

## **Професія-екскурсовод (методичні нотатки з досвіду музейної роботи)**

З плином часу та заміною ідеологічних парадигм із музейної лексики стали зникати такі терміни як «пропаганда», «ідейне виховання» тощо.

Музеї стали розглядатися як комунікаційні системи, відповідно їхні головні задачі перестали зводитися до передачі інформації про те чи інше явище або процес. Новітнє музезнавство розуміє поняття комунікації значно ширше, ніж просто інформацію. Це – здатність сприймати, відтворювати, опрацьовувати її відповідно до своєї системи сприйняття, робити висновки та враховувати досвід минулого для сьогодення. Саме тоді музей у змозі виконати свою історичну і соціальну функцію.

Основним засобом музейної комунікації є екскурсія, а екскурсовод – першою ланкою, що поєднує музей і відвідувачів. Зауважимо, що у переліку музейних професій спеціаліст з питань соціальних і комунікативних аспектів діяльності музею, спеціаліст, який безпосередньо спілкується з відвідувачами, може називатися по-різному: гід, консультант, фахівець з науково-освітньої діяльності, музейний педагог, екскурсовод. Ми обираємо останнє визначення тому, що саме так називається ця посада в Національному музеї. Принагідно зазначимо, що проведення екскурсій як оглядових, так і тематичних, є посадовим обов'язком кожного науковця, тому термін «екскурсовод» поширюється майже на кожного, незалежно від посади і профілю діяльності.

Методичний «портфель» Музею містить чимало статей і розробок щодо вимог і методичних рекомендацій під час підготовки оглядових екскурсій, екскурсій на теми з профільних дисциплін, екскурсій для VIP-відвідувачів, дітей, іноземців тощо. У кожній з цих методичних статей є рекомендації стосовно екскурсовода, адже він представляє музей перед відвідувачами. За лаштунками залишаються зберігачі колекцій, реставратори, експозиціонери, художники – від їхнього імені говорить екскурсовод. Він може подати музей у найкращому вигляді, а може звести нанівець усю спільну роботу. Тому в цих нотатках ми обійдемо методику підготовки і проведення екскурсії, а зупинимося лише на особистості екскурсовода.

Отже, екскурсовод – хто він? Провідник, інформатор, музейний педагог, комунікатор, чи співавтор експозиції, творець позитивного іміджу музею? Мабуть, і одне, і друге, і останнє, проте все залежить від людського фактора. Маленький, скромний музей може назавжди залишитися у пам'яті його відвідувачів, а великий, сучасний, оснащений новітніми технічними засобами може викликати роздратування і забутися вже наступного дня. Це

залежить від того, хто знайомить аудиторію з експозицією, від екскурсовода. Сучасне музеєзнавство приділяє значну увагу вивченню аудиторії. На жаль, професійній підготовці фахівців, зокрема екскурсоводів, уваги приділяється значно менше. Досвід нашого музею свідчить, що не кожен музейний фахівець, навіть суперпрофесіонал у своєму вузькому напрямку, може бути хорошим екскурсоводом. І навіть час не завжди допомагає. Це – як музичний слух – або є, або немає.

Методичні рекомендації даються всім однакові, навчальні посібники – також, експозиція – ось вона – стаціонарна, а результат – різний. Майже 40 років існує в Києві Музей, присвячений подіям Другої світової війни, за цей період змінювалася його назва, місце розташування, концепція, експозиція. Сотні молодих (і не дуже) фахівців опановували експозицію, навчалися методиці роботи з різною аудиторією, провели тисячі різноманітних екскурсій, оцінених відвідувачами переважно позитивно, проте запали в душу, пам'ять і серце лише деякі.

...Багато років тому працювала в Музеї немолода, непоказна жінка. Було в неї непросте життя і нелегкий характер, але все залишалось в робочій кімнаті, коли вона виходила до аудиторії. Її слухачами були люди середнього віку, не обтяжені знаннями історії війни та музейної справи. Як зазвичай подібні групи, перед початком екскурсії вони просили скоротити час, бо ще треба і в інший музей, і по крамницях, але то було лише до початку розповіді. Через півтори години люди виходили іншими – чистішими, добрішими, із сльозами на очах, вони переживали справжній катарсис. На жаль, цього екскурсовода вже немає серед нас. Але на зміну прийшли інші. Є молода жінка, яка прийшла до Музею відразу по закінченні університету. Педагог у третьому поколінні, вона так відчуває дитячу аудиторію, що кожна її екскурсія перетворюється на майстер-клас. Навесні, напередодні травневих свят, зали Музею переповнені, екскурсії замовляються заздалегідь. І часто густо вчителі та викладачі ВИШів просять поставити на екскурсію конкретного екскурсовода. Це теж можна вважати ознакою професіоналізму. Повертаючись до особистості екскурсовода, ставимо питання – яким він має бути? Майже двадцять років тому экс-президент Міжнародного комітету ІКОМу з питань освіти і культури Корнелія Брюнінгсхаус-Кнубель таким чином змальовувала постать «ідеального екскурсовода»: «...по-перше, він володіє знаннями щодо різних розділів колекцій... По-друге, він... має бути спроможним донести свої знання до слухачів, повинен слідкувати за новітніми науковими дослідженнями та вміти дохідливо, яскраво й талановито розповісти про їхні результати нескінченному потоку

відвідувачів, не схожих один на одного. І, врешті-решт, він повинен бути соціологом та фахівцем з маркетингу, щоб на основі знань про особливості соціальних шарів суспільства та окремих груп розробити відповідні програми. А всі ці таланти мають бути доповненими особистою чарівністю або магнетизмом»...

Загалом, нічого нового. У методичних рекомендаціях до підготовки екскурсії та вимог до екскурсовода неодноразово підкреслювалося, що найважливіший критерій професійності – вільне володіння темою, досконале знання експозиційного матеріалу. Будь-яка неточність, помилка, похибка здатні викликати сумніви у компетенції. Особливо це актуально в Національному музеї, адже тема Другої світової війни, місця і ролі в ній України та її народу – складна, суперечлива, заполітизована; деякі події, факти та особистості різними дослідниками трактуються й оцінюються інколи діаметрально протилежно. До того ж, відвідувачі сьогодні досить поінформовані, на жаль, у більшості через популярні публікації у ЗМІ, зокрема електронні. Тому екскурсоводу слід бути ознайомленим з різними поглядами і точками зору. Безумовно, він має право і на власні переконання, які може озвучити лише в ході вільного діалогу з аудиторією, а екскурсія вимагає певних рамок: вона проводиться в експозиції та не повинна перетворюватися на лекцію, має відповідати державній політиці та національній ідеї. До речі, експозиція побудована таким чином, що дає змогу кожному зробити власні висновки, залежно від рівня знань, переконань тощо.

Наведу ще один випадок із практики Музею. Відносно молодому, проте кваліфікованому фахівцю, довелося супроводжувати з екскурсійною розповіддю групу осіб похилого віку, які свого часу у радянський період займали досить високі адміністративні, армійські та наукові посади. Ці люди заслуговують на шану і повагу, багато з них є ветеранами війни, але їхні політичні погляди превалюють над здоровим глуздом і висувають до музею, його експозиції та її трактування директивні вимоги, що не сумісні з сьогоденням.

Екскурсія була довгою і складною. Звичайно, ніхто нікого не переконав, та це і не ставилося за мету, але градус наступально-категоричного настрою групи було знижено, претензії до музею – зменшено. Що ж до самого екскурсовода, йому відвідувачі порекомендували написати дисертацію, не знаючи, що він вже має науковий ступінь кандидата історичних наук. І знову мова не про одну вдачу екскурсію конкретного екскурсовода. Мова про те, як перетворити екскурсійну роботу на творчість,

що приносить задоволення всім учасникам комунікаційного процесу – і автору, і аудиторії.

Не випадково ми назвали екскурсовода – автором, адже в ідеалі всі оглядові (а їх у Музеї – більшість), і тематичні екскурсії мають бути авторськими. На жаль, останнім часом намітилася тенденція до продукування екскурсій-«близнюків». Однаковий маршрут, однаковий відбір експозитів і комплексів, однакова лексика, а, врешті-решт, хоч і правильна фактично, проте холодна, байдужа з формою і манерою подачі екскурсія. Як правило, вона перенасичена лекційним матеріалом, датами, фактами, що не запам'ятовуються і не залишаються в душі екскурсанта.

До речі, цим «грішать» як слабо підготовлені молоді фахівці, які намагаються завчити екскурсію, як віршик, так і серйозні молоді науковці, які демонструють свою освіченість, зверхність, жонглюючи фактами, незрозумілими термінами, прізвищами, датами тощо. Подібні крайнощі неприпустимі. Музей – не та установа, куди ходять обов'язково. Для того, щоб у людини виникло бажання знову прийти до музею, вона має бути вкрай зацікавленою попереднім відвідуванням, а в цьому провідна роль належить екскурсоводу. Не випадково, багато фахівців вважають критеріями успіху музею існування власного глядача, який повертається знову і знову.

Ця теза актуальна і для нашого музею, особливо в програмах, що адресовані школам і ВИШам. Екскурсанти вперше приходять в музей маленькими дітьми, а по мірі їхнього дорослішання, «дорослішає» й екскурсія.

Уже зазначалося, що вимоги до екскурсій різного типу, особливості їхньої побудови, різноманітність методичних прийомів і засобів, правила і кваліфікаційні стандарти до професії екскурсовода викладені як у відомих підручниках, так і у власних розробках Національного музею.

Там же акцентуються і типові прийоми, і типові помилки. На наш погляд, знання можна поглибити, методику – відпрацювати, текст екскурсії досконало вивчити, проте не завжди це є гарантією успіху.

Стверджуємо, що головне – це людський фактор, особистість екскурсовода. Згадаймо останні слова у наведеному вище визначенні К. Брюнінгсхаус-Кнубель: «чарівність і магнетизм». Що це, як це оцінити або виміряти? Чому іноді зовсім не показна зовні людина під час екскурсії перетворюється на оповідача, від якого не відірвати погляду, якого хочеться слухати і слухати нескінченно, йти за ним залами далі і далі. Це важко пояснити вербально, визначити музеєзнавчими термінами, адже це – не лише знання і вміння, це – комунікація з кожним відвідувачем, розуміння його

почуттів, його внутрішнього світу, врешті-решт, власна небайдужість. Небайдужість до музею, до його головної теми, небайдужість до людини, яка приходить до музею.

На думку багатьох сучасних музеологів, «людина, яка приходить, або може прийти до музею, стала центром обертання музейного «космосу»... Тобто, не знижуючи планки якості в інших напрямках роботи музею, баланс значущості у системі в цілому перемістився від тих, хто працює з колекціями, до тих, хто працює з людьми... Відомий американський музейник і музеолог Стівен Вейл так визначив цей кардинальний перехід: «Музей – це не «про щось», а «для когось»... Отже, рівень сприйняття музейної екскурсії напряму залежить від того, чи усвідомив її автор, для кого і для чого вона призначена.

Наш музей «про війну», про нелегку долю України та її народу, щодо яких і досі сперечаються дослідники. А для кого наш музей? І для дитини, яка не знає ані про те, що таке музей, ані про ту жорстоку війну; і для ветерана, який часто-густо вважає себе, на жаль, істиною в останній інстанції; і для обивателя, який надивився – начитався популярної інформації; і для того, хто насправді хоче прояснити для себе якість питання і проблеми. Можна зауважити, що жодна методика не відміняла диференційованого підходу до аудиторії, що про це говориться кожного разу впродовж існування екскурсійної справи. Це так, проте наразі в експозиції Національного музею прийшов час відмовитися від затвердженого маршруту, повторюваного, як під копірку, відбору експонатів і комплексів, трафаретних логічних переходів, завчених підводок, стандартних, штампованих фраз.

І знову ми повертаємося до вже відомої істини – все залежить від екскурсовода. Дуже типовою помилкою багатьох музеїв військово-історичного профілю є намагання «втиснути» у розповідь якнайбільше теоретичного матеріалу, максимально охопити історію війни. Це – неможливо. По-перше, для цього надто обмежений час, по-друге, в музеї не всі теми розкриті і навіть висвітлені, по-третє, знаннями сьогодні важко здивувати публіку, крім музею, є інші джерела інформації. Унікальність екскурсійної розповіді в тому, що вона здійснюється у відносно камерній атмосфері неформального контакту, де будь-яка людина може поставити питання, висловити думку. Екскурсія дає єдину в своєму роді можливість персонального сприйняття і особистої оцінки ідеї, змісту, а через відношення і подачі екскурсовода – підсвідомої перевірки власних життєвих поглядів і

установок. Саме тому відвідувач чекає від екскурсовода співучасті, співпереживання та незаангажованості своїх суджень.

Найважливішим інструментарієм екскурсовода, що відрізняється від усіх інших засобів інформації, в тому числі й електронних, є наявність першоджерела. Тому історію війни слід подавати не за допомогою лекційної розповіді, а за допомогою музейних реліквій, даючи змогу публіці ознайомитися з ними уважніше. Головна задача – показати музей, його унікальність, його ноу-хау, насамперед, в експозиційній побудові, акцентувати унікальні експозити, якими пишуться науковці, знати і показати відвідувачу шлях реліквії до музею, її «легенду». У цьому живий голос та щирі очі екскурсовода не замінить жоден аудіогід чи найсучасніші електронні засоби. Екскурсовод може обрати нешаблонний маршрут, а по закінченні поінформувати відвідувачів про те, що не вдалося оглянути цього разу, та запропонувати прийти до музею ще. Можна на початку екскурсії обумовити ті проблеми і питання, яким буде приділено більшу увагу. Зрозуміло, що у подібних випадках екскурсовод має досконало володіти як темою, так й експозиційним матеріалом, а ще краще – матеріалами фондових колекцій.

Однією з головних заporук успіху екскурсовода є любов до музею. Кожен, хто, хоч раз, створював експозицію, розробляв текст екскурсії, або здійснював якийсь інший музейний проект, знає, яким дорогим він залишається для автора на все життя.

У 1992р. у Меморіальному комплексі було відкрито першу і єдину на той час у СНД експозицію, присвячену участі наших земляків у трагічній війні, яку вів Радянський Союз на теренах Афганістану. Один з членів творчої групи зі створення цього музею, 25-річний молодий науковець, тоді сказав таку фразу: «Я з гордістю говорю нещодавнім однокурсникам по університету, що в мої 25 я маю в своїй біографії Музей. Пишаюся цим!».

Отже, освіта, знання, творчість, досвід, професіоналізм, технічні новації – це дуже важливо, але та «чарівність і магнетизм», про які говорила К. Брюнінгсхаус-Кнубель, передбачають ще й любов. Це – як любов до власної дитини, коли любиш її з усіма примхами і недоліками, намагаючись допомогти, виправити, виростити. Відтак, любіть Музей! Усе починається з любові!