

Teksty w przestrzeni muzealnej

Aleksandra Sztajerwald, Anna Knappek

Dla kogo piszemy?

Zwiedzanie wystawy wymaga od naszych odbiorców zmierzenia się z licznymi treściami. Znalezienie informacji to tylko początek. Kluczowe dla pełni sukcesu jest ich zrozumienie, a następnie wykorzystanie we właściwy sposób. Dlatego chętniej odwiedzamy miejsca, które już na początku oferują nam przejrzyste i konkretne informacje.

Według badań przeprowadzonych przez PISA (Międzynarodowy Program Oceny Umiejętności Uczniów) i OECD (Organizację Współpracy Gospodarczej i Rozwoju) 40% Polaków nie rozumie tego, co czyta. Kolejne 30% Polaków rozumie, ale w niewielkim stopniu. Podobne statystyki znajdziemy też w innych krajach.

Jak w takim razie powinniśmy pisać, abyśmy byli zrozumiani? Nad rozwiązaniem pracują językoznawcy na całym świecie. Stworzone przez nich zasady *plain language* i *easy to read*, cały czas się rozwijają.

W Polsce formą adaptacji zasad *plain language* jest prosta polszczyzna. Tekst tworzony według tego standardu powinien być zrozumiany przez masowego odbiorcę. Dlatego najczęściej znajduje on zastosowanie w komunikacji między obywatelami a instytucjami publicznymi. Nad stworzeniem standardu prostej polszczyzny pracują językoznawcy z Instytutu Filologii Polskiej Uniwersytetu Wrocławskiego.

Więcej o zasadach przeczytasz na stronie [Pracowni Prostej Polszczyzny](#).

Pierwszym sprawdzianem dla tekstu może być jego analiza z wykorzystaniem Jasnopisu – narzędzia do weryfikacji stopnia trudności rozumienia, opracowanym jako projekt Narodowego Centrum Nauki.

Więcej o aplikacji przeczytasz na stronie [Jasnopis](#).

Większy stopień uproszczenia treści stosuje się w tekstach *easy to read* w Polsce nazywanych tekstem łatwym do czytania i rozumienia. Teksty łatwe tworzone są z myślą o osobach, które z różnych względów nie posługują się biegle językiem. Ich znajomość języka oceniana jest na poziom A1 czasem A2. Mogą to być na przykład:

- osoby z lekką/umiarkowaną niepełnosprawnością intelektualną,
- osoby, które słabo znają język polski np. obcokrajowcy, dzieci,
- funkcjonalni analfabeci,
- osoby niesłyszące,
- osoby w spektrum autyzmu,
- seniorzy, osoby chore na Alzheimera,
- osoby z dysleksją.

To, co łączy wszystkie wymienione powyżej grupy, to:

- potrzeba dłuższego czasu na zapoznanie się z tekstem,
- często krótki czas koncentracji,
- gubienie sensu dłuższych tekstów,
- trudność w zrozumieniu form gramatycznych, przenośni, liczebników,
- ograniczony zasób słownictwa,
- brak wiedzy na dany temat,
- trudność w odbiorze wizualnym.

Poznaj zasady tekstu łatwego do czytania

Zbiór wszystkich zasad przeczytasz w publikacji [Informacja dla wszystkich](#).

Tworzenie tekstów łatwych do czytania, jest, wbrew pozorom, żmudnym i długotrwałym procesem.

Jak zatem przygotować tekst łatwy do czytania?

- Zastanów się o czym chcesz napisać i jaki chcesz osiągnąć cel.
- Przemyśl każde słowo. Najlepiej sprawdzą się słowa maksymalnie 4-sylabowe.

- Wyróżnij trudne słowa, jeśli musisz ich użyć (pogrubiona czcionka, czyli bold).
- Pamiętaj o sposobie zapisu liczb i interpunkcji.
- Twórz krótkie zdania. Unikaj zdań złożonych.
- Dziel tekst na krótkie akapity i dodawaj nagłówki.
- Zadbaj o kompozycję i format tekstu.
- Dodaj ilustracje, które pomogą zrozumieć treść tekstu.
- Przeprowadź konsultacje tekstu z odbiorcami.

Muzea są zobowiązane ustawą do opracowania informacji o swojej działalności w tekście łatwym do czytania. Nic jednak nie stoi na przeszkodzie, aby w ten sposób tworzyć również opisy wystaw czy obiektów. Teksty można umieścić na stronie internetowej w formacie PDF, co pozwoli odbiorcom na zapoznanie się z nim przed wizytą. Przykład opisu wystawy w tekście łatwym do czytania zamieszczonego na stronie internetowej.

Jeśli mamy środki, warto wydrukować broszury i umieścić je w dostępnym miejscu.

Przykład broszury rozdawanej w kasie muzealnej.

Teksty na wystawie

Czy zwróciliście kiedyś uwagę na to, jak dużo czytamy podczas zwiedzania wystawy? Wystawa w muzeum to historia opowiedziana nie tylko poprzez eksponaty tradycyjne i multimedialne. Nieodłącznym elementem tej narracji jest tekst. Pojawia się na przykład jako podpis obiektu, broszura, instrukcja obsługi, plansza na ścianie oraz audioprzewodnik. Podstawą wielu wystaw plenerowych jest słowo pisane. Jakie cechy powinny mieć teksty, aby z ich treścią chętnie i bez przeszkód mogła zapoznać się jak największa grupa naszych gości?

Traktujmy teksty związane z wystawą jako zespół wzajemnie uzupełniających się informacji.

Przede wszystkim odpowiedzmy sobie na pytanie, o czym opowiada nasza wystawa. Określmy jakie trzy, cztery poruszane na niej wątki są najbardziej istotne. Zastanówmy się czy będą one interesujące także dla gości wystawy. Teksty, które pojawią się na wystawie, twórzmy wokół tych wątków. Informacje pojawiające się na planszach, w opisach obiektów czy broszurach powinny się uzupełniać. Mogą się także powtarzać. Dzięki temu jest większa szansa, że gość wystawy zapozna się z nimi. Pamiętajmy, że wystawa to długa i wymagająca opowieść. Nie wszyscy przeczytają ją od deski do deski.

Informator/broszura o wystawie

Broszura to kawałek wystawy, który można zabrać ze sobą do domu.

Skupmy się więc na jej najważniejszych wątkach. Opiszmy je językiem przystępnym, wspominając jedynie te naprawdę najważniejsze nazwiska i daty. Broszura to nie minikatalog. Zadbajmy, aby tekst przeplatał się ze zdjęciami dobrej jakości. Podzielimy go w ten sposób na krótsze odcinki i uczynimy bardziej czytelnym. Kluczowe dla czytelności broszury (i każdego innego tekstu) są także: krój pisma i rozmiar fontu, interlinia – odstępy między wierszami, kontrast ilustracji i tekstu w stosunku do tła. Wskazówki dotyczące wyglądu tekstu znajdziesz w artykułach dotyczących typografii, takich jak kryjący się pod tym linkiem.

Plansze na ścianach i podpisy do dzieł

To teksty, które stanowią integralną część wystawy. Zawarte w nich informacje powinny być napisane językiem przystępnym. Musimy także zadbać o wygląd tekstów. Victoria and Albert Museum stworzyło krótki poradnik, z którego dowiadujemy się jak układać informacje na planszach i tabliczkach z podpisami.

O tekstach, które będą w przestrzeni wystawy myślimy od samego początku pracy nad nią. Dzięki temu unikniemy „wciskania” tekstu między obiekty. Bardzo ważny jest odpowiedni dobór miejsca, w którym wyeksponujemy go na wystawie oraz podkład, na którym go wydrukujemy. Oto kilka przykładów:

- jeśli powiesimy tekst zbyt wysoko, będzie trudny do przeczytania dla osoby poruszającej się na wózku lub o niskim wzroście;
- tekst, do którego dostęp utrudnia stojąca przed nim ławka nie przeczyta osoba o słabszym wzroku, ponieważ nie będzie mogła do niego podejść;
- tekst w miejscu słabo oświetlonym będzie trudny do przeczytania dla wszystkich gości wystawy;
- tekst wydrukowany na powierzchni o niejednorodnej fakturze (np. na abstrakcyjnym, wielokolorowym wzorze), odbijającej światło (np. szkło) lub niewiele różniącej się barwą od koloru liter będzie trudny do przeczytania dla wszystkich gości.

Audioprzewodnik

Tutaj możemy pozwolić sobie na przekazanie nieco większej porcji informacji naszym gościom i rozwinąć szczególnie interesujące wątki.

Pamiętajmy jednak, żeby nie przesadzić z długością nagrań. Jedna strona A4 to około 3,5 minuty czytania. To wystarczająco długie nagranie.

Pamiętajmy także, że zazwyczaj audioprzewodnik to ścieżka składająca się z kilkunastu nagrań. $15 \text{ nagrań} \times 3,5 \text{ minuty} = 52,5 \text{ minuty nagrań}$. Który z gości wysłucha aż tyle materiału? Zwróćmy także uwagę na to, że z audioprzewodnika nie skorzystają osoby z niepełnosprawnością słuchu. Z myślą o ich potrzebach możemy stworzyć przewodnik w Polskim Języku Migowym z polskimi napisami lub wydrukować tekst nagrania i zamieścić obok obiektu, którego dotyczy.

Audiodeskrypcje

Teksty przygotowane z myślą o osobach z niepełnosprawnością wzroku mogą skupić się na opisie wyglądu konkretnego eksponatu, materiału wideo albo całej przestrzeni. Audiodeskrypcje możemy wgrać w audioprzewodniki. Dobrym rozwiązaniem jest także opublikowanie ich na stronie internetowej. Dzięki temu będą dostępne nawet po zakończeniu wystawy. Informację o tym, na co zwrócić uwagę zamawiając audiodeskrypcję przygotowali eksperci i ekspertki pod egidą Małopolskiej Kultury Wrażliwej.

Kto powinien pisać teksty?

Każda instytucja ma wypracowaną własną ścieżkę tworzenia tekstów na wystawę. Zazwyczaj autorami pierwszej wersji są kuratorzy, osoby najlepiej znające dany temat. Następnie tekst poddawany jest redakcji językowej i technicznej. Spróbujmy jednak do tego modelu dodać jeszcze jedną osobę: testera. Osobę, która nie jest ekspertem z danej dziedziny. To dzięki niej, będziemy mogli skorygować zbyt trudne lub niejasne fragmenty tekstu. To ona najlepiej wskaże nam miejsca, w których „przesadziliśmy” z informacjami. Testerem może być każdy: pracownik naszego muzeum, uczniowie z zaprzyjaźnionej szkoły czy też członkowie rodziny.

Tekst powinien powstać w ścisłej współpracy autora, testera i redaktora. Każda z tych osób powinna mieć jednakowe prawo do nanoszenia korekt w tekście. Nie będzie to łatwe zadanie. Wszyscy przywiązujemy się do własnych tekstów. Usiłujemy przekonać, że nasza wersja jest najlepsza. Dlatego kluczem do sukcesu w procesie pisania tekstu jest to, aby autor, tester i redaktor byli nastawieni na dialog i szukanie kompromisu. Ich nadrzędnym celem jest dotarcie z informacją do gościa wystawy. Osoby zainteresowanej tematem ekspozycji, jednak posiadający niewielką wiedzę w danej dziedzinie.

Porady praktyczne

- Przygotowując tekst pamiętajmy, w jakich warunkach czytają go goście wystawy. Na stojąco, w tłumie innych osób. Nie sprzyja to skupieniu uwagi.
- Jeśli napotykamy na opór w naszej instytucji, stosujmy metodę małych kroczków. Może łatwiej będzie nam w pierwszej kolejności poprawić wizualną stronę tekstu, niż uprościć jego język?
- Pójdźmy na wystawę i zobaczmy czy i jak goście czytają teksty.
- Czytajmy na głos teksty, które piszemy. W ten sposób najlepiej wyłapiemy jego niezgrabne fragmenty.

- Teksty przed publikacją powinien czytać nie tylko autor lub autorka. Warto, aby przeczytała go także osoba niezwiązana z tworzeniem ekspozycji.