

**Maria Bajak**

<http://orcid.org/0000-0003-4769-7696>  
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie  
bajakm@uek.krakow.pl  
DOI: 10.35765/pk.2024.4603.27

## Zapewnienie dostępu do kultury osobom z niepełnosprawnościami jako misja instytucji kultury<sup>1</sup>

### STRESZCZENIE

Podstawowym zadaniem instytucji kultury jest zaspokajanie potrzeb odbiorców w zakresie dostępu do sztuki. W związku z tym odgrywają szczególną rolę w procesie ewolucji poznawczej człowieka i jego uwrażliwienia, a także przyczyniają się do poprawy jakości życia społecznego. Dlatego też szczególnie istotną kwestią jest zapewnienie dostępności instytucji kultury dla wszelkich zainteresowanych odbiorców. Stanowi to bowiem ważną część misji tego typu organizacji. W przypadku osób z niepełnosprawnościami wszelkie udogodnienia wizyty w obiekcie nie tylko prowadzą do uatrakcyjnienia odbioru kultury, ale mogą wręcz być decydujące w kwestii jej percepcji. Głównym celem artykułu jest przedstawienie znaczenia dostępności kultury dla osób z niepełnosprawnościami jako misji instytucji kultury, omówienie potrzeb odbiorców posiadających dysfunkcje o różnorodnym charakterze oraz wskazanie propozycji udogodnień, które mogą wspierać recepcję sztuki i twórczość artystyczną. Ponadto podkreślono znaczenie osób z niepełnosprawnościami jako istotnej grupy odbiorców kultury, dla których może stanowić ona źródło kreowania tożsamości, kształtowania wartości, wzrostu potencjału, a nawet pełnić funkcję terapeutyczną.

**SŁOWA KLUCZE:** osoby z niepełnosprawnościami, instytucje kultury, społeczna odpowiedzialność kultury, wyrównywanie szans, dostęp do kultury

### ABSTRACT

Promoting Cultural Access for Individuals with Disabilities: The Role and Mission of Cultural Institutions

Cultural institutions are entrusted with the vital task of catering to the public's needs for access to the arts. These institutions are integral to the cognitive and

1 Publikacja została dofinansowana ze środków subwencji przyznanej Uniwersytetowi Ekonomicznemu w Krakowie – Projekt nr 038/ZZM/2022/PRO.

emotional development of society and enhance the overall quality of social life. Ensuring accessibility for all, including individuals with disabilities, is therefore a fundamental aspect of their mission. For people with disabilities, improvements in accessibility are not merely enhancements; they can significantly impact the ability to engage with and perceive cultural experiences. This article aims to highlight the critical importance of accessibility in cultural institutions for individuals with disabilities. It will examine the specific needs of audiences with various disabilities and propose practical solutions to enhance their experience of art and cultural engagement. Additionally, the article underscores the significance of individuals with disabilities as a vital segment of cultural audiences. For these individuals, access to culture can foster identity formation, value development, personal growth, and even serve a therapeutic purpose.

**KEYWORDS:** people with disabilities, cultural institutions, social responsibility of culture, equal opportunities, access to culture

## Wstęp

Instytucje kultury swoją działalność opierają na nawiązywaniu dialogu i komunikacji ze społeczeństwem, tak aby rozpowszechniać kulturę, a także utrzymać ją obecną i żywą (Datko i Necel, 2011). W ramach tej funkcji realizują one więc szereg działań, które mają prowadzić do zaspokajania potrzeb wyższego rzędu, związanych w głównej mierze z rozwojem osobistym i społecznym (Manczak i in., 2019), a także edukacją (Majewski, 2013; Hansson i Öhman, 2022) i popularyzacją turystyki kulturowej (Ściborska-Kowalczyk, 2017). Odgrywają więc szczególną rolę w procesie ewolucji poznawczej, rozpatrywaną zarówno z punktu widzenia indywidualnego, jak i publicznego (Graham, 2012; Kaczmarek, 2018; Wróblewski, 2018a). Dlatego też szczególnie ważne jest zapewnienie dostępu do zasobów kultury dla całego społeczeństwa (Gaweł, 2018), bez względu na przekonania, zasoby materialne czy ograniczenia fizyczne i psychiczne. Z jednej strony różnorodność odbiorców stanowi wyraz fundamentalnych założeń funkcjonowania organizacji tego typu (Barańska, 2013; Rottermund, 2015), z drugiej zaś jest poświadczeniem atrakcyjności oferty kulturalnej. Jako praktyczny wyraz otwartości na odbiorców można wskazać zróżnicowaną ofertę, a także gotowość do zaspokajania specyficznych potrzeb i preferencji konsumentów (Gaweł, 2019). Dlatego też za niezbędny element działalności współczesnej instytucji kultury należy uznać wyrównywanie szans odbiorców w dostępie do kultury (Florek-Łuszczyc i Lachowski, 2013), ze szczególnym uwzględnieniem osób z niepełnosprawnościami.

Głównym celem artykułu jest przedstawienie znaczenia dostępności kultury dla osób z niepełnosprawnościami jako misji instytucji kultury, omówienie potrzeb odbiorców posiadających dysfunkcje o różnorodnym charakterze oraz wskazanie propozycji udogodnień, które mogą wspierać recepcję sztuki i twórczość artystyczną. Ponadto podkreślono znaczenie osób z niepełnosprawnościami jako istotnej grupy odbiorców kultury, dla których może stanowić ona źródło kreowania tożsamości, kształtowania wartości, wzrostu potencjału, a nawet pełnić funkcję terapeutyczną.

### Dostępność kultury jako wyraz społecznej odpowiedzialności biznesu

Zapewnienie dostępności kultury szerokiemu gronu odbiorców, w tym osobom z niepełnosprawnościami, wymaga przyjęcia kompleksowego spojrzenia. Z jednej strony powinno ono łączyć podejście biznesowe i zmiany w organizacji, z drugiej zaś dostosowania systemowe na poziomach: krajowym, regionalnym i lokalnym (Reyes-García i in., 2021). W tym kontekście ważną kwestią są więc nie tylko inicjatywy podejmowane bezpośrednio przez instytucję, ale też zmiany wprowadzane w prawie, nakierowane na zwiększanie dostępności kultury (Lizak, 2017). Wartości związane z wyrównywaniem szans uczestnictwa osób z dysfunkcjami w życiu społecznym zostały podkreślone między innymi w Raportcie Organizacji Narodów Zjednoczonych (2018) dotyczącym niepełnosprawności i rozwoju. Zgodnie z jego treścią rolą organizacji publicznych, w tym instytucji kultury, jest zapewnienie warunków partycypalności, inkluzywności i odpowiedzialności za całe społeczeństwo oraz stworzenie możliwości dostępu do usług publicznych. Naturalnie, równie istotne są działania niewymuszone przez prawo podejmowane dobrowolnie przez jednostki kultury mające na celu stworzenie bardziej optymalnych warunków odbioru ich zbiorów oraz uczestnictwa w organizowanych przez nie przedsięwzięciach, pomimo dysfunkcji. Inicjatywy te obejmują między innymi przystosowywanie wystaw, organizację specjalnych warsztatów, prelekcji i spektakli, a także dopasowanie wydarzeń do potrzeb poznawczych i komunikacyjnych osób posiadających niepełnosprawności (Więckowski, 2015). Podejście to wpisuje się w ramy społecznej odpowiedzialności biznesu, określającej budowanie takiej strategii przez organizacje, która wspiera rozwiązania na rzecz społecznego rozwoju, przeciwdziała wykluczeniu i marginalizacji grup społecznych, a także przewiduje negatywne konsekwencje własnej działalności i stara się im zapobiegać (Wolan-Nowakowska, 2021). Poziom zaangażowania poszczególnych

instytucji w zapewnianie odbiorcom dostępności kultury, a co za tym idzie sprzężonych z tym korzyści wynika w głównej mierze z indywidualnego podejścia danej jednostki (tabela 1).

Tabela 1. Poziom zaangażowania w zapewnienie odbiorcom dostępności kultury

Poziom zaangażowania	Charakterystyka	Przykładowe czynniki, które wpływają na stopień zaangażowania organizacji
Narzucony	Ścisłe określony przez ramy prawa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• charakter instytucji kultury i jej zasobów,</li> <li>• doświadczenie i wiedza kadry zarządzającej,</li> <li>• poziom samodzielności organizacji,</li> <li>• możliwości finansowe i organizacyjne,</li> <li>• stopień elastyczności działań jednostki,</li> <li>• otwartość na innowacje,</li> <li>• kreatywność pracowników,</li> <li>• dotychczasowy i pożądany wizerunek</li> </ul>
Wymuszony	Wymagany przez interesariuszy zewnętrznych	
Dobrowolny	Wynika z wewnętrznych przekonań organizacji	

Źródło: opracowanie własne na podstawie Sapiński, 2017.

Spółeczna odpowiedzialność kultury powinna być rozumiana jednak przede wszystkim jako strategiczne podejście nakierowane na samodoskonalenie na podstawie potrzeb i preferencji społeczno-kulturowych otoczenia, którego przyjęcie prowadzić ma do wzrostu zaufania wobec danej organizacji. Wymaga więc przyjęcia długofalowej perspektywy nakierowanej na tworzenie długofalowych rozwiązań zapewniających trwały dobrobyt społeczny (Drapińska, 2015). Działania te mogą przybierać różną formę, obejmując przykładowo: dostosowanie infrastruktury do możliwości fizycznych odbiorców, stosowanie rozwiązań ułatwiających odbiór kultury pomimo dysfunkcji (np. tłumaczenia na język migowy, ekspozycje sensoryczne, specjalnie wyszkoleni przewodnicy, publikacje w języku Braille'a itp.), wspieranie działalności charytatywnej i naukowej skupiającej się wokół wyrównywania szans, współpracę z ośrodkami terapeutycznymi, szkołami specjalnymi oraz organizacjami zrzeszającymi osoby z niepełnosprawnościami, komunikowanie otoczeniu podejmowanych działań społecznie odpowiedzialnych (Sapiński, 2017). Mieszczą się tu także wszelkie inne nakierowane na osoby posiadające dysfunkcje aktywności, których nadrzędnym celem jest rozwój kultury oraz dostarczanie wartości społecznych i środowiskowych (Modlinski i Pinto, 2020). Można wskazać trzy podstawowe płaszczyzny zapewniania dostępności instytucji kultury:

1. Dostępność fizyczna – opiera się na dostosowaniu przestrzeni do potrzeb osób z niepełnosprawnościami, zarówno pod względem fizycznego zagospodarowania, jak i udostępniania materiałów informacyjnych, makiet oraz innych rozwiązań o charakterze

materialnym. Obejmuje adaptacje architektoniczne związane z przystosowywaniem przestrzeni oraz instalacją udogodnień, jak również zapewnianiem tłumaczeń migowych, audiodeskrypcji czy zatrudnianiem przewodników i asystentów.

2. Dostępność cyfrowa – obejmuje wykorzystanie dostępnych środków technologicznych w celu wsparcia odbioru kultury, na przykład za pomocą materiałów multimedialnych, audioprzewodników, wirtualnej rzeczywistości czy pętli indukcyjnych. Dotyczy również dostosowywania stron i aplikacji instytucji kultury, digitalizacji zbiorów, a także przystosowywania wszelkich innych nośników informacji, tak aby zapewnić do nich dostęp bez względu na posiadane ograniczenia.
3. Dostępność społeczna – dotyczy tworzenia otwartego i inkluzywnego środowiska kulturalnego, w którym wszyscy mają szansę uczestniczyć. Obejmuje rozwiązania z zakresu edukacji i integracji odbiorców kultury z niepełnosprawności poprzez organizację zajęć, warsztatów, wydarzeń oraz innych aktywności związanych z kulturą. Opiera się na inwestycjach w edukację personelu, tworzeniu programów społecznych oraz na partnerstwie z organizacjami, które mogą pomóc w lepszym zrozumieniu potrzeb otoczenia i wspólnym planowaniu działań.

Instytucje kultury powinny uwzględniać wszystkie te płaszczyzny, aby móc efektywnie przyczyniać się do wyrównywania szans społecznym, a tym samym budowania otwartego i inkluzywnego społeczeństwa.

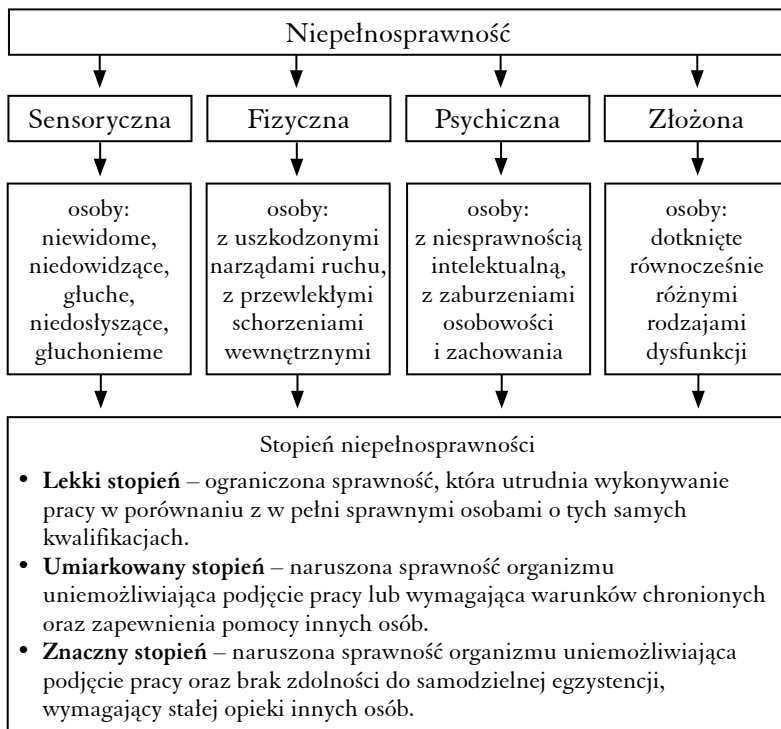
## Uczestnictwo osób z dysfunkcjami w kulturze

Podjęcie inicjatyw związanych z popularyzacją materialnego i niematerialnego dziedzictwa kulturowego jest jednym z najważniejszych zadań instytucji kultury. Realizacja tej misji wymaga jednak szczegółowego rozpoznania potrzeb wszystkich potencjalnych odbiorców organizacji, w tym osób z niepełnosprawnościami. Posiadane dysfunkcje mogą bowiem znacznie ograniczać możliwości percepcji kultury, sztuki i edukacji, a nawet stwarzać bariery związane z codziennym funkcjonowaniem i dostępnością przestrzeni. W kontekście tym warto rozważyć znaczenie pojęcia uczestnictwa w kulturze. W ujęciu indywidualnym można je rozpatrywać jako splot percepcji, ekspresji oraz przeobrażeń będących wyrazem aktywności wewnętrznej człowieka (Sobocińska, 2015), które w swojej elementarnej formie może być realizowane poprzez (Szabała, 2019; Sobocińska, 2015):

1. recepcję – opierającą się na odbiorze i konsumpcji dóbr kultury, a także edukacji w tym obszarze,
2. twórczość – skupiającą się na czynnych działaniach artystycznych, a także innych aktywnościach nakierowanych na kreowanie wytworów kultury oraz ubogacanie jej dorobku.

Aktywności te dotyczą osób o różnym stopniu sprawności, a swój wyraz znajdują przykładowo w uczestnictwie w wydarzeniach kultury i wystawach, warsztatach, spotkaniach, a także innych działaniach na rzecz kultury i twórczości artystycznej, odbywających się zarówno w instytucjach publicznych, jak i warunkach domowych (Jutrzyzna, 2004).

Rysunek 1. Podział niepełnosprawności ze względu na charakter oraz stopień



Źródło: opracowanie własne na podstawie (Woronowicz, 2014; Dziennik Ustaw, 2020).

W przypadku osób z niepełnosprawnościami, forma i zakres uczestnictwa w kulturze w głównej mierze będzie wynikać z rodzaju i stopnia posiadanej dysfunkcji. Z punktu widzenia barier nakładanych przez ciało i umysł można wyróżnić cztery podstawowe rodzaje niepełnosprawności (rysunek 1). Niezależnie jednak od charakteru dysfunkcji warto jest

przyjmować indywidualne podejście do odbiorcy kultury posiadającego niepełnosprawności. Na sposób uczestnictwa danej jednostki w kulturze wpływają nie tylko ograniczenia nakładane przez ciało, ale również poziom samoakceptacji i motywacji do działania, cele życiowe, hierarchia wartości czy też zainteresowania, umiejętności, zdolności oraz nawyki (Magiera, 2020). Z kolei z punktu widzenia instytucji kultury zasadnicze znaczenie ma zakres przystosowania przestrzeni oraz organizowanych wydarzeń do możliwości fizycznych i percepcyjnych odbiorcy.

Należy podkreślić, że w celu realnego wsparcia osób z niepełnosprawnościami niezbędne jest dogłębne zrozumienie specyfiki konkretnych dysfunkcji i projektowanie takich rozwiązań, które będą się wpisywać w potrzeby odbiorców, na przykład:

1. Niepełnosprawność sensoryczna:
  - a. recepcja kultury – udostępnianie audiodekrypcji w instytucjach kultury dla osób niewidomych i słabowidzących oraz transkrypcji i tekstu alternatywnego dla osób niesłyszących lub niedosłyszących, tworzenie sensorycznych ścieżek zwiedzania, zapewnianie obecności tłumaczy języka migowego na wydarzeniach i opracowanie materiałów informacyjnych w języku migowym,
  - b. twórczość – organizowanie warsztatów sensorycznych, gdzie odbiorcy mogą eksperymentować z różnymi technikami i materiałami artystycznymi, udostępnianie narzędzi technologii w celu tworzenia sztuki wizualnej lub dźwiękowej, promowanie twórczości osób z niepełnosprawnościami.
2. Niepełnosprawność fizyczna:
  - a. recepcja kultury – zapewnienie dostępu do wszystkich obszarów instytucji kultury dla osób posiadających ograniczenia ruchowe, przygotowanie personelu do pełnienia funkcji asystenta osoby z niepełnosprawnością podczas wizyty w obiekcie kulturalnym, digitalizacja zbiorów kultury w celu ich prezentacji bez konieczności odwiedzania instytucji,
  - b. twórczość – dostarczanie dostosowanych narzędzi i technik artystycznych, które umożliwiają osobom z niepełnosprawnościami fizycznymi malowanie, rzeźbienie, grę na instrumentach muzycznych, korzystanie z technologii, takich jak np. sterowanie komputerem za pomocą ruchów głowy w celu tworzenia grafiki.
3. Niepełnosprawność psychiczna:
  - a. recepcja kultury – tworzenie spokojnego i przyjaznego otoczenia w instytucji kultury, edukacja personelu w zakresie zrozumienia potrzeb osób z niepełnosprawnościami psychicznymi, opracowanie specjalnych materiałów edukacyjnych dostosowanych do potrzeb odbiorców z różnymi typami ograniczeń,

- b. twórczość – organizacja sesji arteterapeutycznych, które pozwalają osobom z niepełnosprawnościami psychicznymi wyrażać swoje uczucia i emocje poprzez różne formy sztuki, przydzielanie doświadczonych mentorów artystycznych, tworzenie platformy do współpracy artystycznej i integracji osób z niepełnosprawnościami psychicznymi.
4. Niepełnosprawność złożona:
- a. recepcja kultury – personalizacja ścieżki zwiedzania, dostosowanie oferty kulturalnej do potrzeb i możliwości osób ze złożonymi potrzebami, indywidualizacja podejścia, współpraca ze specjalistami, takimi jak terapeuci, psycholodzy czy rehabilitanci w celu dostosowania programów kulturalnych,
  - b. twórczość – tworzenie przestrzeni do działań artystycznych dostosowanej do indywidualnych potrzeb osoby, biorąc pod uwagę jej specyficzne umiejętności i możliwości, multidyscyplinarne wsparcie z zespołami terapeutycznymi i specjalistami różnych dziedzin (np. terapia zajęciowa, rehabilitacja, psychoterapia), tworzenie grup artystycznych w celu integracji i inspiracji osób z niepełnosprawnościami złożonymi.

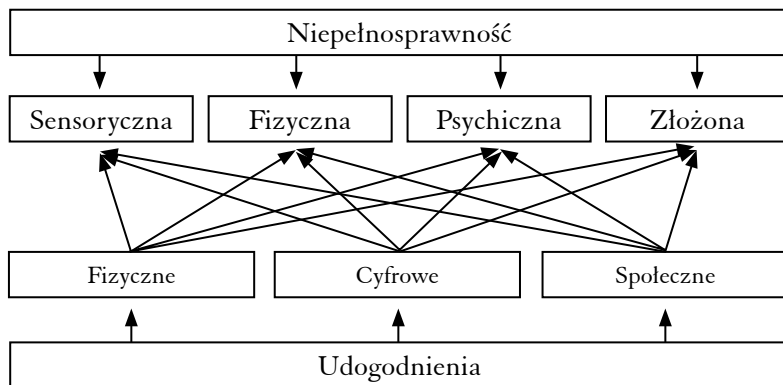
Podejmowanie tych działań prowadzi do realizacji funkcji kultury o charakterze społecznym, ekonomicznym i terapeutycznym. Ostatni z tych obszarów pełni szczególnie istotną funkcję, ponieważ zmierza do eliminacji poczucia osamotnienia oraz wykluczenia (aspekt dezalienacyjny), zapewnia „ucieczkę” od codzienności oraz regenerację sił (aspekt ludyczno-rozrywkowy), rekompensując pewne braki w związku z ich zastępczą realizacją w sferze duchowej (aspekt kompensacyjny), a także rozładowując wewnętrzne napięcia (aspekt katartyczny) (Makówka, 2007).

### Możliwości w zakresie zapewniania dostępu do kultury dla osób z niepełnosprawnościami

Projektowanie konkretnych rozwiązań nakierowanych na zapewnienie dostępności kultury dla osób posiadających niepełnosprawności powinno zostać poprzedzone głęboką refleksją opierającą się na zrozumieniu specyficznych potrzeb i oczekiwań poszczególnych grup odbiorców (Zúñiga, 2019). W tym celu warto zastosować pakiet różnych rozwiązań, zarówno o charakterze fizycznym, cyfrowym, jak i społecznym, które będą kierowane do odbiorców o odmiennych formach dysfunkcji (rysunek 2).



Rysunek 2. Udogodnienia wspierające uczestnictwo w kulturze osób z niepełnosprawnościami



Źródło: opracowanie własne.

Szczególnie istotne jest jednak odpowiednie dopasowanie rozwiązań do charakteru posiadanych dysfunkcji:

- Niepełnosprawność fizyczna – rozwiązania skupiają się wokół fizycznego kształtowania przestrzeni:
  - a. osoby z uszkodzonymi narządami ruchu – rozwiązania obejmują odpowiednie dostosowywanie powierzchni oraz ułatwienia fizycznego dostępu do ekspozycji i wydarzeń (udogodnienia fizyczne), tworzenie aplikacji i treści multimedialnych, które mogą być kontrolowane poprzez interfejsy dostępne dla osób z ograniczeniami ruchowymi (udogodnienia cyfrowe), a także zapewnienie właściwie przeszkolonego personelu, wspierającego nawigację i poruszanie się po instytucji kultury (udogodnienia społeczne),
  - b. osoby z przewlekłymi schorzeniami wewnętrznymi – rozwiązania opierają się na zapewnieniu dostępności sprzętu medycznego i tworzeniu odpowiednich miejsc do odpoczynku (udogodnienia fizyczne), tworzeniu cyfrowego dostępu do zbiorów i wydarzeń kulturalnych (udogodnienia cyfrowe), a także zwiększaniu kompetencji z zakresu udzielania pierwszej pomocy (udogodnienia społeczne).
- Niepełnosprawność sensoryczna – udogodnienia koncentrują się na intensywnym oddziaływaniu na nieuszkodzone zmysły:
  - a. osoby niewidzące i niedowidzące – stosowane są makiety, mapy tyflograficzne i inne rozwiązania umożliwiające kinestetyczną recepcję sztuki, a także właściwe oznaczenia i krawężniki

- wzdłuż ścieżek (udogodnienia fizyczne), ponadto wykorzystywane są audiodeskrypcje, alternatywne cyfrowe formaty treści i dostosowanie stron internetowych (udogodnienia cyfrowe), jak również przeszkolony personel do asysty, oprowadzania i prowadzenia warsztatów (udogodnienia społeczne).
- b. osoby głuchonieme, głuche i niedosłyszące – wykorzystywane są materiały wizualne, pomoce kinestetyczne, systemy wskaźników świetlnych (udogodnienia fizyczne), nagrania w języku migowym i inne specjalistyczne rozwiązania np. pętle kinestetyczne (udogodnienia cyfrowe), ponadto zatrudniani są tłumacze języka migowego (udogodnienia społeczne).
  - Niepełnosprawność psychiczna – działania opierają się na rozwijaniu kompetencji i pobudzaniu emocji za pośrednictwem sztuki i kultury:
    - c. osoby z niepełnosprawnością intelektualną – rozwiązania obejmują tworzenie przyjaznej i zrozumiałej przestrzeni oraz zapewnienie odpowiednich narzędzi edukacyjnych i wyjaśnień na wystawach (udogodnienia fizyczne), zapewnienie stron i aplikacji z prostymi interfejsami, dostosowanymi do poziomu zrozumienia (udogodnienia cyfrowe), jak również różnorodne zajęcia oraz warsztaty edukacyjne i terapeutyczne, mające na celu przede wszystkim rozwój umiejętności miękkich (udogodnienia społeczne).
    - d. osoby z zaburzeniami osobowości i zachowania – rozwiązania skupiają się na zapewnieniu bezpiecznej przestrzeni do kontemplacji sztuki i kultury, miejsc do wyciszenia (udogodnienia fizyczne), udostępnieniu wirtualnych narzędzi wspierających uczestnictwo odbiorcy w kulturze, jak aplikacje do terapii poprzez sztukę czy zdigitalizowane zbiory (udogodnienia cyfrowe), a także wsparcia psychoterapeutycznego i przeszkolonego personelu w zakresie rozumienia i reagowania na potrzeby tej grupy odbiorców (udogodnienia społeczne).
  - Niepełnosprawność złożona – rozwiązania te opierają się na indywidualnym podejściu do odbiorcy oraz jego potrzeb i spersonalizowanej integracji pakietu różnych narzędzi i technik dostępu do kultury, zgodnie ze specyficznymi możliwościami i potrzebami danej osoby.

Projektując rozwiązania nakierowane na wspieranie uczestnictwa osób z niepełnosprawnościami w kulturze, organizacje powinny koncentrować się na ich użyteczności. Warto więc przed wdrożeniem samodzielnie zbadać oczekiwania, preferencje i możliwości odbiorców, tak żeby udogodnienia w realny sposób przyczyniały się do podnoszenia jakości

percepcji kultury oraz wzrostu komfortu wizyty w konkretnej instytucji. Użyteczność rozwiązań wspierających uczestnictwo w kulturze przez osoby posiadające dysfunkcje jest ważna również z innego powodu. Organizacje na rynku kultury dysponują z reguły ograniczonymi funduszami, dlatego też konieczne jest efektywne zarządzanie nimi. Ponadto wdrażanie skutecznych działań wyrównujących szanse wpływa pozytywnie na budowanie wizerunku. Ważne więc jest komunikowanie podjętych inicjatyw – zarówno bezpośrednio osobom, które posiadają ograniczenia, jak i innym jednostkom kultury. W przypadku tej branży na rynku widoczny jest bowiem specyficzny rodzaj konkurencji (Łysiński, 2012), co sprawia, że współpraca pomiędzy organizacjami jest pożądana. Jej efektem może być zarówno tworzenie bardziej atrakcyjnej oferty (Panasiuk, 2015), jak i wykreowanie zupełnie nowych rozwiązań wspomagających odbiór kultury przez wszystkie zainteresowane nią osoby. Jednocześnie wielokierunkowa współpraca i dialog organizacji z otoczeniem, przystosowany do potrzeb odbiorców z niepełnosprawnościami, sprawia, że mogą one aktywniej się angażować w kulturę, co tworzy nową płaszczyznę do ich rozwoju oraz pomaga znormalizować życie (Goryń, 2020).

### Podsumowanie

Działalność instytucji kultury opiera się na spełnianiu potrzeb odbiorców w zakresie zapewnienia im dostępu do kultury, co w efekcie prowadzi do poprawy jakości ich życia, bez względu na posiadane ograniczenia. Charakter funkcji społecznych tego typu organizacji, jak również fakt, że często są one współfinansowane ze środków publicznych, nie pozostawia wątpliwości, że w oczywisty sposób powinny służyć wszystkim obywatelom zainteresowanym ich działalnością. Podejmowane przez nie inicjatywy nakierowane na wyrównywanie szans mogą mieć decydujące znaczenie w kwestii recepcji kultury przez poszczególne jednostki, w tym przede wszystkim osoby posiadające dysfunkcje. Pomimo niepełnosprawności posiadają one bowiem prawo do uczestnictwa w życiu publicznym, a co więcej, kultura stanowi ważny element kreowania tożsamości, zwiększania osobistego potencjału oraz ugruntowania wartości każdego człowieka.

Uczestnictwo w kulturze może być wspierane w różny sposób – przy wykorzystaniu udogodnień fizycznych, cyfrowych oraz społecznych. Szczególnie istotne jest jednak odpowiednie dopasowanie stosowanych środków do formy niepełnosprawności oraz specyfiki problemów danej osoby. Warto przyjąć spersonalizowane podejście w doborze środków i narzędzi, ponieważ kultura z założenia posiada plastyczny wymiar, przez co jej odbiór może być dopasowywany do konkretnych warunków.

W ten sposób jeszcze lepiej realizowane są jej funkcje, co niesie za sobą szereg korzyści – zarówno dla instytucji kultury, jak i jej otoczenia. Aby jednak w ogóle mieć możliwość doboru odpowiednich udogodnień z pakietu posiadanych rozwiązań, konieczne jest ich wcześniejsze wdrożenie. Warto zadbać o ich różnorodność, proponując odbiorcom ułatwienia o zróżnicowanym charakterze, nakierowane na wspieranie rozmaitych rodzajów niepełnosprawności. Każde jednak z wdrożonych działań powinno zostać poprzedzone głęboką analizą, zapewniającą wypracowanie jak największej użyteczności. W tym celu można podjąć zabiegi takie jak:

- badanie potrzeb, oczekiwań i preferencji odbiorców kultury z dysfunkcjami,
- obserwowanie udogodnień stosowanych w innych organizacjach oraz wymiana doświadczeń,
- konsultacje z osobami niepełnosprawnymi podczas opracowywania projektów rozwiązań wspierających ich uczestnictwo w kulturze,
- prowadzenie dialogu z ekspertami,
- nieustanne doszkalać się na temat nowinek technologicznych i trendów w obszarze wyrównywania szans odbiorców posiadających dysfunkcje,
- uwzględnianie specyfiki różnych rodzajów niepełnosprawności podczas projektowania udogodnień,
- aktywne komunikowanie o podjętych inicjatywach na rzecz wyrównywania szans.

Pozytywny wynik podjętych działań dostarcza wartości na wielu płaszczyznach, obejmujących zarówno wewnątrz organizacji, jak i jej otoczenie. W efekcie przyczynia się do budowania pozytywnego wizerunku i kształtowania pożądanых relacji. Prowadzi to do osiągnięcia różnorodnych korzyści, takich jak chociażby: przyrost zaufania klientów, wzrost prestiżu, poszerzenie grona odbiorców, podnoszenie konkurencyjności na rynku, uaktywnianie prowadzonej działalności, pozyskanie nowych możliwości współpracy i pozyskanie partnerów czy zwiększanie satysfakcji pracowników (Roztocka, 2018). W kontekście współczesnego świata, który dąży do coraz większej inkluzji i równości, społeczna odpowiedzialność biznesu w zakresie kultury staje się nie tylko kwestią etyczną, ale także strategicznym elementem budowania trwałych relacji z różnymi grupami odbiorców.

## BIBLIOGRAFIA

- Barańska, K. (2013). *Muzeum w sieci znaczeń. Zarządzanie z perspektywy nauk humanistycznych*. Kraków: Attyka.
- Datko, A. i Necel, R. (2011). *Nowoczesna instytucja kultury. Raport z badań*. Poznań: Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.
- Drapińska, A. (2015). Marketing a społeczna odpowiedzialność biznesu – sprzeczne idee? *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu*, 41(1), 277–288.
- Dziennik Ustaw (2020). *Ustawa z dnia 27 sierpnia 1997 r. o rehabilitacji zawodowej i społecznej oraz zatrudnianiu osób niepełnosprawnych* (tekst jedn. Dz.U. z 2020 r. poz. 426).
- Florek-Łuszczki, M. i Lachowski, S. (2013). Działania instytucjonalne na rzecz osób niepełnosprawnych. *Medycyna Ogólna i Nauki o Zdrowiu*, 19(4), 480–484.
- Gaweł, Ł. (2018) Zarządzanie publicznymi instytucjami kultury w kontekście koncepcji corporate social responsibility (CSR). Społeczna odpowiedzialność muzeum. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 376, 48–62.
- Gaweł, Ł. (2019). Marketing w publicznych instytucjach kultury. W: Ł. Gaweł, F. Skowron i A. Szostak (red.), *Raport z projektu badawczego „Krakowski odbiorca kultury”*. Kraków: Attyka.
- Goryń, P. (2020). Osoby z niepełnosprawnościami nowym odbiorcą kultury? W: E. Dąbrowska-Prokopowska, P. Goryń i M.F. Zaniewska, *Kultura w Polsce w XXI wieku: konteksty społeczne, kulturowe i medialne*. Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.
- Graham, B. (2012). *Transforming museums in the twenty-first century*. Routledge: London-New York.
- Hansson, P. i Öhman, J. (2022). Museum education and sustainable development: A public pedagogy. *European Educational Research Journal*, 21(3), 469–483.
- Jutrzyzna, E. (2004). Uczestnictwo w kulturze osób niewidomych. W: Z. Konażkiewicz (red.), *Muzyka w życiu osób niepełnosprawnych*. Warszawa: Wydawnictwo Akademii Muzycznej.
- Kaczmarek, J. (2018). Muzeum jako przestrzeń sztuki, pamięci i dialogu. Przypadek najmniejszego muzeum świata. *Pogranicze. Studia Społeczne*, 34, 45–63.
- Lizak, A. (2017). Dostęp osób niepełnosprawnych do dóbr kultury w świetle prawa. *Kwartalnik Prawo–Społeczeństwo–Ekonomia*, 2, 59–70.
- Łysiński, J. (2012). Paradygmaty współczesnego zarządzania kulturą w Polsce. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Ekonomicznej w Tarnowie*, 20(1), 99–111.

- Magiera, A. (2020). Czas wolny osób niepełnosprawnych. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach* 392, 59–68.
- Majewski, P. (red.) (2013). *Muzea i uczenie się przez całe życie – podręcznik europejski*. Warszawa: Narodowy Instytut Muzealnictwa i Ochrony Zbiorów.
- Makówka, M. (2007). Funkcje uczestnictwa w kulturze. *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, 742, 5–22.
- Manczak, I., Sanak-Kosmowska, K. i Bajak, M. (2019). Zastosowanie beaconów w komunikacji marketingowej muzeów z osobami niepełnosprawnymi. *Zarządzanie w Kulturze*, 20(4), 551–564. DOI: 10.4467/20843976ZK.19.033.11712
- Manczak, I., Bajak, M. i Sanak-Kosmowska, K. (2021). Muzealna aplikacja mobilna a udogodnienia dla osób niepełnosprawnych: przykład Wilanów Guide. *Przegląd Prawno-Ekonomiczny*, 2, 35–54.
- Modlinski, A. i Pinto, L.M. (2020). Managing substitutive and complementary technologies in cultural institutions: Market/mission perspectives. *Journal of Contemporary Management Issues*, 25, 1–10.
- Nowak, A. (2015). Uczestnictwo osób niepełnosprawnych w kulturze. *Chowanna*, 1, 91–102.
- Organizacja Narodów Zjednoczonych (2018). *The UN Flagship Report on Disability and Development*. Pozyskano z: [www.un.org/development/desa/disabilities/publication-disabilitysds.html](http://www.un.org/development/desa/disabilities/publication-disabilitysds.html) (dostęp: 20.12.2022).
- Panasiuk, A. (2015). Współpraca i konkurencja podmiotów destynacji turystycznej. *Przedsiębiorstwo i Region*, 7, 71–83.
- Reyes-García, M.E., Criado-García, F., Camúñez-Ruiz, J.A. i Casado-Pérez, M. (2021). Accessibility to Cultural Tourism: The Case of the Major Museums in the City of Seville. *Sustainability*, 13, 3432.
- Rottermund, A. (2015). Muzea – perspektywy. *Muzealnictwo*, 56, 3–15.
- Roztocka, K. (2018). CSR w kreowaniu wizerunku marki. *Refleksje*, 18, 221–236.
- Sapiński, A. (2017). Społeczna odpowiedzialność instytucji kultury w Polsce. W: S. Cadr i S. Ciupka (red.), *Beskidzkie Dziedzictwo V*. Łodygowice: Wydawnictwo Scriptum.
- Sobocińska, M. (2015). *Uwarunkowania i perspektywy rozwoju orientacji rynkowej w podmiotach sfery kultury*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.
- Szabała, B. (2019). Uczestnictwo osób z niepełnosprawnością wzrokową w kulturze. *Lubelski Rocznik Pedagogiczny*, 38(4), 41–58.
- Ścibiorska-Kowalczyk, I. (2017). Konsumenci w turystyce muzealnej. *Turystyka Kulturowa*, 5, 60–73.
- Więckowski, R. (2015). Włączeni w muzeum. *ABC Gość niepełnosprawny w muzeum*, cz. 2, *Niepełnosprawność intelektualna, autyzm, grupy zróżnicowane*, 7, 7–11.

- Wolan-Nowakowska, M. (2021). Partnerstwo międzysektorowe jako narzędzie wdrażania idei społecznej odpowiedzialności biznesu. *Zarządzanie Zasobami Ludzkimi*, 141(4), 103–114.
- Woronowicz S. (2014). *Niepełnosprawność – wybrane zagadnienia społeczne i prawne*, Biuro Analiz i Dokumentacji. Warszawa: Kancelaria Senatu. Pozyskano z: [https://www.senat.gov.pl/gfx/senat/pl/senatopracowania/126/plik/ot632\\_internet.pdf](https://www.senat.gov.pl/gfx/senat/pl/senatopracowania/126/plik/ot632_internet.pdf) (dostęp: 19.12.2022).
- Wróblewski, Ł. (2018). Consumer behaviour in the market of cultural services. *American Journal of Arts Management* 1, 1–13.
- Zúñiga Robles, L. (2019). *Manual de Accesibilidad Para Museos*. Lima: Musco de Arte de Lima.

**Maria Bajak** – pracownik badawczo-dydaktyczny w Katedrze Marketingu na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. Autorka kilkudziesięciu publikacji naukowych z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości. Jej zainteresowania koncentrują się wokół społecznej odpowiedzialności biznesu oraz wyrównywania szans. Chętnie podejmuje również tematy związane z transformacją cyfrową i zastosowaniem nowych technologii w procesie komunikacji marketingowej.

