. Этот этап предполагает сбор всесторонней информации об аудитории, для которой она создается.

Анализ этих данных позволит правильно задать тему истории, отобрать для повествования именно ту информацию, которая необходима.

Суть этой работы в том, что автор должен понять, как именно воспринимает ту или иную ситуацию человек с принципиально иным способом восприятия окружающего мира. И только на основании этого понимания дать такому посетителю необходимую информацию, которая поможет ему сориентироваться и не испытывать дискомфорт в данной ситуации.


⁴ Прим. ред.: названия критериев в данном сборнике представлены в переводе автора-составителя, а также в оригинале книги Кэрол Грей на английском языке.

Кэрол Грей уделяет большое внимание процедуре сбора данных. Ведь наши изначальные предположения о том, что является затруднительным для человека в музее, могут оказаться ошибочными, и писать историю придется совсем не о том, о чем мы собирались. Например, автор истории, думая о пространстве своего музея, полагает, что наиболее существенным препятствием будет сложная навигация внутри здания, и составляет подробное описание маршрута, включающее все помещения и залы, а также переходы между ними. В свою очередь, существующие в этом музее адаптированные программы, которые обычно посещают посетители с ментальными особенностями, составлены таким образом, что включают в себя посещение только двух залов и мастерской. При этом они всегда находятся в сопровождении педагога и не испытывают сложностей с навигацией, но при этом крайне негативно воспринимают многолюдный холл при входе в музей, где находится гардероб. Анализ этих данных даст нам понимание того, что в нашей истории мы должны рассказать, например, о существовании другого входа в музей, где, как правило, не бывает много людей и есть еще один гардероб. Эта деталь важна с точки зрения сенсорной, физической и эмоциональной безопасности посетителей.


При всей важности и значимости сбора данных для сотрудников музея данный критерий будет представлять и самую большую сложность. Дело в том, что в условиях школы или коррекционного центра педагоги создают социальную историю под конкретного ученика, всесторонне сотрудничая с его командой (родителями, учителями и другими специалистами). У автора истории складывается полная картина об ученике и причинах его затруднений. В то же время сотрудники музея в подавляющем большинстве случаев пишут социальную историю сразу в расчете на широкую категорию посетителей. Родители или педагоги, работающие с ребенком, могут впоследствии ее видоизменить и индивидуализировать, но необходима основа, которая составляет содержание этой истории.


Основной ошибкой, которую делают авторы социальных историй для музейщиков, — это предположение о том, что сложности во всех музеях у посетителей с РАС и другими особенностями примерно схожи и можно воспользоваться уже существующей историей другого музея, поменяв лишь картинки и фактологию, чтобы получить готовый инструмент.


Однако это очень поверхностный и неверный подход к созданию социальных историй. Ее написанию обязательно должно предшествовать небольшое исследование. Даже если ваш музей только начинает инклюзивную работу, вам понадобится практический опыт нескольких посетителей, чтобы вы могли понять, в каком ключе будет создаваться будущая социальная история. Начните с того, что пригласите представителей целевой аудитории на пробное посещение, если они еще никогда не были в вашем музее. Вам нужны будут не умозрительные, а эмпирические данные. Нужно отказаться от всех первоначальных допущений и предположений и определить, как именно воспринимают ситуацию посещения музея люди с ментальными особенностями [2, С. 38].


 Соберите подробную статистическую информацию в отделе работы с посетителями о количественном и возрастном составе посетителей с ментальными особенностями, которые бывают в вашем музее.

 Поговорите с коллегами, отвечающими за работу с аудиторией.

 Какова предпочтительная форма посещения — индивидуальная или групповая?

 Поговорите с педагогами и экскурсоводами, которые ведут специализированные занятия, с техническим персоналом, охранниками, смотрителями, расспросите их о сложных или нестандартных ситуациях, которые происходили во время визитов этой категории посетителей в музей.

 Обязательно побеседуйте с родителями, представителями благотворительных фондов и НКО, учителями, которые приводят детей в музей, о том, что вызывает наибольшие сложности у их подопечных.

 Привлеките экспертов, взрослых людей с РАС, чтобы они, посетив ваш музей, обозначили проблемные места.

С Хорошо, если в музее налажено анкетирование для посетителей с особыми потребностями и их сопровождающих и у вас уже есть некий массив данных о возникающих у них в музее сложностях. Важно получать обратную связь и не бояться слышать критику. Чтобы избежать появления только предвзятых или сугубо положительных отзывов, так как многие семьи рады самой возможности бывать в музеях и предпочитают говорить только о позитивных сторонах такой практики, продумайте получение обратной связи в комфортной и анонимной форме. Рассылайте опросники в электронном виде (например, Google Forms), напишите в преамбуле, что вам очень важно услышать о недостатках существующих программ, что позволит усовершенствовать их в дальнейшем. С одной стороны, это поможет улучшить инклюзивную работу музея, а с другой, если сложности, возникающие у посетителей в музее, объективны и неустранимы (например, любой человек может заблудиться и потеряться в большом здании) — предложить в социальной истории возможные стратегии выхода из затруднительных ситуаций.

С Обязательно используйте прямое наблюдение, участвуйте в специализированных занятиях и экскурсиях, сопровождайте индивидуальных посетителей по договоренности с ними, обращайтесь внимание на то, что остается не до конца понятным. Попробуйте сами пройти по предложенному маршруту, воспользовавшись навигационными знаками, путеводителем и визуальными опорами, как это делает посетитель с ментальными особенностями, придя в музей.

Особенно заостряйте внимание на том, что неоднократно вызывает затруднения у разных людей, тревожность, вспышки нежелательного поведения в одном и том же месте. Возможно, это какая-то сенсорно перегруженная зона в музее или чрезмерно сложные задания, или слишком длинная по времени экскурсия. Подобный «аудит» окажется полезен задолго до того, как вы приступите к написанию истории. Вы можете прийти к выводу, что прежде всего следует скорректировать сами программы, добавить средства визуальной поддержки, изменить маршруты передвижений по музею, провести тренинги для сотрудников и т. п., и тогда многие трудности будут устранены альтернативным способом. Только собрав достаточно данных, можно будет понять, какой должна быть тема вашей истории (или вы поймете, что у вас есть несколько тем, и понадобится серия историй).

Например, если ваш музей небольшой, но людям часто сложно его найти, тема первой истории будет звучать так: **«Как пройти от метро до музея»**. Именно сбор данных показал, что больше всего затруднений вызывает запутанный маршрут, и это препятствие невозможно устранить по объективным причинам. Постарайтесь дать как можно более подробную информацию по навигации, с использованием актуальных и информативных фотографий.

Если ваш музей посещают преимущественно школьные экскурсионные группы, то первая социальная история будет посвящена именно групповому посещению для данной возрастной категории. В такой истории нет необходимости рассказывать о процедуре покупки билета, так как дети в экскурсионных группах, как правило, с этим не сталкиваются, но необходимо рассказать о деталях группового посещения: почему важно держаться вместе, следовать за экскурсоводом и что будет происходить в процессе музейного занятия.

Если ваш музей активно посещают представители разных возрастных категорий, популярны как групповые, так и индивидуальные и семейные визиты, есть много разных программ и услуг для посетителей с особыми потребностями, стоит задуматься о серии историй, но начать нужно будет с обзорной и максимально подробной социальной истории, темой которой станет посещение музея в целом. В ней должны будут быть перечислены основные сложности в навигации и ориентировании внутри помещения, особенности передвижения в пространстве музея, основные правила, типичные социальные ситуации, которые могут возникнуть.

Только тщательный сбор данных предоставит нам информацию о корректной теме для истории. Не стоит пренебрегать исследованием вашего музея до начала работы над текстом. Очень часто об этом забывают или приступают к нему уже в процессе написания истории. Кэрл Грей подчеркивает исключительную важность критерия 2: «Сделай это правильно, и история напишется сама собой». [2, С. 40]

КРИТЕРИЙ 3. ТРИ ЧАСТИ И НАЗВАНИЕ / THREE PARTS AND A TITLE

Социальная история должна обязательно иметь название и четкую структуру: состоять из *введения, основной части и заключения*.

История представляет собой небольшое литературное произведение, где информация организуется таким образом, чтобы раскрыть выбранную тему и последовательно изложить мысли: вступление ее очерчивает, основная часть содержит дополнительные детали, а в заключении информация закрепляется и обобщается⁵.

Таким образом, история должна состоять минимум из трех предложений, за исключением названия. Люди с ментальными особенностями имеют известные сложности с восприятием текстуальной информации, поэтому четкое упорядочивание имеет существенное значение при составлении истории. Обязательно удостоверьтесь, что составленная вами история будет соответствовать своему названию и удерживать предложенную автором метода структуру.

Приведем пример истории для дошкольников, которые только начинают знакомиться с понятием «музей»:

Название: «Что такое музей?»

Введение: Музей — это большое здание.

Основная часть: Люди приходят сюда, чтобы увидеть красивые и интересные вещи. Эти вещи называются «экспонаты». Экспонаты — это картины, скульптура, мебель, оружие, музыкальные инструменты и многие другие вещи. Во всех музеях экспонаты разные.

Заключение: Музей — это большое здание, куда люди приходят посмотреть на разные экспонаты.

⁵ Там же, С. 41.

КРИТЕРИЙ 4. ФОРМАТ / FOURMAT

Этот критерий, так же как и критерий 2, будет вызывать определенные сложности у специалистов музея, так как он тоже тесно связан с индивидуализацией истории под потребности конкретного читателя. Как уже было сказано, прежде чем начать писать историю, стоит четко представлять себе ту целевую аудиторию, для которой вы это делаете. Сбор данных позволит вам представить портрет типичного посетителя вашего музея и определиться с форматом истории.

Формат включает в себя особенности оформления текста и иллюстраций, расположение текста на странице, размер шрифта и т. д.

При определении *формата* истории нужно ориентироваться на возраст и возможности читателей: чем младше дети, тем проще должны быть использованные предложения, а иллюстрации — подробнее и конкретнее (фотографии).

Для детей дошкольного возраста в истории рекомендуется использовать от трех до двенадцати предложений [2, С. 45]. Причем написать историю для детей сложнее, чем для взрослых — рекомендуется использовать только простые предложения без знаков пунктуации. Если это вызывает сложность, Кэрол Грей советует сначала написать полноценную историю, а затем сокращать и редактировать ее до тех пор, пока она не получится нужного формата.

ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ФОРМАТА ИСТОРИЙ ДЛЯ МАЛЕНЬКИХ ДЕТЕЙ ИЛИ ЛЮДЕЙ С ВЫРАЖЕННЫМИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫМИ НАРУШЕНИЯМИ МОГУТ ПРИГОДИТЬСЯ ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ EASY READ [5]:

- Одно предложение содержит только одну идею.
- Используйте только простые предложения, по возможности без знаков пунктуации.
- Не используйте сокращения и аббревиатуры.
- Используйте преимущественно глаголы в активном залоге.
- Располагайте только одно предложение на странице.
- Делайте выравнивание текста по левому краю.
- Используйте широкие поля.
- Используйте как минимум полуторные межстрочные интервалы.
- Используйте шрифт без засечек (например, Arial) размером не менее 16 кегля.
- Числительные обозначайте цифрами (не «восемь», а «8»).
- Нумеруйте страницы внизу справа.
- Используйте увеличенные пробелы между словами.
- Не обводите текст в рамку.
- Не используйте переносы в словах.
- Выделяйте заголовки цветным или полужирным шрифтом.
- Не используйте подчеркивания или курсив, для выделения используйте полужирный шрифт.
- Не пишите слова целиком заглавными буквами.
- Убедитесь в том, что во всем документе использовано единое форматирование текста.

Учет данных принципов поможет в организации формата социальной истории для маленьких детей и людей с выраженными интеллектуальными нарушениями.

Если выбранная вами тема слишком сложна для восприятия и не может быть уложена в короткий текст, содержащий не более двенадцати предложений, есть смысл создать несколько коротких историй, которые в совокупности раскроют ее.

В случае когда ваш музей рассчитан на детскую аудиторию, но имеет большой объем, не стоит в одной истории описывать все залы и особенности экспозиционного пространства. Возможно, стоит создать несколько тематических историй, каждая из которых будет рассказывать об отдельных зонах, которые можно посетить за один визит.

Если вы делаете историю, рассчитанную на подростков или взрослых людей, то можно использовать уже более длинный текст и более сложные предложения. Однако, поскольку музейная история делается в расчете на широкий круг читателей, с разными особенностями развития и восприятия, приверженность принципам Easy Read желательно сохранять и для взрослой аудитории, чтобы максимально сохранить доступность вашего текста.

Кэрол Грей также обращает внимание на такие принципы форматирования истории, как *повторы, ритм и рифмы*. По ее мнению, такие литературные приемы могут быть крайне полезны для читателей как элементы создания упорядоченной, предсказуемой среды, куда мы все время вносим новую информацию, и тем самым облегчить ее восприятие.

Например, мы можем написать такое предложение:

В художественном музее я могу рассматривать картины, рисунки, скульптуры, инсталляции.

Но лучше, если вы напишите это отдельными предложениями с использованием приема повтора.

В художественном музее я могу рассматривать картины.

Я могу рассматривать скульптуры.

Я могу рассматривать рисунки.

Я могу рассматривать инсталляции.

Использование в социальных историях рифмы встречается крайне редко, особенно в контексте музея. Но если вам удастся придумать интересные рифмованные строчки, раскрывающие выбранную тему, и при этом не утратить смысловую доступность текста, это может стать удачным приемом, особенно для детской аудитории.

*Есть музей технический,
Есть биологический,
Есть музей игрушек
И лесных зверюшек.
И музей одежды,
Что носили прежде,
Есть ещё и боевой,
Весь пропитанный войной.
Все они для нас важны,
Все они для нас нужны!⁶*

В предыдущей главе было много сказано о важности и специфике использования в музейной истории *иллюстраций*. Это важная часть формата истории, в котором она будет преподноситься читателю. Как уже было сказано, основной вид иллюстрирования социальной истории — это фотографии. Они максимально понятны и реалистичны, а также наглядно раскрывают содержание текста. Поэтому, помимо уже предложенных выше рекомендаций по отбору фотоснимков, всегда задавайтесь вопросом: помогает ли данная фотография сделать содержание написанного предложения более понятным или же, наоборот, может его исказить? Правильно сделанные и отобранные иллюстрации должны усиливать доступность изложенного нами текста.

⁶ Прим. автора-сост.: данное стихотворение взято из сети Интернет, автор неизвестен.

КРИТЕРИЙ 5.

СТИЛЬ И ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА / FIVE FACTORS DEFINE VOICE AND VOCABULARY

Все предыдущие пункты представляли собой важные подготовительные и организационные средства, которые определяют направление для создания истории. С критерия 5 начинаются рекомендации, касающиеся непосредственно семантических и лингвистических приемов при написании текста.

К. Грей дает пять четких указаний по выбору стиля и лексических средств при составлении истории:

- Повествование ведется от первого или третьего лица.
- Интонация должна быть доброжелательной и ободряющей.
- Повествование ведется в настоящем, прошедшем и будущем времени.
- Слова и выражения используются в прямом значении.
- Слова и выражения точно и однозначно передают смысл текстов [2, С. 52].

Соблюдение этих пяти факторов позволяет создавать тексты в поддерживающем и уважительном по отношению к читателю ключе. Эта доброжелательная и безопасная для читателя интонация крайне важна для Кэрол Грей и является одной из отличительных черт данного метода от других социальных нарративов.

Фактор 1. Очень важно отличать метод социальных историй от простых инструкций. Именно поэтому повествование никогда не ведется от второго лица, что сразу придает тексту директивный характер. При этом в одной истории могут быть использованы предложения с использованием и первого, и третьего лица. Здесь очень важно соблюдать баланс и не допускать никаких предположений, если мы пишем истории от первого лица. Например, фраза: «Я очень люблю ходить в музей», однозначно не будет соответствовать действительности, в случае когда мы не знаем мысли и чувства всех наших потенциальных посетителей (однако такая фраза может быть использована, если историю пишет родитель и он хорошо знает своего ребенка и его интересы). Корректнее будет преподнести эту информацию от третьего лица:

«Многие люди любят посещать музеи».

Также при написании истории можно руководствоваться возрастом ребенка: чем он младше, тем больше предложений от первого лица будет в истории. Чем старше ребенок, тем больше там будет пояснений и, соответственно, использований третьего лица.

Фактор 2. Важно учитывать, что доброжелательная интонация социальной истории должна сохраняться в любом случае, даже когда речь идет о проблемных ситуациях, характерных для посетителей с аутизмом. Поэтому использование первого лица недопустимо, когда речь касается нежелательного поведения. Автор может описать его в целом, не указывая на читателя напрямую. Нельзя написать: «Мне сложно стоять и ждать своей очереди». Вместо этого лучше писать: «Многим людям сложно стоять и ждать своей очереди». Здесь важно дать информацию, которая поможет читателю вести себя более эффективно:

«Многим людям сложно стоять и ждать своей очереди. Если стоять спокойно, всем людям в очереди ждать будет легче».

Фактор 3. Иногда социальные истории могут апеллировать к опыту человека в прошлом, чтобы подсказать взаимосвязь между разными событиями. Поскольку в контексте музея мы не можем знать о тех ситуациях, которые уже были в жизни читателей, то в основном мы будем описывать все события в настоящем и будущем времени. Однако если мы делаем цикл занятий и сопровождаем их историями, то в них мы сможем сделать отсылку к прошлому опыту читателей, как в данном фрагменте:

*Скоро мы поедem в музей на занятие о весне.
Весна — это время года. Всего есть 4 времени года. Они сменяют друг друга: осень, зима, весна, лето.
Мы уже приезжали в музей раньше на занятия о временах года. У нас было занятие об осени. У нас было занятие о зиме. Скоро мы поедem на занятие о весне.*

Фактор 4. Важно использовать в социальной истории только слова в прямом значении, так как многие люди с аутизмом и ментальными особенностями не всегда понимают скрытый или переносный смысл. Использование гипербол, сравнений и прочих выразительных лексических средств в истории не допускается. Также не следует использовать устойчивые словосочетания, пословицы и поговорки. Необходимо выбирать только слова и фразы, которые не имеют двойного толкования. Кэрол Грей допускает использование метафор и аналогий, если читателю понятен их смысл, но в музейной истории лучше избегать и их, поскольку речевые способности наших читателей нам неизвестны.

Фактор 5. Автор социальной истории должен использовать лексику, максимально точно передающую заложенный в ней смысл. В социальной истории желательно избегать слов с отрицательным значением и использование частицы «не». История должна вызывать положительные эмоции и давать эффективные стратегии поведения, а не описывать отрицательный опыт. Вместо предложения: «В музее я не буду трогать картины и заходить за ограждения», лучше использовать:

«В музее я могу рассматривать картины с безопасного расстояния. В этом помогают специальные ограждения».

Стоит избегать слов с двояким или неоднозначным толкованием, таких как «получить аудиогид», если аудиогид дается в аренду за определенную плату. Посетитель может воспринять слово «получить» буквально, то есть забрать в свое пользование навсегда и без оплаты. Поэтому процедуру приобретения аудиоида стоит описать более конкретно:

«Здесь я могу на время взять аудиогид. Это стоит 200 рублей».

Любые слова, которые могут быть восприняты читателем слишком эмоционально, вызвать тревожность или показаться подозрительными, должны быть заменены на более нейтральные и безопасные. Например, не стоит писать в истории про последнюю выставку, имея в виду только что закончившуюся предыдущую. Такая фраза может быть воспринята читателем как последняя выставка в истории музея вообще.

КРИТЕРИЙ 6. ШЕСТЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ СЮЖЕТА СОЦИАЛЬНОЙ ИСТОРИИ / SIX QUESTIONS GUIDE STORY DEVELOPMENT

Содержание социальной истории должно отвечать на **шесть вопросов**, что позволяет точно изложить последовательность событий:

1. Местоположение (где? куда?).
2. Время (когда?).
3. Люди, имеющие отношение к сюжету (кто?).
4. Важные детали (что?).
5. Как именно проявляются основные виды деятельности или проявляется поведение (как?).
6. Причины или мотивация, обосновывающие необходимость деятельности или поведения (почему?) [2, С. 59].

Эти вопросы важны для развития сюжета в правильном направлении, которое сделает историю действительно полезной для читателя. Они позволяют не упустить в тексте ту информацию, которая кажется очевидной и не требующей упоминания, но необходимой с точки зрения полноты и достоверности. В одном предложении могут содержаться ответы сразу на несколько вопросов, позволяя сделать описание экономичным и не использовать много лишних фраз. Эти вопросы помогают всего лишь в нескольких словах объяснить, кто участвует в ситуации, где и когда она имеет место быть, что именно происходит, каким образом и почему.

Особое внимание нужно уделить вопросу **«почему?»**, так как именно он объясняет посетителю целесообразность тех или иных действий в музее.

Уже на этапе сбора данных мы можем понять, стоит ли объяснять в социальной истории, почему человеку нужно простоять долгое время в очереди на вход, или важнее дать информацию о наилучших часах и днях для посещения и объяснить, что в это время в музее меньше всего посетителей и визит пройдет для него комфортнее. Всегда давайте простой и четкий ответ на вопрос, почему посетитель должен совершать то или иное действие в вашей истории. Для этого вам придется сначала ответить на этот вопрос самим себе. Главное — ответить на вопрос: **«Почему я хочу посетить этот музей?»**

Рассмотрим социальную историю, написанную самой Кэрол Грей, где можно наглядно увидеть предложения, отвечающие на основные вопросы, и как это помогает выстроить повествование.

Нужно держаться вместе, чтобы не потеряться [2, С. 136]

Я (*кто?*) иду в музей (*куда?*) вместе с моей семьей.

Музей (*что?*) — это очень большое здание.

Держаться вместе в больших зданиях (*что?*) — это разумно и безопасно (*как?*).

Чаще всего «держаться вместе» (*что?*) означает «находиться близко друг к другу» (*как?*).

Я (*кто?*) иду в музей (*куда?*) вместе с моей семьей.

Мы постараемся держаться вместе, потому что это разумно и безопасно (*почему?*).

Ответы на вопросы помогают нам создать структуру текста и начать последовательное изложение.

КРИТЕРИЙ 7. СЕМЬ ТИПОВ ПРЕДЛОЖЕНИЙ / SEVEN TYPES OF SOCIAL STORY SENTENCES

Основу создания социальной истории составляют два типа предложений, выделенных Кэрол Грей: **описательные и направляющие** [2, С. 63].

Описательные предложения содержат только достоверную информацию о фактах внешнего или внутреннего мира, в том числе и неочевидные (мысли, чувства, культурные нормы и т. п.).

Приведем примеры.

Доступные для наблюдения факты окружающей действительности:

В музее можно увидеть разные картины, мебель, вещи.

Важно отметить, что предложение: «Скоро я пойду в музей», тоже является описательным, поскольку описывает достоверный факт, который произойдет в будущем времени. Такого типа предложения не направляют поведение читателя — они всего лишь констатируют, что в будущем произойдет нечто запланированное. Если читатель уже знакомится с историей, это означает, что решение о визите в музей принято и является фактом. Когда же речь в истории идет о возможном выборе поведенческой стратегии, предложения будут строиться иначе.

Информация о культурных нормах, знаниях, мыслях, чувствах, личностных качествах, самочувствии и т. п. других людей:

Смотрители знают, как помочь посетителям найти нужный зал.

Иногда описательные предложения можно применять для усиления важных утверждений:

*Я со своей семьей иду в музей и постараюсь быть всегда рядом с родителями. **Находиться рядом с семьей очень, очень важно для безопасности.***

В некоторых ситуациях целесообразно использовать фразу «это нормально». Она обычно следует за описанием неожиданной, нежелательной или некомфортной ситуации. Эта фраза означает, что даже если ситуация оказывается иной, чем ожидает человек, она должна произойти или произойдет в определенном виде или определенным способом, и даже если ситуация может быть неожиданной, нежелательной и некомфортной — она безопасна [2, С. 414].

*Иногда в кассе может быть очередь и придется ждать. **Это нормально.***

Направляющие предложения мягко направляют поведение читателя за счет описания эффективных реакций читателя или его окружения. Допустимо применение трех типов направляющих предложений.

С Предложения, в которых описаны ожидаемые желательные реакции в той или иной ситуации:

В художественном музее я могу рассматривать картины или скульптуры.

Если я устану, я могу присесть на скамейку.

С Предложения, которые задают направление действиям родителей или сотрудников, призванным оказать помощь читателю:

В музее есть люди, которые могут мне помочь найти кассы, гардероб, выход, кафе, дорогу.

С Самонаправляющие предложения, которые составляет сам читатель в процессе обсуждения прочитанного. Такие предложения помогают обобщить содержание истории:

В музее много залов. Я могу _____ (посмотреть все или часть из них).

Умение составлять оба типа предложений — ключевое при написании социальной истории. Помимо содержания, они также должны соответствовать всем основным критериям и отражать цель истории: дать читателю полную и достоверную информацию и мягко направить его в сторону эффективных стратегий поведения.

КРИТЕРИЙ 8. ФОРМУЛА УСПЕХА / A GR-EIGHT FORMULA

Ключевой особенностью при написании социальной истории является соотношение описательных и направляющих предложений. Правильная история всегда больше описывает, чем наставляет. Кэрол Грей предлагает оптимальное соотношение разных типов предложений, которое поможет обеспечить терпеливое и поддерживающее отношение к читателю.

Предлагаемая формула социальной истории выглядит следующим образом [2, С. 67]:

$$\frac{\text{Число описательных предложений}}{\text{Число направляющих предложений}} \geq 2$$

Простой подсчет количества описательных и направляющих предложений и подстановка этих чисел в формулу дают частное, которое должно быть больше или равно двум. Причем соотношение в сторону описания может быть сколь угодно большим: иногда направляющих предложений в социальной истории может не быть вовсе. В контексте музея такая описательная социальная история приближается к формату адаптированного путеводителя по экспозиции. Например, в истории, рассказывающей о специфике музейной коллекции, тематике экспозиции, может быть только описание и объяснение сложных для восприятия понятий. Если в истории отсутствуют направляющие предложения, в знаменателе формулы нужно поставить 1.

Однако специфика социальных историй для музея часто такова, что требует довольно большого количества направляющих предложений, поэтому коэффициент, которым принято называть полученное частное, будет близок или равен двум.



Необходимо следить за тем, чтобы коэффициент не превышал **2**, что превратит историю в директивную инструкцию, и ее нельзя будет назвать соответствующей критериям метода.

Важно помнить, что история базируется, прежде всего, на описании и объяснении смысла ситуаций (ответ на вопрос «почему?»).

КРИТЕРИЙ 9. ПРОВЕРКА И ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ / NINE MAKES IT MINE

Как уже видно из описания предыдущих критериев, написание социальной истории в соответствии со всеми принципами — довольно трудоемкая работа, требующая размышлений и практики. Написав черновик истории, обязательно еще раз просмотрите все критерии на предмет соответствия вашего текста им. Покажите черновик истории родителям или учителям, которые уже посещают ваш музей с детьми с особенностями развития, специалистам психолого-педагогического профиля, имеющим опыт работы с детьми с РАС. Если есть возможность, покажите черновик истории взрослым с высокофункциональными формами аутизма, которые бывают в вашем музее и хорошо знают его пространства. Их комментарии и предложения могут стать источником для дополнений и окончательного редактирования.

Внимательно относитесь к уважительной и доброжелательной интонации, в которой должна быть выдержана ваша история. Не забываете поощрять и предоставлять похвалу внутри текста.

Есть разные мнения о том, каким образом стоит поощрять читателя в социальной истории. Во многом это связано с личными предпочтениями, поэтому можно предложить несколько вариантов. Часто поощрения зависят от возраста аудитории и связаны с тем смыслом, который мы вкладываем в само посещение музея теми или иными людьми.



Для детей младшего возраста резюмирование их позитивного опыта, который они получают в музее, и упоминание их хорошего поведения будет являться хорошим поощрением:

Скоро мы поедem на экскурсию в музей. В музее будет очень интересно и красиво! Мы постараемся соблюдать все правила на экскурсии. Мы — молодцы!



Для детей постарше и подростков хорошим поощрением может быть отсылка к полученным знаниям и расширению кругозора.

Сегодня я был в историческом музее и узнал много нового об истории моей страны. Если я захочу узнать об истории больше, я приеду сюда еще раз.








Для взрослых в большинстве случаев посещение музея — это осознанное и предполагающее изначальную заинтересованность в предмете мероприятие. Поэтому хвалить их за хорошее поведение в конце истории неуместно, это может вызвать эмоциональный дискомфорт и быть воспринято как неуважение.

Сама тематика музея уже является поощрением для определенного поведения во взрослом возрасте, если входит в сферу интересов человека. Правильным будет для взрослой аудитории предложить точную информацию о том, какие еще интересные выставки или мероприятия можно посетить в музее, и пригласить посетить музей еще раз.

В музее проходят и другие выставки, события и мероприятия. Мы сможем узнать о них из афиши в музее или прочитать на сайте. Если нас что-то заинтересует, мы вернемся сюда еще раз. В музее всегда рады посетителям!

Если в социальной истории необходимо упоминать правила поведения, постарайтесь не употреблять их от первого лица и в директивной форме по отношению к читателю. Подавайте их как описание существующих фактов, важную информацию, сопроводив визуальными знаками. Здесь можно при необходимости использовать слова «нельзя» и «не»:

В музее есть несколько правил:

-  *Оставаться рядом со своей семьей или группой*
-  *Ходить спокойным шагом*
-  *Слушать экскурсовода*
-  *Не трогать картины руками*
-  *Не приносить в залы еду и напитки*

Я постараюсь соблюдать музейные правила. Когда посетители соблюдают правила, находиться в музее интересно и безопасно.

Еще раз просмотрите вашу историю с учетом особенностей восприятия людей с аутизмом и другими ментальными особенностями. Учтено ли в тексте, что посетители с РАС могут не понимать намерения других людей, и для них неочевидны многие социальные сигналы, которые мы считываем на интуитивном уровне.

Еще раз проверьте, вся ли информация в вашей истории:

- доступна и понятна,
- достоверна,
- эмоционально безопасна,
- доброжелательна,
- оказывает поддержку.

Не забудьте озаглавить вашу историю и соблюсти четкую структуру повествования, которое дает ответы на основные шесть вопросов. Убедитесь, что вы не использовали конструкции во втором лице. Просмотрите еще раз, не содержит ли ваша история оценивающую лексику или фразы, описывающие негативный опыт читателя. Следует исключить такие слова, как «следует», «не должен», «должен», «плохой», «непослушный», «неуместный» и т. д. [11]. Все, что может понизить самооценку читателя и заставить его чувствовать себя дискомфортно, должно быть исключено из текста истории. Учитывайте буквализм восприятия и избегайте использование выразительных лексических приемов и слов с неоднозначным значением, а также сложной терминологии. Внимательно просмотрите примеры социальных историй, которые приводятся в книге Кэрол Грей, если у вас есть сомнения в правильности составления текста.

Если ваша история прошла проверку и соответствует всем описанным выше критериям, то вы можете переходить к ее оформлению и составлению рекомендаций по использованию.

КРИТЕРИЙ 10. ДЕСЯТЬ СОВЕТОВ ПО ПРИМЕНЕНИЮ / TEN GUIDES TO EDITING AND IMPLEMENTATION

После того как вы тщательно проверили соответствие вашей истории всем критериям, подобрали иллюстрации и сделали макет, предстоит выложить ее на сайт музея и начать распространять информацию об этом новом продукте среди целевой аудитории. Но даже корректная социальная история будет неполной, если вы не обеспечите ваших посетителей и их ближайшее окружение рекомендациями по ее правильному использованию. Кэрол Грей в последнем критерии дает советы по применению социальных историй [2]. Кроме того, с учетом музейной специфики, есть несколько дополнительных советов по их использованию. Опубликуйте эти рекомендации в письменном виде рядом с историей или в формате видеоролика на сайте. Если вы будете рассылать вашу историю по запросу, не забудьте также предоставить эти рекомендации.

Прежде всего нужно иметь редактируемую копию вашей истории (например, в виде презентации PowerPoint), которая может быть индивидуализирована под конкретного читателя или группу. Вам нужно дать советы, как это можно сделать. Например, можно добавить имя ребенка или номер класса, который едет в музей на самом первом слайде, поставив соответствующее фото, конкретизировав также дату и время посещения, если они известны. Таким образом, предложение «Скоро я поеду в музей со своей семьей» превратится в «Меня зовут Петя. 24 мая я поеду в музей вместе со своей семьей». Возможно, стоит добавить 1–2 слайда о маршруте до музея, указав, поедут ли посетители на общественном или личном автотранспорте, о правилах поведения в дороге. Эти слайды необходимы, если поездки на транспорте в незнакомое место могут вызывать тревожность и негативизм у ребенка. Но важно помнить о позитивном настрое истории. Сообщите об этом родителям, дайте им примеры предложений, которые они могут использовать.

Выше уже говорилось о том, что поощрением для детей с аутизмом могут являться самые разные вещи, и здесь также необходима индивидуализация со стороны родителей или педагогов, которые хорошо знают ребенка и будут читать с ним историю. Посоветуйте добавить в конце тот тип поощрения, который соответствует актуальному уровню развития и интересам конкретного посетителя. Хорошим мотивирующим фактором для кого-то может быть семейный поход в любимое кафе после просмотра экспозиции. Тогда об этом стоит упомянуть в последнем слайде.



31 января,
в четверг,
я пойду в музей.



В музей я поеду на трамвае
с мамой.



Продумайте также, какие еще страницы могут быть индивидуализированы со стороны музея: например, вам известно точно, кто будет экскурсоводом у данной группы. Поставьте фотографию и имя этого сотрудника на ту страницу, где речь идет о встрече с экскурсоводом. Пожалуй, вам стоит добавить слайд, посвященный конкретной теме экскурсии, раскрывающий в доступной форме ее содержание, а также слайды с основными этапами занятия.

После того как история индивидуализирована, следует решить, в каком виде она будет представлена читателю. Здесь все зависит от личных предпочтений. Кому-то удобнее читать текст в распечатанном виде, как книжку, тогда ее можно вставить в специальную папку на кольцах или папку-скоросшиватель, не забыв сделать обложку. Кому-то удобнее читать текст с экрана. Если историю дети будут читать группой или классом, то для этого удобно использовать интерактивную доску, зачитывая предложения по очереди с места. Если ребенок еще не читает, особенно важно, чтобы картинки были видны хорошо или качественно распечатаны, так как именно на них ребенок будет ориентироваться, слушая текст.

Дети, как правило, читают историю в присутствии взрослых вслух или слушают прочитанный текст. Не стоит просить детей читать историю вслух, если они только обучаются навыку чтения и могут плохо понимать с трудом прочитанный ими текст. Подростки или взрослые могут знакомиться с историей самостоятельно в том виде, в котором им это делать удобнее.

После прочтения истории очень хорошо обсудить материал, убедившись, что все было понятно. Педагог или родитель может добавить вопросительные предложения или убрать часть текста, оставив пропуски для заполнения ребенком.

В музее экскурсовод расскажет нам об _____.

Опытным читателям и взрослым можно предложить составить свою историю из описательных и самонаправляющих предложений, в которых он резюмирует основные положения социальной истории, что позволит сделать вывод о том, насколько она была доступной. Можно оформить их в виде проверочного списка-памятки.

- Иногда я посещаю большие музеи.
- Я всегда стараюсь быть рядом с моими родителями.
- Так я чувствую себя в безопасности!

Подумайте о том, каким образом состоится первое знакомство читателя с историей. Желательно, чтобы это происходило в спокойной и доверительной обстановке, и ребенок был в настроении почитать новую интересную историю. Прежде чем начать читать, учитель обязательно обозначает тему: «Ребята, вы помните, скоро мы поедem в музей. Давайте почитаем нашу историю об этом!» Важно, чтобы читатель чувствовал себя комфортно во время чтения: говорите негромким, доброжелательным голосом.

Советы по использованию социальных историй для посетителей

- История прочитывается не один раз, в зависимости от конкретных возможностей и потребностей читателя.
- Стоит создать расписание для прочтения социальной истории.
- Например, если классу предстоит экскурсия через две недели, можно читать ее в понедельник на первом уроке и в пятницу на последнем.
- Целесообразно прочитать историю накануне поездки и еще раз с утра, перед выездом.
- Маленьким детям и людям с выраженными интеллектуальными нарушениями рекомендуется читать историю каждый день в течение двух-трех недель в школе или дома.
- Однако ни в коем случае не стоит настаивать на прочтении истории, если ребенок не в настроении ее слушать. Чтение ее должно быть увлекательным и приятным для ребенка процессом.
- По мере освоения информации, описанной в социальной истории, регулярность чтения может уменьшаться.
- Предложите взрослым отслеживать реакцию читателя на историю, поскольку может оказаться, что интерпретация текста или иллюстраций отличается от того, что вкладывал в них автор. Возможно, какие-то предложения или фотографии оказались непонятными или сбивающими с толку.
- Попросите сообщить об этом вам. Это поможет улучшить вашу историю и учесть замечания в дальнейшем при создании новых.
- Предложите использовать при подготовке дополнительные материалы, которые помогут получить ценную визуальную информацию о музее: фотогалерею, видеоролики, панорамные экскурсии, сенсорные карты и т. п.

Предложите родителям или педагогам, которые готовились к посещению музея с помощью социальной истории, вернуться к ней и после того, как визит состоялся. Для этого не забудьте сделать свои фотографии в музее. Превратите стандартную социальную историю в историю-одобрение. Нужно преобразовать текст и добавить в историю новые иллюстрации, с тем чтобы она выражала похвалу поведению, новым навыкам и знаниям, которыми ребенок овладел. Подобная модифицированная история может использоваться также в качестве закрепления воспоминаний о событии и связанных с ним положительных впечатлений. Важно активно привлекать детей к этому процессу с опорой на их возможности.

Сначала дети внимательно рассматривают сделанные в музее фотографии, отбирают наиболее понравившиеся. Далее с помощью взрослого создают историю о своем посещении, переделывая или несколько видоизменяя предложения предыдущей социальной истории (первоначальный вариант приведен в скобках) и заменяя фотографии на собственные. Организуйте этот процесс по принципу проектной деятельности: детям можно предложить самостоятельно вырезать и наклеивать фотографии, делать подписи и рисунки, если им это доступно, раскрашивать заготовленные элементы, наклеивать наклейки и т. п., исходя из их возможностей.

Поездка в зоопарк

На прошлой неделе мы с классом ездили в зоопарк
(скоро мы поедem в зоопарк).

Ходить в зоопарк — очень интересно!

(Оставляем без изменений, если дети подтвердили истинность утверждения.)

Мы увидели там много разных животных

(здесь можно увидеть много разных животных).

Мы видели жирафа, льва, слона, медведя и других зверей

(в зоопарке мы увидим таких животных, как слон, жираф, медведь, и многих других).

Экскурсовод рассказывала нам про места обитания животных и их особенности

(экскурсовод расскажет нам интересные вещи про животных).

Мы внимательно слушали ее и отвечали на вопросы

(мы постараемся внимательно слушать ее и отвечать на вопросы).

Нам очень понравилось в зоопарке, и мы хотим прийти сюда еще раз!

(Если нам понравится в зоопарке, мы придем сюда еще раз).

Дополненная собственными фотографиями, такая модифицированная история становится лучшим поощрением. Постепенно, особенно если истории распечатываются на бумаге, у посетителя складывается целая коллекция из небольших книжечек, которые приятно рассматривать и перечитывать впоследствии. Родители могут помочь организовать ребенку эту коллекцию в компьютере или на книжной полке, и они прослужат ему еще ни один год. Для взрослых посетителей прочитанные и собранные социальные истории также помогают структурировать свои воспоминания и полученный опыт.

Использование социальных историй, созданных с учетом перечисленных критериев, для подготовки к посещению музея поможет посетителям с ментальными особенностями справиться со сложными или непонятными ситуациями. Структурированное, методичное изучение истории станет хорошим вводным шагом на этапе, предшествующем визиту.

ГЛАВА 4. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДОВ ВИЗУАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ В МУЗЕЕ

Ряд исследователей относят социальные истории к другой группе методов — визуальной поддержки [4]. Это происходит в силу использования иллюстративного материала как их неотъемлемой и очень важной части. Действительно, грань между двумя этими группами — социальных нарративов и средств визуальной поддержки — очень тонкая. И те и другие используют визуальные стратегии для преодоления трудностей различного характера у людей с аутизмом и особенностями развития. Однако если в социальных историях первичен правильно составленный текст и понимание его, то методы визуальной поддержки базируются целиком на визуальном восприятии изображений или объектов. Различные инструменты, основанные на методах визуальной поддержки, постоянно используются в жизни детей с ментальными особенностями как самостоятельно, так и в сочетании с другими обучающими стратегиями, выступая в качестве подсказки.

В последнем обновлении систематического обзора 2020 года Национального центра анализа информации по научным данным и практикам в области аутизма [15] методы визуальной поддержки признаны научно обоснованными, о чем также свидетельствует широчайшая практика применения, описанная в методической литературе. Все они опираются на зрительное восприятие человека, которое по ряду свидетельств считается превалирующим способом получения информации у большинства людей с РАС [4, С. 12]. Поэтому использование различных визуальных стратегий, облегчающих понимание, обучение и предотвращающих дезадаптивное поведение, является эффективным при работе с людьми с аутизмом и ментальными особенностями.

В самом общем виде **методы визуальной поддержки** представляют собой различные способы коммуникации (помогают человеку выразить себя) или предоставления информации (помогают улучшить понимание чужой речи или контекста происходящего) с опорой на зрительное восприятие человека. Визуальная поддержка помогает человеку быть более самостоятельным, лучше концентрироваться и удерживать внимание, понимать социальные правила, успешнее учиться и более функционально взаимодействовать с людьми и средой.

Дети и взрослые с ментальными особенностями испытывают множество трудностей в повседневной жизни и в процессе обучения, такие как замедленная и затрудненная переработка вербальной информации, сложности с планированием своих действий, проблемы с соблюдением их последовательности, нарушение установленных правил, сложности с удержанием внимания и сосредоточенности и т. д. Все эти и многие другие трудности требуют применения различных средств визуальной поддержки.

Ежедневно каждый из нас использует визуальные опоры: расписания, календари, ежедневники, планировщики, всевозможные приложения в смартфоне и т. п. — они помогают нам более четко и структурированно поставить задачи на ближайший день или месяц и отслеживать их выполнение. Любое общественное пространство наполнено навигационными элементами, знаками, символами, графическими объектами, которые помогают нам ориентироваться. Всевозможные табло, мониторы, световые индикаторы подсказывают нам визуально необходимые временные интервалы, привлекают наше внимание к важной информации. Современный урбанистический ландшафт насыщен средствами визуальной поддержки, которыми пользуется каждый городской житель, чтобы без труда передвигаться по городу. Все эти и многие другие средства делают среду более доступной и для человека с ментальными особенностями, так как они сообщают информацию в доступной для зрительного восприятия форме.

Отличительной чертой самого музейного пространства является наглядность и визуальная доступность. Принципы построения экспозиции и разнообразные экспликационные материалы способствуют тому, чтобы информация была понятна и интересна каждому посетителю. Многослойность и насыщенность современных экспозиционных решений способствуют построению своеобразной визуальной коммуникации с человеком на доступном ему уровне. Если музейное пространство спроектировано с учетом принципов универсального дизайна, то визуальная доступность закладывается уже на этапе архитектурных решений и планирования помещений, а затем и во всех выставочных площадях⁷.

⁷ Универсальный дизайн — это концепция проектирования (зданий, помещений, предметов, услуг и т. п.) с учетом доступности для всех без исключения. Не существует единого, устоявшегося определения универсального дизайна, так как он охватывает идеи создания доступной среды в самых разных сферах (архитектура, дизайн, образование и пр.), но в целом представляет собой поиск универсальных решений, подходящих для всех людей в той или иной области.

Таким образом, музейное пространство в той или иной степени уже подготовлено к визиту посетителей с ментальными особенностями благодаря наличию большого количества видов наглядности в экспозиции. Однако привнесение ряда специализированных средств визуальной поддержки в музейно-педагогический процесс способно усилить познавательный и развивающий эффект от посещения музеев у людей с ментальными особенностями, помочь им быть более самостоятельными во время визита, а в ряде случаев предотвратить проявления дезадаптивного поведения.

Кроме того, привнесение новых визуальных инструментов в музейную среду сделает ее доступнее и для многих других категорий посетителей: дошкольников, иностранных гостей, людей старшего возраста и всех остальных, кто испытывает сложности с чтением и пониманием текстовых материалов, в том числе написанных мелким шрифтом.

Рассмотрим основные средства, которые могут быть активно использованы в инклюзивной работе музея.

ВИЗУАЛЬНОЕ РАСПИСАНИЕ (VISUAL SCHEDULE)

Данный вид визуальной поддержки является одним из наиболее распространенных в образовательной практике и в последнее время находит свое признание в музейной работе.

Визуальное расписание представляет собой серию изображений, объектов или надписей, которые подсказывают порядок выполнения определенной последовательности действий в течение какого-то промежутка времени.

В контексте музея такие расписания чаще всего используются во время организованных посещений: экскурсий или занятий. Основными преимуществами использования визуального расписания для человека с аутизмом в музейном пространстве является создание атмосферы предсказуемости происходящего, наличие визуально понятного плана и осязаемое ощущение длительности конкретного мероприятия. Кроме того, следование визуальному расписанию в определенных ситуациях повышает уровень самостоятельности посетителей с ментальными особенностями.

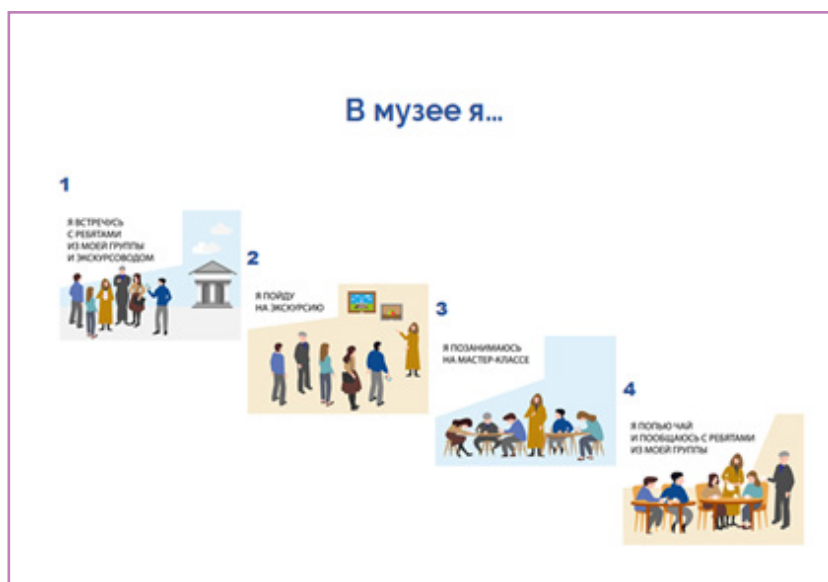
Существует множество видов визуальных расписаний, которые используются в обучении детей с аутизмом и другими ментальными особенностями. Они различаются по форме организации материала, видам визуальных объектов и способу использования.

ПО ФОРМЕ ОРГАНИЗАЦИИ МАТЕРИАЛА ВИЗУАЛЬНЫЕ РАСПИСАНИЯ БЫВАЮТ:

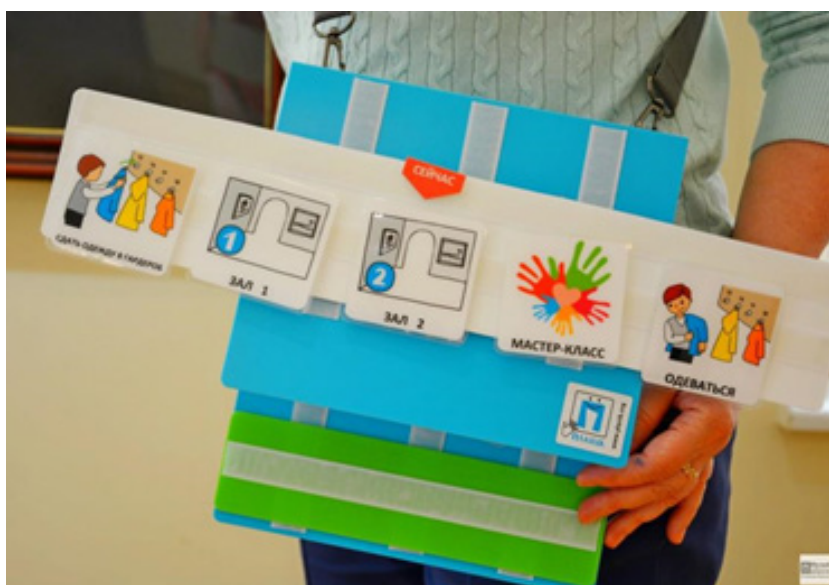
○ Стационарные.

○ Мобильные.

Пример стационарного музейного расписания (АНО «Колесо обозрения»)



Пример мобильного визуального расписания (визуальные пособия созданы Музеем изобразительных искусств Республики Карелия в рамках проекта «Создание новых устойчивых инклюзивных культурных сервисов для особых целевых групп» (Culture Open — Creating Culture Together) КА 3018)



Как правило, в рамках музейного занятия или экскурсии, связанных с многочисленными передвижениями группы, используется мобильный вариант расписания: планшет, папка, магнитная доска или раскладной буклет, в котором сгруппированы изображения, обозначающие последовательность этапов мероприятия. Иногда для этой же цели служит электронный планшет или смартфон с соответствующим приложением. Мобильное расписание находится в течение всего занятия у экскурсовода и предполагает периодическое взаимодействие с ним участников группы.

Однако во время практической части, мастер-класса удобно использовать стационарное расписание. Когда вся деятельность сосредоточена, например, в помещении мастерской, то удобно использовать настенную доску, флипчарт, мольберт или широкоформатный монитор для того, чтобы представить детям последовательность шагов выполнения действий в многоэтапных задачах. Подобного рода расписание иногда называют расписанием или *графиком действий* (Activity schedule).

При использовании переносного планшета или стационарной доски, когда все карточки сосредоточены на одной поверхности, они могут располагаться как слева направо, так и сверху вниз. Если этапов достаточно много, целесообразно пронумеровать всю последовательность. Как правило, карточки для расписания представляют собой ламинированные картинки с приклеенными сзади кусочками ленты-липучки, которые располагаются на папке-планшете или доске в правильном порядке перед началом занятия. Иногда используются магнитные карточки и доски.

В ряде случаев эффективно выдавать каждому участнику программы свое мобильное расписание, если его использование предполагает зачеркивание или проставление галочек в бланке. В таком случае расписаний должно быть заготовлено столько, сколько предполагается участников экскурсии. Например, если вы устраиваете музейный квест, для каждого участника может быть подготовлена карта его прохождения, к которой он будет периодически обращаться.

ПО ВИДАМ ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ВИЗУАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ РАСПИСАНИЯ ДЕЛЯТСЯ НА:

1. Картиночное расписание. Для организации такого расписания используются всевозможные виды иллюстративного материала, в зависимости от наших целей и особенностей аудитории, которая будет пользоваться расписанием:

Фотопрографии. Могут быть использованы фотографии залов, экспонатов или их фрагментов для того, чтобы обозначить основные опорные пункты программы.

Рисованные изображения. Использование реалистичных рисунков может быть целесообразным на программах для детей младшего возраста. В любом случае нужно быть уверенным, что оно им понятно. В некоторых случаях расписание может создаваться на глазах у детей в процессе занятия — перед каждым этапом создается символический рисунок, обозначающий его содержание. Особенно если педагог обладает хорошими художественными навыками, это может очень увлечь детей.

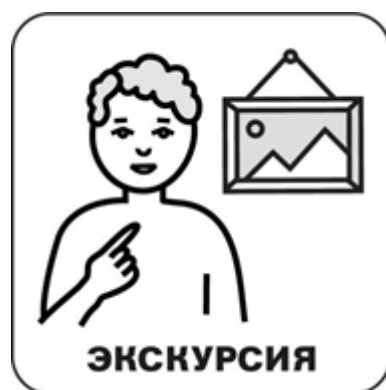
Пиктограммы, схематичные изображения. Для детей среднего школьного возраста, подростков и взрослых возможно использовать условные, пиктографические картинки для обозначения этапов занятия, особенно если они связаны с конкретными действиями.

Анимированные изображения. Если вы используете электронное устройство, то в качестве карточек для обозначения последовательностей могут быть использованы анимированные «иконки» или видеофрагменты. Это эффективно на программах, предполагающих много активных действий со стороны участников. Такого рода расписание будет являться дополнительной видеоподсказкой. (Пример такого англоязычного приложения — <https://www.schedulenstories.com/>)

Изображения, наклеенные на кубики. Такого рода изображения, нанесенные на объемные объекты, используются при работе с детьми с моторными нарушениями, так как их проще взять в руку, чем обычные ламинированные карточки.



Визуальное расписание с рисунками для экскурсии в Государственном музее-заповеднике «Царицыно»



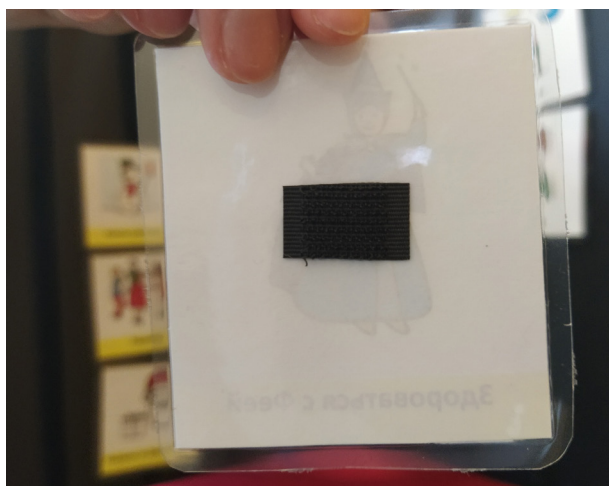
Коммуникационные карточки Музея современного искусства «Гараж»



Пример изображений на деревянных кубиках для визуального расписания (Федеральный ресурсный центр по организации комплексного сопровождения детей с РАС)



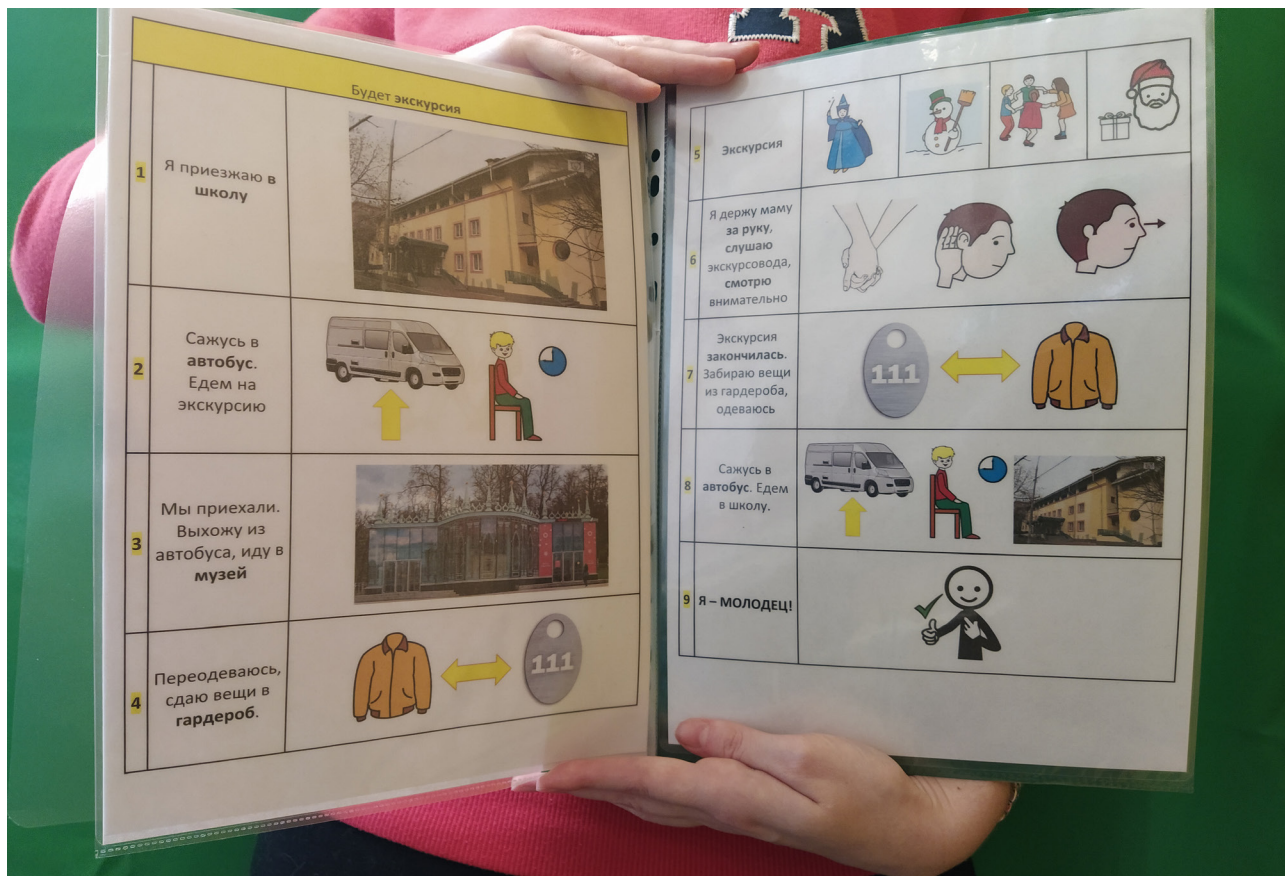
Пример графика действий (Федеральный ресурсный центр по организации комплексного сопровождения детей с РАС МГППУ)



Технология изготовления визуального расписания с ламинированными карточками (Федеральный ресурсный центр по организации комплексного сопровождения детей с РАС МГППУ)



Визуальное расписание с использованием фотографий на занятии из цикла «Навстречу открытиям» во Всероссийском музее декоративно-прикладного и народного искусства



Пример текстово-графического расписания (Федеральный ресурсный центр по организации комплексного сопровождения детей с РАС МГППУ)



Пример предметного расписания (Федеральный ресурсный центр по организации комплексного сопровождения детей с РАС)

2. Текстовое расписание. Наиболее близко к традиционному школьному расписанию с использованием надписей-названий этапов занятия или экскурсии. Такое расписание подойдет для бегло читающих и понимающих прочитанное посетителей, при этом оно может сопровождаться графическими значками, рисунками или цветовой маркировкой для лучшего зрительного восприятия.

3. Предметное расписание. Такого рода расписание, с использованием натуральных объектов или муляжей, подойдет для использования детьми младшего возраста, слабовидящих или с выраженными интеллектуальными нарушениями, когда мы не уверены, что ребенок может сопоставить изображение и соответствующий ему объект. Такие расписания могут располагаться в конструкциях с отдельными ячейками, на стеллажах или подвешиваться в правильном порядке на планшете. Иногда, например во время мастер-класса, предметы могут располагаться на столе в той последовательности, в которой с ними будут выполняться операции, и ребенок, переходя от предмета к предмету, которые могут быть также дополнены картинкой-инструкцией, выполняет действия в правильной последовательности.

ПО СПОСОБУ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВИЗУАЛЬНЫЕ РАСПИСАНИЯ МОЖНО РАЗДЕЛИТЬ СЛЕДУЮЩИМ ОБРАЗОМ:

«Исчезающая» последовательность.

Если в расписании используются те или иные виды изображений, как правило выполненные в виде заламинированных или пластиковых карточек, то они последовательно убираются ведущим программы по мере прохождения этапов. Снимать карточки можно предлагать участникам. В конце занятия рекомендуется восстановить всю последовательность и еще раз повторить с посетителями основные этапы прошедшего занятия.

«Неисчезающая» последовательность.

Еще одним вариантом использования расписания может быть перемещение значка в виде стрелки от одной карточки к другой по мере прохождения этапов занятия. Перемещать заламинированную стрелочку можно также предложить самим участникам.



«Неисчезающая последовательность» (Федеральный ресурсный центр по организации комплексного сопровождения детей с РАС МГППУ)



Бланк с минимальными требованиями к заполнению 9 (БФ «Искусство быть рядом» для занятия в Государственном музее-заповеднике «Царицыно»)

Бланки с минимальными требованиями к заполнению.

К этой категории индивидуальных мобильных расписаний относятся часто используемые на музейных занятиях всевозможные варианты *проверочных списков* (чек-листы, листы do-done, маршрутные листы, рабочие листы, карты-планы и прочие варианты), которые предполагают вычеркивание или проставление галочек ручкой или маркером самим участником либо наклеиванием наклеек по мере прохождения этапов, обнаружения экспонатов или выполнения заданий. Такого рода бланки не предполагают использования карточек — изображения или надписи напечатаны на бланке, который выдается каждому участнику вместе с объяснением вариантов и правил их заполнения. Некоторые виды подобных бланков могут предполагать вписывание слов или комментариев. Расписания такого рода можно использовать для посетителей всех возрастов, но требуют подбора адекватного для конкретной группы иллюстративного материала. Они сохраняются у посетителя после окончания визита и служат напоминанием о содержании и основных объектах экскурсии.

Какой бы вид визуального расписания вы не выбрали, главное, чтобы он соответствовал возможностям вашей аудитории и служил главной цели — сделать посещение музея визуально понятным и предсказуемым. Если вы используете расписание в каких-то программах постоянно, высылайте его с кратким описанием этапов вашим будущим посетителям для ознакомления вместе с социальной историей. Знакомые изображения будут восприниматься лучше в новой среде, чем впервые увиденные картинки.

Очень важно сосредоточить на расписании внимание участников программы на этапе знакомства экскурсовода и группы. Покажите его вашей аудитории, проговорите последовательность событий и вкратце объясните содержание каждого этапа. Обращайтесь к расписанию после окончания каждого этапа, напоминайте, что очередной этап закончен и закрепляйте это с помощью обговоренного действия (снятие карточки, перемещение стрелочки, зачеркивание и т. д.). После окончания программы еще раз рассмотрите все расписание и повторите этапы и основные понятия экскурсионной программы, побеседуйте, задайте вопросы. Поблагодарите вашу аудиторию за внимательность и интересное время, проведенное вместе.

АДАптиРОВАННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ПУТЕВОДИТЕЛИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ ПОСЕЩЕНИЙ

В эту группу средств визуальной поддержки входит весь массив литературы, которую обычно используют посетители музеев для подготовки и во время самостоятельных посещений. Какие-то из этих материалов могут использоваться и во время организованных занятий, но в целом они призваны дать исчерпывающую информацию об экспозиции без участия экскурсовода.

Дополнительная адаптация и визуализация данных справочных материалов делают их доступными и полезными для посетителей с ментальными особенностями.

Этот вид средств визуальной поддержки также рекомендуется распространять для предварительного ознакомления, но предполагается и активное использование непосредственно во время визита. Поэтому их рекомендуется предоставлять в музее по запросу в бумажном варианте. В настоящий момент музеи мира пробуют разные способы адаптации справочников и гидов, основываясь на опыте авторов специализированных учебных пособий и отзывах представителей целевой аудитории, поэтому приведенный ниже список является ориентировочным и постоянно пополняется новыми интересными примерами.

При использовании в качестве визуальной поддержки какого-либо «книжного» варианта (тетрадь, брошюра, журнал и т. п.) стоит учитывать, что в силу моторных и координационных сложностей, которые присущи многим посетителям с ментальными особенностями, оптимальной конструкцией такого пособия является перекидной формат с переплетом на кольцах или пружине.

Иллюстрированный словарь.

Для небольших музеев или отдельных выставок целесообразно создавать визуальные словари с подробным иллюстративным материалом и адаптированным описанием основных экспонатов, которые представлены в экспозиции. Иллюстрации могут быть представлены как в виде рисунков, так и в виде фотографий.

Несмотря на то что интересных экспонатов может быть довольно много, необходимо дозированно представлять информацию для словаря, отбирая только ключевые для выбранной темы объекты. Иллюстрированный словарь, таким образом, не превратится

в толстую книгу, в которой очень тяжело найти конкретный экспонат, а будет удобным для восприятия информации форматом. Если музей довольно большой, то от каждого зала нужно выбирать для подобного словаря не более трех экспонатов. Желательно на одной странице располагать одну иллюстрацию и краткую подпись к ней, используя основные принципы Easy Read.

С *Адаптированный путеводитель.*

Подобные путеводители содержат обширную справочную информацию о возможностях музея для посетителя с ментальными особенностями или для его сопровождающих при планировании самостоятельного визита (как правильно организовать и провести время в музее, как подготовиться, чем заняться, какие есть сервисы для посетителей с ментальными особенностями в музее и т. п.). Кроме того, в них содержится основная полезная при планировании визита в музей информация: о часах работы, стоимости билетов, основном содержании экспозиции и т. п. Но еще одной важной составляющей путеводителя является та часть, которая будет использована непосредственно в музее. Это обозначенный маршрут и сопровождающие его комплекты тематических заданий, которые оказывают визуальную поддержку посетителю в выбранной части экспозиции или на выставке и вовлекают его в активную деятельность в музее. Эти комплекты должны быть насыщены доступным иллюстративным материалом, делающим интуитивно понятной сущность заданий, изложенных кратко и просто. Подобные путеводители могут быть самыми разнообразными по форме, но важно соблюдать основные принципы адаптации материалов для людей ментальными особенностями [1].

С *Краткий иллюстрированный справочник музея.*

Для посетителей с ментальными особенностями старшего школьного возраста и взрослых, готовящихся к самостоятельному визиту в музей, может представлять определенную сложность поиск всей необходимой информации. Современные сайты музеев обладают развернутой структурой с большим количеством разделов, в которых не всегда просто сориентироваться посетителям с ментальными особенностями, к тому же изложена она там достаточно тяжело. Наличие краткого справочника, где сосредоточена в понятной и доступной форме с использованием инфографики и фотографий вся основная информация, будет еще одним способом предварительной подготовки к посещению. В таком справочнике следует разместить информацию о часах работы музея и часах наименьшей его

загруженности, условиях и правилах посещения, основных сведениях о том, как добраться до музея различными способами, и особенностях навигации внутри помещения. Также в справочнике должна содержаться адаптированная информация о тематике коллекции музея. Текст такого путеводителя желательно составлять на основе принципов Easy Read.

С *Адаптированные материалы для цифровых устройств.*

В последние годы все большее количество музеев повышает цифровую оснащенность своих экспозиций, размещая рядом с традиционными экспликациями считываемые камерой смартфона электронные метки (QR-коды), содержащие информацию об объекте, к которому они привязаны. Заложённая в штрихкоде информация может содержать расширенные сведения об экспонате, дополнительные иллюстрации, аудио- и видеозаписи. Тенденция к развитию цифровой доступности способствует использованию системы электронных меток в музее для размещения в их коде также адаптированных материалов, сопровождающих экспозицию. Дополнительные визуальные и видеоподсказки, доступные экспликации, опорные схемы, таблицы и другие виды наглядности, которые могут помочь пониманию сущности того или иного экспоната, могут быть заложены параллельно с неадаптированным контентом во все электронные сервисы музея и на сайте. Помимо QR-кодов, адаптированная, насыщенная визуализацией информация может быть размещена в специализированных приложениях музея для планшетов и смартфонов, на интерактивных панелях и мониторах внутри экспозиции, в видеогидах, сенсорных киосках и прочих технических устройствах. Такое внимание к потребностям посетителей с ментальными особенностями в перспективе существенно увеличит количество самостоятельных посещений вашего музея представителями целевой аудитории.

Примером таких адаптированных материалов можно назвать облегченный видеокурс по истории мирового искусства «Машина времени» Государственного музея изобразительных искусств им. А. С. Пушкина⁸.

⁸ https://pushkinmuseum.art/visitors/accessible_museum/pushkinskiy_-_vospitannikam_detskih_domov_i_internatov/index.php?lang=ru

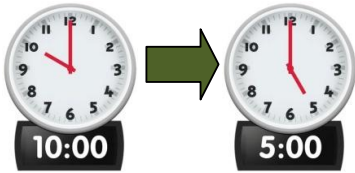
АДАПТИРОВАННЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОРГАНИЗОВАННЫХ ПОСЕЩЕНИЙ

Адаптированные материалы могут использоваться и непосредственно во время музейных занятий и экскурсий. Это могут быть всевозможные варианты пособий на бумаге, которые выдаются участнику программы либо сразу целиком, и он взаимодействует с ними на протяжении всего занятия, либо отдельные листы, которые на определенных этапах предлагается заполнить посетителям.

С *Адаптированные тетради (журналы, книги, дневники и пр.)* Комплексные пособия к конкретным программам или циклам занятий представляют собой сброшюрованные тетради с сопроводительными материалами. Они могут содержать в себе сведения об основных объектах и понятиях экскурсии, правила поведения, визуальные расписания и фрагменты социальных нарративов, задания, поля для записей, где можно оставлять свои комментарии и впечатления и т. п. Подобные тетради структурируют и упрощают восприятие материала, включают посетителя в активную деятельность на выставке, способствуют смене активностей во время теоретической части экскурсии, которая наиболее сложна для посетителей с ментальными особенностями.

Тетради могут быть многоразовыми, для чего потребуется заламинировать страницы пособия и выдавать посетителям маркеры с водорастворимыми чернилами для их заполнения. В конце программы такая тетрадь сдается обратно экскурсоводу. Либо же это могут быть индивидуальные журналы, которые выдаются посетителям и остаются у них и после окончания экскурсии. В таких тетрадях можно предусмотреть элементы персонификации: поле для имени, место для размещения своих фотографий или рисунков, поля для заметок и комментариев. Такое о вещественное воспоминание о посещении музея послужит визуальной опорой для коммуникации со своими друзьями или родственниками спустя некоторое время.

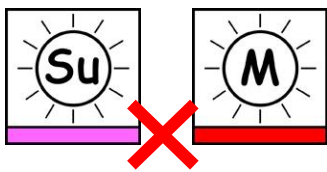
С *Листы (рабочие листы, опорные схемы, таблицы, карты, картинки и пр.)*. Другим вариантом адаптированных материалов к программам могут быть отдельные листы, которые содержат в себе визуальные опоры, облегчающие понимание сложных понятий и явлений, и задания, закрепляющие материал. Преимущество использования отдельных листов в том, что экскурсоводом может применяться большая вариативность их использования, чем с готовыми сброшюрованными пособиями.



The museum is open from
10am to 5pm

M	Tu	W	Th	F	Sa	Su
✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗

from **Tuesday to Saturday**.



It is closed every **Sunday** and **Monday** and all **bank holidays**.

It is at **13 Lincoln's Inn Fields,**
London WC2A 3BP



Фрагмент краткого иллюстрированного справочника Музея сэра Джона Соуна
(Sir John Soane's Museum)

Что это?



а. Картина



- Плоская
- Смотрим с одной стороны
- Изображение нарисованное

б. Скульптура



- Сделана художником
- Объёмная
- Смотрим с разных сторон

в. Инсталляция



- Собрана художником из разных вещей
- Объёмная
- Смотрим с разных сторон

Фрагмент адаптированной тетради для музейного занятия, Музей современного искусства «Гараж»

2

Недалеко от стола найди колонну, обвитую корнями. Посмотри вверх, корни есть даже на потолке! Их тоже создали участники микро-арт-группы «Город Устинов». Самый большой из них сшила мама одного из художников.

Рассмотри и потрогай эти корни. Внутри них тоже находятся маленькие предметы и кусочки ткани.

У чего могут быть корни? Обведи.

ЗУБ

ДЕРЕВО

ДОМ

ТРАВА

АВТОБУС

КАМЕНЬ

Дорисуй маленькие корешки, и у тебя появится свой собственный корень.

У тебя здорово получилось!

Найди на стене зелёные ковры, можешь их аккуратно погладить и даже понюхать.

Обычно ковры ткут из шерсти или хлопка. Эти ковры заботливо созданы художницей Зоей Лебедевой из разных трав, которые растут за городом.

Выбери ковёр, запах которого тебе нравится больше всего. Узнал ли ты этот запах? Подумай, где могла расти трава, из которой он сделан? Раскрась цветными карандашами подходящий вариант ответа.

в лесу

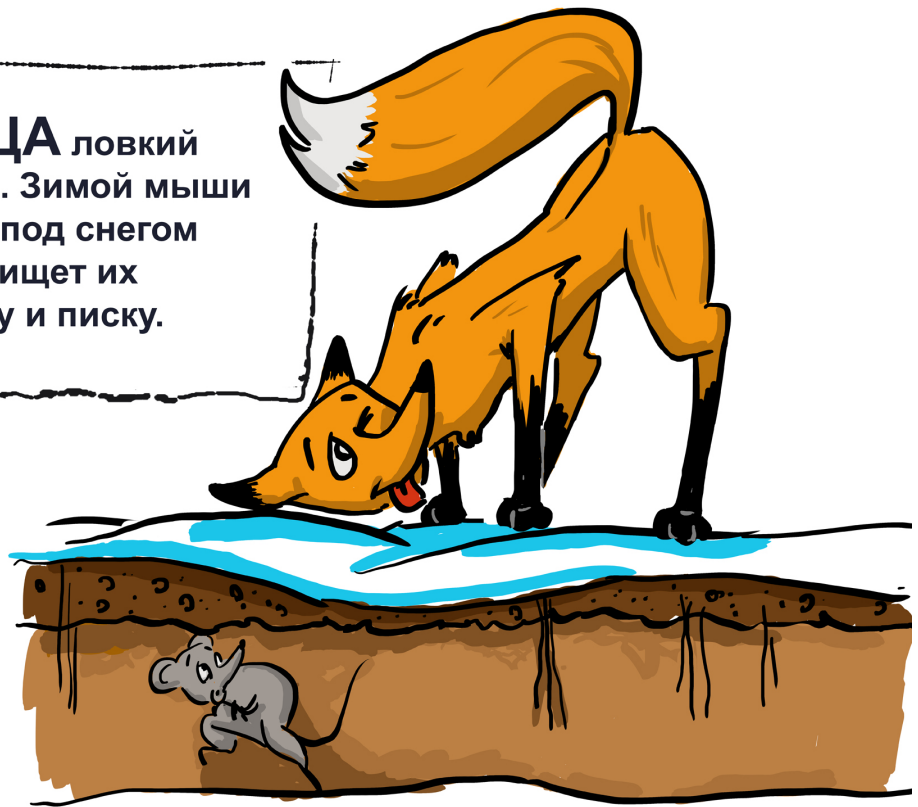
в Горах

в деревне

в ПАРКЕ

Фрагмент рабочего листа к музейному занятию, Пермская государственная художественная галерея

ЛИСИЦА ловкий мышелов. Зимой мыши прячутся под снегом и лисица ищет их по шороху и писку.



Краткий иллюстрированный словарь, Государственный Дарвиновский музей

Режим работы:
вторник, среда, пятница, суббота
с 10:00 до 19:00,
четверг с 12:00 до 21:00,
воскресенье с 11:00 до 19:00,
понедельник – выходной



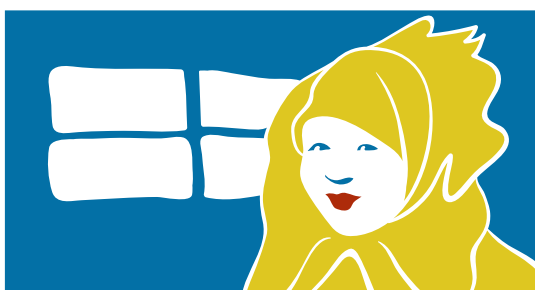
Комсомольский проспект, 4
+7 (342) 212 95 24
permartmuseum.ru
vk.com/permartmuseum
facebook.com/permartmuseum



Что рассказать ребёнку о музее перед посещением



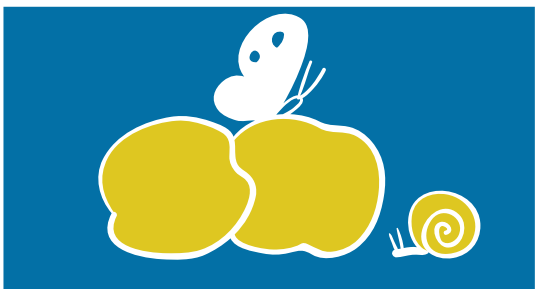
В галерее необычное пространство: высокие потолки, большие залы, много картин и скульптур – их создали разные художники. Людям нравится приходить в галерею и любоваться произведениями искусства. Например, на картине «Водопады в Тиволи» Фёдора Матвеева вы увидите красоту итальянской природы.



На первом этаже вам встретится жизнерадостная красавица в розовом платке – героиня картины Абрама Архипова «Баба». Молодая русская крестьянка с неотразимой улыбкой.



На картинах в галерее можно увидеть своё любимое время года, места, в которых хотелось бы погулять. Например, картина Константина Богаевского «Генуэзская крепость» привлекает всех ребят необычно нарисованным солнцем с длинными разноцветными лучами.



Самые внимательные зрители найдут на картине «Ветка с персиками» Виллема ван Алста трёх насекомых: муху, улитку и бабочку. Они выглядят как живые.

*Буклет для родителей детей с особенностями ментального развития,
Пермская художественная галерея*

Какие-то задания могут исключаться или, наоборот, использоваться дополнительные визуальные подсказки, если ведущий видит, что это необходимо. Если известен состав группы, то задания можно подготовить на разных уровнях адаптации — она может быть как минимальной, так и значительной, в зависимости от возраста и выраженности интеллектуальных нарушений посетителей.

СЕНСОРНЫЕ КАРТЫ МУЗЕЕВ

Еще одним средством визуальной поддержки для человека с аутизмом и сенсорными нарушениями может стать сенсорная карта музея, представляющая собой план помещений, на котором обозначены либо зоны с повышенной сенсорной нагрузкой, либо сенсорно безопасные пространства. Руководствуясь этим планом, посетитель или его сопровождающие могут составить маршрут, который будет пролегать вне зон с повышенным риском сенсорной перегрузки, что может существенным образом повлиять на эмоциональное и физическое состояние посетителя с аутизмом в музее.

Сама по себе сенсорная чувствительность сильно различается от человека к человеку, причём даже если речь идёт о людях с РАС. Например, один человек может обладать повышенной визуальной чувствительностью, а другой — аудиальной. И даже при повышенной чувствительности к звукам возможна острая реакция на разные виды шумов у разных людей. Сенсорные карты, таким образом, должны включать не только уровень, например, зашумленности, но и характер стимулов.

Для разработки такой карты требуется провести аудит сенсорной доступности музейных помещений, который осуществляется специалистами и людьми с аутизмом по специально разработанному протоколу. В рамках этого протокола обследуются все помещения: важно оценить не только выставочные залы, но и другие помещения, обратив внимание на вход, гардероб, туалеты, буфет и т. д. Уровень критичности факторов сенсорной перегрузки оценивается в баллах (как правило, от 1 до 5) командой экспертов, и потом средние значения становятся основанием для оценки безопасности того или иного помещения музея. Учитываются различные сенсорные характеристики помещений: освещение, уровень шума и звукоизоляция, использованные при оформлении залов цвета,

Карта сенсорной безопасности 2-й этаж

Залы с благоприятной сенсорной средой

Залы с ощутимой сенсорной нагрузкой

Залы с серьезной сенсорной нагрузкой



Третьяковская галерея
Лаврушинский переулок



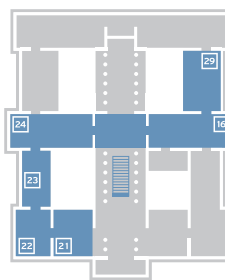
Сенсорная карта Государственной Третьяковской галереи

ПЕРВЫЙ ЭТАЖ



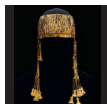
- Залы с минимальной сенсорной нагрузкой (рекомендуются для первого посещения)
- Залы с умеренной сенсорной нагрузкой

ВТОРОЙ ЭТАЖ



- Залы с умеренной сенсорной нагрузкой

3 ТРОЯ И РАСКОПКИ ГЕНРИХА ШЛИМАНА



3 Большая диадема с подвесками
Троя. Клад А
2400–2200 до н.э.

В зале экспонируется коллекция золотых и серебряных художественных изделий, часто именуемая «Золотом Трои» или «Сокровищем Приама», царя древней Трои. Исторические находки сделаны экспедицией немецкого археолога-любителя Генриха Шлимана, вдохновленного описаниями Троянской войны в «Илиаде» Гомера.

6 ЭЛЛИНИСТИЧЕСКИЙ И РИМСКИЙ ПОРТРЕТ. КОПТСКОЕ ИСКУССТВО



6 Портрет пожилого мужчины
Египет, Фаюм
Вторая половина I века н.э.

В зале показаны подлинные памятники Египта, созданные в эпоху эллинизма и во времена римского владычества на берегах Нила. Центральное место занимает замечательное собрание древнейших образцов портретной живописи восковыми красками (энкаустика), написанных на кипарисовых досках. Они были обнаружены в XIX столетии в некрополе Фаюмского оазиса, поэтому их называют фаюмскими.

10 РЕМБРАНДТ И ЕГО ШКОЛА



10 Рембрандт Харменс ван Рейн. Портрет старшины
1654

Одним из наиболее значительных художников Голландии XVII века был Рембрандт Харменс ван Рейн. В музее хранятся шесть живописных произведений великого мастера, представленные в экспозиции этого зала вместе с работами его учеников.

21 ИСКУССТВО ФРАНЦИИ XVII – первой половины XVIII столетия



21 Никола Пуссен. Ринальдо и Армида
1620-е

Искусство Франции XVII – первой половины XVIII столетия (классицизм, рококо) представлено работами художников Франсуа Буше, Валентина де Булоня, Клода Лоррена, Шарля Лебрена и других мастеров. Среди шедевров экспозиции – полотно Никола Пуссена «Ринальдо и Армида» (1620).

23 ИСКУССТВО ФРАНЦИИ XVIII – начала XIX века



23 Жан-Батист Симеон Шарден. Натюрморт с атрибутами искусств
Около 1724–1728

Среди произведений, представленных в этом зале, – полотно Жозефа Верне, Жана Оноре Фрагонара, Жана-Луи Давида, скульптуры Жана-Антуана Гудона, Дени Фудатя, а также изысканные предметы интерьера. Одним из наиболее известных произведений в собрании ГМИИ им. А. С. Пушкина является «Натюрморт с атрибутами искусств» (1724–1728) Жана-Батиста Симеона Шардена.

29 СКУЛЬПТУРА МИКЕЛАНДЖЕЛО



29 Микеланджело Буонарроти. Умирающий раб
Между 1513 и 1519

Творчество величайшего итальянского художника XVI века Микеланджело Буонарроти (1475–1564) относится к периодам Высокого и Позднего Возрождения – времени кульминации развития ренессансного стиля и его завершения.

Фрагмент сенсорной карты Государственного музея изобразительных искусств им. А. С. Пушкина

загруженность помещений посетителями, наличие визуальных навигационных элементов и пр. Рекомендации экспертов во время осмотра помещений могут помочь устранить некоторые сенсорные риски сразу после аудита (например, не использовать лампы теплого и холодного освещения в одном помещении, выбирать только один тип). Остальные, объективно неустранимые критичные сенсорные факторы лягут в основу карты, где на плане музея будут обозначены либо сенсорно безопасные помещения, рекомендованные к посещению, либо, наоборот, опасные зоны, которых стоит избегать. Если в здании несколько этажей или много залов, то рекомендуется дополнить схему указателями направления движения для облегчения ориентации в пространстве и чтения карты.

Таким образом, сенсорная карта может помочь скорректировать маршрут посещения музея, предотвратив столкновение с чрезмерной сенсорной нагрузкой, что является критичным фактором при аутизме и ряде других особенностей развития, сопровождающихся нарушениями обработки сенсорной информации.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВИДЕО

Современные экспозиции давно перестали быть статичными благодаря широко распространенному внедрению цифровых технологий в музейные пространства: мониторы, проекторы, интерактивные панели, видеоинсталляции сегодня стали неотъемлемой частью выставочного дизайна. Музейные специалисты также повсеместно используют сегодня цифровые устройства при проведении программ, чтобы сделать теоретическую часть экскурсии более наглядной и доступной.

Использование видео — прекрасное средство визуальной поддержки для людей с ментальными особенностями, особенно в тех случаях, когда нужно продемонстрировать какое-то действие, «оживить» рассказ экскурсовода или картину, рядом с которой они находятся.

В ряде случаев видеоролики нужны экскурсоводу для того, чтобы облегчить понимание инструкций, например вместо объяснений правил игры можно показать на экране, как в нее играют другие дети. Такой принцип использования видео для обучения называется видеомоделированием.

РАССМОТРИМ ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВИДЕО В МУЗЕЕ:

С **Видеоподсказки.** Очень короткие видеоролики, демонстрирующие выполнение одного ключевого шага в комплексном действии (например, сдать одежду в гардеробе, пройти через рамку металлодетектора, протянуть билет зрителю, нажать на кнопку интерактивного экспоната и т. п.). Такие видеоподсказки не требуют специальных голосовых пояснений, что для детей с аутизмом, чье визуальное восприятие часто намного лучше аудиального, облегчает понимание происходящего. Необходимые видеоролики могут быть сняты заранее, записаны у экскурсовода в смартфоне или планшете и демонстрироваться по мере необходимости.

С **Видеоинструкции.** Такие видеоролики удобно использовать во время практической части музейного занятия, например творческого мастер-класса, когда длинная цепочка действий, необходимых для выполнения задачи, демонстрируется на экране, а музейный сотрудник периодически ставит трансляцию на паузу или повторяет какой-либо эпизод при необходимости, соизмеряя скорость показа с темпом выполнения задачи всей группой.

С **Использование видеоматериалов в экспозиции.** Как уже говорилось выше, весь арсенал интерактивного контента, который уже заложен в дизайне экспозиции, может служить визуальной поддержкой и во время экскурсий для посетителей с ментальными особенностями. Демонстрация фрагментов документальных, художественных, научно-популярных или анимационных фильмов в процессе изложения материала может существенно повысить мотивацию участников экскурсии, сфокусировать их внимание и обеспечить доступность смыслового содержания. Желательно, чтобы в процессе такого мини-сеанса посетители могли сидеть (если в зале нет стульев или банкетов, можно раздать небольшие подушки, на которых удобно сидеть на полу). Необходимо прорисовать маршрут экскурсии таким образом, чтобы видеоматериалы плавно входили в канву повествования. Иногда могут понадобиться видеоматериалы, которых нет в экспозиции, но которые могут помочь детям понять сущность сложных для них понятий или явлений, особенно в неоднозначном или переносном значении. Например, когда экскурсовод рассказывает о том, что «грянул бой», он может параллельно продемонстрировать на планшете видеофрагмент того, как это выглядит. Также можно показать другие видеоприемы с глаголом «грянул» (грянул гром, нагрянули гости и т. п.), чтобы пояснить многообразие значений этого слова.

С *Мультимедийные презентации.* Иногда большая часть экскурсии может сопровождаться опорой экскурсовода на мультимедийную презентацию. Особенно это актуально, когда занятие целиком или частично проходит в отдельно оборудованном большим экраном помещении, где дети могут сидеть и слушать педагога. Визуальная поддержка для посетителей с ментальными особенностями обеспечивается специфическими возможностями представления информации в таких презентациях: многоканальностью, наглядностью, моделированием изучаемых процессов и явлений, интерактивностью, игровой формой. Слайды презентации могут содержать не только иллюстративный и текстовый материал, но и видео- и аудиофрагменты, анимированные изображения, раскрывающие смысл теоретической части музейного занятия или экскурсии.

С *Видеоарт в стилистике «ожившая картина».* Большую сложность для посетителей с ментальными особенностями представляет собой понимание сюжетов изобразительных произведений, эмоций, состояний персонажей. Присутствие на полотнах большого количества деталей и предметов, вышедших из употребления, часто также сбивает их с толку. Момент, запечатленный на картине в статике, бывает очень сложно интерпретировать при непонимании социальных контекстов, намерений и чувств других людей, в особенности живших в другую эпоху. В художественных музеях целесообразно использовать в качестве видеоподсказок ставшие популярными в последние годы короткие анимационные произведения по мотивам известных картин, которые как бы оживают, и мы видим развитие изображенного сюжета в динамике. Такая анимация позволяет увидеть действие и понять сюжет картины. Несмотря на то что создание таких роликов довольно затратно и требует привлечения профессиональных дизайнеров-аниматоров, подобные видеографические работы могут использоваться повсеместно для целей продвижения и рекламы всего музея или выставки, а также в работе с другими категориями посетителей. Поэтому их создание может быть оправдано сразу несколькими задачами, помимо использования в инклюзивной работе. Пример подобного видеоарта — тизер выставки «Россия в пути. Самолетом, поездом, автомобилем» Института русского реалистического искусства.¹⁰

¹⁰ <https://youtu.be/Elp6YoahWRY>



Фрагмент адаптированного видеогuida по Музею занимательных наук «Экспериментариум»⁹



Экспликация на электронном устройстве (справа), дополняющая традиционную (Государственный биологический музей им. К. А. Тимирязева)

⁹ <https://experimentarium.ru/inclusive-science/>

ЭЛЕМЕНТЫ, УПРОЩАЮЩИЕ НАВИГАЦИЮ И ОРИЕНТАЦИЮ В ПРОСТРАНСТВЕ МУЗЕЯ

Как уже было сказано выше, современный музей стремится к организации своих помещений согласно принципам универсального дизайна, который делает пространство доступным и понятным для всех людей. Поэтому использование всевозможных визуальных средств в архитектурных, экспозиционных, экспликационных, этикетажных решениях музея существенно повышает уровень самостоятельности и комфорта целевой аудитории во время посещения.

С *Архитектурные детали и цветовая маркировка.*

Современный выставочный дизайн позволяет включать элементы простой и интуитивно понятной навигации в саму экспозицию, выделяя их с помощью цвета, формы и размера. Насыщение выставочного пространства навигационными элементами делает его доступнее сразу для многих категорий посетителей, испытывающих сложности в ориентации в больших и сложных помещениях. Для навигационных указателей также активно может использоваться пространство пола, на котором цветом маркируется определенный маршрут и располагаются поясняющие знаки или символы. Существенно облегчает посетителям чтение этикетажа использование дублирующей нумерации, простых и крупных шрифтов, контрастных к фону.

С *Графические изображения (инфографика, знаки, символы, пиктограммы и пр.).*

Визуальная коммуникация экспозиции напрямую с посетителем также представляет собой одну из основных задач современного музея. Элементы графического способа подачи информации, повсеместно используемые в пространстве музея, призваны быстро и четко передать посетителю какое-либо сообщение. Например, свод музейных правил с использованием **знаков и инфографических изображений** воспринимается интуитивно и легко, в отличие от написанного текста. Поэтому любое сложное действие, которое предстоит произвести посетителю в музее, целесообразнее сопровождать экспликацией не только с текстовой, но и с графической инструкцией (например, воспользоваться интерактивным экспонатом). Это существенно повышает уровень

самостоятельности большинства посетителей.

Большое распространение получили сейчас в музейном дизайне разрешающие знаки, показывающие, какие экспонаты тактильно доступны, где можно перекусить, где находится зона отдыха и т. п., что делает пространство музея комфортнее для своей аудитории. Использование всевозможных изображений, фотографий, лент времени, рисунков в экспликационных материалах также делает знакомство с экспозицией более наглядным и привлекательным процессом.

Для посетителей с ментальными особенностями, если они испытывают какие-либо затруднения в одних и тех же местах, имеет смысл разместить визуализированные инструкции, состоящие из нескольких пиктограмм, показывающих всю последовательность действий, которые здесь необходимо произвести (например, на кассе, в гардеробе, на посту охраны и пр.).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ АЛЬТЕРНАТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ И ВИЗУАЛЬНЫХ ПОДСКАЗОК ВО ВРЕМЯ ОРГАНИЗОВАННЫХ ПОСЕЩЕНИЙ

Одна из задач методов визуальной поддержки — это установление невербальной коммуникации и предоставление информации с опорой на зрительные объекты. Этот принцип лежит в основе систем альтернативной коммуникации, когда общение происходит путем обмена карточками с изображениями, жестами или с помощью цифровых устройств¹¹.

¹¹ Альтернативная коммуникация — это способ взаимодействия с окружающими людьми без использования устной речи. Одна из самых известных систем альтернативной коммуникации — система PECS (Picture Exchange Communication System), разработанная Э. Бонди и Л. Фрост в 1985 году для детей и взрослых с аутизмом или связанными нарушениями развития, представляет собой коммуникационную систему обмена картинками. Также используются в качестве альтернативной коммуникации жестовая речь, письменная речь, устройства перевода текста в речь, языковая программа Макатон, различные варианты коммуникаторов и др.

Обучение этим системам представляет собой достаточно сложный процесс, который осуществляют специальные педагоги, однако в рамках музея возможно использовать элементы коммуникации при помощи обмена карточками. Например, невербальные и маловербальные дети могут передавать карточки с изображением правильного ответа на вопрос экскурсовода вместо словесного ответа. Если дети уже пользуются системой альтернативной коммуникации в школе и дома, то они могут общаться с экскурсоводом при помощи фраз, составленных из карточек

на специальной коммуникационной полоске. Используемые пиктограммы, как правило, интуитивно понятны человеку, не знакомому с системой, но в случае затруднений можно прибегнуть к помощи сопровождающих лиц.



Экскурсовод может также подготовить комплекты карточек, дублирующих его словесную просьбу или инструкцию, когда участникам программы нужно совершить какое-либо действие.

Такие визуализированные инструкции помогают ребенку понять смысл требования, например, во время мастер-классов. Например, экскурсовод может попросить посетителей нарисовать красный круг и сопроводить свою просьбу серией карточек, которые остаются перед глазами.

Карточки с изображением можно использовать также в качестве визуальных подсказок. Прежде всего использование карточек позволяет наладить сотрудничество и получить обратную связь от участников программы, дает им почувствовать себя вовлеченными и успешными. Например, ведущий задает детям вопрос: «Какое животное спит в берлоге зимой?» В случае отсутствия правильной реакции можно показать детям карточку с изображением медведя, которая поможет им дать правильный ответ и поддержать коммуникацию.

Целесообразно использовать сигнальные карточки с пиктограммами или знаками, обозначающими те или иные правила поведения в музее. Например, демонстрация такой карточки с условным изображением «тихо» или «нельзя трогать» в момент нарушения посетителем правил эффективнее, чем словесная инструкция. Здесь важно быть уверенными, что аудитория понимает значение предъявляемых визуальных подсказок, поэтому рекомендуется обговорить правила перед началом программы и показать соответствующие им карточки. В целом использование карточек с изображениями для установления коммуникации с посетителями с ментальными особенностями является эффективным средством визуальной поддержки и способствует повышению успешности и самостоятельности участников музейных программ.



Элементы навигации Государственного Дарвиновского музея и Государственного музея изобразительных искусств им. А. С. Пушкина.

ПРЕДМЕТНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Как и в случае с расписанием, визуальную поддержку посетителям во время участия в программах могут оказывать не только изображения, но и всевозможные предметы, которые обычно находятся в сумке экскурсовода и призваны привлечь внимание, расширить возможности понимания определенных явлений, опираясь на всестороннее восприятие: помимо зрительного канала, взаимодействие с различными объектами задействует и другие сенсорные каналы, что существенным образом повышает вовлеченность в происходящее. Вы можете использовать весь арсенал наглядных материалов, что особенно актуально при работе с детьми дошкольного и младшего школьного возраста. Подумайте, что вы можете задействовать из фондов музея, что можно изготовить или найти самостоятельно, а что нужно изготовить на заказ, но прослужит вам долгие годы в музейно-педагогической работе.

На занятиях могут использоваться различные **муляжи, миниатюры, игрушки, копии экспонатов, дидактические пособия, природные материалы, образцы тканей, дерева, камней и пр.** Они могут предлагаться как для тактильного осмотра, так и задействоваться в игровой или практической деятельности («волшебный мешочек», мозаика, «опиши предмет», «что появилось» и т. п.).

Помимо небольших объектов, в качестве визуально-предметной опоры могут быть задействованы как **крупные экспонаты, доступные для тактильного осмотра** (интерактивные экспонаты, механизмы, некоторые скульптуры и пр.), так и **предметы интерьера**, к которым дети могут прикасаться по просьбе экскурсовода (деревянные лестницы, мраморные колонны, гипсовая лепнина и пр.). Особенно важно включение подобной деятельности в программы художественных музеев, где, как правило, нельзя трогать никакие экспонаты. Некоторые музеи сейчас идут по пути создания специальных **тактильно-сенсорных станций** рядом с ключевыми произведениями, где посетители могут тактильно исследовать образцы материалов, изображенных на картине, почувствовать запахи или услышать звуки, которые могли звучать на фоне происходящего. Такие сенсорные «погружения» значительно облегчают посетителям понимание сюжета и контекста произведения через ощущения и создают с ним прочную эмоциональную связь.

Пример коммуникативных карточек (созданы Музеем изобразительных искусств Республики Карелия в рамках проекта «Создание новых устойчивых инклюзивных культурных сервисов для особых целевых групп» (Culture Open — Creating Culture Together) КА 3018)



Использование тактильных экспонатов (народная игрушка) на инклюзивной программе «Навстречу открытиям» Всероссийского музея народного и декоративно-прикладного искусства



Использование дидактического материала на занятии «Животный мир Земли» в рамках проекта «Арт-продленка: терапия и инклюзия» (БФ «Искусство быть рядом»), Государственный Дарвиновский музей



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Дорогие читатели! Мы очень надеемся, что материалы этого методического пособия оказались для вас полезными и помогли сделать ваши музеи и программы более доступными для посетителей. Желаем вам вдохновения, творческого подхода и впечатляющих результатов при создании новых визуальных инструментов и социальных историй. Будем признательны, если вы поделитесь с нами впечатлениями об этом пособии или напишите о том, какие новые темы развития инклюзии в музеях для вас было бы важно осветить более подробно.

Будем благодарны за обратную связь!

Наш сайт: <https://in-museum.ru/>

Тел.: +7 (495) 951-04-08

E-mail: inmuseumrus@gmail.com

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Адаптация учебных материалов для обучающихся с расстройствами аутистического спектра. Методическое пособие. Загуменная О.В., Хаустов А.В., Богорад П.Л. / Под общ. ред. А.В. Хаустова. – М.: ФРЦ ФГБОУ ВО МГППУ, 2017. – 80 с.
2. Грей К. Социальные истории: Инновационная методика для развития социальной компетентности у детей с аутизмом. – Екатеринбург: Рама Паблишинг, 2018.
3. Мак Кланнахан Л.И., Крантц П. Расписание для детей с аутизмом. Обучение самостоятельному поведению. - Москва, 2003.
4. Коэн М.Дж., Герхардт П.Ф. Визуальная поддержка. Система действенных методов для развития навыков самостоятельности у детей с аутизмом. – Екатеринбург, 2018.
5. A Guide to Making Easy Read Information. URL: <https://www.odi.govt.nz/guidance-and-resources/a-guide-to-making-easy-read-information/#What-is-easy-read-information>
6. Attwood T. The Links Between Social Stories, Comic Strip Conversations & Cognitive Models. – URL: <http://www.tonyattwood.com.au/books-by-tony-m/archived-papers/78-the-links-between-social-stories-comic-strip-conversations-a-cognitive-models>
7. Baron-Cohen, Simon, Leslie, Alan M., Frith Uta. Does the Autistic Child have a “Theory of Mind”?// Cognition. 1985 – № 21 – p. 37–46.
8. Morris Barry K.. Social Stories// URL: <http://www.autism-help.org/communication-social-stories-autism.htm>
9. Evidence-Based Practices for Children, Youth, and Young Adults with Autism Spectrum Disorder, 2020.// URL: <https://ncaep.fpg.unc.edu/sites/ncaep.fpg.unc.edu/files/imce/documents/EBP%20Report%202020.pdf>
10. Franca Garzotto, Mirko Gelsomini, Vito Matarazzo, Nicolo’ Messina, Daniele Occhiuto. Designing Wearable Immersive “Social Stories” for Persons with Neurodevelopmental Disorder// Universal Access in Human-Computer Interaction. Methods, Technologies, and Users (pp.517-529), DOI: 10.1007/978-3-319-92049-8_37
11. Gray C. It is NOT a Social Story if... An initial screening instrument. URL: <https://carolgraysocialstories.com/wp-content/uploads/2015/09/It-is-NOT-a-Social-Story-if....pdf>
12. Gray, C. & Garand, J. (1993). Social Stories: Improving Responses of Students with Autism with Accurate Social Information. Focus on Autistic Behavior.
13. Gray, C. (1990b). From Canada to Mexico: Welcome to new and past subscribers. The Morning News. September, 2-3. Jenison, MI: Jenison Public Schools. Gray, C. (1990b). From Canada to Mexico: Welcome to new and past subscribers. The Morning News. September, 2-3. Jenison, MI: Jenison Public Schools.

14. The National Autism Center's «National Standards Project», Phase 2, 2015// URL: <http://www.autismdiagnostics.com/assets/Resources/NSP2.pdf>
15. The National Professional Development Center on Autism Spectrum Disorder (NPDC) systematic review on evidence-based practices, 2020// URL: <https://ncaep.fpg.unc.edu/sites/ncaep.fpg.unc.edu/files/imce/documents/EBP%20Report%202020.pdf>
16. Tuschen B. Designing Social Stories for the Brooklyn Children 's Museum// Bank Street College of Education. 2015.