



Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

Повалій Т. Л.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Конспект лекцій

Суми
Сумський державний університет
2022

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Конспект лекцій
для студентів спеціальності
028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»
денної форми навчання

Затверджено
на засіданні кафедри психології,
політології та соціокультурних технологій
як конспект лекцій із дисципліни
«Організаційно-екскурсійна діяльність».
Протокол № 7 від 14.01.2022 р.

Суми
Сумський державний університет
2022

Організаційно-екскурсійна діяльність : конспект лекцій / укладач Т. Л. Повалій. – Суми : Сумський державний університет, 2022. – 173 с.

Кафедра психології, політології та соціокультурних технологій

У текстах лекцій подано теоретичний матеріал із курсу «Організаційно-екскурсійна діяльність». Цей курс орієнтований на формування в майбутніх фахівців із менеджменту соціокультурної діяльності практичних навичок підготовки та проведення екскурсії для різних категорій населення, виконання поточних завдань, що виникають в установах, організаціях і різноманітних галузях туристично-екскурсійної сфери.

Матеріали можуть бути використаними студентами закладів вищої освіти для підвищення рівня загальної культури, викладачами, аспірантами чи магістрантами, слухачами факультету післядипломної освіти, а також усіма, хто цікавиться проблематикою організації екскурсійної діяльності.

ЗМІСТ

	С.
ПЕРЕДМОВА	6
ТЕМА 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	8
1.1 Сутність екскурсійної діяльності.....	8
1.2 Вимоги до екскурсійних послуг	11
1.3 Ознаки екскурсії	12
1.4 Функції та принципи екскурсії.....	13
1.5 Екскурсознавство як наука	14
ТЕМА 2 ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	17
2.1 Основні етапи розвитку екскурсійної діяльності в Україні	17
2.2 Сучасний стан екскурсійної діяльності в Україні	33
2.3 Проблеми екскурсійної діяльності в Україні та шляхи їх вирішення.....	35
ТЕМА 3 КЛАСИФІКАЦІЯ, ТЕМАТИКА Й ЗМІСТ ЕКСКУРСІЙ	37
3.1 Класифікація екскурсій	37
3.2 Тематика екскурсій	45
3.3 Особливості формування теми екскурсії	46
3.4 Зміст екскурсій	47
ТЕМА 4 ТЕХНОЛОГІЯ ПІДГОТОВКИ ЕКСКУРСІЇ	49
4.1 Схеми екскурсії	49
4.2 Технологічні етапи створення екскурсії	52

ТЕМА 5 ТЕХНІКА ТА МЕТОДИКА

ПРОВЕДЕННЯ ЕКСКУРСІЇ	74
5.1 МЕТОДИЧНІ ПРИЙОМИ ПРОВЕДЕННЯ ЕКСКУРСІЇ	74
5.2 МЕТОДИЧНІ ПРИЙОМИ ПОКАЗУВАННЯ В ЕКСКУРСІЇ	75
5.3 МЕТОДИЧНІ ПРИЙОМИ РОЗПОВІДАННЯ В ЕКСКУРСІЇ	85
5.4 ОСОБЛИВІ МЕТОДИЧНІ ПРИЙОМИ	92
5.5 ТЕХНІКА ПРОВЕДЕННЯ ЕКСКУРСІЇ	96

ТЕМА 6 ПРОФЕСІЙНА МАЙСТЕРНІСТЬ

ЕКСКУРСОВОДА	104
6.1 ОСНОВНІ ПРОФЕСІЙНІ ВИМОГИ ДО ЕКСКУРСОВОДА	104
6.2 ОСОБИСТІСТЬ ЕКСКУРСОВОДА	108
6.3 ЕКСКУРСІЙНА МАЙСТЕРНІСТЬ	112
6.4 УМІННЯ Й НАВИЧКИ ЕКСКУРСОВОДА	115
6.5 ПІДГОТОВКА ЕКСКУРСОВОДА	117

ТЕМА 7 ОРАТОРСЬКІ ЗДІБНОСТІ

ТА КОМУНІКАЦІЙНА МАЙСТЕРНІСТЬ

ЕКСКУРСОВОДА	120
7.1 ОРАТОРСЬКІ ЗДІБНОСТІ ЕКСКУРСОВОДА	120
7.2 ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ОРАТОРСЬКОГО МИСТЕЦТВА В ЕКСКУРСІЇ	128
7.3 КОМУНІКАЦІЙНА МАЙСТЕРНІСТЬ ЕКСКУРСОВОДА	130

ТЕМА 8 ПСИХОЛОГІЧНІ ОСНОВИ

ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	139
8.1 ЕЛЕМЕНТИ ПСИХОЛОГІЇ В ЕКСКУРСІЇ	139
8.2 УЯВА НА ЕКСКУРСІЇ	151

8.3 Емоції на екскурсії	153
ТЕМА 9 УПРАВЛІННЯ ЕКСКУРСІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В РИНКОВИХ УМОВАХ	155
9.1 УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ЕКСКУРСІЙНОГО ПРОДУКТУ	155
9.2 МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ СЕРЕДОВИЩА ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	157
9.3 ІНСТРУМЕНТИ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	165
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	170

ПЕРЕДМОВА

Розвиток внутрішнього й в'їзного туризму є пріоритетним напрямком у сучасних умовах, а екскурсійна діяльність – важливою складовою туристичного обслуговування. Екскурсії застосовують у різних видах туризму: в одних як турутоворювальну послугу, а в інших – як додатковий сервіс. Екскурсії проводять і поза туристичною діяльністю – у місці постійного проживання громадян, зокрема українців, оскільки історико-культурний потенціал України унікальний і відкриває необмежені можливості для цієї сфери.

Зауважимо, що нині для більшості одними з пріоритетних завдань сучасності є підвищення культурного рівня, збагачення знаннями й популяризація духовних цінностей. І саме екскурсійна діяльність може бути засобом виховної роботи населення, що позитивно впливатиме реалізацію всіх трьох аспектів, зазначених вище. Екскурсивод долучає людину до культури як живого втілення світу суспільних цінностей, і чим вища його професійна майстерність, тим успішніше він виконує це завдання. Саме тому в умовах суворої ринкової конкуренції різко зростає потреба у високопрофесійних фахівцях цієї галузі, зважаючи на що особливо актуальним стає взаємозв'язок здобуття професійних знань, набуття практичних навичок та вмінь у процесі навчання майбутніх менеджерів соціокультурної діяльності.

Отже, курс «Організаційно-екскурсійна діяльність» має на меті формування в здобувачів фундаментальних знань, умінь і навичок стосовно основ організації екскурсійної діяльності й специфіки надання екскурсійних послуг, що базуються на сучасних досягненнях провідних науковців і світової практики.

Цей конспект лекцій не пропонує ґрунтовного викладу теоретичного матеріалу, потрібного студентіві. Ми зосереджуємося на розумінні й засвоєнні основ екскурсійної діяльності, що передбачають: формування уявлення про історію розвитку екскурсійної діяльності; здобуття знань про класифікацію екскурсій, технологію їх підготовки, основні методичні прийоми та техніки проведення; набуття навичок

створення методичної розробки екскурсії й використання здобутих знань у майбутній професійній діяльності; удосконалення професійної майстерності та ораторських здібностей екскурсовода.

Результатом вивчення курсу «Організаційно-екскурсійна діяльність» є:

- ефективного використання на практиці базових понять з організації екскурсійної діяльності;
- здобуття знань з організації екскурсійного обслуговування в індустрії туризму;
- розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи екскурсійного бюро (туристичної фірми) та його окремих підсистем;
- застосування в практичній діяльності принципів і методів організації й технології обслуговування туристів;
- ідентифікування туристичної документації та вміння правильно нею користуватися;
- розроблення й проведення екскурсії;
- складання технологічної карти та підготовка методичної розробки екскурсії;
- аналіз рекреаційно-туристичного потенціалу території;
- виявлення основних напрямів і тенденцій розвитку сучасного екскурсійного обслуговування;
- застосування навичок продуктивного спілкування й психолого-педагогічних основ зі споживачами туристичних послуг;
- підготовка контрольного та індивідуального текстів.

Отже, за таких умов найлегше здобути необхідні у вибраній професії знання, набути умінь і навичок, розвинути потрібні спеціальні особистісні й професійні якості, що стає запорукою успішної роботи майбутніх менеджерів соціокультурної діяльності.

ТЕМА 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

План

- 1.1 Сутність екскурсійної діяльності.
- 1.2 Вимоги до екскурсійних послуг.
- 1.3 Ознаки екскурсії.
- 1.4 Функції та принципи екскурсії.
- 1.5 Екскурсознавство як наука.

1.1 Сутність екскурсійної діяльності

Слово «екскурсія» походить від латинського «екскурсіо». У мовний вжиток воно ввійшло в ХІХ ст. і спочатку означало «вибігання, військовий набіг», пізніше – «вилазка, поїздка».

Поширена думка, що екскурсія – методично продумане показування визначних місць, пам'яток історії й культури, в основі якого лежить наочний аналіз об'єктів, а також уміле розповідання про події, пов'язані з ними. Проте лише до цього сутність поняття «екскурсія» зводити було б не зовсім коректно. Саме тому далі розглянемо основні тлумачення змісту терміна «екскурсія», опубліковані в різних виданнях.

1 Екскурсія – це прогулянка, завдання якої вивчення певної теми на конкретному матеріалі, доступному спогляданню (М. П. Анциферов).

2 Екскурсія – це наочний метод здобуття певних знань, виховання шляхом відвідувань за задалегідь розробленою темою певних об'єктів (музею, заводу, колгоспу тощо) зі спеціальним керівником (екскурсоводом).

3 Екскурсія – це форма суспільно-освітньої роботи, за якої група осіб (екскурсантів) під керівництвом більш значної особи (екскурсовода) вивчає тіло або явище в його природному оточенні, вирушає з цією метою до об'єкта свого вивчення (В. О. Герд).

4 Екскурсія – вивчення об'єктів за їх природнім розміщенням (локальний принцип) і зважаючи на їх переміщення в просторі (моторний принцип) (Б. Е. Райков).

5 Екскурсія – особлива форма навчальної й позанавчальної роботи, що передбачає спільну діяльність учителя-екскурсовода й керованих ним школярів-екскурсантів у процесі вивчення явищ дійсності, спостережуваних у природних умовах (заводу, колгоспу, пам'яток історії та культури, пам'ятних місць, природи тощо) або спеціально створених сховищах колекцій (музею, виставки) (Л. Ф. Родін, Ю. Е. Соколовский).

6 Екскурсія – цілеспрямований наочний процес пізнання навколишнього світу, який будується на заздалегідь підібраних об'єктах, розміщених у природних умовах або цехах промислових підприємств, приміщеннях лабораторій, науково-дослідницьких інститутів, залах музеїв, виставок-майстерень архітекторів, живописців, скульпторів, графіків тощо.

7 Екскурсія – процес наочного пізнання навколишнього світу: особливостей природи, елементів побуту, визначних місць певного міста або регіону – завчасно вибраних об'єктів, що вивчають на місці їх розміщення (І. В. Зорін, В. А. Квартальнов).

8 Екскурсія – тематичний маршрут із метою відвідування визначних об'єктів і місцевостей (В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух).

9. Екскурсія – процес пізнання навколишнього світу, побудований на завчасно підібраних об'єктах (зоровому ряді), що слугують розкриттю тієї чи іншої теми (Н. В. Савина, З. М. Горбильова).

Також варто зазначити, що термін «екскурсія» як туристська послуга було визначено Міждержавним стандартом ДЕСТ 28681.2-95 «Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги. Загальні вимоги». Екскурсія – туристська послуга, що забезпечує задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб туристів.

Отже, на сьогодні *екскурсію прийнято розглядати в таких аспектах:*

- як самостійну форму виховання (патріотичного, трудового, естетичного);
- як одну з форм навчання;

- як форму роботи з масовою аудиторією;
- як один зі ступенів пізнання (розуміння);
- як форму міжособистісного спілкування;
- як форму поширення наукових знань, ідейного виховання;
- як форму організації культурного дозвілля;
- як невід’ємну частину організованого туризму.

Узагальнюючи різні підходи до визначення й розуміння екскурсії, наведемо два основних, характерних для дисципліни «Організаційно-екскурсійна діяльність». Згідно з першим екскурсію розглядають як цілеспрямований і запрограмований наочний процес пізнання особистістю навколишнього світу, що базується на поєднанні зорових, слухових та інших вражень і проходить під керівництвом кваліфікованого фахівця – екскурсовода. Відповідно до другого підходом екскурсією є комплексна туристська послуга, спрямована на ознайомлення туристів та екскурсантів з екскурсійними об’єктами, тривалістю до 24 годин. Вона охоплює обов’язковий супровід екскурсовода, проходить по заздалегідь затвердженому маршруту й не передбачає послуг розміщення.

Отже, екскурсію дуже часто трактують як продукт. А зважаючи на те, що екскурсія є невід’ємною частиною організованого туризму, до вжитку входить таке поняття, як «турпродукт».

Що таке турпродукт?

Туристський продукт – це комплексне поняття, що охоплює три основні види можливої пропозиції туристського підприємства на ринку: тур, туристсько-екскурсійні послуги й туристські товари. І, як ви можете зробити висновок, екскурсія є одним із видів туристського продукту.

Знову з’явилося нове поняття – екскурсійний продукт.

Термін «екскурсійний продукт» є цілком доцільним і підтвердженим низкою тенденцій сучасного ринку екскурсійних послуг, а саме:

- екскурсія як послуга на сьогодні являє собою комплекс окремих послуг, до яких належать: обов’язкові, такі як

страхування екскурсантів та їх інформування – супровід кваліфікованого екскурсовода (тобто не менше ніж дві послуги); додаткові: транспортне обслуговування, організація відвідування музейних і видовищних установ під час екскурсії, організація анімаційної діяльності її учасників, харчування, реалізація сувенірної продукції;

– складання екскурсійної програми з широким спектром додаткових послуг, що дає змогу збільшити вартість екскурсії та відповідно отримувати більші прибутки від її проведення.

Отже, *екскурсійний продукт* – це попередньо сформований комплекс послуг, що надають екскурсантові під час екскурсії й реалізують за єдиною ціною.

Екскурсійний продукт є специфічним товаром з низкою особливостей, але в певних аспектах подібних до особливостей турпродукту.

1.2 Вимоги до екскурсійних послуг

До екскурсійних послуг висувають зазначені далі вимоги:

Відповідність призначенню. Екскурсійні послуги повинні відповідати очікуванням і фізичним можливостям споживачів, на яких вони спрямовані.

Точність та своєчасність виконання. Екскурсійні послуги, надані споживачеві, за обсягами, термінами й умовами обслуговування повинні відповідати вимогам, передбаченим у путівках, квитках, квитанціях тощо.

Комплексність. Надання екскурсійних послуг повинне давати змогу одержання не лише основних, а й додаткових послуг (побутових, послуг зв'язку, торгівельних тощо), що створюють нормальні умови для життєзабезпечення споживачів.

Етичність обслуговчого персоналу. Обслуговчому персоналу необхідно додержуватися етичних норм поведінки. Споживачеві повинно бути гарантовано ввічливість, доброзичливість, комунікабельність.

Комфортність. Екскурсійні послуги потрібно надавати в комфортних умовах обслуговування, створених для споживача (зручне планування траси екскурсійного маршруту, стан

збереженості та санітарний стан екскурсійних об'єктів, комфортні транспортні засоби тощо).

Естетичність. Художнє оформлення відвідуваних екскурсійних об'єктів, просторова організація маршруту, оформлення інтер'єрів приміщень обслуговування повинні відповідати вимогам до композиційної гармонійності й архітектурної цілісності, а зовнішній вигляд і культура мовлення обслуговчого персоналу – вимогам до естетичності.

Ергономічність. Тривалість обслуговування, тривалість і складність екскурсійних маршрутів, спорядження та інвентар, транспортні засоби, меблі й інші використовувані предмети оснащення повинні відповідати фізіологічним і психологічним можливостям екскурсантів.

1.3 Ознаки екскурсії

Базисом в організації екскурсійної діяльності є додержання загальних *ознак екскурсії*:

1) тривалість за часом проведення – від однієї академічної години (45 хвилин) до однієї доби;

2) наявність екскурсантів (групи або індивідуалів);

3) наявність екскурсовода, який проводить екскурсію та має відповідну професійну, документально підтверджену підготовку;

4) наочність, зорове сприйняття;

5) пересування учасників екскурсії по заздалегідь складеному маршруту;

6) цілеспрямованість показування об'єктів, наявність певної теми;

7) активна діяльність учасників (спостереження, вивчення, дослідження об'єктів).

Крім цих загальних ознак у кожного виду екскурсій є свої *специфічні ознаки*:

– в автобусних – обов'язковий вихід з автобуса для огляду екскурсійних об'єктів (потрібно не менше ніж три виходи);

- у музейних – ознайомлення з матеріалами, розміщеними на стендах;
- у виробничих – демонстрація функціонування об'єктів (верстатів, агрегатів, механізмів).

1.4 Функції та принципи екскурсії

Основними *функціями екскурсії* є:

Функція пізнання головна для екскурсії. Вона спрямована на формування нових знань науково-популярного характеру.

Функція виховання невід'ємно пов'язана з пізнавальним процесом. Побачене й почуте на екскурсії повинне підштовхувати до оцінювання та роблення висновків. Проте виховання повинно відбуватися ненав'язливо: головне, щоб оцінні судження сприймалися екскурсантами як власні.

Функція наукового пропагування. Екскурсії сприяють поширенню політичних, філософських, наукових, художніх та інших поглядів, ідей і теорій.

Функція інформування. Екскурсія відповідно до своєї теми містить конкретну інформацію стосовно певної галузі знань: досягнень медицини, біології та інших наук; відкриттів археологів; винаходів і здобутків у господарському будівництві й культурному житті тощо. Від таких важливих джерел інформації, як газети, радіо, телебачення, Інтернет, лекція, екскурсію відрізняє більш високий ступінь наочності та відчутності. Значну частку інформації під час екскурсії підтверджують показуванням об'єктів.

Функція організації культурного дозвілля. Неробочий час упродовж доби, тижня, місяця, року людина витрачає на власний розсуд. Екскурсії, що є важливою складовою відпочинкової, рекреаційної діяльності, не лише задовольняють, а й формують духовні потреби людини. Системність знань, повідомлюваних під час екскурсії, зумовлює культурний розвиток особистості.

Функція розширення світогляду та формування інтересів. Кожна екскурсія сприяє духовному збагаченню людини. Її учасники дізнаються чимало нового з історії,

мистецтва, архітектури, літератури, економіки. Одним із головних завдань екскурсії з огляду на цю функцію є розширення й поглиблення загальних знань, що протиставляються професійним і збагачують духовний світ людини. Зважаючи на це, екскурсовод повинен від конкретного матеріалу, пов'язаного лише з певною територією, перейти до загальних знань. Наприклад, під час ознайомлення з пам'ятками архітектури міста спробувати навчити розбиратися в архітектурних стилях.

Для досягнення мети екскурсії й виконання нею своїх основних функцій під час створення екскурсійних продуктів необхідно дотримуватися відповідних **загальних принципів**.

Принцип науковості – екскурсійну інформацію викладають відповідно до певного розділу сучасної науки, а факти, події, теоретичні положення – у науковому трактуванні.

Принцип ідейності – об'єктивний підхід до змісту фактичного матеріалу під час підготовки екскурсії й упевненість екскурсовода в релевантності інформації, що він наводить.

Принцип зв'язку теорії з життям – актуальність екскурсійної інформації.

Принцип переконливості та зрозумілості – викладення екскурсійного матеріалу на доступному для аудиторії рівні.

Отже, варто зауважити, що як комплексна послуга екскурсійний продукт має свої особливості, ознаки. Його виробляють з огляду на певні принципи, тому на сьогодні він виконує низку важливих соціокультурних функцій.

1.5 Екскурсознавство як наука

Екскурсознавством вважають науковий напрям, що охоплює будь-яке знання про екскурсію: загальне та часткове, теоретичне і практичне, абстрактне й конкретне.

Екскурсознавство – це комплексна наукова дисципліна, що розкриває сутність взаємозв'язаних частин екскурсійної діяльності: теорії, методики та практики туристсько-екскурсійних підприємств, а також вивчає історію розвитку екскурсійної діяльності.

До головних завдань сучасного екскурсознавства належать:

- дослідження історичних етапів розвитку екскурсійної діяльності й зміни завдань екскурсії впродовж історії;
- осмислення феномена соціально-філософського сенсу екскурсії як однієї з форм багатофункціональної діяльності особистості;
- виявлення різноманіття практичних форм і методів екскурсійної діяльності суб'єктів туристського обслуговування;
- вивчення, узагальнення та впровадження закордонного досвіду екскурсійної справи;
- розроблення методичних основ оцінювання екскурсійного потенціалу територіальних утворень і визначення потенційного попиту на екскурсійні послуги;
- прогнозування розвитку екскурсійної діяльності в умовах невизначеності ринку;
- виявлення шляхів підвищення якості й ефективності екскурсійної діяльності;
- розроблення та впровадження системи стандартів якості екскурсійного обслуговування.

Структура екскурсознавства:

- екскурсійна теорія;
- історія розвитку екскурсійної діяльності;
- екскурсійна методика;
- екскурсійна практика.

Розглянемо кожен елемент детальніше.

Екскурсійна теорія становить комплекс поглядів, ідей, положень, що лежать в основі екскурсознавства. Екскурсійну теорію розкриває сукупність понять: екскурсія, її функції, основні ознаки й аспекти; класифікація екскурсій; екскурсійний метод; диференційований підхід до екскурсійного обслуговування; елементи екскурсійної педагогіки й логіки; основи професійної майстерності екскурсовода. Крім того, варто зазначити, що виникнення та розширення положень екскурсійної теорії є насамперед результатом узагальнення

практики повсякденної діяльності як окремих екскурсів, так і туристсько-екскурсійних підприємств.

Історія розвитку екскурсійної діяльності – це складова частина екскурсознавства, що становить ретроспективний аналіз досягнень і найважливіших моментів у розвитку екскурсійної діяльності з виділенням її історичних етапів. Історія екскурсійної діяльності достатньо досліджена й повно репрезентована в працях таких науковців, як В. К. Федорченко, О. М. Костюкова, Т. А. Дьоровий, М. М. Олексійко, І. М. Чагайда, С. В. Грибанова, Г. П. Науменко, В. А. Зінченко.

Паралельно з терміном «екскурсознавство» останнім часом у науковій і методичній літературі використовують його аналог – «екскурсологія». Екскурсологію визначають як галузь теоретичних знань, що вивчає проблеми моделювання ідеальної екскурсії та впливу екскурсії на свідомість людей, практичних методів підготовки екскурсій, техніки їх проведення, підготовки екскурсіводів.

Екскурсійна методика становить сукупність чітких правил і вимог до екскурсії. Це комплекс методичних прийомів підготовки й проведення екскурсії. Її головне завдання – реалізація досягнення цілей екскурсійного процесу, тобто допомогти екскурсантам побачити, почути й відчувати зорові та словесні матеріали. Предмет екскурсійної методики – цілеспрямоване вивчення, систематизація, формулювання та застосування на практиці методичних прийомів, за допомогою яких екскурсійні працівники здійснюють свою діяльність.

Екскурсійна методика складається з декількох самостійних, але пов'язаних між собою частин:

- методики (технології) розроблення екскурсії;
- методики розроблення екскурсіводом нової для нього теми;
- методики підготовки екскурсівода до проведення чергової екскурсії;
- методики проведення екскурсії (різновидів та особливостей застосування методичних прийомів);
- методики післяекскурсійної роботи.

Екскурсійна практика – це проведення екскурсій спеціалістами відповідної кваліфікації, узагальнений накопичений досвід проведення екскурсій і нормативно-правові аспекти ведення екскурсійної діяльності (закони, положення, державні стандарти).

Отже, такі складові науки екскурсознавства, як екскурсійна теорія, історія її розвитку, екскурсійна методика, екскурсійна практика, є частиною фірмового стилю туристичного підприємства або взагалі особистим авторським здобутком екскурсовода (науковця), становлячи виробничі ноу-хау. Усі ці складові екскурсознавства будуть розглянутими нами під час вивчення цієї дисципліни у відповідних лекціях та на практичних заняттях.

ТЕМА 2 ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

План

2.1 Основні етапи розвитку екскурсійної діяльності в Україні.

2.2 Сучасний стан екскурсійної діяльності в Україні.

2.3 Проблеми екскурсійної діяльності в Україні та шляхи їх вирішення.

2.1 Основні етапи розвитку екскурсійної діяльності в Україні

Історія екскурсійної справи в Україні налічує понад 200 років. Вона є частиною історії Російської імперії та радянських часів, оскільки, як ви знаєте, незалежність України було проголошено лише в 1991 році. Зокрема, процес становлення екскурсійної справи можна поділити на два великих періоди й дев'ять менших етапів, розглянуті далі.

Становлення екскурсії почалося із середини XVIII ст. та охоплювало період до середини XIX ст.

І період (кін. XVIII – поч. XX ст.)

Перший етап припадає на другу половину XVIII – першу половину XIX ст. Він характеризується зародженням екскурсій, їх упровадженням у практику роботи навчально-виховних закладів. Саме в цей час почали проводити перші екскурсії, екскурсійні прогулянки на природу для учнівських груп. Ініціаторами таких екскурсій-прогулянок були просвітителі. Завдяки прогресивним педагогам і методистам рекомендації щодо проведення шкільних екскурсій знайшли відображення в «Статуті народних училищ» (1786 р.). А «Шкільний статут» (1804 р.) рекомендував влаштовувати прогулянки (екскурсії) не лише на природу, а й до поміщицьких мануфактур, майстерень ремісників та інших підприємств.

Другий етап (середина – кінець XIX ст.) відбувався в умовах пожвавлення суспільно-політичного руху, звернення інтелектуальних кіл до інтересів народу, його життя. Тому в цей період екскурсіям насамперед науковим і освітнім, надавали значно більшого значення. Поява ідей вітчизнознавства дала поштовх розвитку думки про предметність та наочність навчання, необхідність вивчення рідного краю. Запровадженню освітніх екскурсій в Україні значно сприяло ознайомлення української демократичної інтелігенції з кращим досвідом у цій справі низки європейських держав: Німеччини, Франції, Швейцарії, Австро-Угорщини тощо. Зокрема, творами видатних просвітителів і педагогів минулого (М. Монтеня, Я. Коменського, Ж. Руссо, А. Дістервега, К. Ушинського), які вважали прогулянки та екскурсії учнів важливою формою навчання. Наприклад, основою педагогічної системи відомого російського педагога XIX ст. Константина Ушинського була вимога демократизації народної освіти й ідея народного виховання, розвиток в учнів уміння спостерігати за навколишньою дійсністю. Він рекомендував вихід за межі звичайного схоластичного уроку. Таким виходом стала екскурсія.

Третій етап (90-ті рр. XIX ст. – 1918 р.) ознаменувався зародженням організаційних засад у розвитку екскурсійного

руху. Велику роль у цей час відігравали перші краєзнавчо-туристичні об'єднання, гуртки, клуби тощо. Особливо популярними на той час були спеціалізовані екскурсії: ботанічні, геологічні, археологічні. На межі XIX–XX ст. в екскурсійному житті України, зокрема на Львівщині, значущу роль почали відігравати комерційні екскурсійні структури, створені приватними підприємцями. Зросла кількість кооперативів, що виконували культурно-освітні функції: фінансували українські свята, ювілеї (зокрема, роковини з дня народження Т. Г. Шевченка, організовували лекції, сприяли розповсюдженню українських книг, а також проводили екскурсії по визначних історичних місцях України.

У західноукраїнських землях зріс інтерес до екскурсійної справи, з'явилися туристично-краєзнавчі й спортивні товариства «Чорногора» та «Пласт» (1911 р.), «Сокіл» і «Січ» (1900 р.). У цей період стала поширеною організація екскурсій різного тематичного спрямування для учнів цивільних, військових та духовних навчальних закладів, проведення студентських екскурсій за фахом.

Екскурсії на природу були одними з найпопулярніших не лише на Львівщині, а й по всій Україні. Їх організовували в гімназіях та училищах під керівництвом учителів природознавства.

Величезне значення мали історичні екскурсії, що здебільшого проводили вчителі історії. Увагу учнів привертали історичні пам'ятки великих міст, насамперед Києва, Львова, Ялти тощо.

Для релігійно-морального виховання молоді в кінці XIX – на початку XX ст. застосовували паломницькі екскурсії. Об'єктами таких екскурсій у Львівській області були костел Пресвятої Діви Марії в місті Стрий, церква Святого Юра в місті Дрогобичі та ін.

На початку XX ст. було зроблено перші кроки до організації й проведення літературно-мистецтвознавчих екскурсій. Екскурсородами на них були переважно вчителі літератури та малювання.

У 1909 р. в українських гімназіях почала діяти «Самовиховна шкільна громада», що організовувала учням прогулянки й екскурсії.

Отже, екскурсії в кінці XIX – на початку XX ст. перетворилися на ефективний засіб освіти й виховання шкільної молоді. Також в кінці XIX ст. в розвитку екскурсій та туризму на західноукраїнських землях був пріоритетним саме народознавчий аспект.

У 2-гій половині XIX – початку XX ст. інтенсивно вдосконалювали туристсько-екскурсійну справу. У той час туризм і екскурсії не розрізняли.

У 1885 р. в Петербурзі було організованим перше в Росії «Підприємство для громадських подорожей в усі країни світу» Леопольда Ліпсона. Воно поклало початок бурхливому розвитку екскурсійної діяльності. Виникло Товариство аматорів природознавства з філіями в Петербурзі, Москві, Казані та інших містах імперії. Значної популярності набув гірський туризм. У 1890 р. в Одесі було створено Кримський гірський клуб із філіями в Ялті й Севастополі.

Шкільними екскурсіями опікувалися Міністерство освіти, педагоги-ентузіасти, земства. Своєрідним майданчиком стали Всеросійські вчительські з'їзди (1906–1916 рр.)

У 1889 р. вийшов Циркуляр МОН, що містив наказ усім навчальним закладам проводити навчальні екскурсії з географії, біології, природничої історії.

Шкільний екскурсійний рух видавав журнал «Екскурсійний вісник» і кілька журналів у місцях інтенсивного відвідування екскурсантами, наприклад «Шкільні екскурсії і шкільний музей», що можна було придбати в Києві, Одесі, Харкові та інших містах України.

У журналі «Російський емігрант» уперше було спробовано класифікувати екскурсії для учнів. Їх поділили на вісім типів: історико-археологічні, історико-літературні, природно-історичні, екскурсії на фабрики й заводи, художньо-географічні та етнографічні, екскурсії трудової допомоги, загальноосвітні й побутові, екскурсії відпочинку та розваг.

Наведена екскурсійна класифікація – перший досвід аналізу всього розмаїття екскурсій, що проводили з учнями.

З 1900 р. в школах почали роботу з організації літнього відпочинку учнів з передбаченням у ньому цілого комплексу оздоровчих і просвітницьких екскурсій. Певну роль у розвитку учнівських екскурсій відіграло запровадження 9 березня 1902 р. спеціального тарифу № 6900 на проїзд учнів, які вирушають в освітні екскурсії. На всіх російських залізницях для груп екскурсантів було встановлено здешевлений проїзд у вагонах 3-го класу, а для вихованців нижчих навчальних закладів у разі поїздок на відстані до 50 км він був безкоштовним. У наступні роки умови цього спеціального тарифу для учнів, які брали участь у групових екскурсіях, кілька разів змінювали, але він зберігався в загальних рисах до 1917 р.

Значною подією в розвитку методики екскурсійної справи в цей період став вихід книги Б. Є. Райкова «Школьные экскурсии, их значение и организация» (1910 р.). У ній уперше були розробленими основні принципи екскурсійної методики й запропонована система навчальних екскурсій з усіх предметів і для всіх класів. Поява книги з теорії екскурсійної справи в лісовому училищі не була випадковістю. Саме воно одним із перших у Петербурзі внесло місцеві та далекі екскурсії в навчальний процес як обов'язкову форму роботи, тісно пов'язану з викладанням різних предметів.

Тривалий час організація екскурсій для учнів залишалася справою окремих ентузіастів. Таким був педагог Олександрівської вчительської школи в Тіфлісі – Микола Петрович Захаров. Важливим засобом навчання він вважав екскурсії, на яких повинні закріплюватися знання, здобуті на уроках. На екскурсіях він ознайомлював своїх учнів із природою Кавказу, його історією й культурою. Екскурсії відбувалися зазвичай пішки за участю всією школою. На природі учні під керівництвом викладачів спостерігали за різними предметами та явищами, набували навичок їх описування, складати геологічні й ботанічні колекції. Зокрема, Н. П. Захаров вважав

обов'язковою організацію екскурсій під час вивчення історії, географії та інших дисциплін природничого циклу.

У 1895 р. в Криму було створено Ялтинське екскурсійне бюро, що відіграло ключову роль у поширенні практики просвітницьких екскурсій. Ентузіастами й організаторами цієї діяльності були відомі педагоги К. Ушинський, Н. Захаров, учені Г. Лесгафт, Р. Лейцингер і народні вчителі земських шкіл.

Значущим для становлення екскурсійної справи в Росії було створення в 1895 р. Товариства велосипедистів-туристів на базі Російського туринг-клубу. Воно мало відділення в Києві, Харкові, Полтаві, Катеринославі, Кам'янці-Подільському, Одесі та інших містах. У перші роки своєї діяльності товариство вступило до Міжнародної ліги туристських товариств. Воно проводило дуже широку екскурсійну роботу. У 1909 р. у його складі з'явилася окрема комісія екскурсій по Росії. Екскурсійні комісії діяли й у великих організаціях у Москві, Петербурзі, Одесі та ін.

Таке товариство сприяло переростанню екскурсійного руху в Росії в ХХ ст. в масовий просвітницький та освітній туризм. Екскурсії почали поділяти на одноденні й тривалі (до 22 днів). Фактично це були вже повноцінні туристські програми. Заснована при товаристві Громадська комісія «Образовательные экскурсии по России» (1907 р.) у 1910-ті р. розробила спеціальні керівництва для школярів і вчителів та здійснювала підготовку спеціальних інструкторів і керівників екскурсійних груп. Крім Москви та Петербурга, спеціальні екскурсійні комісії працювали в Харкові, Києві та ін.

У 1915 р. Київське орнітологічне товариство організувало 20-денні курси з підготовки керівників природничо-історичних екскурсій із дітьми. Записалося 400 осіб. Навчання 50 вчителів оплатила міська управа. Після завершення створили консультаційне бюро.

Були популярними екскурсії в музеї й на виставки. Перші музеї почали функціонувати в Миколаєві, Феодосії, Керчі, Одесі, Харкові, Києві. У 1872 р. в Москві з ініціативи наукових

товариств була організованою політехнічна виставка, на якій проводили перші безкоштовні музейні позашкільні екскурсії.

Отже, екскурсійна справа з кінця XVIII ст. до 1917 р. пройшла складний шлях від виникнення до становлення певних організаційних форм. Екскурсії з епізодичних перетворилися на постійні та обов'язкові форми навчання. Екскурсійна справа була тісно пов'язаною з розвитком культурно-освітнього суспільно-політичного руху цього непростого періоду вітчизняної історії, ускладненого революційними подіями, національними змаганнями тощо.

Про екскурсії не забували і в роки революції. Зокрема, у Циркулярі від 16 листопада 1917 р. за підписом генерального секретаря народної освіти (а із січня 1918 р. першого міністра освіти УНР) Івана Стешенка були поставленими завдання перед директорами шкіл усіх відомств і підрозділами про національне виховання в школах, наголошено на необхідності організації екскурсій та подорожей, упродовж яких учні на власні очі змогли б побачити видатні історичні пам'ятки. Українська інтелігенція дбала про піднесення національної свідомості. Водночас одним із найдієвіших засобів у цій справі було визнано так званий екскурсійний метод. Екскурсійною справою займалися й профспілки, які ставили собі за мету сприяти культурному розвитку своїх членів.

II період (1919–1991 рр.)

Четвертий етап (1919–1927 рр.) певні дослідники історії туризму називають «золотим десятиріччям» розвитку екскурсознавства й краєзнавства, тому що в цей час розгортався масовий науково-екскурсійний рух, що сприяв розвитку вітчизняних традицій екскурсійного обслуговування.

По-перше, була створеною нормативна основа екскурсійної діяльності:

1) у Кодексі законів про народну освіту УСРР (22 листопада 1922 р.) екскурсійна справа була виділеною окремим розділом. Було чітко визначено її мету й завдання, а також мережу екскурсійних закладів: екскурсійні комуни, екскурсійні бази, екскурсійні пункти;

2) важливими були документи Першої Всеукраїнської екскурсійної наради, що відбулася 27–30 вересня 1928 р. Ухвалені нею «Положення про екскурсійну базу Українського мішаного пайового екскурсійного товариства», постанова «Організація екскурсійних баз та їх взаємини з місцевими організаціями» регламентували важливі аспекти краєзнавчо-екскурсійної справи.

Туристично-екскурсійна робота стала одним із найбільш пріоритетних напрямів діяльності регіональних органів освіти. З 1917 р. до кінця 20-х рр. екскурсії відігравали значну роль у ліквідації неписьменності широких народних мас.

З 1921 р. почали проводитися конференції з проблем екскурсійної справи. Збільшилися масштаби екскурсійної роботи. Екскурсії набули масового характеру.

Краєзнавчо-екскурсійна справа розвивалася на міцному підґрунті таких суспільно значущих галузей, як краєзнавство, охорона пам'яток історії. Важливою умовою цього стало піднесення краєзнавства в 20-х роках ХХ ст. У діяльності краєзнавчої комісії ВУАН екскурсійну справу розглядали як окрему галузь. До чергових завдань краєзнавчих досліджень засобами екскурсій входило обстеження основних економічних і природних районів України. Для екскурсантів були розробленими спеціальні схеми проведення екскурсійно-краєзнавчих досліджень. Український комітет краєзнавства активно підтримував усі заходи, спрямовані на популяризацію екскурсій.

Розвиткові краєзнавчо-екскурсійної справи сприяла пам'яткоохоронна робота, адже пам'ятки історії, культури, природи становили основний фонд об'єктів для екскурсій та подорожей. Серед них виділяли пам'ятні місця, пов'язані з життям і творчістю видатних діячів науки й культури. Зокрема, у 1922 р. з огляду на 200-річчя з дня народження Г. Сковороди було взято під охорону його могилу в селі Пан-Іванівка. У 1923–1924 рр. були взяті під охорону церква Богдана Хмельницького в Суботіві, бійниці ХVІІ ст., Замкова гора в Чигирині з руїнами замку колишньої резиденції гетьмана Богдана Хмельницького,

церква Медведівського монастиря. У 1924 р. Черкаський окружний комітет охорони пам'яток мистецтва зберіг від знесення, як пам'ятку історії, пов'язану з рухом декабристів, церкву в місті Кам'янка. У 1927 р. Харківський краєвий комітет доклав значних зусиль для збереження від руйнування будинку декабристів Муравйових – Апостолів на Лубенщині.

Регіональному розгалуженню екскурсійних маршрутів сприяла робота краєвих, окружних і місцевих пам'яткоохоронних комісій, одне з головних завдань яких полягало в складанні першого зведеного реєстру пам'яток. Для цього територію Української РСРС було поділено відповідно до географічно-природних та історичних ознак. Зокрема, Київську інспектуру на 16 округів, Харківську – на 12, Одеську – на 9, Дніпропетровську – на 5. І саме через екскурсії планували здійснювати інформаційно-популяризаторську роботу комісій.

Краєзнавчо-екскурсійна справа посідала важливе місце в процесі навчання, підготовки й перепідготовки компартійних кадрів у партшколах, на факультеті політосвіти Харківського інституту народної освіти. Масовість у політосвітній роботі вийшла на перший план, тому особливого значення набували краєзнавчі та інші екскурсії, кількість яких зростала.

Запроваджували агітаційні екскурсії в процесі відзначення жовтневих, першотравневих дат тощо.

За рекомендацією Головополітосвіти почали розробляти «науково-революційну та виробничу» тематики екскурсій для підвищення ідейного змісту всіх заходів у сфері туризму та екскурсій.

Науковці-краєзнавці таких міст, як Київ, Львів, Харків, Одеса, Катеринославль, Херсон та інших адміністративних і культурних центрів України, наполегливо працювали над створенням спеціальної літератури: путівників, нарисів з історії тощо.

Екскурсії проводили диференційовано, з урахуванням вікового складу, освітнього рівня, професії, культурних запитів екскурсантів.

Основний напрям розвитку краєзнавчо-екскурсійної справи полягав у створенні центрів краєзнавчо-екскурсійної роботи – екскурсійних баз. Вони організовували проживання, харчування екскурсійним групам, проводили краєзнавчі екскурсії, забезпечували методичними матеріалами екскурсійну діяльність, здійснювали підготовку керівників екскурсійних груп і випускали рекламно-інформаційну продукцію.

П'ятий етап (1928–1941 рр.). Цей період можна назвати добою становлення пролетарського туризму й екскурсій. Він був пов'язаним з утворенням перших радянських туристичних організацій: Українського мішаного пайового екскурсійного товариства (1928–1930 рр.); Всеукраїнського товариства пролетарського туризму і екскурсій (Укртуре, 1930–1936 рр.) – продовжувача справи УМПЕТ; ВАТ «Інтурист» (1929 р.); Центральної дитячої екскурсійно-туристської станції (1930 р.); ТЕУ ЩРПС (1936–1941 рр.); Об'єднаного екскурсійного бюро НКО РСФРР (1926–1928 рр.). Його замінило Акціонерне товариство «Радянський турист» («Рад-тур»), що остаточно витіснило приватні туристичні контори й бюро. Екскурсії з іноземними робітничими делегаціями проводило Товариство «Інтурист».

Для проведення масових екскурсій почали ширше використовувати різні види громадського транспорту. Набули розвитку екскурсії-масовки. Удосконалювали питання методики організації екскурсійної справи. Зокрема, один з активістів Укртуре В. С. Клігман наголошував на необхідності укладання договорів на екскурсійне обслуговування між екскурсійними організаціями та підприємствами, установами, школами тощо. Договори давали змогу екскурсійній організації мати ґрунтовну виробничу й фінансову базу.

На становлення та подальший розвиток екскурсійної справи, передусім її матеріальне зміцнення, значно вплинула мала державна пільгова політика. Для організаційно-структурної діяльності одного з керівних органів екскурсійною справою у 20-х роках ХХ ст. в Україні УМПЕТ велике значення мало ухвалення ВУЦВК та РНК УСРР постанови від 28 серпня

1928 року «Про увільнення від республіканських і місцевих податків Українського мішаного пайового екскурсійного товариства». Пільги поширювалися на всі філії, представництва, агентства, екскурсійні бази товариства, організовані ним їдальні закритого типу, транспорт, кіоски при екскурсбазах для продажу краєзнавчої й методичної літератури. Особливу увагу в пільговому забезпеченні приділяли школам, середнім і вищим закладам освіти.

У західноукраїнських землях у 20–30-х рр. ХХ ст. спостерігалась дещо інша ситуація, пов'язана з їх перебуванням у складі інших держав. Інтерес до екскурсійної справи проявили туристично-краєзнавчі товариства «Чорногора», «Пласт», Подільське туристично-краєзнавче товариство, спортивно-пожежні товариства «Луг», «Січ». У 1921 р. у Львові почав діяти «Кружок любителів Львова», засновником якого був відомий історик І. Крип'якевич. Спочатку його члени організовували екскурсії, або так звані проходи по Львову, згодом маршрути екскурсій почали охоплювати околиці. У 1932 р. побачив світ путівник І. Крип'якевича «Історичні проходи по Львову». Сам історик неодноразово виконував обов'язки екскурсовода, гіда. З утворенням товариства «Пласт» у 1924 р., одним із засновників якого він був, 24 листопада 1924 р. при ньому почала діяти екскурсійна комісія. На її першому засіданні були розглянутими плани організації прогулянок Львовом і його околицями.

Велику увагу екскурсіям приділяли і у спортивно-пожежному товаристві «Луг», і в дитячо-юнацькій організації скаутського напрямку «Пласт».

Події Другої світової війни на певний час загальмували розвиток туризму та екскурсій. Лише після її завершення туристично-екскурсійні установи почали відновлювати свою діяльність.

Шостий етап (1946–1968 рр.). Для нього характерні:

- відбудовування екскурсійних установ;
- зростання їх матеріально-технічної бази;

– розширення мережі екскурсійних об'єктів (будівництво нових міст, реконструкція історичних міст, відбудовування міст після Другої світової війни, будівництво житлових, громадських і промислових споруд, створення меморіальних комплексів, пам'ятників революційної, бойової слави тощо).

Удосконалили законодавство: 30 травня 1969 р. ЦК КПРС, Рада Міністрів СРСР і ВЦСПС ухвалили постанову «О мерах по дальнейшему развитию туризма и экскурсий в стране», що передбачала масовий розвиток туризму та екскурсій, розширення мережі й удосконалення діяльності туристсько-екскурсійних установ, перетворення туристсько-екскурсійної справи на велику галузь обслуговування населення.

У повоєнний період екскурсійною справою опікувалися Республіканська рада з туризму, ВАТ «Інтурист», Республіканська дитяча екскурсійно-туристична станція (РДЕТС), товариство «Знання», Українське товариство охорони пам'яток історії та культури.

Екскурсії охоплювали показування історико-революційних пам'ятників і меморіалів, дошок пошани передовиків п'ятирічок та переможців соціалістичного змагання, здобутків радянської влади, внеску комсомольців та молоді у виконання завдань п'ятирічок тощо. Екскурсійний матеріал доповнювали політичним змістом, зокрема розповідями з демонстрацією «первістків» вітчизняного машинобудування, заводів, ударних комсомольських будов, закладів вищої освіти, науково-дослідних та проєктних установ, організацій охорони здоров'я, культури тощо. Водночас були певні обмеження на тематику й об'єкти показування, особливо для інтуристів.

Щоб допомогти гідам-перекладачам під час проведення екскурсій, створювали методичні посібники, розробляли методичні поради та рекомендації. Значну допомогу методактиву структурних підрозділів «Інтуристу» надавала створена в 1979 р. Республіканська школа методиста.

Продовжувався розвиток шкільних екскурсій. Видатний український педагог В. О. Сухомлинський (1918–1970 рр.) організував школу «Школа радості під голубим небом» для

реалізації виховного потенціалу природного оточення. Він проводив прогулянки в ліс, поле, на луки, де діти ходили босоніж, дихали цілющим повітрям, захоплювалися простором і неповторною красою природи.

У книзі «Серце віддаю дітям» В. О. Сухомлинський писав, що прагнув до того, щоб до відкриття книги, читання по складах першого слова діти прочитали сторінки найкращої у світі книги – книги природи. Шестирічки, з якими він працював, восени щодня подорожували босоніж, проходячи по 6–7 кілометрів. Кожну подорож у природу В. О. Сухомлинський називав уроками мислення, розвитку розуму. У Школі під голубим небом велася підготовка до цікавого й доступного навчання.

Отже, у післявоєнний період продовжилася робота з удосконалення нормативної, матеріальної та методичної баз екскурсійної діяльності.

Сьомий етап (1969–1986 рр.). Це період посилення екскурсійної роботи, обумовленого суспільно-політичним життям України, у якому відбувалися серйозні зміни. У 60-х рр. ХХ ст. з'явилося інакодумство, похитнулась ідейна монолітність, якої впродовж останніх років так намагалися досягнути державно-політичні структури. Зміцнювалися зв'язки Радянського Союзу, зокрема України, із Заходом. Послабилася ізоляція Радянського Союзу й України у світі. Радянська молодь, яка виїжджала за кордон, ознайомлювалася з життям іноземців.

Для посилення екскурсійної роботи в 1969 р. було ухвалено постанову ЦК КПРС, Ради Міністрів СРСР і ВЦРПС «Про заходи по подальшому розвитку туризму та екскурсій у країні». Згідно з цією постановою й іншими директивними документами в системі профспілкового туризму утворилися ради з туризму та екскурсій, а в Центральній раді з туризму та екскурсій на початку 1970-х рр. був створений спеціальний структурний підрозділ. З реорганізацією Української республіканської ради з туризму на Раду з туризму та екскурсій посилювалися вимоги до здійснення екскурсійної діяльності.

Організаційні заходи в цій сфері сприяли зростанню обсягів екскурсійного обслуговування. Тематика пропонуванних туристичних маршрутів та екскурсій була досить різноманітною, але заідеологізованою.

Позитивні сторони

1. Посилилася екскурсійна робота.
2. При ЦРТЕ було створено Головне екскурсійне управління, в УРРТЕ екскурсійний відділ.
3. Збільшилася увага до підвищення екскурсійної майстерності.
4. Комітетам профспілок дозволили оплачувати екскурсії.
5. Дисципліну «Основи екскурснознавства» внесли до програм ЗВО (педагогічних, географічних).
6. Підвищилося значення екскурсій для молоді («Моя Батьківщина – СРСР»).
7. Було створено нові екскурсійні маршрути, розроблено теорію й методику екскурсійної справи.

Негативні сторони

1. Посилилася ідеологізація екскурсій.
2. У тематиці екскурсій була відображеною кожна чергова комуністична акція чи кампанія.
3. Підвищення кваліфікації гідів та екскурсіводів проводили як на відповідних курсах, так і в комсомольських та партійних школах.
4. Екскурсії стали примусовими.
5. Командно-адміністративне керівництво екскурсіями почали висвітлювати в програмних документах, інструкціях.
6. Видавали довідники, як відповідати на запитання інтуристів, обмежуючи свободу думки.

Восьмий етап (1987–1990-ті рр.). Цей період визначають як перехідний. Екскурсійні установи перевели на самофінансування й госпрозрахунок. У нових умовах господарювання сформувалися нові тенденції в організаторській та економічній роботі. Почався пошук резервів екскурсійного обслуговування, застосовували традиційні й упроваджували

нові його форми. Відбулися скорочення екскурсійних кадрів, згортання роботи екскурсійно-методичних служб. 1987 р. виявився для них особливо складним, переламним. Більшість екскурсійних організацій почали переорієнтовуватися на якісне змінення змісту екскурсійно-фінансового плану, пошук резервів для надання додаткових послуг населенню. Під час організації масового екскурсійного обслуговування на галузеві свята, вихідні й екскурсійні дні сімейного відпочинку передбачали святкові обіди в ресторанах.

Починаючи з 1991 року екскурсійна справа переживала «велику руїну», що продовжувалася близько п'яти років. У таких умовах професійні кадри, які пішли в новостворені турфірми, намагалися налагодити роботу з екскурсійного обслуговування насамперед школярів, що стали основним контингентом екскурсій. Екскурсійна справа почала базуватися на інших засадах. Змінилася тематика екскурсій. Відбувся повний перехід від історико-революційної, ленінської, партійно-комсомольської, атеїстичної тематики до історико-краєзнавчої, релігієзнавчої; в останній виокремилися такі напрями, як світська та богословська, значно скоротився попит на воєнно-патріотичну тематику. З'явилися екскурсії про маловідомі або невідомі сторінки вітчизняної історії.

У 1992 р. було створено Державний комітет України з туризму. До сфери управління Держкомтуризму було передано 52 підприємства загальнодержавної власності. Це збільшило можливості виведення вітчизняного туризму з глибокої кризи. Але вихід із кризи відбувся не відразу.

Позитивні сторони

1. Екскурсійні установи перейшли на самофінансування й госпрозрахунок.
2. З'явилися нові (інноваційні) форми екскурсій.
3. Змінилася тематика екскурсій, почали проводити екскурсії національної тематики (історичні, етнографічні, краєзнавчі, релігійні, біографічні тощо), розкривати невідомі сторінки вітчизняної історії.

4. Були створеними нові екскурсійні об'єднання, Ліги екскурсоводів.
5. Кращі екскурсії отримували нагороди («Кришталевий лелека»).

Негативні сторони

1. Значно зменшилися обсяги внутрішнього й в'їзного туризму, екскурсій.
2. Почалося кадрове скорочення, згорання роботи екскурсійно-методичних служб.
3. Курси підготовки та перепідготовки стали платними.

Дев'ятий етап (кін. 90-х рр. XX ст. – поч. XXI ст.). У цей період в Україні відбулися певні зрушення у сфері екскурсійної діяльності. Екскурсійну діяльність активізувала туристична структура ЗАТ «Укрпрофтур», створена в 1991 р. Вона майже єдина спромоглася певним чином зберегти деякі традиції екскурсійно-методичної школи в системі профспілкового туризму, у той час як Український державний центр туризму і краєзнавства учнівської молоді втратив свої пріоритети в цій справі. Відповідно до завдань, визначених правлінням ЗАТ «Укрпрофтур» на початку 2002 р., більшість обласних закритих акціонерних товариств, дочірніх підприємств та їх філій зробили змістовні практичні кроки для відродження й активізації екскурсійно-методичної діяльності. Урізноманітнили організаційні засади підготовки та підвищення кваліфікації екскурсоводів.

Зі зростанням національної свідомості, інтересу до минулого й сьогодення своєї Батьківщини, її пам'яток знову почалося зростання попиту на екскурсії як джерело знань. Були відновленими добре відомі маршрути по святих місцях, старовинних замках і маєтках дворян.

Створення різноманітних екскурсійних програм, що задовольняють культурно-пізнавальні запити туристів та екскурсантів, включення в маршрути нових об'єктів, якісне екскурсійне обслуговування загалом неможливі без професійних кадрів – екскурсоводів, підготовка яких є першочерговим

завданням. Саме тому екскурсійна діяльність стала переважно справою приватного бізнесу, що потребує ліцензування.

2.2 Сучасний стан екскурсійної діяльності в Україні

З моменту проголошення незалежності молода українська держава впевнено стала на шлях розбудовування власної туристичної галузі. Нині в Україні під охороною держави перебувають понад 140 тис. нерухомих пам'яток історії й культури, а саме:

- понад 64 тис. пам'яток археології;
- понад 54 тис. пам'яток історії;
- близько 7 тис. пам'яток монументального мистецтва;
- близько 15 тис. пам'яток містобудування та архітектури.

Інтерес населення до вітчизняної історії, історико-культурної спадщини все більше зростає. Неабияк популярними, насамперед серед молоді, є туристсько-екскурсійні маршрути «Козацькі Січі», «Фортеці й замки України», «Монастирі України», «Гетьманські столиці», «Коліївщина» та ін.

Великий попит мають поїздки до давніх міст: Білгорода-Дністровського, Києва й Чернігова, овіяних легендами Чигирин та Батурина.

Значний інтерес у туристів викликають тури по шляхах становлення й розвитку Київської Русі, екскурсії за численними туристсько-екскурсійними маршрутами мережі «Намисто Славутича».

Сьогодні в туристичній галузі надзвичайно необхідно відтворити за підтримки держави структуру методичних служб, що стали б центрами цієї роботи в регіонах, а також методичних секцій екскурсиводів як осередків підвищення фахової майстерності. Щодо цього заслуговує на увагу ініціатива полтавчан, які вже створили Обласну спілку екскурсиводів. Особливо варто наголосити, що від знань, умінь екскурсивода донести матеріал до аудиторії, показати, а інколи й відтворити історичні події, зробити екскурсантів їх учасниками, значно залежить сприйняття ними історії України.

Водночас не може не насторожувати те, що лише 5 % із трьох тисяч туристичних підприємств України займаються екскурсійною справою. Ухвалена в лютому 2002 року постанова Державного департаменту туризму «Про концептуальні засади організації екскурсійної діяльності в Україні» передбачає відродження екскурсійної справи в Україні, введення чіткої системи підготовки й підвищення кваліфікації екскурсоводів, створення центрального Методичного центру, а також центрів в усіх регіонах країни, налагодження атестації кадрів.

Систематично розробляють та обновлюють тематичні екскурсії різноманітної тематики. На сьогодні в м. Києві діють більше ніж 100 тематичних екскурсійних маршрутів.

Заслуговує на увагу досвід роботи філій обласного дочірнього підприємства «Черкаситурист» щодо організації екскурсійного обслуговування. На ньому розроблено комплексну екскурсійну програму для дітей шкільного віку, поновлено методичну документацію за всіма екскурсійними маршрутами, підготовлено описи об'єктів показування, підвищено кваліфікації штатних і позаштатних працівників. Комплексний підхід до екскурсійного обслуговування учнівської молоді впроваджують також у Дніпропетровській, Закарпатській, Хмельницькій областях.

Збільшується попит на організацію екскурсій до святих місць і релігійних пам'яток. На туристській карті України виділяють сім *регіонів, сприятливих для розвитку туризму*:

- Карпатський (західний): Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська, Чернівецька області;
- Волинсько-Тернопільський (північно-західний, або поліський): Волинська, Тернопільська, Хмельницька, Рівненська області;
- Житомирсько-Вінницький (буферний): Житомирська, Вінницька області;
- Київський (центральный): Чернігівська, Київська, Черкаська, Кіровоградська області;
- Харківський (північно-східний): Сумська, Полтавська, Харківська, Луганська області;

- Дніпровсько-Донецький (південно-східний): Дніпропетровська, Донецька, Запорізька області;
- Причорноморський (південний): Одеська, Миколаївська, Херсонська області.

У зазначених туристських регіонах України найцінніші пам'ятки історії та культури знаходяться поряд із різноманітними природними рекреаційними й лікувальними ресурсами.

Високий рівень розвитку матеріальної бази та інфраструктури туризму мають області в Середньому Подніпров'ї: Київська, Полтавська, Сумська, Черкаська та Чернігівська. Це дало поштовх до розроблення в 1980–1984 рр. системи туристсько-екскурсійних маршрутів під назвою «Намісто Славутича», що охоплювала зазначені п'ять областей. Вона стала базовою у створенні туристських маршрутів України загалом.

Запропоновано основні напрями системи туристсько-екскурсійних маршрутів, що повинна сприяти розвитку туризму в регіонах. У межах цієї системи передбачено поновлення традиційних і розроблення нових маршрутів по Україні з урахуванням її багаторічної історії, великих культурних та духовних надбань. Мета такого підходу – визначення перспективних напрямів роботи працівників туристичної галузі, надання їм практичної допомоги у створенні нових маршрутів і турів для різних категорій туристів та екскурсантів.

Наявність значної матеріальної бази туризму (готелів, мотелів, туристських комплексів та баз, кемпінгів), підприємств харчування, численних туристичних організацій сприяє впровадженню цієї системи.

2.3 Проблеми екскурсійної діяльності в Україні та шляхи їх вирішення

Незважаючи на значний екскурсійний потенціал і досить високу привабливість, Україна має декілька проблем у розвитку екскурсійної діяльності. Основними з них є:

- нормативна база, що регулює надання екскурсійних послуг, потребує істотного вдосконалення;

- після розпаду Радянського Союзу система підготовки екскурсійних кадрів фактично була зруйнованою, що призвело до появи самодіяльних екскурсиводів, зокрема тих, які проводять екскурсії, відображаючи історичні події не з точки зору історії, а з комерційних міркувань;

- поганий контроль за якістю надаваних туристичних послуг, що спричиняє їх погіршення.

Шляхи вирішення зазначених проблем такі:

- удосконалення нормативної бази, насамперед визначення таких понять, як «гід», «екскурсовод» тощо;

- розроблення вимог до здійснення екскурсійної діяльності;

- застосування диференційованого підходу під час підготовки фахівців;

- уведення механізму ліцензування екскурсійної діяльності, сертифікації;

- запровадження стажування для майбутніх гідів та екскурсиводів після успішного проходження курсів;

- прискорення налагодження роботи акредитаційних комісій і створення методичних рад при підрозділах Державної служби туризму і курортів України при обласних державних адміністраціях тощо;

- вирішення питань туристично-екскурсійної роботи;

- створення кваліфікаційних комісій, які матимуть у своєму складі фахівців та експертів у галузі туризму.

Отже, проблеми екскурсійної діяльності в Україні потребують певної системи заходів щодо вдосконалення й упорядкування, що допоможуть покращити її стан та підвищити туристичний потенціал окремих регіонів.

ТЕМА 3 КЛАСИФІКАЦІЯ, ТЕМАТИКА Й ЗМІСТ ЕКСКУРСІЙ

План

- 3.1 Класифікація екскурсій.
- 3.2 Тематика екскурсій.
- 3.3 Особливості формування теми екскурсії.
- 3.4 Зміст екскурсій.

3.1 Класифікація екскурсій

Класифікація екскурсій є центральним питанням екскурсійної теорії й має значення для постановки цілей і завдань нових екскурсій, правильного розроблення маршруту, формування підтем та застосування методичних прийомів, забезпечення умов тісної співпраці екскурсовода з екскурсантами, діяльності методичної комісії.

Класифікація екскурсій – це їх розподіл на групи й види, виділення в кожній із них основних рис, що обумовлюють характер її проведення.

Класифікація екскурсій динамічна. Нині екскурсії поділяють за такими ознаками:

- тематикою;
- складом і кількістю учасників;
- місцем проведення;
- способом пересування;
- тривалістю;
- формою проведення.

Давайте розглянемо кожен вид екскурсій трішки детальніше.

Головною класифікаційною ознакою екскурсій є **тематика**. За нею їх поділяють на оглядові й тематичні.

Оглядові екскурсії завжди багатотемні та багатопланові. Здебільшого їх організують по місту, району, туристській дестинації, іншому цілісному територіальному утворенню. Для них характерні такі ознаки:

– використання історичного й сучасного матеріалу. Екскурсійна інформація подають у хронологічному порядку, тобто від заснування міста (першої документальної згадки про нього) до теперішнього часу з обов'язковим оглядом перспектив подальшого розвитку;

– екскурсійний маршрут будують у тематикохронологічному порядку. Бажано, щоб такі екскурсії починалися з історичного місця заснування міста, а завершувалися в його сучасних кварталах;

– для показування вибирають різноманітні екскурсійні об'єкти (пам'ятки історії й культури, будинки та споруди, природні об'єкти, місця подій, промислові й сільськогосподарські підприємства та ін.), що забезпечує жвавість сприйняття екскурсійної інформації;

– в оглядових екскурсіях події викладають крупним планом, без зайвої деталізації для формування в екскурсантів загального уявлення про відвідувану місцевість;

– структура оглядових екскурсій охоплює здебільшого однаковий набір підтем: історія міста, зокрема військово-історична; архітектурна; характеристика господарства, науки, освіти, культури (музики, літературу, театру та ін.), природних особливостей.

Тематичні екскурсії за змістом, навпаки, присвячені розкриттю однієї теми. Їм властиве її всебічне глибоке висвітлення. Тематичні екскурсії також поділяють на підтеми за певними проміжками часу чи частинами вибраного предмета екскурсійного показування. Усі підтеми пов'язані між собою логічними переходами. Будувати таку екскурсію можуть і на одноманітних об'єктах.

Науковці виділяють певну класифікацію екскурсій за тематикою. Зокрема, тематичні екскурсії поділяють на:

- історичні;
- виробничі;
- природознавчі;
- мистецтвознавчі;
- літературні;

- архітектурно-містобудівні;
- релігійні.

За змістом виділяють такі підгрупи *історичних екскурсій*:

– історико-краєзнавчі (наприклад, «Історія виникнення м. Суми»);

– археологічні (наприклад, екскурсія до Археологічного музею в с. Старий Салтів Вовчанського району Харківської обл.);

– етнографічні, що розповідають про побут, культуру, традиції й звичаї різних націй і народностей, наприклад «Весільні традиції на Слобожанщині». Найповніше ознайомитися з цією тематикою можна в так званих музеях-скансенах, або музеях під відкритим небом. В Україні вони мають назву «музеї національної архітектури та побуту». На сьогодні функціонують 13 великих і середніх за площею музеїв просто неба;

– військово-історичні, що проводять по місцях бойової слави (битви, бою, бойової операції, оборони, штурму, звільнення міста), військово-інженерних спорудах, місцях, пов'язаних із виготовленням зброї, життям і діяльністю героїв та ветеранів, меморіалах і тематичних музеях та експозиціях (наприклад, «Поле Полтавської битви», «Меморіали Сум», «Суми в роки Другої світової війни» тощо);

– історико-біографічні, тобто по місцях життя й діяльності відомих людей (наприклад «Життя і діяльність Г. С. Сковороди на Слобожанщині»);

- екскурсії в історичні музеї.

Мета виробничих екскурсій – задоволення інтересів у пізнанні індустріальних об'єктів та підвищення культурного й ділового (професійного) рівнів екскурсантів. Ці екскурсії сприяють розширенню трудового досвіду, вихованню поваги до праці та певних професій, ознайомлюють із різними формами господарювання, підприємництва, технологічними сторонами виробництва певних видів продукції. Виробничі екскурсії поділяють на:

- виробничо-історичні;

- виробничо-економічні;
- виробничо-технічні;
- виробничі екскурсії для підвищення кваліфікації кадрів;
- профорієнтаційні виробничі екскурсії (для школярів та учнівської молоді).

Мистецтвознавчі екскурсії охоплюють такі підгрупи:

- історико-театральні (наприклад, «З історії сумських театрів»);
- історико-музичні (наприклад, «Музичне життя в місті»);
- по народних художніх промислових центрах (наприклад, «Опішня – центр українського гончарства»);
- у художні музеї, картинні галереї, виставкові зали, майстерні художників і скульпторів.

Метою мистецтвознавчих екскурсій є сприяння розвитку художнього смаку й естетичному вихованню особистості, розкриття творчого потенціалу та давання змоги спробувати власні сили в певних видах мистецтва шляхом залучення до участі в майстер-класах.

Літературні екскурсії класифікують на:

- літературно-біографічні, що проводять по місцях, які зберігають пам'ять про життя й творчість письменників, поетів, драматургів (наприклад, екскурсія в Державний історико-культурний заповідник «Нагуєвичі» Львівської області, де народився та часто бував І. Я. Франко, «Г. С. Сковорода на Харківщині»);
- історико-літературні, що розкривають певні періоди розвитку національної літератури або літературно-оглядові, (наприклад «Суми літературні»), які детально висвітлюють літературну тему певного місця;
- літературно-художні – поетико-текстові екскурсії (наприклад, «Сватання на Гочарівці», що проходить в одному з районів Харкова й присвячена однойменному літературному твору Г. Ф. Квітки-Основ'яненка) або екскурсії по місцях,

відображених у творах того чи іншого письменника (наприклад, «Київ у житті та творчості М. Булгакова» тощо).

Архітектурно-містобудівні екскурсії поділяють на такі підгрупи:

- екскурсії з показуванням архітектурних споруд певної місцевості (наприклад, «Архітектурний ансамбль міста Харкова»);

- екскурсії, пов'язані з показуванням пам'яток архітектури певного історичного періоду (наприклад, «Архітектура Харкова кінця XIX – початку XX ст.»);

- екскурсії, що дають уявлення про творчість одного архітектора (наприклад, «Творчій геній О. М. Бекетова в Харкові»);

- екскурсії, що ознайомлюють із плануванням і забудовою міст (наприклад, «Архітектура історичного центру міста»);

- екскурсії про сучасну архітектуру й новобудови.

Релігійні екскурсії. В умовах зростання інтересу екскурсантів до релігійної складової життя та відповідно створення тематичних екскурсій винятково на релігійну тематику виникла необхідність виділення релігійних екскурсій у самостійну класифікаційну групу тематичних екскурсій. Залежно від мети проведення їх поділяють на:

- паломницькі (наприклад, «По святих місцях Сумщини»);

- пізнавальні (наприклад, «Три світові релігії в Сумах»);

- наукові (наприклад, «Витоки православ'я в Києві»).

Природознавчі екскурсії мають за мету розширення природничих знань, формування екологоцентричного світогляду, знаходження в оточенні природного середовища, не задіяного в людській діяльності. Місцем проведення таких екскурсій зазвичай є природні об'єкти й місцевості з певними типовими або, навпаки, унікальними властивостями та характеристиками. За змістом природознавчі екскурсії завжди тематичні. Залежно від природних оболонки їх поділяють на такі:

- ботанічні;
- зоологічні;
- гідрологічні;
- геологічні;
- ландшафтні.

А також залежно від мети вони бувають:

- еколого-просвітницькими;
- фотоекскурсіями;
- екскурсіями-прогулянками та пікніками.

Отже, ми детальніше розглянули класифікацію екскурсій за тематикою. Варто зазначити, що тематичні екскурсії того чи іншого виду зрідка існують ізольовано одна від одної. Наприклад, історичний матеріал використовують в екскурсіях на архітектурно-містобудівні теми, а елементи природознавчих – у майже кожній групі тематичних екскурсій. Зміст залежить від умов проведення й екскурсійних ресурсів конкретного територіального утворення. Здебільшого необхідність визначення належності екскурсії до конкретної тематичної групи та підгрупи необхідна на початку її розроблення.

Класифікація екскурсій *за складом і кількістю учасників* передбачає виділення таких підвидів, як:

- індивідуальні й групові;
- для місцевого населення або осіб з інших місць, зокрема іноземців;
- для дорослих, школярів і студентів;
- для представників певної професії.

Особливості сприйняття екскурсійного матеріалу кожною із зазначених груп потребують унесення змін до змісту, методики, техніки проведення, тривалості екскурсій.

За місцем проведення екскурсії поділяють на:

- міські;
- позаміські;
- виробничі;
- музейні;

– комплексні (певні частини яких проходять у різних місцевостях).

Міські екскурсії проводять по одному місту або його певному району чи навіть одній вулиці / площі. Вони можуть бути як оглядовими, так і тематичними. Доволі часто міські екскурсії мають комплексний характер і для докладнішого ознайомлення з темою передбачають відвідування експозицій музеїв, зоопарків, ботанічних садів, парків відпочинку тощо.

Позаміські екскурсії відповідно проходять поза межами міста й зазвичай потребують подолання значної відстані до остаточного пункту призначення. Оптимально вона становить до 200 км або її вимірюють за максимальною тригодинною транспортною доступністю в один бік. Основну екскурсію проводить місцевий екскурсовод у кінцевому пункті маршруту. По маршруту обов'язково планують виходи до додаткових об'єктів, санітарні та відпочинкові зупинки. Час у дорозі супроводжується розповіддю екскурсовода – представника фірми – організатора екскурсії. Він викладає текст шляхової інформації, доповнюючи її тематичними відео- й аудіоматеріалами, демонстрацією експонатів із «портфеля екскурсовода».

За способом пересування виділяють такі екскурсії:

- пішохідні;
- транспортні.

Перевага *пішохідних екскурсій* полягає в тому, що, створюючи необхідний темп руху, вони забезпечують сприятливі умови для показування й розповідання.

Транспортні екскурсії (здебільшого автобусні) складаються з двох частин: аналізу екскурсійних об'єктів на зупинках (наприклад, пам'яток історії та культури) і розповідання в дорозі між об'єктами, пов'язаного з темою екскурсії. Деякі екскурсійні установи використовують для проведення екскурсій тролейбуси, трамваї, річкові й морські теплоходи, вертольоти, велосипеди, сигвеї, тварин (коней, верблюдів, слонів, віслюків, собак).

Тривалість екскурсії вимірюється в академічних годинах (45 хвилин). Стандартна оглядова екскурсія потребує від 2 до 4 годин. Такі екскурсії можна класифікувати як короткотермінові, а всі інші, тобто тривалістю від 4 до 24 годин, як тривалі.

За формою проведення екскурсії мають доволі значний перелік різновидів.

1 Екскурсія-масовка. Сутність такої форми проведення екскурсії полягає в тому, що за однаковим маршрутом одночасно пересуваються декілька груп на різних автобусах, у кожному з яких працює свій екскурсовод. Екскурсії-масовки організовують для відвідування фестивалів, ярмарок, святкування різноманітних подій, концертів, карнавалів. Таку форму проведення практикують великі закордонні туроператори. Зокрема, у Єгипті збирають групи для екскурсій на піраміди та до Каїру, а в Туреччині популярні екскурсії на рафтинг і театралізовані вечірні танцювальні шоу. Прикладом в Україні може бути формування екскурсійних груп для відвідування Сорочинського ярмарку, святкування Дня незалежності в Києві.

2 Екскурсія-прогулянка – це особлива форма екскурсійного обслуговування, що поєднує в собі елементи пізнання й відпочинку. Головна мета цього заходу – відновлення сил. Здебільшого такі екскурсії мають тематичне природниче спрямування. Їх проводять у природному оточенні.

3 Екскурсія-лекція (розповідь переважає над показуванням).

4 Екскурсія-концерт є присвяченою музичній (танцювальній) темі з прослуховуванням і перегляданням різних композицій у салоні автобуса або відвідуванням концертної музичної програми, наприклад у філармонії.

5 Екскурсія-спектакль – це форма проведення, що найбільше властива тематичним мистецтвознавчим та літературним екскурсіям. Такі екскурсії передбачають театралізовану виставу як одну з підтем екскурсії, викладання тексту з великою кількістю цитувань, поетичний стиль,

нестандартний вигляд екскурсовода (театральний костюм) або заплановане відвідання реального спектаклю наприкінці.

6 Екскурсія-консультація. Її здебільшого проводять для представників певної професії на виробництві чи в науководослідних установах. Вона дає наочні відповіді на запитання, поставлені в підтемах екскурсії. Загалом її можна розглядати як один із методів підвищення кваліфікації.

7 Екскурсія-демонстрація – це найбільш наочна форма ознайомлення з явищами, об'єктами, процесами, що на підставі зразків, технологічних ліній демонструє виконання певних різновидів робіт, виробництва продукції, функціонування механізму тощо. Здебільшого така екскурсія має рекламний характер і її вже усталено використовують у комплексах маркетингових заходів великих підприємств.

8 Екскурсія-урок – це наочна форма повідомлення знань. Вона вже давно запланована в шкільних навчальних програмах із дисциплін природничого циклу.

9 Пробна екскурсія є завершальним етапом роботи екскурсовода з підготовки та проведення екскурсії. Її застосовують як метод перевірки готовності екскурсовода до проведення екскурсії на нову тему.

10 Показова екскурсія – це навчальна екскурсія, покликана продемонструвати зразки використання методичних прийомів та елементів техніки на певному об'єкті або варіантів розкриття певної підтеми.

11 Рекламна екскурсія. Її проводить туристсько-екскурсійне підприємство (туроператор) для підприємств – майбутніх партнерів, щоб детальніше ознайомити їх із характеристиками й особливостями пропонованого екскурсійного продукту.

3.2 Тематика екскурсій

Однакових екскурсій не існує, насамперед відрізняються їх теми.

Тема екскурсії – це сукупність, набір чи означена група тем. Вона визначає, як показати об'єкт, яку частину інформації надати екскурсантам у конкретній ситуації.

Завдання теми – привернути увагу екскурсовода до певних об'єктів і подій, послідовного й логічного викладення матеріалу.

Мета назви теми – активізувати увагу екскурсантів, зацікавити їх, підготувати аудиторію до екскурсії, що повинна відбутися.

3.3 Особливості формування теми екскурсії

Давайте розглянемо особливості формування теми екскурсії.

1 Підготовка нової теми змісту екскурсії – це багатомісячна напружена праця колективу працівників. Особливістю кожної екскурсійної теми є те, що вона тісно пов'язана з об'єктами показування й тим екскурсійним матеріалом, який насичує її зміст. Цей матеріал повинен бути поданим таким обсягом, що може бути засвоєним екскурсантами під час показування об'єктів.

Тема відіграє вирішальну роль в об'єднанні зовні розрізнених частин екскурсії в єдине ціле. Вона регулює розповідь, не даючи змоги екскурсоводові розповісти про об'єкт усе, що він про нього знає, особливо тоді, коли об'єкт багатоплановий та високо інформативний.

2 Велике значення має витриманість тематики екскурсії. Уся розповідь і показування повинні «працювати» на її основну тему. По маршруту проходження групи можуть траплятися об'єкти, не пов'язані з обраною темою. Відомості про них можуть бути дуже цікавими, але другорядними. Тому екскурсовод може повідомити про них екскурсантам лише в разі давання відповідей на запитання.

3 Кожна тема являє собою сукупність низки підтем. Усі підтеми повинні бути повними й логічно завершеними. Правильно розроблену підтему сприймають екскурсанти не саму по собі, а разом з іншими підтемами, у композиції.

Композицією екскурсії називають послідовність і співвідношення підтем, основних питань, вступу й завершальної частини екскурсії.

4. *Основна тема* – композиційний центр екскурсії, навколо якого будується вся розповідь. Вона сприяє глибшому розкриттю змісту екскурсії, робить її переконливою та такою, що запам'ятовується. Багатотемність оглядової екскурсії не дає змоги достатньо повно висвітлити кожен підтему, ґрунтовно розтлумачити події. У такій екскурсії зазвичай буває більше фактів без їх тлумачення, але вона має велике значення для розвитку екскурсійної тематики, тому що майже кожна підтема може надалі стати темою для розроблення самостійної екскурсії.

5 *Назва екскурсії* – це мовне вираження, що в прямій і непрямій формах позначає зміст. Вона повинна висловлювати сенс, бути точною, не допускати двоякого тлумачення. У однієї й тієї самої теми може бути кілька назв залежно від складу учасників і поставленого завдання (наприклад, оглядова екскурсія «Київ – столиця України» може мати іншу назву – «Вечірній Київ» тощо).

Отже, головне завдання розвитку тематики екскурсій – найбільш повне задоволення споживачів у результаті надання екскурсійних послуг. Для його виконання варто розглядати *тематику в трьох планах*:

- як тематику екскурсійної установи, що базується на сумі спеціальностей екскурсоводів;
- як тематику конкретної методичної секції, побудовану на зусиллях працівників однієї спеціальності (історичної, літературної, мистецтвознавчої, природознавчої тощо);
- як тематику конкретного екскурсовода, що передбачає максимальне використання його знань і досвіду як фахівця певної галузі.

3.4 Зміст екскурсій

Зміст майбутньої екскурсії, її пізнавальна цінність прямо залежать від знань методистів та екскурсоводів, їх компетентності, ступеня практичного засвоєння ними основ

педагогіки й психології, уміння вибрати найбільш ефективні способи та прийоми впливу на аудиторію.

Важливим для створення екскурсії є підбір винятково тих об'єктів, що допомагатимуть розкрити зміст її теми. Крім того, їх потрібно «дозувати» за часом і залежно від значущості цієї або іншої підтеми в конеретній екскурсії.

Крім об'єктів для розповіді екскурсовода в контрольний текст включають матеріали, що становитимуть зміст вступного слова та основний текст екскурсії, а також логічних переходів. Він повинен бути зручним для користування. Цитати, цифри й приклади супроводжують посиланнями на джерела.

Зауважу, що дуже важливо, щоб екскурсія була цікавою, не перевантаженою потоком непотрібної екскурсантам інформації, спосіб подання матеріалу не виснажував, а допомагав би краще її сприймати. Зважаючи на це, тематика та зміст екскурсії неодмінно повинні бути орієнтованими на певну категорію екскурсантів (дорослих або дітей, молодь, міських чи сільських жителів, працівників гуманітарних професій, іноземців тощо).

Отже, сьогодні, коли немає обмежень у тематиці екскурсій, ідеологічного тиску, перед екскурсійною справою відкриваються нові можливості. Науковці зазначають, що кожен рік розширюється тематичний спектр екскурсій і вдосконалюється їх зміст. Систематично розробляють та оновлюють екскурсії різноманітної тематики. На сьогодні в Україні діють більше ніж 500 тематичних екскурсійних маршрутів. Вагому роль у цьому відіграють туристичні організації та їх філії з організації екскурсійного обслуговування. Вони розробляли й продовжують розробляти комплексну екскурсійну програму для різних категорій населення, оновлюють методичну документацію за всіма екскурсійними маршрутами, підготовлюють описи об'єктів показування, проводять підвищення кваліфікації штатних і позаштатних працівників.

ТЕМА 4 ТЕХНОЛОГІЯ ПІДГОТОВКИ ЕКСКУРСІЇ

План

4.1 Схема екскурсії.

4.2 Технологічні етапи створення екскурсії.

4.1 Схема екскурсії

Екскурсія – це результат двох найважливіших процесів: її підготовки й проведення. Вони пов’язані між собою, взаємообумовлені. Без продуманої підготовки неможливо забезпечити високу якість проведення екскурсії. Саме тому в роботі над новою екскурсією можна виділити два напрями:

– розроблення нової теми екскурсії (створення нового екскурсійного продукту в певній туристсько-екскурсійній організації);

– підготовку екскурсовода до проведення нової для нього, але вже раніше розробленої в певному туристсько-екскурсійному підприємстві екскурсії (останній напрям ми з вами будемо розглядати в другому модулі, а зараз детально зупинимося на особливостях розроблення нової екскурсії).

Підготовку нової екскурсії доручають творчій групі в складі 3–7 осіб, а за певних умов і більше залежно від складності теми. Часто залучають консультантів – фахівців різних галузей: наукових співробітників музейних установ та архівів, викладачів закладів вищої освіти, учителів шкіл, краєзнавців, співробітників виробничих підприємств тощо. Обов’язково призначають керівника творчої групи. Зазвичай кожному з учасників творчої групи доручають розроблення однієї з підтем або одного чи декількох її питань, у водночас ураховуючи інтереси та рівень професійної майстерності виконавців. Кожний з учасників групи готує власний матеріал, що об’єднує й редагує керівник.

У найпростішому вигляді *схема всіх екскурсій* незалежно від теми, виду та форми проведення однакова: вступ, основна частина, висновок.

Вступ зазвичай складається з двох частин:

– організаційної (знайомства екскурсовода з групою, групи – з водієм, інструктажу екскурсантів щодо правил безпеки й поведінки на маршруті);

– інформаційної (короткого повідомлення про тему та основні об'єкти, довжину й тривалість маршруту, час відправлення та прибуття назад, санітарні зупинки й місце завершення екскурсії, виходи екскурсантів до об'єктів).

Вступ повинен бути яскравим і таким, щоб відразу привернути увагу екскурсантів, викликати їх інтерес до теми та об'єктів екскурсії. Організаційна частина, навпаки, – лаконічною й корисною за змістом. Вступ як початок екскурсії – відповідальний момент, тому що саме під час нього в екскурсантів виникають перші враження про екскурсовода, відбувається емоційне налаштування, створюється психологічний клімат у колективі.

Основна частина (власне екскурсія) базується на певних екскурсійних об'єктах, сполученні показування й розповідання. Її зміст складається з підтем (від 5 до 12). Підтема – складова частина теми, що висвітлює декілька пов'язаних між собою питань. Кожну підтему розглядають із наведенням конкретних об'єктів (одного або декількох) і так само поділяють на окремі питання. Їх кількість зазвичай не перевищує трьох–п'яти. Підтеми надають екскурсії чіткого тематичного розділення, визначають співвідношення її окремих частин, послідовно розкривають тему відповідно до внутрішньої логіки матеріалу екскурсії. З кожної підтеми в екскурсії обов'язково роблять висновки, а також складають текст логічного переходу до наступної підтеми. Кількість підтем в екскурсії залежить від теми, наявності екскурсійних об'єктів, цільової екскурсійної аудиторії. У тематичних екскурсіях підтем менше. В оглядових їх перелік здебільшого однаковий: історична, зокрема військовоісторична; архітектурна; характеристика господарства, науки, освіти, культури (музики, літератури, театру тощо), природних особливостей.

Висновок – це підсумок з усієї екскурсії, що, як і вступ складається з двох частин:

– підсумкової – підсумків основного змісту екскурсії, висновку за темою загалом: екскурсовод узагальнює побачене й почуте, нагадує екскурсантам основні об'єкти та події, дає рекомендації щодо подальшого вивчення теми, відповідає на запитання екскурсантів;

– рекламна – відомостей стосовно інших екскурсій, пропорованих туристсько-екскурсійним підприємством: як пов'язаних і таких, що можуть розширити та поглибити знання з теми екскурсії, так і не пов'язаних із нею.

Висновок та вступна частина екскурсії не повинні бути занадто довгими, тому орієнтовно тривають по 5–7 хвилин.

Екскурсанти не в змозі постійно сприймати екскурсійний матеріал, тобто безперервні розповідання й показування на екскурсії недопустимі, оскільки засвоєння інформації спочатку знижується, а потім зовсім припиняється. Для цього в екскурсіях завжди передбачають *паузи*.

Паузи бувають двох видів:

– сутнісними – екскурсанти використовують перерву для обмірковування екскурсійної інформації, самостійного ознайомлення з об'єктами, закріплення фактичного матеріалу в пам'яті, формулювання власних висновків і запам'ятовування;

– відпочинковими – не несуть смислового навантаження, під час них екскурсанти відпочивають, купують сувеніри, їдять, задовольняють санітарні потреби.

Паузи варто планувати в періоди переходів і переїздів, хвилини, вільні від показування і розповідання, між висвітленням різних питань однієї підтеми. Під час паузи екскурсовод замовкає та також має короточасний відпочинок. Паузи передбачають у кожній екскурсії й планують залежно від маршруту. Найбільше їх у замських екскурсіях.

Порядок, позиційність, співвідношення підтем, основних питань, пауз, вступу та висновку разом становлять композицію екскурсії.

4.2 Технологічні етапи створення екскурсії

Технологічний процес підготовки екскурсії можна поділити на три окремі загальні *етапи*.

1 Підготовчий етап – підбір матеріалів для майбутньої екскурсії, їх вивчення (тобто процес накопичення знань із певної теми, визначення мети й завдань екскурсії). Одночасно відбувається підбір об'єктів, на яких базуватиметься екскурсія.

2 Безпосереднє розроблення самої екскурсії.

3 Завершальний етап – доведення екскурсії до стану, готового до реалізації продукту: прийом (захист) екскурсії на маршруті, затвердження нової екскурсії керівником, допуск екскурсоводів до роботи на маршруті, обрахунок вартості.

Теоретики екскурсознавства в процесі підготовки екскурсії виділяють 15 етапів, порядок яких зазначено далі:

Підготовчий етап

1 Визначення мети й завдань екскурсії.

2 Вибір теми екскурсії.

3 Відбір літератури та складання бібліографії.

4 Визначення джерел екскурсійного матеріалу.

Розроблення екскурсії

5 Відбір і вивчення екскурсійних об'єктів.

6 Складання маршруту екскурсії.

7 Об'їзд або обхід маршруту.

8 Підготовка контрольного тексту екскурсії.

9 Комплектування «портфеля екскурсовода».

10 Визначення методичних прийомів проведення екскурсії.

11 Визначення техніки проведення екскурсії.

12 Складання методичної розробки.

13 Складання індивідуальних текстів.

Завершальний етап

14. Прийом (здача) екскурсії.

15. Затвердження екскурсії.

Під час вивчення нашої дисципліни ми з вами будемо розробляти екскурсію з огляду на зазначені етапи, розглянуті далі.

Етап 1 Визначення мети й завдань екскурсії.

Робота над будь-якою новою екскурсією починається з чіткого визначення її мети. Це допомагає авторам екскурсії більш організовано вести роботу надалі.

Мета екскурсії – це те, для чого показують екскурсантам екскурсійні об'єкти.

Завдання екскурсії – досягти цілей шляхом розкриття її теми.

Етап 2 Вибір теми

Вибір теми залежить від потенційного попиту, певного замовлення або цілеспрямованого створення певної тематики екскурсій.

Слово «тема» в перекладі з грецької означає «те, що покладено в основу». Тема становить поняття, що належить до змісту чого-небудь. Кожна екскурсія повинна мати свою чітко визначену тему.

Тема екскурсії – це предмет показування й розповідання, короткий і концентрований виклад основного змісту екскурсії. Тема є стрижнем, що поєднує окремі об'єкти й підтеми екскурсії в єдине ціле, відображає її зв'язок з певною галуззю науки. Її покладено в основу класифікації екскурсій. Деякі об'єкти показують у декількох екскурсіях. У кожній із них про один і той самий об'єкт подають різний обсяг інформації, а в розповідях його висвітлюють із різних ракурсів.

Тема становить сукупність цілої низки підтем. У кожній підтеми повинна бути власна назва, повнота (розподіл на окремі питання) й логічна завершеність (висновки). Кожну підтему можуть розкривати на одному або декількох екскурсійних об'єктах.

Назва екскурсії повинна викликати інтерес у споживачів, бути яскравою, гарно запам'ятовуватися, під час її формулювання можна додержуватися правил копірайтингу. Копірайтинг (від англ. «сору» – рукопис, текстовий матеріал, «writing» – написання) – це професійна діяльність із написання рекламних і презентаційних текстів (пряма або прихована реклама товару, компанії, послуги тощо). Також потрібно

уникати назв, що свідчать про маршрут екскурсії, наприклад Харків – Дніпро. Одна тема може мати декілька назв залежно від складу учасників та поставленого завдання.

Етап 3 Вибір літератури й складання бібліографії.

У процесі розроблення екскурсії складають список книг, зокрема довідкової та особливо краєзнавчої літератури, брошур, статей, опублікованих у періодичних виданнях, що розкривають тему. Призначення списку – визначити межі майбутньої роботи з вивчення літературних джерел, надати допомогу екскурсоводам у використанні необхідного фактичного й теоретичного матеріалу під час підготовки тексту. У разі значного обсягу літературних джерел список може бути поділений на дві частини: «Основна література» і «Додаткова література».

Етап 4 Визначення інших джерел екскурсійного матеріалу.

До інших джерел екскурсійного матеріалу належать дані державних архівів, експозиції музеїв, хронікально-документальні та науково-популярні кінофільми, відеоматеріали телебачення, електронні й інтерактивні інформаційні ресурси, що містять відомості за темою екскурсії. Як джерело екскурсійного матеріалу також можуть бути використаними спогади учасників та очевидців історичних подій. Крім того, їхні спогади докладно записують (на диктофон), розшифровують і літературно обробляють. Також значно допомагає в підготовці екскурсійного матеріалу ознайомлення з тематичними музейними експозиціями, виставками, відвідування наукових установ, промислових підприємств, залучення консультантів-фахівців із теми. Усі зазначені джерела вивчають, систематизують, складають їх перелік та опис (анотацію). Кожній галузі науки властива специфічна термінологія. Зважаючи на це, під час опрацювання інформаційних джерел рекомендовано складати словник найважливіших термінів за темою екскурсії.

Етап 5 Відбір і вивчення екскурсійних об'єктів.

Екскурсійний об'єкт – це предмет або явище, що дає уявлення про особливості певного історичного періоду розвитку суспільства, науки, техніки, культури, природи, мистецтва, викликає інтерес екскурсантів і спонукає їх до пізнання навколишньої дійсності.

Правильний відбір об'єктів, їхня кількість, послідовність показування обумовлюють якість екскурсії.

Екскурсійними об'єктам можуть бути:

- пам'ятні місця – місцевості, пов'язані з історичними подіями (наприклад, Поле Полтавської битви);
- будівлі й споруди, меморіальні пам'ятники, пов'язані з життям і діяльністю видатних особистостей, пам'ятки архітектури й містобудування, житлові та суспільні будівлі, будівліпромислових підприємств, культурного, культового призначення, фортифікаційні й інженерні споруди та ін.;
- природні об'єкти: ліси, гаї, парки, ріки, озера, ставки, об'єкти природно-заповідного фонду (заповідники, заказники, національні природні парки, парки-пам'ятники садово-паркового мистецтва, а також пам'ятки природи: окремі дерева, реліктові рослини, зоопарки) акваріуми, дельфінарії тощо;
- експозиції музеїв, картинних галерей, постійних і тимчасових виставок;
- пам'ятки археології: городища, стоянки, поселення, кургани з похованнями, земляні вали, дороги, святилища тощо;
- пам'ятки мистецтва – витвори образотворчого й декоративно-прикладного мистецтв, скульптури й твори інших видів мистецтва, що здебільшого зберігають й експонують у музейних умовах.

Екскурсійні об'єкти класифікують:

- за змістом: однопланові (шедевр живопису, ріка, рослина, тварина, будинок) і багатопланові (архітектурний ансамбль, ліс, поле, вулиця, площа міста);
- за функціональним призначенням: основні, що є основою для розкриття підтем; додаткові, які показують під час переїздив (переходів) між основними об'єктами, у дорозі по

маршруту до основного об'єкта, під час логічних переходів у розповіді;

– за ступенем збереженості: повністю збережені; такі, що дійшли до наших днів зі значними змінами; частково збережені; втрачені;

– залежно від значення в екскурсії: основні й додаткові. Основні об'єкти глибоко аналізують, на них базується розкриття підтем екскурсії. Додаткові об'єкти зазвичай показують під час переїздів (переходів) екскурсійної групи.

Правильний відбір об'єктів забезпечить зорову основу сприйняття екскурсійного матеріалу й ґрунтовне розкриття теми. Бажано, щоб об'єктів з однієї екскурсії не демонстрували в іншій. Якщо можливо, у кожній темі вони повинні бути «своїми». Проте, для багатопланових об'єктів, значущих, наприклад для конкретного міста, можна зробити виняток. Зокрема, якщо неможливо виключити того або іншого об'єкта з передбачуваного маршруту через його унікальність, то він повинен бути розкритим по особливому. Під час його показування необхідно виявляти характерні риси, не відображені в екскурсіях на інші теми, а під час розповідання щоразу використовувати інший матеріал, що відповідає певній темі. Завдяки цьому інтерес екскурсантів під час їх повторного огляду в різних екскурсіях не знижуватиметься.

В екскурсію можуть входити об'єкти як однієї групи (наприклад, пам'ятники архітектури), так і декількох груп (пам'ятні місця, історичні пам'ятки, житлові будівлі, природні об'єкти). Проте важливим під час їх добору є забезпечення розманітності візуального ряду, що дає змогу досягти правильного чергування вражень в екскурсантів, зберігати й перемикає увагу, уносити елементи новизни під час відвідування різних екскурсій одного туристсько-екскурсійного підприємства. Неправильно, наприклад, якщо вся оглядова екскурсія побудована винятково на показуванняванні будівель певного міста. У такому разі її зоровий ряд буде одноманітним, а враження екскурсантів – неповними й неясними. Під час підбору доречно забезпечити чергування, наприклад,

архітектурних і природних об'єктів, сучасної й давньої забудови.

Загалом добір об'єктів залежить від теми екскурсії, її змісту, наявності та достатності екскурсійних об'єктів у певній місцевості.

У практиці підготовки екскурсій вироблена певна методика оцінювання екскурсійних об'єктів. Її застосування особливо важливе тоді, коли творці нової екскурсії, зустрічаючись на маршруті з декількома подібними за змістом об'єктами, можуть вибрати серед них найцікавіші для певної теми.

Для оцінювання потенційних об'єктів екскурсії рекомендовані такі *критерії*:

1) пізнавальна цінність – зв'язок об'єкта з певною історичною подією, епохою, життям і творчістю відомого діяча науки або культури, художня цінність пам'ятки, можливість використання в естетичному вихованні учасників екскурсії;

2) популярність об'єкта, його відомість серед широких верств населення.

3) незвичайність (екзотичність) об'єкта. Мається на увазі особливість, неповторність. Вона може бути також пов'язаною з конкретною історичною подією, що відбулася в певній будівлі, на певному місці, або легендою;

4) зовнішня виразність об'єкта, тобто його взаємодія з навколишнім середовищем: будівлями, спорудами, природою. Перевагу віддають тому об'єкту, що найкраще вписується в місцевість, гармоніює з іншими об'єктами, ландшафтом;

5) збереженість об'єкта. Оцінюють стан об'єкта в певний момент, і відповідно визначають можливість його показування екскурсантам;

б) розміщення об'єкта. У процесі відбору об'єктів потрібно брати до уваги відстань до пам'ятника, зручність під'їзду до нього, придатність дороги для автотранспорту, можливість підвезення до об'єкта екскурсантів, природну обстановку, що оточує цей об'єкт, наявність місця, придатного для розташування групи з метою спостереження;

7) тимчасове обмеження показування об'єкта (за часом доби, днями, місяцями та сезонами) – період, упродовж якого відвідування й огляд об'єкта неможливі через погану видимість, сезонність, графік роботи.

Екскурсія не повинна бути перевантаженою великою кількістю об'єктів, оскільки це збільшує її тривалість і стомлює екскурсантів, а увага й інтерес у такому разі слабшають. Оптимальна тривалість міської оглядової екскурсії становить 2–4 академічних години. Крім того, екскурсанти з інтересом сприймають не більше ніж 15–20 екскурсійних об'єктів. Проте й ця їх кількість доволі значна. Вона допускається лише тому, що на оглядових екскурсіях про більшість із них подають лише довідкові відомості. У тематичних екскурсіях кількість об'єктів значно менша та становить 6–10.

Відбір об'єктів завершується складанням картки на кожний із них. Картки об'єктів утворюють загальний каталог. На сьогодні доцільно вести електронний каталог карток, до якого рекомендовано вносити такі *відомості*:

1) найменування об'єкта (первинне й сучасне), а також назву, під якою об'єкт відомий серед місцевих жителів;

2) розміщення об'єкта, його адресу, особливості під'їзду та підходу до нього;

3) час виникнення об'єкта, відкриття, спорудження, історичну подію, з якою пов'язана його поява (дату події);

4) характеристику об'єкта (автора, дату спорудження, стиль, із яких матеріалів виготовлений, текст меморіального напису, особливості тощо);

5) призначення, коротку історичну довідку (зміни у зовнішньому або внутрішньому вигляді) та сучасне використання;

6) джерело відомостей про об'єкт;

7) у яких екскурсіях об'єкт використовують;

8) дату складання картки, прізвище й посаду укладача;

9) додаткові відомості (у разі потреби);

10) фотографічні зображення об'єкта в його нинішньому та колишньому вигляді.

Етап 6 Складання маршруту екскурсії.

Маршрут екскурсії – це найзручніший шлях проходження екскурсійної групи, що сприяє розкриттю теми. Одне із завдань маршруту – сприяти найповнішому висвітленню інформації.

Розроблення маршруту – складна багаторівнева процедура, що потребує досить високої кваліфікації та є одним із головних елементів технології створення екскурсії. Під час розроблення автобусного маршруту варто керуватися «Правилами дорожнього руху», «Правилами перевезення пасажирів» тощо.

У практиці екскурсійних установ *три варіанти побудови маршрутів:*

- хронологічний (наприклад, екскурсії, присвячені життю та діяльності видатних людей);
- тематичний (екскурсії, пов'язані з розкриттям певної теми в житті міста, наприклад «Храми Харкова»);
- комплексний, або тематико-хронологічний (усі оглядові міські екскурсії).

Вимоги до екскурсійного маршруту

1 Організація показування об'єктів у логічній послідовності й забезпечення зорової основи для розкриття теми.

2 Уникнення «екскурсійних петель» – повторного проїжджання тією самою ділянкою маршруту.

3 Забезпечення доступності екскурсійних об'єктів (зручного під'їзду / підходу, упоряджених зупинок і місць паркування транспортних засобів, майданчиків для огляду).

4 Наявність санітарних зупинок та місць для відпочинку, прийому їжі;

5 У міській екскурсії переїзд або перехід між об'єктами не повинен перевищувати 10–15 хвилин, щоб не було занадто тривалих пауз у показуванні й розповіданні (для позаміських екскурсій цієї вимоги можна не дотримуватися). У позаміських тривалих екскурсіях, упродовж яких автобусом проїжджають 400–500 км, необхідно прокласти маршрут так,

щоб забезпечити виходи через кожні 100–150 км не менш ніж на 10 хвилин.

6 Розроблення принаймні двох варіантів маршруту – основного, додаткового (на випадок непередбачуваних ситуацій: – перекриття дороги, аварії, заторів, ремонтних робіт, псування дорожнього покриття тощо).

7 Розроблення автобусного маршруту варто завершувати узгодженням і затвердженням його паспорта й схеми, розрахуванням кілометражу та часу використання автотранспорту.

Маршрут екскурсії зображують як схему (з тлумаченням умовних позначень). Його затверджує керівник туристсько-екскурсійного підприємства й зберігають разом з усією необхідною документацією на зазначеному підприємстві. У разі потреби його надають транспортним підприємствам-постачальникам. Також схема маршруту повинна бути доданою до матеріалів «портфеля екскурсорода». Для наочності її демонструють під час проведення екскурсії.

Етап 7 Об'їзд (обхід) маршруту.

Об'їзд (для транспортної екскурсії) / обхід (для пішохідної екскурсії) маршруту є одним із важливих технологічних етапів розроблення екскурсії.

На цьому етапі творчій групі необхідно виконати такі завдання:

1) ознайомитися з плануванням траси, вулицями, площами, по яких прокладений маршрут, дорожніми знаками й відповідними правилами проїзду / проходу;

2) уточнити розміщення об'єктів, визначити місця зупинок транспорту для висадки групи, місць паркування;

3) опанувати під'їждання на транспорті до об'єктів і місць паркування;

4) визначити хронометраж часу, необхідного для показування об'єктів, їх словесного характеризування й пересування транспорту (пішохідної групи), а також уточнити тривалість екскурсії загалом;

5) вивчити об'єкти безпосередньо на місці розміщення, в натурі, з огляду на об'єкти довкілля та перевірити доцільність їх включення в екскурсію;

6) вибрати найкращі точки для показування об'єктів і розташування екскурсійної групи. Потрібно передбачити декілька варіантів залежно від різних вимог. По-перше, необхідно брати до уваги найкращі ракурси для показування. Їх повинно бути декілька на випадок, якщо заплановане основне місце буде зайнятим іншою екскурсійною групою. По-друге, під час розташування групи варто зважати на погодні умови. Зокрема, у разі дощу погоди або, навпаки, занадто сліпучих сонячних променів, потрібно знайти місця для показування, що захистять екскурсантів, наприклад навіс, піддашся будинку, крону розлогого дерева;

7) вибрати методичні прийоми для ознайомлення з об'єктами;

8) виявити потенційно небезпечні місця й вжити необхідних заходів для забезпечення пересування екскурсантів по маршруту.

В об'їзді (обході) маршруту обов'язково беруть участь усі члени творчої групи, методисти та за можливості консультанти. Пізніше організують колективне обговорення побаченого й виробляють спільні рішення стосовно зазначених завдань.

Етап 8 Підготовка контрольного тексту екскурсії.

Текст екскурсії становить матеріал, необхідний для повного розкриття всіх її підтем.

Завдання тексту – забезпечити тематичну спрямованість розповіді екскурсовода на факти й події, яким присвячена екскурсія, у ньому об'єктивно оцінюють екскурсійні об'єкти.

Згідно з вимогами до технології розроблення екскурсії на її різних етапах готують два різні тексти: контрольний (створюваний творчою групою) та індивідуальний (кожним екскурсоводом самостійно).

Контрольний текст – це ретельно підібраний і звірений з джерелами матеріал, що є основою для всіх екскурсій за певною темою.

Контрольний текст – це технологічний документ, що охоплює науковий, актуалізований зміст інформації, яку подають на екскурсії.

Контрольний текст містить хронологічний виклад матеріалу й не відображає структури екскурсії. Його створюють у не маршрутній послідовності з розподілом матеріалу, що викладається, за зупинками, на яких аналізують екскурсійні об'єкти. За певних умов допускається поділ контрольного тексту на окремі підтеми під власними підзаголовками, найчастіше для оглядових екскурсій, матеріал яких неможливо розмістити в хронологічному порядку.

Крім основного матеріалу, у контрольний текст включають тексти вступу й висновків з екскурсії, а також логічних переходів. Цитати, цифри та приклади в контрольному тексті супроводжують посиланнями на джерела. Контрольний текст екскурсії складає творча група. Використовуючи положення й висновки, наведені в ньому, екскурсовод пише свій індивідуальний текст. Контрольний текст у такому разі відіграє роль еталона.

Звичайний обсяг тексту для автобусної три годинної екскурсії становить 40–50 сторінок формату А 4 (шрифт – 14, інтервал – 1,5), а для пішохідної – 25–30 сторінок.

Вимоги до тексту екскурсії:

- наявність інформації з теми;
- стислість;
- наявність посилань на інформаційні джерела;
- літературна мова;
- повне розкриття теми;
- чіткість формулювань;
- необхідна кількість фактичного матеріалу.

Етап 9 Комплектування «портфеля екскурсовода».

«Портфель екскурсовода» – це умовне найменування комплекту наочних матеріалів, використовуваних під час

проведення екскурсії. Для зручності зазначені матеріали зазвичай зберігають у папці або невеликому портфелі, втому одержали таку назву.

«Портфель екскурсовода» містить у собі фотографії, географічні карти, схеми, креслення, малюнки, зразки продукції, копії справжніх документів, рукописів, літературних творів, макети, муляжі, гербарії, колекції мінералів тощо.

Завдання «портфеля екскурсовода»:

– відновити відсутні ланки під час показування (об'єкт не зберігся до сьогодні, дати уявлення про його початковий вигляд, показати перспективу в майбутньому);

– дати зорове уявлення про об'єкт (рослини, мінерали, механізми дії) завдяки показуванняванню справжніх зразків, макетів, а також події (картин, фотографій карт), видатних особистостей (фотографій, портретів);

– показати копії справжніх документів, рукописів, літературних творів.

Зазвичай такі «портфелі» створюються із кожної теми й використовують у кожній екскурсії. Нормативних вимог до кількості матеріалів у портфелі немає. Головна рекомендація – вона не повинна бути завеликою, тому що в такому разі експонати будуть відволікати екскурсантів від огляду справжніх об'єктів, розсіювати їхню увагу.

Вимоги до підготовки матеріалів «портфеля екскурсовода»:

– матеріали, які включають у портфель за темою екскурсії, не повинні бути одноманітними (наприклад, складатися винятково з фотографій);

– варто вибирати матеріали, зручні для використання (цупкі й такі, що не швидко псуються, наприклад заламіновані);

– матеріали повинні бути достатніх розмірів (не занадто дрібними) для зручного й ефективного показування групі екскурсантів, останній із яких може перебувати на відстані 3–5 метрів від екскурсовода;

– до кожного експоната, включеного в «портфель», прикріплюють картку з поясненнями або довідковим матеріалом

(іноді з його зворотного боку). Така анотація є вихідним матеріалом для екскурсовода під час показування експоната екскурсантам;

– усі матеріали портфеля екскурсовода нумерують, складають їх загальний перелік.

Після завершення формування «портфеля екскурсовода» інформацію про його складові заносять до технологічної карти екскурсії з рекомендаціями щодо місця й прийомів демонстрації (розглянуті в наступному підрозділі цього видання).

Етап 10 Визначення методичних прийомів проведення екскурсії.

Успішність проведення екскурсії залежить від застосованих у ній методичних прийомів показування й розповідання. Вибір того або іншого методичного прийому обумовлений завданнями, поставленими перед екскурсією, та інформаційною насиченістю певного об'єкта.

Робота творчої групи на цьому етапі складається з декількох частин:

– відбору найбільш ефективних методичних прийомів для висвітлення підтем (показування, розповідання, особливих методичних прийомів), а також прийомів, рекомендованих залежно від екскурсійної аудиторії (дорослі, діти), часу проведення екскурсії (зима, літо, день, вечір);

– визначення прийомів збереження уваги екскурсантів та активізації процесу сприйняття екскурсійного матеріалу;

– вироблення рекомендацій стосовно використання матеріалів «портфеля екскурсовода».

Рекомендації щодо використання зазначених методичних прийомів заносять до технологічної карти екскурсії.

Етап 11 Визначення техніки проведення екскурсії.

Техніка ведення екскурсії – це звіти методичних рекомендацій, спрямовані на вирішення організаційних питань здійснення екскурсійного процесу. Такі рекомендації орієнтовані на всіх учасників екскурсії: екскурсовода, водія та екскурсантів.

Здебільшого *вказівки* стосуються:

- 1) перевіряння екскурсоводом необхідної документації;
- 2) знайомства з групою;
- 3) розташування групи біля об'єктів;
- 4) виходу й і повернення екскурсантів у транспортний засіб;
- 5) пересування екскурсантів;
- 6) місця екскурсовода;
- 7) дотримання часу, відведеного на екскурсію загалом і розкриття окремих підтем;
- 8) техніки розповідання під час руху транспорту;
- 9) організації відповідей на запитання екскурсантів;
- 10) пауз в екскурсії;
- 11) техніки використання «портфеля екскурсовода»;
- 12) додержання елементів ритуалу.

Докладніше рекомендації щодо техніки ведення екскурсії будемо розглядати в наших наступних лекціях.

Етап 12 Складання методичної розробки.

Методична розробка – це основний документ туристсько-екскурсійного підприємства, у якому скорочено викладають вимоги екскурсійної методики до певної екскурсії з огляду на особливості екскурсійних об'єктів, змісту передбаченого матеріалу та аудиторії, на яку вона орієнтована.

Наявність методичної розробки й контрольного тексту дає туристсько-екскурсійному підприємству право на проведення екскурсій за визначеною темою. Методичну розробку складає творча група. У цьому документі зазначають як правильно та ефективно провести екскурсію. За допомогою нього поєднують усі компоненти екскурсії в єдине ціле: маршрут, зупинки, об'єкти показування, підтеми, організаційні й методичні рекомендації.

Методичну розробку складають на кожну тему екскурсії, урахувавши вимоги диференційованого підходу до її підготовки й проведення. Тобто за однією темою зазначений документ може мати декілька варіантів з огляду на вікові, професійні й інші інтереси екскурсантів.

Основні *вимоги* до методичної розробки такі:

– актуальність – методичну розробку потрібно вдосконалювати в процесі вивчення (накопичення практичного досвіду проведення) певної екскурсійної теми, появи нових об’єктів і виявлення нових фактичних та наукових відомостей;

– цілеспрямованість і тематичність – вибір об’єктів та підбір підтем, формулювання мети й завдань екскурсії з огляду на вибрану тему;

– додержання структурної схеми екскурсії: вступу, основної частини, висновку;

– логічність – послідовність підтем в екскурсії, побудова екскурсійного маршруту, формулювання логічних переходів, раціональне співвідношення показування та розповідання, загального й локального матеріалу.

Оформлення методичної розробки:

1 На титульному аркуші зазначають такі дані: найменування туристсько-екскурсійного підприємства, назву екскурсії, її вид, довжину маршруту, тривалість в академічних годинах, прізвища та посади укладачів, дату затвердження методичної розробки керівником підприємства (обов’язкові печатка й підпис).

2 На наступних сторінках викладають мету та завдання екскурсії, схему маршруту з наведенням зупинок під час екскурсії. Перелік підтем.

3 Текст вступу.

4 Технологічна карта.

5 Текст висновків.

Технологічна карта екскурсії – це технологічний документ, у якому визначено логічну послідовність огляду екскурсійних об’єктів на маршруті. Вона охоплює включає просторово-часові характеристики окремих етапів екскурсії та висвітлює творчі завдання екскурсовода на кожному з них.

Ефективність методичної розробки здебільшого залежить від правильного, точного й змістовного заповнення всіх граф технологічної карти екскурсії. Розмір технологічної карти – 6–12 сторінок тексту (обсяг документа обумовлений кількістю

екскурсійних об'єктів і підтем, тривалістю екскурсії за часом та довжиною маршруту).

Технологічної карта екскурсії має форму таблиці, приклад якої зображений на рисунку 1.

Ділянка (етап) маршруту екскурсії	Місце зупинки	Об'єкт Показуваннявання	Тривалість огляду	Найменування підтем і перелік основних питань	Організаційні вказівки	Методичні вказівки

Рисунок 1 – Технологічна карта екскурсії

У графі 1 «Ділянка (етап) маршруту екскурсії» записують етапи переміщення екскурсійної групи від точки початку екскурсії (екскурсовод виконує вступну частину) до завершення першої підтеми (зазначають найменування вулиць, площ, бульварів, проспектів, виробничих приміщень, музейних комплексів, монастирів тощо, які відвідуватиме екскурсійна група). Далі згідно з маршрутом наводять початок і завершення другої підтеми й так далі.

До графі 2 «Місце зупинки» заносять ті точки маршруту, де передбачений вихід з автобуса; планують огляд об'єкта з вікон автобуса без виходу екскурсантів або зупинку на пішохідній екскурсії. Усі записи в цій графі потрібно робити максимально точно, зазначаючи географічні місця зупинок.

У графі 3 «Об'єкти показування» перераховують ті об'єкти, що показують групі на зупинці, у процесі переїзду або пересування групи до наступної зупинки. У замиській екскурсії об'єктами показування можуть бути загалом місто, селище, а в разі їх розміщення вдалині – видимі частини (висока будівля, вежа, дзвіниця тощо), будівлі підприємств, сільськогосподарські угіддя, пейзажі.

Графа 4 «Тривалість». Час, що варто навести в цій графі, становить суму часу, потрібного на показування об'єктів, розповідання екскурсовода й пересування екскурсантів по маршруту до наступної зупинки. Також необхідно враховувати час на рух біля об'єктів, між ними, а також час, відведений

екскурсантам на самостійне вивчення об'єктів, купівлю сувенірів, санітарні потреби, прийом їжі, паузи тощо. Найточнішого визначення потребує час на здійснення етапу 7 – об'їзду (обходу) маршруту.

Графа 5 «Найменування підтем і перелік основних питань», або «Основний зміст інформації». Зазначають назву підтеми, що розкривають на конкретному відрізку маршруту в певний відрізок часу на перерахованих у графі об'єктах. Формулюють основні питання, що висвітлюють під час розкриття підтеми. Назва підтеми повинна відображати сутність того розділу екскурсії, що розкривають на зазначених у графі 3 об'єктах, а основні питання визначити послідовність і логічність викладення матеріалу підтеми. У цій графі не потрібно передавати повністю зміст екскурсії – для цього є текст.

Графа 6 «Організаційні вказівки». До неї заносять усі питання, що охоплює поняття «Техніка ведення екскурсії», рекомендації, розроблені на 11-му етапі підготовки екскурсії, і рекомендації щодо вбезпечення екскурсантів, правил їх поведінки на об'єктах, дотримання санітарно-гігієнічних вимог. Головна вимога – зробити так, щоб формулювання з техніки ведення екскурсії були якомога конкретнішими, чіткішими, однозначнішими й зрозумілішими. Наприклад, «Місце зупинки й очікування автобуса на парковці напроти пам'ятника N», «Екскурсійну групу вивести з автобуса та провести по правій бічній алеї скверу до фонтана».

Графа 7 «Методичні вказівки» найважливіша в технологічній карті екскурсії. У ній формулюють основні вимоги до методичних прийомів. Зокрема, як їх варто застосовувати щодо певних об'єктів і відповідних питань. У цій графі також викладають зміст логічного переходу до наступної підтеми, дають рекомендації щодо показування матеріалів «Портфеля екскурсовода», а також вказівки такого характеру: «Підготувати групу до подальшого самостійного сприйняття об'єктів», «Чітко орієнтувати групу на ...», «Налаштувати групу на сприйняття ...», «Дати поради групі щодо подальшого ознайомлення з об'єктом».

Рекомендації, подані в розробці, є обов'язковими для виконання екскурсоводами під час проведення екскурсії за певною темою для визначеної аудиторії. Методична розробка регламентує як зміст та послідовність викладення екскурсійної інформації, так і методику висвітлення підтем та основних питань.

У процесі подальшого вивчення теми екскурсії, появи нових фактичних даних і наукових відомостей, накопичення досвіду в проведенні конкретної екскурсії в методичну розробку вносять зміни й доповнення.

Етап 13 Складання індивідуального тексту.

Основою розповіді екскурсовода є індивідуальний текст. Його кожний екскурсовод складає самостійно, спираючись на контрольний текст. Це певною мірою полегшує йому роботу, оскільки над контрольним текстом працювала творча група найбільш підготовлених екскурсоводів, і екскурсовод, який готує нову для себе тему, не зуміє домогтися того, що до нього було зроблено колективними зусиллями. Проте ознайомлення з контрольним текстом можливе лише після завершення екскурсоводом попередньої роботи над новою темою (збирання, вивчення й первинного оброблення матеріалу). Докладніше вимоги до підготовки екскурсовода до нової теми екскурсії розглядатимемо в наступних лекціях.

За своїм змістом обидва тексти (контрольний та індивідуальний) збігаються. Це означає, що за наявності правильно складеного контрольного тексту в усіх екскурсоводів, які опанували певну тему, екскурсії бувають «стандартними». Вони однакові за своїм змістом, результатами оцінювання історичних подій і фактів, висновками з окремих підтем та теми загалом. Зрозуміло, що всі екскурсоводи, аналізуючи один і той самий зоровий об'єкт, показують та розповідають те саме.

Головна відмінність індивідуального тексту від контрольного полягає в тому, що він відображає структуру екскурсії й побудований відповідно до її методичної розробки. Матеріал розмішують у тій послідовності, у якій показують об'єкти, і він чіткий поділений на частини. Кожну з них

присвячують окремій підтемі. Складений відповідно до цих вимог індивідуальний текст є готовою для «використання» розповіддю.

Індивідуальний текст містить повний виклад того, що варто розповісти на екскурсії. Не допускається також згадування фактів без їх датування, посилянь на джерела. Водночас індивідуальний текст передає особливості мови «виконавця», вирізняється ступенем емоційності, застосуванням різних прийомів показування й розповідання, те саме положення може бути розкритим на різних прикладах, а текст – містити більше або менше цитат.

Прагнення до жвавості подання матеріалу на екскурсії не повинне приводити до спроб розважати екскурсантів. Під час вирішення питання про поєднання в екскурсії пізнавальних і розважальних елементів необхідно дотримуватися такого правила: максимум пізнавального, мінімум розважального.

Індивідуальний текст варто писати від першої особи. Його не потрібно повністю зачувати напам'ять і доносити до екскурсантів слово в слово. Професійна майстерність екскурсовода якраз передбачає вільне володіння текстом і можливість оперувати ним залежно від обставин. Крім того, для екскурсовода є обов'язковою участь в оновленні контрольного й індивідуального текстів. Це пов'язано з постійною появою та оновленням інформаційних матеріалів, зокрема статистичних, зміною графіку роботи екскурсійних об'єктів (наприклад, закриттям на реконструкцію), появою нових об'єктів, оновленням експозиції музеїв і виставок тощо. Для внесення своєчасних змін до тексту екскурсовод повинен уважно стежити за новою інформацією й оперативно реагувати на її появу внесенням змін до тексту.

Переходи в тексті екскурсії

Як уже було зазначено раніше, екскурсія складається з низки підтем, тому постає питання щодо їх пов'язування. Його вирішують за допомогою логічних переходів, що є важливою частиною екскурсії. Логічний перехід – це текстова частина екскурсії, мета якої – установлення зв'язків між окремими

підтемами та об'єктами на основі пізнавального матеріалу. Добре складені логічні переходи надають екскурсії чіткості, цілісності, завершеності, забезпечують послідовність у викладі матеріалу, є гарантією того, що наступну підтему сприйматимуть з інтересом. Переходи бувають двох видів – логічними й формальними.

Найефективнішим є логічний перехід, пов'язаний із темою екскурсії. Він обумовлений не стільки особливостями екскурсійного об'єкта, скільки змістом самої екскурсії, тієї підтеми, після якої його роблять. Логічний перехід – це словесний місток між двома підтемами в екскурсії. Такі переходи викликають необхідні емоції, налаштовують екскурсантів на сприйняття підтеми та її основних питань, сприяють глибшому розкриттю теми. Тривалість переходу зазвичай дорівнює часу переїзду (переходу) групи від об'єкта до об'єкта, але може бути довшою (завершуватися безпосередньо біля наступного об'єкта), і меншою (починатися біля попереднього об'єкта й тривати не весь час переходу або переїзду, щоб надавати екскурсантам необхідної паузи для відпочинку чи налаштування на сприйняття наступного об'єкта). Логічний перехід – активний компонент екскурсії, у разі вдосконалення та зміни змісту тексту змінюють і знаходять нові органічні переходи.

Часто в екскурсіях під час переходу від однієї підтеми до іншої використовують формальні (конструктивні) переходи. Формальним називають перехід, пов'язаний зі змістом екскурсії, що не є «перехідним містком» від однієї частини екскурсії до іншої (наприклад, «А тепер проїдемо по вулиці», «Зараз ми з вами під'їдемо до наступного об'єкта», «Давайте оглянемо ще одне визначне місце», «Прошу звернути увагу на пам'ятник поруч»). Він доречний тоді, коли пересування між об'єктами триває лічені секунди, такі переходи неминучі. Їх нерідко використовують під час огляду експозицій у музеях і на виставках, де зали, тематичні розділи й окремі стенди, присвячені різним підтемам, розміщені неподалік один від одного. Конструктивний перехід, не будучи «перехідним

містком» між підтемами, здебільшого орієнтує екскурсантів на ознайомлення з наступним об'єктом.

Етап 14 Прийом (здача) екскурсії.

Прийом (здача) екскурсії полягає в рецензуванні розробленої документації та процедури захисту екскурсії (шляхом дискусії або пробної екскурсії). Головне завдання цього етапу – виявлення недоліків і вироблення рекомендацій щодо їх усунення.

Рецензуванню підлягають контрольний текст та методична розробка екскурсії. До рецензування залучають досвідчених екскурсоводів, керівників туристсько-екскурсійних підприємств, наукових співробітників, які не є членами творчої групи. Рецензент підготовляє письмовий відгук щодо повноти репрезентування екскурсійних об'єктів, виправданості й послідовності підтем, правильності складання маршруту, раціональності застосування методичних прийомів, оцінювання вступної та завершальної частин екскурсії.

У разі позитивного результату оцінювання рецензентом призначають дату прийому (здачі) нової екскурсії. Його доручають керівникові творчої групи. У прийомі (здачі) екскурсії беруть участь керівники туристсько-екскурсійного підприємства, всі члени творчої групи, а також керівники інших зацікавлених підприємств, представники місцевих органів туризму, краєзнавці, викладачі навчальних закладів, представники ЗМІ. Учасники заходу повинні бути попередньо ознайомленими з усіма необхідними документами екскурсії.

Прийом (здача) екскурсії має діловий характер. Його проводять у формі творчої дискусії, обміну думками. Прийом також може проходити як пробна екскурсія з її подальшим обговоренням. Якщо виявляють недоліки, авторам дають рекомендації й час на їх виправлення. У разі потреби призначають дату повторного прийому екскурсії.

Етап 15 Затвердження екскурсії.

У разі позитивного висновку про контрольний текст і методичну розробку, а також на підставі результатів розрахування вартості й визначення норми прибутку нової

екскурсії керівник туристсько-екскурсійного підприємства видає наказ про затвердження нової екскурсійної теми та списку екскурсоводів, допущених до її проведення. До проведення екскурсії за новою темою екскурсоводів допускають лише за наявності індивідуального тексту й після їх прослуховування на маршруті.

Обов'язкова документація за темою екскурсії

Підготовку нової екскурсійної теми вважають завершеною тоді, коли підготовлені всі необхідні документи, а саме:

- 1) список літератури за темою екскурсії;
- 2) картки об'єктів;
- 3) контрольний текст екскурсії;
- 4) індивідуальні тексти екскурсоводів;
- 5) схема (карта) маршруту;
- 6) «портфель екскурсовода»;
- 7) методична розробка екскурсії;
- 8) матеріали екскурсії (зібрана за темою інформація, посилення та першоджерела);
- 9) список екскурсоводів, допущених до проведення екскурсії за темою;
- 10) рецензія фахівця.

Документацію з екскурсійних тем зберігають у туристсько-екскурсійному підприємстві. Проте робота з удосконалення екскурсії фактично ніколи не зупиняється, досвід її проведення різними екскурсоводами накопичується й узагальнюється, у результаті чого вносять зміни в текст та методичну розробку екскурсії. Такі вдосконалення як методики проведення, так і змісту екскурсії є важливим та необхідним показником зростання професійної майстерності екскурсоводів.

ТЕМА 5 ТЕХНІКА ТА МЕТОДИКА ПРОВЕДЕННЯ ЕКСКУРСІЇ

План

- 5.1 Методичні прийоми проведення екскурсії.
- 5.2 Методичні прийоми показування в екскурсії.
- 5.3 Методичні прийоми розповідання в екскурсії.
- 5.4 Особливі методичні прийоми.
- 5.5 Техніка проведення екскурсії.

5.1 Методичні прийоми проведення екскурсії

Методика проведення екскурсій спрямована на те, щоб допомогти екскурсантам легше засвоїти зміст екскурсій і ґрунтується на застосуванні методичних прийомів.

Методичні прийоми – це способи репрезентування аудиторії екскурсійної інформації.

Завдання методичних прийомів – забезпечити найкращу дієвість екскурсійного методу повідомлення знань аудиторії.

Правильне застосування й поєднання методичних прийомів становить одну з основ професійної майстерності екскурсовода.

У класифікації прийомів проведення екскурсії виділяють:

- прийоми показування;
- прийоми розповідання;
- особливі методичні прийоми.

Крім того, методичні прийоми поділяють на:

- загальні, універсальні для всіх екскурсій;
- часткові, властиві одному виду екскурсій (виробничим, музейним, природознавчим, пішохідним або транспортним);

– одиничні, ефективні під час спостереження за певним унікальним об'єктом. Такі прийоми зазвичай є «знахідкою» одного екскурсовода й не застосовувані всіма, хто проводить подібні екскурсії;

- прийоми, доречні в певну пору року, дня.

5.2 Методичні прийоми показування в екскурсії

Показування – це процес реалізації принципу наочності, наочний спосіб ознайомлення з екскурсійним об'єктом або декількома об'єктами одночасно (наприклад, архітектурним ансамблем). Показування можна розглядати як дію (або суму дій) екскурсовода, спрямовану на виявлення сутності екскурсійного об'єкта.

Показування – це багатоплановий процес сприйняття зорової інформації про об'єкти, під час якого екскурсанти виконують дії в певній послідовності під керівництвом екскурсовода.

Проведення екскурсій полягає в принципі «від показування до розповідання», що наголошує на базовому значенні цього методичного прийому.

Особливістю показування є здатність виявляти, розкривати ту або іншу якість (властивість, функцію) спостережуваного об'єкта, можливість робити зрозумілішим та очевиднішим те, що непомітно на перший погляд.

Показування в екскурсії являє собою двосторонній процес, що поєднує: а) активні дії екскурсовода, спрямовані на виявлення сутності сприйманих об'єктів; б) активну діяльність екскурсантів (спостереження, вивчення, дослідження об'єктів).

Показування повинне бути логічно послідовним, цілеспрямованим і вибіркоким. Під час нього варто виділяти основні об'єкти й поглиблювати уявлення екскурсантів про них, водночас робити це в напрямі від загального до окремого, від відомого до невідомого, від близького до далекого.

Парадоксальність екскурсійного показування полягає в тому, що впродовж нього екскурсант сприймає більше за те, що знаходиться перед ним цієї миті. Тобто, спостерігаючи об'єкт під керівництвом екскурсовода, «бачить» його частини, а також ті елементи, яких немає безпосередньо перед очима, але які завдяки розповіданню екскурсовода можна уявити. Крім того, з допомогою екскурсовода екскурсант завжди бачить більше, ніж побачив би під час самостійного огляду об'єкта.

Сюжетне й безсюжетне показування об'єкта

Сюжетні твори в мистецтві належать здебільшого до історичного та побутового жанрів. Що стосується пейзажу, натюрморту й портрету, то вони зазвичай не мають сюжету. У будь-якого сюжетного показування на екскурсії є свої дійові особи, яким притаманні певні риси, дії, думки. Екскурсовод показуванняє та пояснює задум автора, появу об'єкта, сутність події, зважаючи на перебіг історії або інші події. Сюжетне показування поживляє екскурсію, активізує екскурсантів: вони краще запам'ятовують об'єкти, засвоюють суть подій, пов'язаних із ними, і сама собою розповідь стає конкретнішою.

Крім показування, для екскурсії типові такі дії екскурсантів з ознайомлення з об'єктами, як споглядання й огляд, але вони значно відрізняються від нього. Зокрема, за безсюжетного показування екскурсовод спеціально не демонструє об'єкт, не дає вказівок, а сприйняття предметів зорового ряду пасивне. Споглядання таким способом – це просте сприйняття об'єкта. Огляд – поверхневе позапланове ознайомлення з об'єктами. Споглядання та огляд відрізняються від показування тим, що за цих дій людина сприймає лише вигляд об'єкта зовні й не одержує про нього вичерпної екскурсійної інформації. Проте ці дії також важливі. Зазвичай вони стосуються тих об'єктів, що не входять в екскурсію, а потрапляють в поле зору екскурсантів під час слідування маршрутом.

Завдання показування на екскурсії такі:

- показати екскурсійні об'єкти, розміщені перед екскурсантами;
- показати об'єкти, яких уже немає (збереглися лише на фотографії або малюнку);
- показати історичні події на певному місці, відтворити їх зорову картину;
- показати дії видатної особи на певному місці;
- показати об'єкт таким, яким він був у період описуваної події.

Ефектне показування екскурсійних об'єктів потребує певних умов. Поняття *умови показування* передбачає:

- правильно вибрані точки показування;
- час, більш вигідний для показування;
- можливість відволікти увагу екскурсантів від об'єктів, що не стосуються теми;
- застосування руху екскурсантів як методичного прийому;
- уміння й навички екскурсовода;
- підготовленість екскурсантів до спостереження об'єктів.

Методика вимагає забезпечення послідовності під час здійснення показування на екскурсії, або так званого додержання сходинок показування.

Таблиця 1 – Зразкова схема послідовності показування

Перша сходинка	Загальний огляд об'єкта екскурсантами після слів екскурсовода «Перед вами пам'ятник N»	Сприймають вигляд об'єкта
Друга сходинка	Докладніший огляд об'єкта екскурсантами після розповідання екскурсовода про події, пов'язані з ним, чи історії його виникнення	Установлюють особливості об'єкта
Третя сходинка	Повторний огляд об'єкта під час його аналізу екскурсоводом	Засвоюють окремі частини та деталі об'єкта
Четверта сходинка	Самостійне спостереження оточення й уточнення розміщення об'єкта	Запам'ятовують об'єкт і його розміщення
П'ята сходинка	Узагальнення побаченого та почутого від екскурсовода	Роблять висновки з підтеми
Шоста сходинка	Завершальний огляд об'єкта екскурсантами	Екскурсанти переконуються в правильності уявлень про об'єкт

Використання сходинок упродовж показування забезпечує наростання вражень, підводить екскурсантів до узагальнень і висновків. Проте не на всіх екскурсіях можна проводити показування згідно із зазначеними сходинками.

Наприклад, такого їх порядку неможливо додержуватися під час демонстрації об'єктів, що знаходяться на значній відстані від екскурсантів, панорамного показування, під час спостереження архітектурних ансамблів.

Для посилення показування екскурсивод може давати екскурсантам певні *вказівки*, що розрізняють:

1) за часом їх впливу на аудиторію:

– перед ознайомленням з екскурсійним об'єктом, до початку спостереження;

– у процесі показування об'єкта, коли він перебуває в полі зору;

– наприкінці спостереження, щоб повідомити методику самостійного огляду екскурсантами подібних об'єктів у майбутньому.

2) за рекомендованими діями екскурсантів:

– вказівки, які спрямовують увагу на певний об'єкт, виділяють його з ансамблю або низки подібних до нього в довкіллі (природі, забудові);

– вказівки, що орієнтують екскурсантів на певні частини або деталі об'єкта;

– вказівки, які рекомендують порівняти певний об'єкт з іншим, побаченим раніше або таким, що знаходиться в полі зору екскурсантів;

– вказівки, мета яких – звернути увагу на особливості, що пояснюють об'єкт показування для його глибшого розуміння;

– вказівки, які пропонують зробити висновки на підставі власних спостережень.

Якщо поруч із цільовим об'єктом екскурсії знаходиться інший, який не її стосується, але привабливіший і такий, що впадає в очі екскурсантам, згідно з екскурсійною методикою рекомендовані такі *шляхи вирішення* цієї проблеми:

– надати коротку екскурсійну довідку про нього, а потім перейти до показування цільового об'єкта;

– розмістити екскурсійну групу так, щоб він не потрапляв у поле її зору;

- не наводити жодної інформації про нього.

Методичні прийоми показування в екскурсії

Прийом демонстрації об'єкта – це прийом показування, за допомогою якого спостерігають лише вигляд об'єкта зовні, або його окремих частин. Він спрямований на накопичення зорових вражень екскурсантами.

Прийом екскурсійного аналізу – це прийом показування, що дає змогу досліджувати екскурсійні об'єкти шляхом уявного поділу спостережуваного об'єкта на складові частини з виокремленням окремих деталей, ознак, елементів для його докладнішого вивчення. Цей прийом часто застосовують на різних за тематикою й формою проведення екскурсій, оскільки об'єктивне та правильне сприйняття екскурсійних об'єктів можливе лише за умови їх поділу на складові частини.

Розрізняють такі види прийому екскурсійного аналізу:

- історичний аналіз – дає змогу виявити риси, властиві певному історичному періоду, зрозуміти зв'язок екскурсійного об'єкта з історичними подіями;

- мистецтвознавчий аналіз – здебільшого застосовуваний під час аналізу витворів образотворчого мистецтва й архітектурних пам'яток. Його мета – допомогти зрозуміти ідею, творчий задум автора мистецького твору, визначити техніку виконання, виявити засоби та прийоми, використані автором для створення художнього образу;

- природничо-науковий аналіз – виявляє істотні властивості екскурсійних об'єктів за допомогою знань і закономірностей певних галузей науки. Він характерний для природничих та виробничих екскурсій.

Прийом попереднього огляду – це прийом показування, за допомогою якого екскурсантів орієнтують у просторі та надають їм узагальнене уявлення про об'єкт. Цей прийом застосовують тоді, коли екскурсанти щойно підійшли до об'єкта. Він становить першу сходинку його спостереження. Прийом дає змогу вилучити з подальшого показування об'єкти,

не передбачені в екскурсії. Виділяють два варіанти застосування прийому.

1 Перший – екскурсовод починає зі слів «А це об'єкт N, ознайомтеся з ним». Так він запрошує екскурсантів самим провести первинне спостереження об'єкта, його вигляду зовні, побачити певні деталі. Після цього екскурсовод фокусує увагу групи на визначенні сутності об'єкта.

2 Другий полягає в тому, що початком слугує коротке вступне слово екскурсовода, у якому він орієнтує групу на те, що саме варто побачити в процесі спостереження об'єкта, які його властивості й конкретні особливості рекомендовано виявити.

Приєм панорамного показування – це прийом застосований для демонстрації екскурсантам краєвиду місцевості – панорами. Для цього можуть бути використаними вежі, дзвіниці, стіни фортець, мости та інші високі точки, звідки відкриваються панорами міста, поля бою, долини ріки. Для активізації сприйняття екскурсантами широкої картини перед ними необхідно виявити в спостережуваній панорамі композиційний центр і звернути на нього увагу групи. Інша особливість панорамного показування полягає в тому, що в поле зору екскурсантів потрапляє безліч об'єктів. Екскурсовод повинен продемонструвати ті з них, що розкривають тему, перейшовши від загального показування панорами до опису її окремих частин, зрозуміло виділяючи їх із загальної картини місцевості вказівками, поясненнями, жестами.

Приєм зорової реконструкції (відтворення). Термін «реконструкція» означає відновлення первинного виду (вигляду) чого-небудь. Це прийом показування, за допомогою якого шляхом образного розповідання відтворюють певну історичну епоху, подію, пам'ятне місце, об'єкт, що не зберігся або збережений частково, а також репрезентують майбутній вигляд об'єктів. Для ефективнішого застосування цього прийому рекомендовано використовувати експонати «портфеля екскурсовода». Ефективність прийому залежить від

підготовленості екскурсовода, який насамперед сам повинен чітко уявляти подію або вигляд об'єкта.

Прийом зорового монтажу – це одним із варіантів методичного прийому реконструкції. Застосовуючи його, екскурсовод відновлює потрібний образ, підсумовуючи вигляд зовні декількох об'єктів, а також їхніх окремих частин. Складові можуть бути «запозиченими» з тих об'єктів, що бачать екскурсанти цієї миті, із загальновідомих або тих об'єктів, які вже спостерігали на цій екскурсії. У зоровому монтажі також можуть бути використаними фотографії, креслення, малюнки з «портфеля екскурсовода».

Прийом локалізації – це прийом, за допомогою якого конкретизують розміщення об'єкта або проходження певної події в реальному оточенні. Він дає змогу обмежити увагу екскурсантів на місцевості й не відволікатися на навколишні об'єкти. Під час викладу матеріалу цей прийом передбачає перехід від загального до часткового, показування подій у чіткій хронологічній послідовності, використання вказівних жестів і словосполучень на зразок «Саме з цього місця», «Саме тут», «Звідси», «У цьому напрямі». Емоційний вплив цього прийому на екскурсантів, особливо якщо він застосований зненацька, у професійній термінології одержав назву «влада місця».

Прийом абстрагування – це прийом показування, що становить уявний процес виділення з цілого конкретних частин для подальшого глибокого спостереження. Цей методичний прийом дає змогу екскурсантам розглянути ті ознаки об'єкта, що є основою для розкриття теми (підтеми).

Прийом абстрагування базується на спостереженні:

– одного з об'єктів за допомогою уявного відволікання від інших, розміщених поруч;

– однієї з частин об'єкта (поверху, балкона, ганку тощо) для відволікання від інших, менш істотних або не потрібних для розгляду.

Прийом зорового порівняння – це прийом показування, за допомогою якого встановлюють подібності й відмінності між екскурсійними об'єктами або їхніми окремими деталями. У

такому разі порівнюють один з одним як подібні, так і різні за своїм виглядом зовні об'єкти. Проте об'єкт, що знаходиться перед очима екскурсантів, порівнюють з іншим об'єктом, який екскурсанти бачать у найближчому оточенні.

Застосування прийому зорового порівняння дає змогу екскурсантам уявити справжню величину об'єкта (наприклад, висоту пам'ятника, довжину стін фортеці, ширину вулиці), скоротити кількість цифр у розповіді, використовуваних фактів та прикладів, час на пояснення.

Прийом зорової аналогії або асоціації – підвид прийому зорового порівняння, що базується на зіставленні:

- об'єкта, який знаходиться перед очима екскурсантів, з об'єктом, що вони вже бачили на цій екскурсії;
- об'єкта, який знаходиться перед очима екскурсантів, із добре відомими об'єктами;
- об'єкта, що знаходиться перед очима екскурсантів, із графічним зображенням іншого.

Механізм дії цього прийому полягає в тому, що екскурсовод «ставить» перед екскурсантами два об'єкти, лише один із яких фізично перебуває перед їхніми очима. Прийом зорової аналогії складніший, ніж прийом зорового порівняння. Завдання екскурсовода, який застосовує його під час показування об'єкта, – залучити екскурсантів до активного пошуку аналогії, викликати в пам'яті уявлення про вигляд зовні аналогічного об'єкта, що вони вже бачили. У такому разі в кожного екскурсанта може бути своя аналогія. Особливо ефективний цей прийом за аналогії за подібністю. Проте іноді використовують також аналогію за розбіжністю на підставі контрастності вражень від об'єктів і виділення на цій основі відмінних ознак.

Прийом інтеграції – це прийом показування, що базується на об'єднанні окремих частин спостережуваного об'єкта в єдине ціле. Описуючи екскурсійний об'єкт, екскурсовод komponує різні сторони, деталі, властивості. Наприклад, прийом інтеграції може бути застосованим у процесі показування архітектурного ансамблю. Спочатку екскурсовод

демонструє кожну будівлю окремо, потім поєднує (інтегрує) зорові враження, одержані екскурсантами під час спостереження окремих об'єктів. На кінцевому етапі показування група сприймає ансамбль як єдність декількох будівель, а екскурсовод формулює висновки, характеризуючи його загалом.

Прийом перемикання уваги – це прийом показування, що ґрунтується на одержанні контрастних вражень від спостережуваних об'єктів. Контраст збагачує новими враженнями. Порівняння дає змогу краще зрозуміти спостережуваний об'єкт. Для забезпечення дієвості прийому рекомендовано вибирати доволі різні об'єкти. Наприклад, екскурсовод пропонує перенести погляд із будинку, побудованого на початку минулого століття, на сучасну багатоповерхову будівлю або перейти від спостереження панорами міста до спостереження об'єктів природи.

Методичний прийом руху – це прийом показування що полягає в пересуванні екскурсантів та дає змогу виявити найхарактерніші деталі об'єктів. У цьому разі мається на увазі як пішохідний рух, так і переміщення екскурсійної групи в транспорті.

Виділяють такі варіанти руху:

1) рух екскурсантів поблизу об'єкта для кращого його спостереження (наприклад, огляд стін фортеці, рух екскурсантів уздовж конвеєра на заводі тощо);

2) рух (обхід) навколо екскурсійного об'єкта: будівлі, споруди, пам'ятника;

3) рух до об'єкта. Методично він побудований так, що впродовж пересування групи об'єкт починає поступово вимальовуватися, виникаючи й збільшуючись у розмірах на очах екскурсантів.

Розповідання під час руху доволі обмежене, здебільшого застосовують прийоми екскурсійної довідки чи опису. Бажано подавати інформацію під час коротких зупинок, а не в процесі руху. Упродовж показування повинен переважати самостійний огляд, але на підставі попередніх рекомендацій щодо його методики, даних екскурсоводом. Цей прийом найбільш

ефективний тоді, коли екскурсанти мають можливість відчутти динаміку події, об'єктивніше оцінити реальні розміри об'єкта, розміщення його окремих частин, невидимих під час статичного спостереження, відчутти внутрішню атмосферу об'єкта, його планування тощо.

Показування меморіальної дошки – це прийом що базується на демонстрації меморіальної дошки, установленої на об'єкті або місці проходження подій. За наявності на екскурсійному об'єкті меморіальної дошки екскурсоводові варто починати з аналізу об'єкта й розповідання про події, пов'язані з ним. Лише після цього увагу екскурсантів звертають на меморіальну дошку, установлену на об'єкті. Якщо меморіальна дошка добре помітна екскурсантам і вони вже прочитали напис на ній, екскурсоводові не потрібно зачитувати його вголос. Висвітлення підтеми може бути початим із меморіальної дошки, якщо вона встановлена на об'єкті, спорудженому на місці, де відбулася історична подія, тобто об'єкт, про який іде мова, не зберігся.

Показування під час автобусної екскурсії. Для автобусної екскурсії можливі чотири види показування:

– з вікон під час руху автобуса на швидкості 50–60 км/год; екскурсовод коментує те, що бачать екскурсанти. Такий вид демонстрації об'єктів властивий шляховій екскурсійній інформації;

– з вікон у процесі вповільненого руху автобуса під час проїзду повз об'єкти, що добре сприймаються зором. Це дає змогу оглянути об'єкти, одержати поверхнєве враження про них. Зазвичай таке показування застосовують для ознайомлення з додатковими об'єктами;

– на зупинці з вікна автобуса без виходу екскурсантів із салону. Відбувається глибше ознайомлення з об'єктом, проте можливість застосування методичних прийомів обмежена;

– на зупинці з виходом екскурсантів з автобуса. Передбачає найдетальніше показування. Можна застосовувати будь-які методичні прийоми.

5.3 Методичні прийоми розповідання в екскурсії

Розповідання – умовно прийнята в екскурсійній справі назва усної частини екскурсії, тобто наведення відомостей і пояснень стосовно об'єктів, демонстрованих групи екскурсоводом.

Розповідання є невід'ємним елементом екскурсії. Проте його значення в екскурсії другорядне, оскільки воно є лише доповненням до показування зорового матеріалу. Розповідання завжди безперервно пов'язане з показуванням і повинне підпорядковуватися йому. Співвідношення показування й розповідання на різних екскурсіях не однакове. Тривалість розповідання змінюють залежно від змісту підтеми та характеру об'єктів, проте, незважаючи на це, вона не повинна бути занадто значною, щоб не перетворювати екскурсію на лекцію. Розповідання стосовно показування звучить у різний час: 1) до нього, коли розповідання випереджає спостереження об'єкта екскурсантами; 2) у процесі нього; 3) після нього. Із трьох наведених варіантів найефективнішим є другий, за якого слово безпосередньо взаємодіє з об'єктом і найповніше розкриває тему.

Розповідь на екскурсії в повному обсязі готують заздалегідь, фактично це індивідуальний текст екскурсовода. Недоречно розглядати її як імпровізацію. Водночас це не означає, що в розповіді екскурсовода не може бути експромту. Мова йде про приклад, виклад факту, цитування невеликого вірша або уривку з художнього твору, включення яких у розповідь викликається складом групи або значною подією, яка щойно відбулася в житті певного міста, країни.

Важливою особливістю розповідання на екскурсії є те, що значна частина екскурсійної інформації завдяки майстерності екскурсовода перетворюється на зорові образи. Завдання екскурсовода – зробити свою розповідь такою, щоб вона візуально сприймалась, а екскурсантів – запам'ятати розповідь «зорово».

Розповідання екскурсовода виконує такі завдання:

- 1) визначає об'єкт;

- 2) коментує, пояснює, доповнює побачене;
- 3) реконструює те, що не може цієї миті побачити екскурсант (об'єкти, їхні частини, події);
- 4) характеризує об'єкти (виявляє їх якості), допомагає екскурсантам правильно побачити, зрозуміти й оцінити об'єкти, зокрема такі властивості, що візуально не сприймаються;
- 5) допомагає зробити потрібні висновки на підставі побаченого.

Ознаки розповідання на екскурсії

- 1 Підпорядкованість показуванню.
- 2 Залежність від швидкості пересування групи.
- 3 Використання впродовж нього зорових образів.
- 4 Адресність.
- 5 Конкретність.
- 6 Стверджувальний характер.
- 7 Монологічність.
- 8 Наявність підтексту. Підтекст – це внутрішній, додатковий (схований у мові) зміст тексту, розповіді екскурсорода. Підтекст проявляється в почуттях екскурсорода, емоційній насиченості його розповідання, жестах і міміці, тональності мови. Суть підтексту – ставлення екскурсорода до об'єкта, оцінювання певного факту або деталі в матеріалі, що він викладає.

В екскурсії використовують дві *форми розповіді*:

- оповідальну розповідь, що дає екскурсантам чітке уявлення про те, де й у який спосіб відбувалися події;
- реконструктивну розповідь, завданням якої є відновлення перед думкою екскурсантів того або іншого об'єкта (будівлі, споруди, пам'ятного місця).

Мова екскурсорода під час розповідання повинна відповідати певним *критеріям, як*:

- ясність – дохідливість і доступність мови для аудиторії;
- точність – відповідність змісту мови думкам екскурсорода, меті й темі екскурсії;

– чистота мови – логічно виправдане використання екскурсоводом мовних засобів.

Методичні прийоми розповідання

Екскурсійна довідка – це прийом розповідання, за допомогою якого повідомляють лише короткі відомості про спостережуваний об'єкт: дату виникнення, авторів, розміри, призначення. Екскурсійна довідка фіксує головне й повинна бути лаконічною. Здебільшого прийом екскурсійної довідки застосовують для додаткових об'єктів у тематичних екскурсіях, часто позаміських та оглядових.

Описування – це прийом розповідання, за допомогою якого послідовно викладають особливості об'єктів, їх вигляд зовні. Прийом застосовують також для описування процесів, явищ, подій. Він полягає в послідовному зазначанні найважливіших якостей і властивостей об'єкта. Його завдання – надати допомогу в правильному відображенні об'єкта у свідомості екскурсантів (форми, обсягу, з якого матеріалу виготовлений, розміщення щодо навколишніх об'єктів). Опису об'єкта властиві точність, конкретність. На відміну від опису об'єктів опис історичних подій має образний характер, розповідь повинна викликати в екскурсантів зорові образи, дає їм змогу подумки уявити, як відбувалася подія. Отже, прийом описування подій має підлеглий характер, замикаючись із методичним прийомом зорової реконструкції. В автобусній екскурсії опис використовують під час усіх різновидів показування як із виходом екскурсантів з автобуса, так і без виходу (спостереження об'єктів з вікна й під час руху автобуса на маршруті).

Характеризування – це прийом розповідання, що полягає у визначенні відмітних властивостей і якостей предмета, явища, людини. На відміну від прийому описування прийом характеризування дає найповніше уявлення про певний об'єкт, а також змогу краще зрозуміти його сутність. Опису стосується лише зовнішніх сторін об'єкта, а не його внутрішніх, невидимих оку властивостей та якостей. У разі характеризування оцінюють

якості об'єкта, такі як пізнавальна цінність, художня вартість, оригінальність авторського рішення, виразність, збереженість тощо. Прийом характеризування можна застосовувати, наприклад, під час визначення економічної ролі міста в господарстві країни, аналізу окремих особистостей, творчості письменника чи художника.

Пояснення – це прийом розповідання, у якому форма викладу матеріалу передбачає, крім довідки про історичну подію, розкриття її сутності й причин, внутрішніх зв'язків в об'єкті. Найчастіше цей прийом застосовують у виробничих і природознавчих екскурсіях, на яких у розповіді пояснюють внутрішні зв'язки процесів і явищ. В екскурсіях із показуванням творів образотворчого мистецтва екскурсовод пояснює зміст зображеного художником у картині, зміст пам'ятника монументальної скульптури. В архітектурній екскурсії за допомогою цього прийому виявляють типові риси конструкції будівлі, ансамблю. Особливість прийому пояснення полягає в тому, що розповідь про об'єкт має доказовий характер.

Коментування (репортаж) – це прийом розповідання, застосований для об'єктів, що демонструють у процесі розвитку або руху. Прикладом таких об'єктів є конвеєр на виробництві, будівництво об'єкта, рух транспорту по магістралі. Текст розповіді в цьому разі становить коротке повідомлення екскурсовода про подію, явище, процес, очевидцями яких є екскурсанти. Крім того, звертають увагу на зміни в спостережуваному об'єкті. Також цей прийом доречний під час показування експозицій музеїв і виставок як пояснення до експонатів, а також подій, не запланованих в екскурсії, наприклад монтажу сцени для святкового концерту на центральній площі міста.

Складність застосування такого прийому полягає в тому, що розповідь у значній своїй частині не готують заздалегідь, вона не входить цілком в індивідуальний текст екскурсовода, а має характер імпровізації.

Цитування – це прийом розповідання, за яким в екскурсію вводять точні уривки з художніх творів (прозу,

вірші), історичних документів та краєзнавчої літератури. Цитата в екскурсії може виконувати два різні завдання: або викликати у свідомості екскурсантів зоровий образ, або бути доказом запропонованої в розповіді тези. Якщо цитата доволі велика, вона може бути зачитаною. Для цього її переносять на картку або записують у будь-який електронний пристрій. Короткі цитати й вірші екскурсовод наводить напам'ять. Не потрібно перевантажувати екскурсію зайвими цитатами; доцільніше вибрати невеликі та яскраві.

Літературний монтаж – це прийом розповідання, що полягає в поєднанні різних частин літературних творів одного або кількох авторів в єдину художню й смислову цілісність для збагачення розповіді яскравішою характеристикою екскурсійного об'єкта, події чи особистості. Цей прийом надає розповіді екскурсовода образності, емоційності, драматизму. За допомогою нього можна розкрити одну підтему екскурсії або одне з її основних питань.

Запитування-відповідання – це прийом, суть якого полягає в тому, що в процесі розповідання екскурсовод ставить різні запитання екскурсантам для їх активізації. Більша частина запитань не спрямована на те, щоб одержати на них які-небудь відповіді від учасників екскурсії.

Усі запитання на екскурсії можна поділити на декілька видів:

- запитання, на які екскурсовод сам дає відповідь відразу ж або після деякого часу, продовжуючи свою розповідь за темою;

- запитання, що являють собою твердження чого-небудь у запитальній формі, або так звані риторичні запитання, що ставляться самому собі, щоб поглибити розуміння ситуації;

- запитання екскурсовода, на які відповідають екскурсанти та що загострюють її увагу до змісту екскурсії, знімають напругу й допомагають краще усвідомити підтему.

Посилання на очевидців – це прийом розповідання, що дає змогу посилити образність відтворення події. У своїй розповіді екскурсовод посиляється на певних осіб (водночас називаючи

їхні прізвища, імена, посади) або групи осіб, які були учасниками подій, передаючи екскурсантам їхні спогади. Посилатися можна не лише на особистостей але й на неживих об'єктів, наприклад «... ці стіни багато чого бачили...», «це дерево пам'ятає, коли ...».

Ставлення завдань – це прийом розповідання, що знаходить вираження у таких звертаннях до екскурсантів: «Подумайте, чому цей пам'ятник так названий?», «Згадайте, на що схожа ця вежа?», «Які прикмети на місцевості свідчать про минуле?». Коли екскурсовод ставить подібні завдання, він не припускає, що учасники їх відразу виконають. Прийом фокусує увагу екскурсантів на певному об'єкті, його конкретній частині, тих деталях, розуміння яких важливе для засвоєння питань підтеми. Мета цього прийому – зацікавити екскурсантів, змусити їх задуматися, активізувати їхню розумову діяльність, збудити уяву. Що стосується відповідей на ці запитання, екскурсовод дає їх надалі самостійно, немовби підсумовуючи думки екскурсантів.

Новизна матеріалу – це прийом розповідання, який полягає в тому, що в процесі розповідання за темою повідомляють факти й приклади, невідомі екскурсантам. Цей прийом екскурсовод застосовує тоді, коли необхідно привернути увагу групи до об'єкта, зробити сприйняття спостережуваного ефективнішим.

Співучасть – це прийом розповідання, що виконує завдання активного залучення екскурсантів до подій, про які йдеться в розповіді, за допомогою, звертання до групи, наприклад «Уявіть, що ми з вами перебуваємо на цьому полі під час наступу ворожих військ». Пізніше із застосуванням прийому зорової реконструкції відновлюють картину бою.

Дискусійна ситуація – це прийом розповідання, метою якого є створення за допомогою інформації про об'єкт приводу для обговорення. Цей прийом дає змогу замінити монологічну форму подання екскурсійного матеріалу відкритим діалогом. Свій погляд стосовно запропонованого твердження висловлюють два – три екскурсанти. Пізніше екскурсовод,

підбиваючи підсумки, доходить необхідних висновків. Такий прийом варто застосовувати досить обережно, ретельно підбираючи матеріал і всебічно вивчаючи питання для обговорення. Крім того, екскурсовод повинен уміти вчасно припиняти дискусію, щоб вона не спричинила значних суперечок між членами групи, і згодом спрямувати екскурсію в необхідне русло.

Персоніфікація – це прийом розповідання, застосовуваний для створення уявного образу певної людини. Рекомендовано робити це за допомогою яскравої розповіді про окремі епізоди з життя тих людей, із якими пов'язана тема екскурсії, або на підставі опису якої-небудь історичної події, у якій видатна особистість брала участь.

Проблемна ситуація – це прийом розповідання, який полягає в тому, що екскурсоводом порушує проблему, пов'язану з темою екскурсії. Це змушує екскурсантів задуматися й почати пошук правильної відповіді на поставлене екскурсоводом запитання, розібратися в ньому, зрозуміти зв'язки та закономірності об'єкта. За певних умов екскурсантам пропонують знайти альтернативу запропонованому вирішенню питання.

Відступ – це прийом, який полягає в тому, що в процесі розповідання екскурсовод відходить від теми: читає вірш, наводить приклади зі свого життя, переказує зміст кінофільму, художнього твору. Цей прийом прямо не пов'язаний зі змістом екскурсії, тому іноді його називають «прийомам відступу, що освіжає». Його завдання – зняти втому екскурсантів.

Індукція – це прийом розповідання, застосовуваний тоді, коли необхідно зробити перехід від часткових, одиничних випадків і фактів до загальної картини, загальних висновків. У такому разі екскурсовод під час характеризування переходить від одного пам'ятника до ансамблю або системи інженерних споруд.

Дедуція – це прийом розповідання, типовий під час переходу від загального до часткового. Інколи індукцію і

дедукцію застосовують під час показування одного об'єкта. Вони доповнюють один одного.

Клімактеричний прийом – це прийом розповідання, що ґрунтується на викладенні екскурсійного матеріалу в такій послідовності: спочатку повідомляють менш цікаві та малозначні факти й аргументи, потім – значніші та, нарешті, найцікавіші. Така послідовність сприяє наростанню інтересу екскурсантів до розповіді.

Антиклімактеричний прийом – це прийом розповідання, який полягає в тому, що виклад екскурсійного матеріалу починають із найцікавіших фактів і прикладів про об'єкти. Таким способом екскурсовод викликає в екскурсантів інтерес до об'єкта із самого початку ознайомлення з ним.

Підбиваючи підсумки стосовно двох головних екскурсійних методів зазначимо, що важливою складовою якісного проведення екскурсії є оптимальне поєднання показування й розповідання з максимальним застосуванням їх різноманітних прийомів. Екскурсоводові, який керує процесом сприйняття матеріалу, необхідно прагнути до перетворення показування та розповідання на єдине ціле, за якого вони починають активно взаємодіяти, певним чином зливатися, коли один елемент вже не може замінити інший, і утворюють – екскурсію.

Крім методичних прийомів показування та розповідання в екскурсіях застосовують також інші прийоми, що сприяють кращому засвоєнню екскурсійного матеріалу. Для зручності в екскурсознавстві їх об'єднують у групу під назвою «особливі методичні прийоми».

5.4 Особливі методичні прийоми

Зустріч екскурсантів з очевидцем подій – це прийом, що робить екскурсію більш документальною й доказовою. У цьому разі варто забезпечувати документальність виступів учасників подій, а використовуюваного фактичного матеріалу – ретельно перевіряти. Виступ повинен бути коротким і за можливості не повторювати інформації, повідомленої екскурсоводом. Після

нього можна організувати бесіду з відповідями на запитання екскурсантів. Для цього екскурсовод завчасно спілкується із запрошеним, обговорює зміст його виступу, допомагає в його підготовці.

Дослідження – це прийом для активізації сприйняття змісту екскурсії шляхом проведення екскурсантами під керівництвом екскурсовода невеличкого простого досліду. Наприклад: обчислити вік дерева за розміром його стовбура з використанням сантиметрової стрічки; визначити глибину колодязя за допомогою палаючого аркуша паперу, що, падаючи, висвітлює спочатку стінки, а потім далеке дно; оцінити глибину ущелини кинутим камінцем, швидкості течії, прозорості води, ваги. Такий прийом можна застосовувати на всіх екскурсіях, але ефективніший він на природничих та краєзнавчих із дітьми й підлітками.

Демонстрації наочних матеріалів з «портфеля екскурсовода». Її можна проводити із застосуванням низки особливих методичних прийомів.

Найпоширеніший *ілюстративний прийом*, за якого розповідь екскурсовода супроводжується показуванням експоната. У разі прийому *коментування* показування експоната передує розповіді. Водночас вона є лише поясненням до експоната з «портфеля» (під час показування будівлі демонструють фотографію її внутрішнього оздоблення з подальшими коментарями екскурсовода). Прийом контрасту передбачає показування фотографії (або малюнка) для переконання екскурсантів у тому, як змінилося історичне місце (площа, вулиця, будівля), що цієї миті оглядають екскурсанти.

Використання технічних засобів. Популярність різноманітних пристроїв є ознакою сучасного стилю життя й не оминає екскурсійної діяльності. До них належать наявні в салоні транспортного засобу аудіо- й відеоапаратура, переносні портативні колонки, індивідуальні звукопідсилювальні пристрої екскурсовода, комплекти радіогід.

Використовуючи технічні засоби, можна збагатити екскурсію прослуховуванням тематичних музичних і художніх

творів, переглядом документальних кінофільмів та інших відеоматеріалів. За допомогою них глибше розкривається тема, підсилюється візуальний ряд екскурсій. Головною вимогою є те, щоб вони не були занадто довгими й не перевищували 5–7 хвилин для пішохідної екскурсії. Для автобусної екскурсії вони можуть бути тривалішими. Під час довготривалих автобусних екскурсій на зворотному шляху допускається демонстрація художніх фільмів, пов'язаних із темою екскурсії.

Досить зручним засобом для прослуховування аудіозаписів є *портативні колонки*. Їх під'єднують через кабель або систему Bluetooth до інших пристроїв (мобільного телефона, планшета, плеєра). Крім того, вони дають змогу відтворювати аудіозаписи з флеш-накопичувачів через USB. Колонки мають доволі різні технічні характеристики щодо гучності, проте їх основними перевагами є компактність і незначна вага.

Індивідуальна звукопідсилювальна апаратура екскурсовода (гучномовець) складається з мікрофона. Його надягають на голову й колонки, прикріплювані на поясі або плечі. Зазвичай до нього можна підєднати аудіоплеєр, USB-накопичувачі та SD-карти.

Радіогід – це сучасне цифрове обладнання для організованих екскурсій і проведення конференцій. Комплект складається з приймачів із навушниками для екскурсантів (необхідною кількістю) та набору для гіда (мікрофона й передавального пристрою), а також аксесуарів для зарядки та зберігання обладнання.

Система забезпечує високу якість звуку, завдяки чому кожне слово екскурсовода, сказане в мікрофон, буде чітко й точно почутим екскурсантами. Автоматичне налаштування радіоканалу гарантує відсутність шумів і перешкод під час приймання. Система дає змогу передавати сигнал на одному з 250 незалежних радіоканалів, що внеможливує дію перешкод від інших передавачів (якщо на об'єкті працюють відразу декілька екскурсоводів із подібною системою). Приймачі функціонують на одній зарядці акумулятора до 50 годин. Час для повної зарядки акумуляторів – 8 годин.

Радіогід дуже простий для використання. Вибір вільної частоти й підєднання до передавача відбуваються в автоматичному режимі. У приймачі є лише дві функції – увімкнення та регулювання гучності. Вимкнення приймачів також автоматичне після вимкнення передавача.

Із приймачем екскурсант може відійти від екскурсовода на відстань 100 м на відкритому просторі й до 50 м у приміщенні, що дає змогу забезпечити комфортніші умови для екскурсантів з погляду збереження особистого простору, оскільки зникає необхідність підходити до екскурсовода дуже близько, щоб почути розповідь. Вага приймача становить до 200 г, тому він не обтяжує екскурсантів, зручно за допомогою кліпси прикріплюється до одягу, носить на шиї на шнурку або є моноблоком із навушниками.

Після кожного використання обладнання проходить комплексне санітарне оброблення: навушники, приймачі, передавачі й гарнітури дезінфікують спеціальним розчином.

Радіогіди використовують для проведення всіх видів екскурсій завдяки таким перевагам:

- екскурсоводові не потрібно перевантажувати голосові зв'язки;
- забезпечується швидке й компактне пересування групи без переривання розповіді;
- можливість швидко знайти екскурсантів, які відстали або загубилися;
- екскурсанти менше відволікаються;
- швидке видавання, просте збирання та налаштування роботи обладнання.

Основними *методичними вимогами* до використання технічних засобів під час екскурсії є:

- завчасна перевірка робочого стану обладнання та його наявності необхідною кількістю;
- ретельна підготовка й перевірка якості демонстраційних матеріалів на можливість відтворення на різних пристроях;

– уміння екскурсовода користуватися технічними засобами;

– давання екскурсантам чітких і зрозумілих рекомендацій щодо користування апаратурою.

Екскурсійні прийоми зрідка застосовують самостійно, здебільшого під час екскурсії це роблять у комплексі, переходячи від одного до іншого. Незважаючи на їх специфічні особливості, вони мають однакове значення, обумовлене передусім специфікою об'єктів показування та наявною інформацією про них. Навчання застосуванню методичних прийомів, їх ретельне відпрацювання в певній екскурсії відповідно до вимог методичної розробки сприяє підвищенню якості й ефективності роботи екскурсовода на маршруті.

5.5 Техніка проведення екскурсії

Екскурсійна техніка – це сукупність рекомендацій із питань організації проведення екскурсії. Ці рекомендації стосуються всіх учасників екскурсії: екскурсантів, екскурсовода, водія.

Варто зазначити, що ефективність екскурсії багато в чому залежить від додержання вимог до техніки її проведення, що забезпечує належний порядок у групі та створює умови для сприйняття екскурсійного матеріалу. Знання елементів екскурсійної техніки є невід'ємною складовою професійної майстерності екскурсовода, а ступінь її опанування характеризує його керівничі якості.

Усі вимоги до техніки проведення екскурсії розробляють під час її підготовки й ретельно описують у методичній розробці. До *вимог до екскурсійної техніки* належать:

- 1) перевірка екскурсоводом необхідної документації;
- 2) знайомство з групою;
- 3) місце початку екскурсії;
- 4) розташування групи біля об'єктів;
- 5) вихід і повернення екскурсантів у транспортний засіб;
- 6) пересування екскурсантів;
- 7) місце екскурсовода під час екскурсії;

- 8) додержання часу, відведеного на екскурсію загалом і розкриття окремих підтем;
- 9) техніка розповідання під час руху транспорту;
- 10) відповідання на запитання екскурсантів;
- 11) паузи в екскурсії;
- 12) техніка використання «портфеля екскурсовода»;
- 13) додержання елементів ритуалу.

Розглянемо кожен пункт докладніше.

1 Перевірка екскурсоводом необхідної документації.

До початку проведення екскурсії екскурсовод повинен перевірити й мати в наявності:

- затверджену методичну розробку екскурсії;
- затверджену схему маршруту руху транспортного засобу або групи (під час пішохідної екскурсії);
- матеріали «портфеля екскурсовода»;
- договір на екскурсійне обслуговування;
- список екскурсантів, завірений печаткою організації, яка замовила екскурсійне обслуговування;
- бейдж.

2 Знайомство екскурсовода з групою

Екскурсовод, увійшовши в автобус, знайомиться з групою: вітається з присутніми, називає своє прізвище, ім'я, по батькові, туристсько-екскурсійне підприємство, яке він представляє, знайомить екскурсантів із водієм автобуса. Важливо, щоб із самого початку екскурсовод додержувався сталих правил спілкування з групою. Він починає говорити не відразу. Виникає пауза, що триває десять – двадцять секунд. Відбувається знайомство, від якого здебільшого залежить подальше контактування екскурсовода з групою. Екскурсанти поступово замовкають, зручніше розсідаються, їхня увага перемикається на екскурсовода.

Потрібно також розрізняти місце зустрічі й посадки екскурсійної групи в автобус та місце початку екскурсії. Місце зустрічі групи визначають під час спілкування виконавця екскурсійної послуги із замовником (це може бути подвір'я школи, зручне для паркування місце, відоме місцевим жителям,

центрального входу готелю). Якщо місця початку екскурсії й посадки групи в автобус збігаються, то екскурсовод знайомиться з групою та після відразу робить вступну частину. Якщо екскурсовод заходить в автобус одночасно з групою, а відстань до першого об'єкта ще доволі значна, він не починає свого вступного слова. У такому разі екскурсовод знайомиться з групою, сповіщає екскурсантів про місце початку екскурсії, а по дорозі до нього викладає шляхову екскурсійну інформацію. Вступна частина екскурсії робиться неподалік від об'єкта, де розкриваються перша підтема на підході чи під'їзді до нього. Вступ складається з двох частин: інформаційної та організаційної. Від вдалого викладення кожної з них залежить подальше проходження екскурсії.

3 Розташування групи біля об'єктів.

Розташування групи біля об'єкта повинне забезпечувати гарну видимість і чутність для всіх її членів. У процесі розроблення екскурсії зазвичай визначають декілька варіантів розташування групи для спостереження екскурсійного об'єкта.

Це роблять на той випадок, якщо місце, визначене методичною розробкою, займе інша група або сонячні промені світитимуть в очі, заважаючи оглядати об'єкт. У жаркий час використовують можливості для розташування груп у тіні, а в разі дощу – під дахом, кроною дерев. За певних умов методика потребує, щоб для огляду об'єкта було вибрано декілька точок спостереження: далеку, якщо об'єкт показують разом із навколишнім середовищем або іншими об'єктами; ближню, якщо аналізують окремі деталі будинку, споруди, місцевості, об'єкти природи.

У разі одночасного розташування декількох груп біля одного об'єкта між ними повинна бути збереженою така відстань, щоб один екскурсовод своєю розповіддю не заважав іншому, а одна група не заслоняла іншій об'єкт спостереження.

Важливою умовою під час вибору місця розташування є також забезпечення екскурсантів, особливо під час огляду об'єктів, що знаходяться біля транспортних артерій, зон

проведення будівництва та ремонтних робіт, на промислових підприємствах.

Найпоширенішим варіантом є розташування групи біля об'єкта півколом, але можна (за наявності відповідних умов) використовувати інші варіанти – кільцем навкруги об'єкта, тупим кутом, у два – три ряди (на сходах чи підвищених елементах рельєфу місцевості).

4 Вихід і повернення екскурсантів в автобус.

Цей елемент техніки є доволі важливим для збереження цілісності групи. Він також має велике значення для уникнення непередбачуваних ситуацій. До виходу екскурсантів потрібно готувати заздалегідь. Якщо цього не зробити, значна частина групи залишиться сидіти в автобусі, не виходячи для спостереження пам'яток. Для того щоб цього не відбувалося, рекомендовано зазначати кількість зупинок із виходом групи у вступному слові, пояснюючи їх значення, зацікавлюючи учасників екскурсії екзотичністю, незвичайністю об'єктів.

На зупинках, на яких передбачений вихід екскурсійної групи, екскурсовод виходить першим, показуючи приклад групі й визначаючи напрям її руху до об'єкта. А дочекавшись, коли приблизно половина групи вже вийшла, починає рух до об'єкта, у такий спосіб кваплячи вихід іншої частини групи.

Тоді, коли в екскурсіях планують інші зупинки, наприклад санітарні або для придбання сувенірів, екскурсовод повідомляє їх точний час (годину й хвилини, в іншому разі можна сказати «через скільки хвилин / годин» на випадок, якщо годинники екскурсовода та екскурсантів налаштовані по-різному) і час відправлення автобуса.

Важливим є прохання екскурсовода запам'ятати (сфотографувати, записати) вигляд зовні й номери автобуса. Крім того, варто дати точне місце його очікування на випадок, якщо наприкінці знайомства екскурсантам буде надано вільний час, а їх повернення в автобус буде проходити самостійно, тобто екскурсовод чекатиме вже біля транспорту. За бажанням екскурсовод може залишити екскурсантам свій телефонний

номер на випадок, якщо хтось загубиться та відставатиме від групи.

Під час посадки групи в автобус екскурсовод повинен перевірити наявність усіх екскурсантів. Зробити це він може декількома шляхами:

- після того, як екскурсанти розмістилися на місцях, перерахувати вільні й порівняти їх кількість із тією, що була на початку;

- стояти праворуч від входу та подумки перераховувати екскурсантів, які входять у салон. Проте такий спосіб доволі незручний, якщо входів два й дуже легко збитися;

- традиційно запитати: «Усі бачать своїх сусідів, ніхто не загубився?»;

- перевірити екскурсантів за списком (але такий спосіб є доволі громіздким, займає багато часу, викликає комічні ситуації та порушує перебіг екскурсії).

Переконавшись у тому, що зібралися всі учасники екскурсії, екскурсовод входить в автобус останнім і подає умовний знак водієві про початок руху.

5 Пересування екскурсантів.

Екскурсовод повинен керувати пересуванням групи, даючи екскурсантам рекомендації щодо темпу й напрямку руху, використовуючи відповідні фрази: «Прошу рухатися швидше», «На розі вулиці повертаємо праворуч», «Зупиняємося біля світлофора», «Прошу вас не відставати».

Екскурсанти пересуваються лише групою. Місце екскурсовода – у центрі групи, декілька людей ідуть попереду, більша частина поруч, інші – за екскурсоводом. Важливо, щоб група не розтягувалася: відстань між її головною частиною й тими, хто йде останніми, не повинна перевищувати 5–7 метрів. Темп руху групи залежить від її складу, рельєфу місцевості, небезпечних зон тощо. У пішохідних екскурсіях він завжди повільний, оскільки об'єкти розміщуються доволі близько. У транспортних екскурсіях темп пересування від транспорту до об'єктів швидший. Коли екскурсовод уже дійшов до об'єкта, то

він не відразу починає розповідь, а очікує, щоб підійшла вся група.

6 Місце екскурсовода.

В автобусі екскурсовод повинен займати таке місце, з якого йому добре помітні і ті об'єкти, про які йде мова на екскурсії. Водночас екскурсанти повинні його бачити. Зазвичай це спеціально відведене передне сидіння поруч із водієм. Стояти під час руху автобуса екскурсоводові (як і екскурсантам) не дозволено вимогами безпеки. Якщо спеціального місця немає, то екскурсовод займає перше місце праворуч за ходом руху транспорту.

На пішохідній частині екскурсії екскурсовод повинен розташовуватися напівобернувшись до об'єкта. Проведення показування об'єктів потребує, щоб вони знаходилися перед очима екскурсовода, адже він аналізує їх на підставі своїх зорових вражень. Це особливо важливо в транспортних екскурсіях, упродовж яких екскурсовод під час руху автобуса, сидячи на своєму місці спиною до екскурсантів, дивиться в переднє скло автобуса й розповідає про те, що вже бачать або зараз побачать екскурсанти.

7 Додержання часу, відведеного на екскурсію загалом і розкриття окремих підтем.

Основна вимога техніки за цим пунктом полягає в тому, що екскурсовод не може самовільно скорочувати чи подовжувати час екскурсії, а екскурсанти повинні потрапити на місце її завершення вчасно.

Точний час, відведений на розкриття кожної підтеми, зазначений у методичній розробці. Нерідко екскурсія з огляду на умови, що не залежать від екскурсовода, значно скорочується. Причинами цього можуть бути тривалі збори групи, не вчасно поданий туристам сніданок, запізнення автобуса, власне прохання керівника екскурсійної групи тощо. Унаслідок них екскурсію починають із запізненням. В екскурсовода залишається один вихід – скорочувати час, відведений на розкриття теми. Робити це потрібно, зберігаючи все головне в темі екскурсії. Але це не означає, що з екскурсії

випадає яка-небудь підтема або скасовується вихід екскурсантів, достатньо скоротити свою розповідь за підтемою чи час, відведений на вихід.

Важливим для подолання зазначених обставин є майстерність екскурсовода, що полягає в завчасній підготовці до можливого скорочення часу екскурсії.

8 Техніка розповідання під час руху транспорту.

Під час руху в автобусі екскурсовод повинен наводити інформацію лише через звукопідсилювальну апаратуру. Якщо устаткування погано функціонує або мікрофона взагалі немає, його зусилля будуть даремними. У такому разі матеріали про найближчу ділянку маршруту варто дати до початку руху, а в процесі нього повідомляти лише назви об'єктів або місцевості. За наявності важливих об'єктів або населених пунктів необхідно зупинити автобус, вимкнути двигун і лише після цього починати розповіді.

9 Відповідання на запитання екскурсантів.

Як уже зазначено, в екскурсійній практиці є певна класифікація запитань. Їх поділяють на чотири групи:

- запитання екскурсовода, на які відповідають екскурсанти;
- запитання, поставлені в процесі розповідання, на які відповідає екскурсовод;
- риторичні запитання, які ставлять для активізації уваги екскурсантів;
- запитання від учасників екскурсій за темою.

Перші три групи пов'язані з методикою розповідання під час проведення екскурсій і лише четверта стосується техніки проведення екскурсій. Головне правило роботи з такими запитаннями – не варто переривати розповідь і давати негайну відповідь на них, не потрібно також робити цього після завершення кожної з підтем. Екскурсоводові варто відповідати на запитання не впродовж екскурсії, а після неї. Тому, роблячи вступ до теми, він повідомляє своїх слухачів про такий порядок відповідання на запитання.

10 Паузи в екскурсії.

Екскурсовод не повинен говорити безупинно. Між окремими частинами екскурсії необхідні невеликі перерви – паузи, що забезпечують як сутнісне навантаження (дають екскурсантам змогу осмислити почуте й побачене), так і короткочасний відпочинок, можливість придбання сувенірів, прийому їжі, задоволення санітарних потреб.

Екскурсовод використовує паузи для власного відпочинку. Наприклад, у замських екскурсіях передбачено – 15-хвилинний відпочинок після кожної години роботи (для екскурсовода година ведення екскурсії дорівнює 45 хвилинам). Цей час може бути підсумованим і використаним екскурсоводом наприкінці екскурсії на зворотному шляху.

11 Техніка використання «портфеля екскурсовода».

Техніка використання матеріалів із портфеля екскурсовода передбачає два варіанти:

– експонат може бути показаним екскурсоводом із його робочого місця під час перебування біля об'єктів. У цьому разі передавання в руки екскурсантів експоната для докладнішого ознайомлення не рекомендоване через виникнення обміну думками, дискусії, що призводить до розсосередження уваги в групі й порушення чіткості викладення матеріалу;

– експонат може бути переданим екскурсантам для ознайомлення по рядах під час транспортної екскурсії для заповнення пауз.

12 Додержання елементів ритуалу.

Елементи ритуалу в екскурсіях наявні під час відвідування меморіалів, цвинтарів, поховань, культових об'єктів тощо. Технікою передбачене обов'язкове попередження екскурсантів щодо правил поведінки на зазначених об'єктах перед їх відвідуванням.

У разі відвідування культових об'єктів передбачено виконання вимог щодо зовнішнього вигляду (форми одягу, макіяжу для жінок). Бажано повідомляти екскурсантів про такі правила завчасно, ще до проведення екскурсійного обслуговування. Це завдання покладене на організаторів

екскурсії, а екскурсоводові варто мати із собою «чергові» хустинки й спідниці.

Крім того, екскурсовод сам повинен знати правила поведінки на зазначених об'єктах, тому що десь вони можуть бути більш, а десь менш суворими. Елементи ритуалу чинять сильний емоційний вплив на екскурсантів, тому повинні бути гарно продуманими та підготовленими. Наприклад, під час відвідування меморіалів потрібно простежити, щоб екскурсанти не вели гучних розмов, не бігали, чоловіки зняли головні убори, також рекомендовано організувати «хвилину мовчання».

ТЕМА 6 ПРОФЕСІЙНА МАЙСТЕРНІСТЬ ЕКСКУРСОВОДА

План

- 6.1 Основні вимоги до професії екскурсовода.
- 6.2 Особистість екскурсовода.
- 6.3 Екскурсійна майстерність.
- 6.4 Уміння й навички екскурсовода.
- 6.5 Підготовка екскурсовода.

6.1 Основні професійні вимоги до екскурсовода

Будь-яка професія, зокрема екскурсовод, являє собою вид трудової діяльності, що потребує від фахівця спеціальних знань і практичних навичок. Їх здобувають шляхом загальної або фахової освіти, а також у процесі практичної діяльності працівників екскурсійної сфери.

Надання екскурсійних послуг на високому рівні вимагає чіткої організації роботи екскурсовода, розуміння ним своєї ролі в контексті загального суспільного значення екскурсійної роботи як одного з певних напрямків навчально-виховного процесу.

До екскурсовода, зокрема його кваліфікаційних і людських якостей, висувають такі *вимоги*:

- професійна підготовка;
- психологічна підготовка;

– вимоги репрезентативного характеру.

Екскурсовод повинен мати бажання працювати з людьми, постійно поповнювати й удосконалювати свої знання, вивчати запити та інтереси аудиторії, проявляти високу культуру, любити свою справу. Адже екскурсовод – центральна фігура екскурсії.

Детальне знання екскурсії, маршрутів і тематики різноманітних асортиментів екскурсійного продукту, методики й техніки проведення екскурсій та обслуговування екскурсантів – основа професійної підготовки екскурсовода.

Екскурсовод повинен:

- проводити кожну екскурсію на високому якісному рівні відповідно до її тексту й технологічної карти;
- готувати тексти, технологічні карти та інші матеріали;
- регулярно оновлювати дані й вчасно вносить зміни в текст екскурсії;
- розробляти та опановувати нові теми й маршрути екскурсій;
- постійно підвищувати науковий і культурний рівні та професійну майстерність;
- брати участь у роботі методичних розділів і творчих груп;
- прослуховувати інших екскурсоводів на маршруті, рецензувати тексти екскурсій;
- брати участь у підготовці нових екскурсоводів, спілкуванні й розширенні досвіду екскурсійної роботи;
- пропагувати екскурсії;
- додержуватися маршруту екскурсії, забезпечувати екскурсантів;
- додержуватися норм оформлення документів на екскурсійне обслуговування;
- удосконалювати особистий імідж і сприяти формуванню позитивного іміджу підприємства, на якому він працює.

Професія екскурсовода престижна. Це пов'язано з привабливістю, оригінальністю цього виду праці, його

унікальністю й інтелектуальним характером. Соціальний престиж цієї професії ґрунтується на високому результаті оцінювання значущості діяльності екскурсовода, визнанні його ролі в духовному розвитку особистості та суспільства.

Молодь, яка ставить собі за мету опанувати цю професію, вважає вирішальним у її виборі можливість спілкуватися з іншими людьми, бути об'єктом уваги зацікавленої аудиторії, викликати позитивні емоції в екскурсантів.

Усіх працівників, які приходять в екскурсійний заклад після навчання або самостійної підготовки, можна поділити на кілька груп. Одні проводять екскурсії на одну – дві теми, відпрацьовані під час навчання, і самі не прагнуть розширювати тематику опанованих екскурсій. Друга група екскурсоводів перші роки роботи шукає свою основну тему. Вибравши її, вони віддають всі свої сили на вдосконалення матеріалу, підвищення професійної майстерності. Третя група екскурсоводів береться за будь-яку тему й уже через 5–6 років має на своєму рахунку десятки подібних за змістом екскурсійних тем.

Екскурсовод повинен бути компетентним фахівцем, який упевнено орієнтується в тих галузях знань, на яких базується проведення екскурсій, і творчо підходить до своєї роботи. Основою професійної діяльності екскурсовода є необхідні знання й уміння, навички, любов до своєї професії.

Екскурсоводом можуть працювати особи, які мають базове вище утворення, повне вище утворення; посвідчення або диплом про спеціальну екскурсійну підготовку (закладу освіти, курсів підвищення або перепідготовки спеціалізованої кваліфікації) та отримали дозвіл в установленому порядку.

Для осіб, які мають учений ступінь і вчене знання, вимоги до дотичної наявності посвідчення або диплома про фахову освіту не обов'язкові.

Знання іноземних мов для екскурсовода не обов'язкове.

Екскурсоводи, які надають екскурсійні послуги, *повинні мати:*

– високий рівень знань у різних галузях зі спеціальним акцентом на історію, географію, мистецтво й архітектуру,

економіку, політику, релігію та ін. Постійно вдосконалювати свої знання й професійні навички;

- знання спеціальної термінології відповідно до екскурсійної тематики;

- гуманітарні навички та навички спілкування, зокрема знати технологію відбору інформації й уміти встановлювати дружню атмосферу в екскурсійній групі;

- список екскурсійних тем і шляхової інформації про видатні місця або місцевість на маршруті проходження групи до пункту призначення, підтверджених контрольними текстами й методичними розробками, технологічними картами, рецензуванням на прослуховування на маршруті та ін. (список документації відповідно до вимог стандартних норм і Правил у галузі туризму), характеристику з місця екскурсійної роботи;

- відповідність критеріям оцінювання розповіді екскурсовода, чіткість висловлювання, уміння зацікавити, емоційність, доступність викладеного тексту екскурсії, техніку й культуру мови.

Для отримання Дозволу екскурсоводи повинні подати акредитаційній комісії:

- заявку встановленого зразка;

- фотографії й зазначені далі документи, завірені в установленому порядку;

- паспортні дані;

- копію довідки про присвоєння ідентифікаційного коду;

- копію диплома про освіту (повну вищу, базову вищу);

- копію документа про закінчення спеціальних спеціалізованих закладів;

- копію посвідчення екскурсовода / гіда-перекладача або іншого фахівця туристичного супроводу (старого зразка) у разі його наявності;

- копію документа про перепідготовку або підвищення кваліфікації;

- копію трудової книжки;

– копію посвідчення про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності (якщо екскурсовод / гід-перекладач самостійно надає екскурсійні послуги) або іншого фахівця туристичного супроводу як суб'єкта підприємницької діяльності.

6.2 Особистість екскурсовода

Зважаючи на особливості своєї професії, екскурсовод перебуває в умовах, що сприяють прояву активної життєвої позиції як способу участі людини в діяльності суспільства. Завдання екскурсовода – якнайповніше використати ці умови для своєї щоденної праці.

Велику роль у формуванні особи екскурсовода відіграють задатки, що становлять природну основу розвитку здібностей людини. Це пам'ять, спостережливість, увага. За умови їх розвитку кожен може стати незвичайною особистістю. Крім того, у однієї й тієї самої людини можуть бути розвинені здібності, характерні для кількох подібних професій. Екскурсовод може мати здібності методиста, і, навпаки, методист може бути успішним екскурсоводом.

Загалом здібності – це індивідуально-психологічні особливості особистості, що є суб'єктивними умовами успішного виконання певного різновиду діяльності.

Здібності поділяють на загальні й спеціальні. До загальних належать загальні розумові здібності, розвинена пам'ять, досконала мова, працелюбство, спостережливість, наполегливість, швидкість орієнтування, уважність. Спеціальні є основою для набуття навичок і вмінь конкретної професії, вони забезпечують досягнення високих результатів у будь-якій галузі діяльності. Це музичні, літературні, математичні, художні, артистичні здібності тощо.

Теоретики екскурсознавства вважають, що для ефективного виконання своїх обов'язків екскурсоводові необхідні п'ять *видів здібностей*:

- конструктивні;
- аналітичні;

- організаційні;
- комунікативні;
- творчі.

Конструктивні здібності – це вміння відбирати й правильно оформляти екскурсійний матеріал, зрозуміло, об'єктивно та неупереджено його подавати. Цей вид слугує основою мислинневої діяльності екскурсовода.

Аналітичні здібності слугують підставою для самокритичного аналізу своєї роботи, об'єктивного оцінювання якості проведеної екскурсії, ефективності застосування методичних прийомів.

Організаційні здібності виявляються в уміннях керувати екскурсійною групою, спрямовувати увагу екскурсантів на необхідні об'єкти, а також забезпечувати виконання екскурсійної програми туристів та екскурсантів, які прибули з інших міст чи областей.

Комунікативні здібності – це здібності до спілкування, вербальної взаємодії міжособистісного сприйняття й оцінювання людей, соціально-психологічної адаптації до різноманітних ситуацій, контактування з різними співрозмовниками, уміння приваблювати до себе, впливати на аудиторію тощо.

Комунікативні здібності також охоплюють уміння встановлювати ділові відносини з групою, зберігати їх упродовж усього періоду спілкування, правильно взаємодіяти з водієм автобуса на маршруті, працівниками музеїв, виставок, керівниками екскурсійно-методичних служб, колегами-екскурсоводами, іншими працівниками.

Екскурсоводові притаманний ще один вид здібностей – *творчі*, що забезпечують створення нового оригінального екскурсійного продукту. Це постійний пошук нових джерел знань, робота над варіантами методичних прийомів (засобів) показування об'єктів, руху, монологічної частини екскурсійної розповіді, а також ораторською майстерністю, емоційністю розповідання, що відкриває великі можливості для імпровізації.

Важливу роль у розвитку здібностей відіграють навчання на курсах підвищення кваліфікації, робота в методичних секціях, об'єднаннях, творчих групах, самостійні заняття біля об'єктів, засвоєння методики й техніки проведення екскурсії.

Якості є основним регулятором психічної діяльності. Їх згруповують за однаковими ознаками: інтелектуальні (спостережливість, гнучкість розуму); емоційні (чутливість, ніжність, пристрасть). Усі вони впливають на формування характеру людини. Екскурсоводові потрібно постійно контролювати себе, свої вчинки, проводити самооцінювання. Він повинен не лише бачити помилки у своїй роботі, але й ліквідувати їх, сприяючи таким способом зростанню своєї індивідуальної майстерності.

Особистість екскурсовода формується впродовж становлення професійної майстерності. *Обов'язковими якостями особистості екскурсовода є:*

– *лідерські якості* – перспективне бачення, відкритість, мужність, вміння слухати інших, уважність, критичність, гнучкість, чутливість, орієнтованість на результат, вміння визнавати свої помилки, правильна самооцінка, харизматичність, сфокусованість, дієвість, компетентність, ерудованість, оригінальність, креативність;

– *вольові якості* – працьовитість, цілеспрямованість, ініціативність, самостійність, рішучість, сміливість, енергійність, наполегливість, організованість, дисциплінованість, працездатність;

– *моральні якості* – чесність, порядність, вихованість, доброзичливість, увічливість, етичність, акуратність, пунктуальність, упевненість, справедливість, товариськість, відповідальність;

– *психологічні якості* – гарна пам'ять, багата уява, кмітливість, комунікабельність, самовладання, асертивність, адаптивність, стресостійкість, неконфліктність, нестандартність мислення, терпіння, розвинена інтуїція, упевненість у собі й своїх рішеннях, прагнення до постійного особистісного зростання та саморозвитку.

Цьому сприяє тон голосу екскурсовода, його переконаність у користі знань, що він повідомляє, почуття гумору, віра в успіх екскурсії, яку він проводить.

Становлення особистості екскурсовода. Процес становлення особистості починається задовго до роботи в туристичній фірмі, музеї, на виставці. Він відбувається впродовж усього життя під час навчання в загальноосвітній школі, технікумі або ЗВО, у колективі, у якому протікає його трудова й суспільна діяльність, побуті, на курсах підготовки екскурсоводів, під час взаємодії з екскурсантами.

Оптимізм екскурсовода. Обов'язковими якостями особистості є оптимізм, життєрадісність, бадьорість, бажання й уміння бачити в реальності гарні, світлі сторони. Оптимізм екскурсовода проявляється в доброзичливості, привітності, добрій усмішці, увазі до людей, умінні створювати потрібний мікроклімат у колективі екскурсантів, уносити своєю присутністю дух святковості в аудиторію, покращати настрої слухачів.

Індивідуальність екскурсовода. Кожна людина має свої індивідуальні особливості, що відрізняють її від інших (мовлення, стиль викладу матеріалу, жести, міміку). Слухаючи розповідь екскурсовода на маршруті, можна помітити, що він по-своєму наводить ті або інші деталі, приклади, приказки, має певну специфіку жестикулювання. Можуть бути й інші відмінності. Один екскурсовод любить посилатися на мемуари, інший декламує на екскурсії вірші, третій зачитує документи, четвертий уміло використовує паузи. В екскурсоводів із великим стажем роботи виробляється індивідуальна манера проведення екскурсій. Вона полягає в тому, що кожний із них має свої улюблені, досконало опановані прийоми та із задоволенням застосовує їх як окремо, так і в поєднанні з іншими.

Індивідуальність екскурсовода характеризується номенклатурою методичних прийомів, якими він володіє. Ця номенклатура не в усіх однакова. Одні застосовують на практиці всі або майже всі відомі прийоми, інші обмежуються двома –

трьома найбільш популярними. Початківці, а також екскурсоводи без напрацьованої професійної майстерності, не застосовують прийомів, що знижує якість проведених екскурсій.

Авторитет екскурсовода прямо стосується проблеми особистості. Авторитет екскурсовода базується на його знаннях, уміннях, навичках, моральних перевагах, практичному досвіді. Цей авторитет являє собою сукупність декількох сторін:

- авторитету положення, обумовленого тим, що екскурсовод є керівником екскурсії, очолює групу екскурсантів і керує їх діяльністю;

- авторитету його знань. Здебільшого він знає тему екскурсії більш глибоко, ніж кожний із її учасників. І це зміцнює повагу до нього;

- авторитету уміння. Його створює досвід екскурсовода в проведенні екскурсій (навичок застосування їх методики й техніки);

- культури мови та невербальних засобів впливу;

- взаємин з екскурсантами, уміння створювати потрібний мікроклімат у групі. Основа авторитету екскурсовода щодо цього – висока культура поведження й мовлення.

6.3 Екскурсійна майстерність

Професійна майстерність екскурсовода – це особливий вид мистецтва, що базується на активному застосуванні та умілому поєднанні показування й розповідання; участі в процесі сприйняття взаємодії таких компонентів, як екскурсовод, екскурсант та екскурсійні об'єкти; застосуванні методичних прийомів проведення екскурсії; володінні специфічними вміннями й навичками, необхідними для цієї професії. Цій майстерності вчать в більш досвідчених фахівців і самих себе впродовж практичної діяльності.

Складові професійної майстерності екскурсовода умовно можна поділити на дві групи – знання й уміння.

Знання: загальні знання (ерудиція) і знання за фахом (ерудиція за фахом), знання екскурсійної теорії, методики

проведення екскурсії, психології й педагогіки, основ ораторського мистецтва, логіки та етики.

Уміння: уміння формулювати знання, викладати свої думки до проведення екскурсії (у тексті), розповіддю й культурою мови розширяти кругозір екскурсантів, застосовувати методичні прийоми, доносити знання до аудиторії й управляти нею, передавати свою переконаність і поводитися в колективі.

Ерудиція екскурсовода. Від екскурсовода не потрібно, щоб він був підготовленим у всіх галузях знань і міг відповісти на будь-яке запитання. Екскурсоводами-ерудитами прийнято називати тих, хто має глибокі знання за двома – трьома екскурсіями й на основі них може підготувати варіанти екскурсій для різних категорій екскурсантів, прочитати лекцію на свою тему, написати реферат за одним із питань підтеми. Такі екскурсоводи добре поінформовані про літературу за фахом.

Найчастіша помилка екскурсовода зводиться до того, що він не стільки показуванняє екскурсійний матеріал, скільки розповідає про нього, чим унеможлиблює самостійну роботу екскурсантів, перетворюючи екскурсію на лекцію з ілюстраціями. Зважаючи на це, майстерність екскурсовода невід’ємна від володіння та постійного використання основних положень екскурсійної теорії. Основне завдання екскурсовода – не лише передати знання групі, а й досягнути їх ефективного засвоєння нею. Тому важливою складовою екскурсійної майстерності є володіння методикою, що передбачає досконале знання методичних прийомів показування й розповідання, розуміння їх технології (тобто вміння управляти процесом засвоєння знань екскурсантами).

Рівень екскурсійної майстерності залежить від низки факторів. Їх можна поділити на дві групи:

- фактори, що не залежать від екскурсовода (рівень методичної документації, відбір об’єктів показування, побудова маршруту, зміст «портфеля екскурсовода»);

- фактори, що залежать від екскурсовода (його загальна ерудиція, знання з теми, володіння методикою, культура мови,

уміння встановлювати контакт із групою, практичні й професійні навички).

Важлива риса майстерності екскурсовода – уміння керувати групою, установлювати та зберігати необхідний контакт із екскурсантами протягом усієї екскурсії. Завдання екскурсовода – переборотисторожкість, що виникає під час зустрічі з екскурсантами. У такому разі йому допомагає інтуїція.

Інтуїція екскурсовода. Екскурсовод має справу з групами, різними за запитами й інтересами, ставленням до запропонованої теми, настроєм, рівнем уваги та ін. Це потребує від нього змін залежно від конкретних ситуацій, використання більш дієвих засобів вираження своїх думок. Також необхідна інтуїція – здатність збагнення істини шляхом її прямого тлумачення без обґрунтування за допомогою доказів і формулювання на цій основі своїх думок. Інтуїція приходить до екскурсовода після декількох років роботи й проявляється в умінні швидко визначати склад і запити екскурсантів, використовувати в розповіді несподіване явище, дію, факт, а також негайно робити висновки в разі виникнення інтересу екскурсантів до чого-небудь, правильному реагуванні на репліки екскурсантів, умінні знаходити правильний вихід із конфліктних ситуацій, давати потрібну пораду й оцінювати виниклі в екскурсантів асоціації.

Досвідчений екскурсовод, опираючись на свою інтуїцію, може без попередніх опитувань екскурсантів визначити їхні інтереси й на основі них скоротити або подовжити вступну частину розповіді, змінити зміст логічного переходу від однієї підтеми до іншої. Інтуїція екскурсовода підказує йому, який методичний прийом найбільш ефективний щодо конкретної аудиторії. Не меншу роль відіграє інтуїція у визначенні настрою екскурсантів, їхнього ставлення до спостережуваних об'єктів. Вона дає екскурсоводові змогу уникнути стандарту «усередненої» екскурсії й диференційовано підійти до викладу матеріалу.

Робота екскурсовода має творчий характер. Творчість у діяльності екскурсовода проявляється не лише в креативності

його уяви, а й у повсякденних обов'язках під час застосування методичних прийомів, підбору прислів'їв, приказок, цитат, різних форм поживлення мови, пошуку нових логічних переходів між підтемами, удосконалювання техніки проведення екскурсій. Проте творчість екскурсовода не повинна виходити за рамки контрольного тексту й методичної розробки.

Важливо, щоб методичні працівники та керівники методичних секцій помічали й підтримували розумну ініціативу екскурсоводів, заохочували їхнє прагнення до активних дій, спрямоване на вдосконалювання екскурсійної справи. Деякі екскурсії, підготовлені та проведені екскурсоводами, які творчо ставляться до дорученої справи, є справжніми уроками професійної майстерності.

6.4 Уміння й навички екскурсовода

Навичкою називають уміння виконувати певну дію. Його досягають кількаразовим повторенням тієї самої вправи. У результаті в працівника формуються звички, що дають йому змогу виконувати цю роботу більш якісно. Для екскурсовода такими діями є процеси підготовки й проведення екскурсій. Його звичками стають спосіб дій, порядок і послідовність «операцій» упродовж проведення екскурсій. На основі звичок формуються й удосконалюються навички. Отже, навички – це випрацьовані на практиці за однієї й тією самою схемою (спрямованість, послідовність, однакові витрати часу й ін.) дії екскурсовода. Навичку можна трактувати як вищий ступінь уміння. Вона є автоматичною дією, свідомий контроль самого виконавця за якою зведений до мінімуму. Набути навички означає не лише зробити роботу швидшою та точнішою, а й виконувати її більш упевнено.

Навички екскурсовода можна поділити на кілька груп: навички розроблення нової теми екскурсії; навички показування об'єктів; навички екскурсійного розповідання; навички техніки проведення екскурсії; навички демонстрації експонатів «портфеля екскурсовода»; навички роботи з екскурсійною аудиторією; навички мовного етикету; навички роботи з

книгою, у музеї, на виставці, в архіві; навички підготовки до проведення екскурсії; навички рекламування екскурсій; навички післяекскурсійної роботи; навички прослуховування екскурсії. Крім того, вони можуть бути класифікованими за ступенем складності, рівнем автоматичності, наявністю творчих елементів та ін.

Практична діяльність неможлива без взаємодії різних навичок (наприклад, навичок мовлення й демонстрації об'єктів, показування пам'ятників і використання наочних приладдя). Взаємодія навичок передбачає комплексне застосування методичних прийомів, їх вплив один на одного.

Підвищення ефективності екскурсії пов'язане з формуванням екскурсійних навичок і їх постійним удосконалюванням. Цього можна досягти двома основними шляхами. Перший із них – стихійний шлях спроб та помилок, він триваліший і менш ефективний. Екскурсовод практикує прийоми, самостійно аналізує рівень їх дієвості, покращує навички, змінює процес їх застосування, виявляє й виправляє помилки. Другий – керований шлях – припускає постановку та виконання конкретних завдань, зокрема засвоєння певних навичок у визначеній послідовності. У такому разі формуються навички, необхідні для практичної діяльності екскурсовода як фахівця певної галузі знань (історика, філолога, ботаніка, інженера-механіка, архітектора). За керованого шляху формування навичок застосовують різні форми навчання: навчальні вправи на маршруті біля екскурсійного об'єкта, вивчення методичної літератури, відвідування екскурсій, прослуховування аудіозаписів екскурсій, опрацювання методичної документації та ін.

Ефективність екскурсії залежить не лише від знань і навичок екскурсовода, а й від здатності екскурсантів до спостереження об'єктів, їхньої уваги до розповіді екскурсовода, уміння аналізувати фактичний матеріал, робити необхідні висновки. Тому важливим завданням екскурсії є навчити екскурсантів бачити й сприймати об'єкти, тобто допомогти їм набути певних навичок спостереження та вивчення об'єктів.

6.5 Підготовка екскурсовода

Є стандарт, що встановлює вимоги до забезпечення професійної підготовки екскурсоводів і програм підвищення кваліфікації. Згідно з ним, програма підготовки повинна бути спланованою так, щоб *давати змогу екскурсоводові в межах своєї кваліфікації:*

- представляти природні пам'ятки й пам'ятники історичної спадщини, країну (місцевість), у якій він проводить екскурсію;

- супроводжувати екскурсійні групи та/або індивідуальних екскурсантів (зокрема, осіб з особливими потребами) під час огляду природних пам'яток і пам'ятників історичної спадщини того чи іншого району;

- збирати й аналізувати інформацію, щоб давати точні та доречні коментарі;

- пояснювати екскурсантам питання культурної й природної спадщини, а також довкілля;

- допомагати екскурсантам відчутти та зрозуміти ті природні пам'ятки й пам'ятники історичної спадщини, з якими вони ознайомлюються, і / або ті місця, що вони відвідують;

- інформувати екскурсантів про всі аспекти життя певного району;

- формувати екскурсійні групи для організованих екскурсій по своїй території;

- володіти відповідною іноземною мовою (гіді-перекладачі).

Програма підготовки повинна бути розробленою так, щоб *екскурсовод міг одержати необхідну інформацію про:*

- туристську галузь і туристів, які відвідують їх регіон;
- відповідні правила й норми, зокрема охорону здоров'я та вбезпечення;

- порядок оподаткування і страхування;

- маркетинг та проведення організованих екскурсій і турів.

Програма підготовки повинна складатися з 600 навчальних одиниць. Кожна навчальна одиниця еквівалентна 60 хвилинам. До навчальних одиниць можуть належати лекції, консультації, віддалене (дистанційне) навчання, практичні й приватні заняття, домашні завдання.

Програма підготовки містить у собі такі елементи:

1) загальні теми.

Уведення в подальші теоретичні предмети, такі як історія й культура, правова та політична система держави, релігія й філософські течії, історія мистецтва та архітектури, різновиди мистецтва, світова географія й геологія, професійна етика.

Методи та навички проведення екскурсій: методи подання матеріалу, способи спілкування, уміння управляти групою, проведення екскурсій з урахуванням особливих потреб, ділові знання й навички.

2) спеціалізовані теми.

Цей блок призначений для одержання майбутніми екскурсоводами правильного уявлення про культурну й історичну спадщину того чи іншого місця та його сталий розвиток. Програма за цим блоком підготовки містити такі питання: політична, соціальна та економічна історія; археологія; історія мистецтв; архітектура; довкілля; культура, економіка, сучасне життя; умови роботи екскурсовода.

3) практичну підготовку.

Мінімальна тривалість практичних занять повинна становити 40 % від загальної підготовки. У програмі підготовки потрібно планувати демонстраційні тури та відвідування пам'яток і пам'ятників, що належать до основних об'єктів культурної чи історичної спадщини країни (місцевості). Виїзди на місцевість передбачають використання автобуса або інших транспортних засобів, проведення оглядових і піших екскурсій. Виїзди на місцевість пов'язані з ознайомленням із сільськими та міськими районами, включеними у програму підготовки екскурсоводів, а також охоплюють відвідування музеїв, художніх галерей, історичних об'єктів, археологічних пам'яток,

архітектурно та культурно значущих місць (зокрема, святинь), об'єктів природної спадщини.

Практична підготовка потребує від осіб, які її проходять, відпрацювання навичок під час виїздів на місцевість і їх застосування.

Здобуту кваліфікацію оцінюють так:

- шляхом проведення письмових та усних іспитів;
- шляхом практичної демонстрації на місці, під час пішохідних або автобусних екскурсій;
- шляхом залучення викладачів, які мають відповідну кваліфікацію.

Під час оцінювання навичок особи, які проходять підготовку, повинні демонструвати свою здатність:

- вільно володіти й спілкуватися рідною для екскурсантів мовою;
- створювати атмосферу взаєморозуміння завдяки використанню відповідної термінології;
- надавати першу медичну допомогу.

Організатори навчання повинні відповідати за зміст та якість підготовки, додержуватися вимог до викладачів і навчальної бази.

Шляхи підвищення професійної майстерності

1 Удосконалення організації методичної роботи.

2 Підготовка якісної методичної документації, удосконалення методичних документів.

3 Детальне розроблення технології методичних прийомів показування та розповідання, зважаючи на особливості екскурсійних тем та різні групи населення.

4 Відпрацювання техніки проведення екскурсій.

5 Установлення й збереження контактів між екскурсиводом та екскурсійною групою через опанування основ психології й педагогіки.

ТЕМА 7 ОРАТОРСЬКІ ЗДІБНОСТІ ТА КОМУНІКАЦІЙНА МАЙСТЕРНІСТЬ ЕКСКУРСОВОДА

План

- 7.1 Ораторські здібності екскурсовода.
- 7.2 Основні складові ораторського мистецтва в екскурсії.
- 7.3 Комунікаційна майстерність екскурсовода.

7.1 Ораторські здібності екскурсовода

Важливою умовою успішного проведення екскурсії є володіння екскурсоводом мистецтвом слова, уміння вільно викладати матеріал, який би зацікавлював і захоплював екскурсантів.

Сприйняття екскурсійної теми базується на звуковому й зоровому ряді. Джерелом звукового ряду є екскурсовод, його мова. Щодо екскурсантів він може діяти з різних *позицій*:

- інформатора, який повідомляє знання групі, розповідаючи про якусь подію, явище, не виявляючи свого ставлення до нього, не пояснюючи його сутності, причино-наслідкових зв'язків з іншими подіями та явищами;
- коментатора, який під час повідомлення про об'єкти, події і явища пояснює їх причини;
- співрозмовника, який показує об'єкт і веде цікаву розмову. Для інформування він використовує форму запитань – відповідей і залежно від реакції екскурсантів, їх запитань та реплік уводить у розповідь додатковий матеріал;
- радника, який пояснює побачене й дає певні рекомендації та поради, як спостерігати об'єкт, тобто підводить екскурсанта до відповідних висновків;
- емоційного лідера, який аналізує об'єкти и події, пов'язані з ними, оцінює, передає екскурсантам власну впевненість, допомагає зрозуміти об'єкти і явища.

Ефективне управління аудиторією незалежно від її розмірів, обставин спілкування, вікового, соціального складу тощо потребує від екскурсовода додержання методики

публічного спілкування й низки *соціально-психологічних рекомендацій*.

1 Удосконалення ораторського мистецтва сприяє розвитку гнучкості розуму, пам'яті. Його підґрунтям є широта інтересів, емоційні, адекватність стосовно того, «що, де та як сказати».

2 Важливо враховувати особистісні риси й темперамент, налаштовуючи спілкування з аудиторією на позитив.

3 Основу ефективного спілкування з аудиторією становлять такі особистісні риси:

– здібності (відповідний рівень інтелекту, голосові дані, правильна вимова, інтонація тощо);

– готовність до ораторського досвіду (системність і глибина індивідуального досвіду, широта знань, професійна орієнтованість тощо);

– співучасть у процесі спілкування (вміння одночасно володіти).

4 Перед екскурсією необхідно визначити склад аудиторії: кількість учасників групи; їх однорідність за віковою, соціальною та і ми ознаками; соціальну, професійну орієнтованість екскурсантів; наявність постійних контактів з екскурсантами-клієнтами фірми або самого екскурсовода.

5 Для подолання змістових бар'єрів спілкування необхідно враховувати, що такі ситуації виникають тоді, коли:

– думка екскурсовода не знаходить адекватного відображення в його мові, а отже, він не може повно висловити передбаченого змістом екскурсії;

– засоби мовного викладу інформації не відповідають мовним знанням слухачів;

– слухачі не володіють необхідними вміннями інтерпретувати текст, що сприймають.

6 Особливо важливі перші хвилини, упродовж яких декілька заготовлених фраз допомагають установити перший контакт, привернути увагу екскурсантів, «налагодити» спілкування в групі.

7 Варто пам'ятати, що сила хвилювання обернено пропорційна кількості часу, витраченого на підготовку до екскурсії.

Звісно, головною ознакою ораторської майстерності екскурсовода є культура мови. Якою повинна бути мова екскурсовода, щоб проведені ним екскурсії надовго запам'яталися екскурсантам?

1 Багатою й різноманітною. Дослідники встановили, що активний словниковий запас сучасної людини 7 – 9 тис. слів. За підрахунками інших, він досягає 11 – 13 тис. слів. Д. Карнегі стверджує, що середній чоловік обходиться приблизно двома тисячами слів. Для порівняння зауважимо, що А. С. Пушкін вжив у своїх творах і листах більше ніж 21 тис. слів, Єсенін – майже 19 тис. (тобто 18.890), Сервантес – 17 тис., Шекспір – близько 15 тис. Гоголь лише в «Мертвих душах» використав близько 10 тис. Це свідчить про виняткове багатство тезаурусу великих майстрів художнього слова. Водночас часто нам доводиться слухати екскурсії, сповнені штампованих, сухих, одноманітних визначень.

2 Чистою. Чистота мови – це відсутність у ній зайвих слів, слів «бур'янів», слів-паразитів. У мові зазначених слів немає, такими вони стають у мовленні екскурсовода через їх недоречне вживання. У деяких екскурсоводів у мовленні часто зустрічаються «улюблені слівця»: «когда скоро», «остільки., оскільки..», «так сказати», «як би», «значить», «ось», «власне кажучи», «бачите», «загалом-то», «зрозуміло», «так, так», «розумієте», «скажімо так», «будемо так говорити» та ін. Створюється неприємне враження. Сприйняття екскурсійного матеріалу знижується. У разі занадто частого вживання подібних слів екскурсанти можуть сконцентрувати свою увагу на їх підрахуванні, а не на дійсно цікавих фактах.

Наведу приклад із власного досвіду. Не пам'ятаю, у якому році, але якось ми поїхали групою туристів у Крим для здійснення походу по визначних місцях. І зокрема ходили на екскурсії. І ось якраз під час однієї з них нам довелося слухати й мимоволі підраховувати, як екскурсовод вживала один і той

самий прикметник, розповідаючи про будівлі палацу, портрет імператора, музичний інструмент, що стояв усередині, вигляд із вікна. Це був прикметник «красивий». А скільки синонімів можна було б підібрати: чудовий, прекрасний, чудовий, дивовижний, чудовий, чудовий і багато інших! Синоніми роблять мову в екскурсії яскравішою, різноманітнішою, дають змогу уникати повторення одних і тих самих слів. І, як наслідок, після завершення екскурсії один член нашої групи повідомив, що екскурсовод вжив цей прикметник 47 разів.

3 Зрозумілою. Готуючи текст екскурсії, необхідно зробити так, щоб абстрактні твердження стали зрозумілими. Для цього рекомендовано супроводжувати загальні категорії конкретними прикладами. В іншому разі екскурсія не може бути освітнім та виховним процесом. Незрозуміле викликає недовіру й неприязнь в екскурсантів, погано засвоюється та запам'ятовується, мало чого може навчити. Дуже важливо, але й надзвичайно складно бути зрозумілим. Як цього досягти? Потрібно правильно використовувати різні пласти лексичного складу мови, такі як терміни, іноземні слова, діалектизми, жаргонізми, професіоналізми, історизми, архаїзми, неологізми. Уведення в текст слів обмеженого вживання повинно бути обов'язково мотивованим. Рекомендовано уникати занадто частого вживання спеціальних термінів. Потрібно бути впевненим у тому, що предмет, про який буде говорити екскурсовод, так само зрозумілий і для екскурсантів.

4 Точною. Точність мовлення екскурсовода пов'язана з умінням чітко мислити, знанням предмета мовлення та законів української мови. Точність мовлення – це точність слововживання, правильне й доречне вживання багатозначних слів. Якщо під час підготовки екскурсійного матеріалу екскурсоводові зустрічається знайомий термін але є сумніви щодо його формулювання, то краще не полінуватися та дізнатися його точне значення в словнику. Не зробивши цього, екскурсовод ризикує втратити авторитет в очах екскурсанта, вживши його в неправильному контексті або давши хибну відповідь на запитання екскурсанта.

5 Правильною. Правильність мовлення екскурсовода передбачає додержання чинних норм української літературної мови. Для того щоб говорити правильно, необхідно знати граматичні норми, а також норми вимови й наголошування.

6 Виразною, яскравою, образною. Екскурсовод повинен впливати не лише на почуття, а й на уяву екскурсантів. Для цього в нього є цілий арсенал виразних засобів. Усі виразні засоби мовлення поділяють на лексичні засоби та фігури мови. Важливе місце в лексичних засобах посідають стежки – вживання слів у переносному значенні. До стежок належать епітети, порівняння, метонімії, синекдохи, метафори, гіперболи, літоти, перифрази та ін. Епітет оживляє слово, надає екскурсійному об'єкту більшої виразності. Порівняння зазвичай базується на зіставленні двох предметів або явищ, що мають однакові ознаки. Його оформляють за допомогою сполучників «як», «ніби», «начебто», «рівне», «немов», «точно». Метонімія являє собою перенесення значень за суміжністю явищ («усе місто обговорювало цю подію», «з'їв цілу тарілку» та ін.). Синекдоха – це позначення цілого через його частини. Наприклад, синекдоха М. Лермонтова: «Й чути було до світанку, як радів француз». У метафорі слова зближуються за подібністю чи контрастністю їх значень. Наприклад, метафора А. Ахматової «Порожніх небес прозоре скло». У своєму оповіданні екскурсоводові варто уникати використання метафор, сенс яких складно зрозуміти. Гіперболи роблять мову екскурсовода більш яскравою. Наприклад, «рідкісний птах долетить до середини Дніпра» (перебільшення величини річки). Применшення властивостей, якостей об'єкта, людини, називають лілотою. Наприклад, «Хлопчик мізинчик». У перифразі відбувається заміна найменування предмета описовим зворотом мови. Замість лева можна сказати «цар звірів», поняття «бувала людина» замінити на вираз «тертий калач». Ці й багато інших засобів виразності роблять мову яскравою, виразною, емоційною та образною. Водночас образність і емоційність мови підсилюють її ефективність, сприяють кращому розумінню,

сприйняттю й запам'ятовуванню, викликають естетичне задоволення.

Формуючи словниковий (лексичний) запас, особливу увагу потрібно приділяти спеціальним термінам і словам іноземного походження. Проте бажано уникати перевантаження ними екскурсійної розповіді. Основними критеріями в такому разі повинні бути доцільність та необхідність їх використання, адже дуже часто можливість їх адекватної заміни еквівалентами рідної мови.

Корисні вправи

Збагачення лексичного запасу

Для заняття вибирають текст за спеціальністю. Суть заняття полягає в заміні одних слів на інші. Наприклад, усі дієслова необхідно замінити на інші, що відповідають змісту. Наступного разу варто замінити іменники, потім прикметники. Перші 5 – 10 днів можна користуватися словником.

Така вправа спрямована на активізацію «пасивного» запасу слів. Її додаткова цінність полягає в можливості розвитку як рідної, так і іноземної мови.

Тренування з магнітофоном

Магнітофон дає змогу здійснити зворотний зв'язок, потрібний для ліквідації помилок у мовленні. Крім удосконалення усного мовлення, магнітофон сприяє тренуванню рефлексів мислення. Під час прослуховування запису проводять самооцінювання й прогнозують результати оцінювання розповіді іншими.

З магнітофоном відпрацьовують:

- читання фрагментів (прози, віршів) із прослуховуванням прочитаного;
- переказування прочитаного тексту;
- вимовляння звуків, слів, наголошування. Можна скласти списки слів зі складним або незвичайним наголосом.

Незаперечну роль, крім словникового запасу, відіграє техніка мовлення: чіткість дикції, правильна вимова, постановка наголосу – тобто всі елементи, що свідчать про рівень як особистої, так і професійної культури екскурсовода.

Розроблено низку мовних прийомів, що дають змогу емоційно прикрасити мову, уникнути її одноманітності, а отже, підвищити увагу екскурсантів, сприяти більш глибокому сприйняттю теми загалом.

Важливу роль відіграє правильно вибраний темп розповідання. Установлено, що для сприйняття звучання й змісту слова необхідно менше ніж 1 секунда. Проте варто враховувати, що для невідомих слів знадобиться більше часу. За певних навичок людина схоплює зміст зі швидкістю 60 – 70 слів за хвилину. Водночас упродовж спілкування з аудиторією краще не перетинати межу 60 слів за хвилину.

Швидкість мовлення екскурсовода залежить від змісту екскурсії (наприклад, повільніше викладають висновки, узагальнення і швидкості руху транспортного засобу, використовуюваного для її проведення). Досить часто об'єкт знаходиться в полі зору екскурсантів лічені секунди й екскурсовод повинен дати основний матеріал, прискорюючи швидкість мовлення. Проте потрібно пам'ятати, що поспішність у розповіданні впродовж екскурсії неприпустима, оскільки в екскурсантів може створитися враження про байдужість екскурсовода до теми екскурсії.

Зрозуміло, що екскурсовод не повинен говорити безперервно під час усієї екскурсії. Короткі паузи необхідні для підсилення фрази перед висновками, узагальненнями. Більш тривалі паузи допускаються в разі переїжджання від об'єкта до об'єкта. У міських екскурсіях вони здебільшого не перевищують 1 – 2 хвилини, у замських – 15 – 20 хвилин.

Значний вплив на аудиторію мають інтонація, емоційність розповідання екскурсовода, що створюють своєрідну атмосферу спілкування, свідчать про його ставлення до подій, об'єктів, про які йдеться. Отже, тон розповідання варто змінювати залежно від подій, про які розповідає екскурсовод, почуттів, що він намагається висловити.

Удосконалення ораторського мистецтва екскурсовода повинне ґрунтуватися насамперед на усвідомленні того, що екскурсія – це не лекція. Екскурсоводові потрібно вільно

володіти матеріалом і мати високу культуру мови, адже протягом екскурсії йому необхідно знати окремі невідповідності в сприйнятті екскурсії та вносити певні корективи: повторювати, уточнювати, роз'яснювати тощо.

Екскурсовод повинен пам'ятати, що слухачі постійно виконують потрійну роботу:

- сприймають розповідь екскурсовода;
- «перекладають» на внутрішню особисту мову (особливо цей процес ускладнюється, якщо екскурсовод говорить невиразно, монотонно, не вимовляє окремих звуків, використовує незрозумілу лексику тощо);
- усвідомлюють зміст.

Численні дослідження показують, що активно слухати, навіть дуже цікавий матеріал, людина може в середньому 15 хвилин. Отже, крім відповідного застосування прийомів показування, екскурсовод повинен володіти *навичками «пожвавлення» розповіді:*

- цікавими відхиленнями від основної теми;
- вправними порівняннями;
- ставленням запитань аудиторії, на які екскурсовод сам і відповідає;
- психологічними паузами, що дають змогу зосередити увагу екскурсантів на певній думці, підготувати їх до сприйняття наступного матеріалу, підкреслити висновок, узагальнити викладене тощо;
- доцільним жартом тощо.

Особливу роль прийоми ораторського мистецтва відіграють під час давання відповідей на запитання. Адже відповідання запитанням на запитання або його негативне оцінювання («Це не стосується теми нашої екскурсії») неприпустимі. У пригоді стане, наприклад, така «хитрість», як відповідь «у кредит». Якщо виникає ситуація, за якої екскурсоводові складно відповісти на запитання, він не повинен говорити про це прямо. «Перенести» відповідь можна, оголосивши аудиторії про відповідну тематичну екскурсію, або

музейну експозицію, навчальні й наукові заклади, у яких вивчають певну проблему тощо.

Загальноживана рекомендація: не поспішати з відповіданням, бажано завуалювати уточненням, чи правильно екскурсовод зрозумів поставлене запитання. Звісно, допоміжну роль у запобіганні певним запитанням може відіграти довідковий матеріал (карти міста, буклети з анонсами екскурсій, музеїв тощо) для тих, хто хоче одержати більш детальну інформацію.

У жодному разі тон відповідання не повинен показувати роздратування екскурсовода. Коли вас запитують про те, що вже сказано, або повторно ставлять запитання, напевно у тому, що вас не зрозуміли з першого разу, є ваша провина. Отже, не давайте непередуманих, необґрунтованих або сумнівних відповідей, щоб не пожалкувати про це з часом – відповідайте на запитання лаконічно, зрозуміло й чітко.

7.2 Основні складові ораторського мистецтва в екскурсії

Багато екскурсоводів, особливо на початковому етапі своєї професійної діяльності, проводячи екскурсії, страждають від хвилювання й невпевненості в собі. Їх подолання – найважливіша, на наш погляд, складова ораторського мистецтва екскурсовода. Проте впевненість під час виступу зовсім не є талантом, притаманним лише окремим видатним особистостям. Крім того, багато досвідчених екскурсоводів краще думають і говорять перед аудиторією, ніж у бесіді з окремою людиною. Присутність більшої кількості екскурсантів виявляється для них стимулом, породжує натхнення. Екскурсовод завжди може відчувати збентеження перед початком промови, але через кілька секунд після того, як він почне говорити, воно повністю зникає. Для цього потрібно додержуватися зазначених далі чотирьох правил, сформульованих найбільшим фахівцем у галузі ораторського мистецтва Дейлом Карнегі.

1 Починайте промову із сильним і наполегливим прагненням досягти мети. Пам'ятайте, що від сили вашого прагнення до неї залежатиме швидкість ваших успіхів.

2 Готуйтеся до виступу. Ви почуватиметеся себе невпевнено, якщо не будете ґрунтовно знати те, про що збираєтеся говорити.

3 Проявляйте впевненість. «Щоб відчувати себе сміливим, – рекомендує професор Вільям Джеймс, – дійте так, ніби ви дійсно сміливі, напружте для цієї мети всю свою волю, і напад страху, найімовірніше, зміниться на приплив мужності».

4 Практикуйтеся. Це найважливіше для досягнення мети. Страх є наслідком невпевненості, невпевненість – незнання того, на що ви здатні, а це незнання – нестачі досвіду. Тому забезпечте собі «багаж» успішного досвіду, і ваші страхи зникнуть.

Підготовка до виступу

Якщо екскурсовод добре підготувався до проведення екскурсії, він може майже повністю бути впевненим в успіху. Ґрунтовно підготовлена промова – це на дев'ять десятих виголошена промова. Але що значить підготуватися до проведення екскурсії? Механічно виписати на папір кілька фраз? Завчити ці фрази? Нічого подібного. Справжня підготовка полягає в тому, щоб підібрати й скомпонувати свої думки, виробити та оформити власні переконання й приклади.

Не рекомендовано готувати контрольний або індивідуальний текст екскурсії за кілька годин. Він повинен «визріти». Необхідно заздалегідь вибрати тему, обдумувати її у вільний час, обговорювати. Можна зробити її предметом бесід. Ставити самому собі всілякі запитання на цю тему. Записувати всі думки та приклади, що приходять у голову, і продовжувати шукати. Ідеї, міркування, приклади можуть приходити неочікувано. Після того як ми обміркували свою підтему в екскурсії самостійно, варто йти в бібліотеку й вивчати всю літературу щодо неї.

Екскурсоводові рекомендовано зібрати значно більше матеріалу, ніж він буде використовувати. Саме для цього

потрібний контрольний текст екскурсії. Важливі резервні знання. Це необхідно, щоб одержати найбільш повний обсяг інформації. Усі факти, що висвітлюють тему, повинні бути зібраними, систематизованими, вивченими, засвоєними й перевіреними. Екскурсоводові варто переконатися в тому, що це дійсно факти, а потім подумати, на який висновок вони наштовхують. Немає суворого правил організації думок та побудови промов. Кожна екскурсія створює свої власні, особливі проблеми. Екскурсовод повинен докладно висвітлити актуальне питання й більше до нього не повертатися. Не потрібно перемикаати увагу з одного питання на інше.

Коли мова індивідуального тексту екскурсії буде готовою, варто провести репетицію. Для цього можна, усамітнівшись де-небудь, виголосити її повністю з початку до кінця, з жестами, давши собі волю. Можна уявити, що ми звертаємося до справжніх екскурсантів. Чим частіше це робиш, тим краще відчуваєш себе, коли настає час реального проведення екскурсії. Особливо ретельно необхідно «відпрацьовувати» емоційне забарвлення окремих фраз і виразів. Екскурсовод не повинен механічно заучувати формулювань та складних слів. Потрібно звикнути до них, зрозуміти їх зміст і лише після цього запам'ятати. Варто прагнути до того, щоб їх уживання в промові стало природним. Якщо не вдається цього досягти, окремі слова потрібно замінити на інші, більш звичні.

Після цього екскурсовод повинен вивчити індивідуальний текст. Записи в руках екскурсовода на 50 % знищують інтерес до екскурсії. Необхідно уникати читання індивідуального тексту або занадто частого використання карток-підказок. Але як? Для цього потрібна гарна пам'ять, яку повинен розвивати екскурсовод.

7.3 Комунікаційна майстерність екскурсовода

Спеціалісти визначили, що лише 7 % змістового навантаження в спілкуванні передають слова, 38 % – інотація й модуляція голосу, а 55 % – вираз обличчя, пози, жести. Отже,

ефективність вербальних прийомів (розповідання) і прийомів показування об'єктів значно підвищується завдяки застосуванню так званих невербальних прийомів комунікації (спілкування).

Опанування таких прийомів неможливе без формування власного зовнішнього вигляду.

Формування зовнішнього вигляду вимагає критичного підходу до себе й цілеспрямованої роботи над удосконаленням:

- власного іміджу;
- атмосфери спілкування в екскурсійній групі завдяки результатам візуального аналізу;
- відносин у колективі.

Перед екскурсоводом стоїть складне завдання: щоразу переживати події й факти, що він повідомляє під час екскурсії. Захоплення темою, уміння піднятися над буденністю, емоційність розповідання – якості, що викликають реакцію слухачів. Їх екскурсанти сприймають через настрій і зовнішній вигляд екскурсовода, його міміку, поставу й ходу, жести. Крім того, володіння прийомами візуального аналізу дає змогу легше та ефективніше встановлювати контакт з аудиторією. Особливе значення це має під час проведення екскурсій для іноземних туристів, культура яких несе відбиток традиційного, національного сприйняття окремих ознак зовнішності людини.

Мімічний вираз обличчя. Обличчя будь-якої людини мінливе та являє собою цілу гаму різних рухів, що виражає міміка. Американський психолог А. Штангль у своїх працях наводить досить корисний для екскурсійної практики опис мімічних виразів і їх відповідну інтерпретацію. Наприклад, рівно піднята голова свідчить про впевненість, визначену самосвідомість, цілковиту відкритість та увагу до навколишнього світу, інтенсивні взаємовідносини з ним. Якщо голова акцентовано піднята, складається враження, що людина відчуває відсутність близькості, самозвеличення та зарозумілість. Закидання голови назад демонструє бажання діяльності, виклик іншим. І, навпаки, схилена голова свідчить про відмову від активності, повну відкритість до

співрозмовника, намагання йти назустріч, навіть покірливість. Похилена голова – ознака суцільної неготовності бути наполегливим, безхарактерність.

Руки мускулатури лоба, надумку А. Штангля, тісно пов'язані з активністю очей та обумовлені нею. Зокрема, горизонтальні зморшки утворюються за максимального розкриття очей (переляку, подиву, безпорадності, недовіри, пихи, зневажливості тощо), характерного для духовної інертності або сильної втоми. Вертикальні зморшки на лобі над переніссям чітко свідчать про фіксовану волю. Їх навіть називають «вольовими зморшками», але вони можуть бути пов'язаними також із надмірною душевною замкненістю, відокремленістю від нових вражень і думок. Одночасні горизонтальні й вертикальні зморшки – так звані «зморшки злиднів» – є ознакою перенесених страждань та безпорадності, дискомфортного внутрішнього стану.

Надзвичайно інформативним органом є очі. Наприклад, певну інформацію спеціалістові-спостерігачеві може надати навіть колір очей.

Цікаві дані щодо цього накопичені іридіодіагностикою – спеціальною сферою знань, що дає змогу визначити стан та особливості людини за малюнком райдужної оболонки цільною ока (іриса). Доведено, наприклад, що в людей із чорними й карими очима нервова система більш збуджена, ніж у тих, хто має блакитні чи сірі очі. Блакитноокі, проте, більш схильні до неврологічних захворювань. Водночас люди з блакитними очима, за спостереженням австралійських учених, менш чутливі до болю. Добре переносять біль зелено- та сіроокі, а люди з карими очима підсвідомо відчувають неймовірний страх перед болем. Окремі вчені стверджують і на те, що колір очей відображає також характерні риси людини. Зокрема, американські психологи Дж. Гпайв та Е. Клері, дослідивши протягом 5 років 10 тис. осіб, дійшли висновку, що діти з темними очима більш енергійні, ініціативні, мають неспокійніший характер, ніж діти зі світлими. Стосовно дорослих автори зазначають на те, що люди з темно-блакитними

очима досить наполегливі, схильні до сентиментальності. Вони легко адаптуються до змін, але довго пам'ятають образи, примхливі. Люди з темно-сірим кольором очей уперті та сміливі, досягають свого, незважаючи на різні труднощі. Вони бувають запальними і мстивими, дуже ревниві й переважно однолюби. Кароокі часто веселі, запальні, але швидко заспокоюються. Люблять дотепний гумор, комунікабельні, легко знаходять спільну мову з іншими, але вирізняються мінливістю. Люди зі світло-карими очима сором'язливі, схильні до самотності, великі мрійники, дуже важко переживають образи. Вони працьовиті, старанні, на них здебільшого можна покластися. Сині очі свідчать про романтичність натури, а також егоїзм і зарозумілість. Люди з такими очима імпульсивні, але легко здаються. Їх позитивною рисою є правдивість. Люди із зеленими й сіро-зеленими очима зазвичай мають сильну волю та цілеспрямовано рухаються до мети. Їх вирізняє постійність, іноді вони бувають жорсткими й непоступливими. Досить часто їм не вистачає уяви.

Засобом установаження контакту є погляд. Проте різні народи по-різному використовують його в спілкуванні. Етнографи, які вивчають ці питання, поділяють людські цивілізації на «контактні», та «неконтактні».

Для представників контактних культур (арабів, латиноамериканців, народів Півдня та Європи) погляд під час спілкування має велике значення. До неконтактних належать індійці, пакистанці, японці, середньоевропейці.

Дослідження, проведені в США, показали, що навички використання погляду під час спілкування, набуті в дитинстві, упродовж життя майже не змінюються, навіть якщо людина потрапляє в інше національне середовище. Водночас жінки переважно застосовують прямий погляд значно частіше, ніж чоловіки. Крім того, вони частіше дивляться на співрозмовника, а також довше не відводять погляду.

«Мова погляду» дуже різноманітна. Зокрема, широко відкриті очі свідчать про чуттєвість, загальну жвавість, а надто відкриті («витріщені») очі – про посилення оптичної

прив'язаності до навколишнього світу. Майже заплющені очі досить часто є ознакою інертності, байдужості, зарозумілості, суму або сильної втоми. Примружений погляд означає або сконцентроване спостереження, або (у поєднанні з поглядом збоку) – підступність і хитрість. Прямий погляд, звернений до співрозмовника, демонструє зацікавленість, довіру, відкритість, готовість до прямої взаємодії. Погляд збоку «краєм ока», свідчить про відсутність відданості, скепсис, недовіру. Погляд знизу (за схиленої голови) відображає або агресивну готовність до дії, або (за зігнутої спини) – покірливість, догоджання, а погляд згори вниз (за відкинутої назад голови) – почуття зверхності, презирства, ствердження влади. Погляд, що відхиляється, означає невпевненість, скромність або побоювання, можливо, почуття провини.

Особливе враження справляє міміка рота. Спущені куточки губ символізують негативне ставлення до життя, створюють образ суму й невдоволення, а підняті – оптимізм і веселу вдачу. Пухлі губи відображають чутливість, м'які – чуттєвість, чітко окреслені (начебто вирізьблені) – високий інтелект, тверді – вольовий характер.

Німецький антрополог Карстен вивчав усмішку, ґрунтуючись на цільному підході: він досліджував цей елемент міміки в динаміці, а не за фотографіями, як це робили раніше. Він записував на відеоплівку усмішки людей, потім проводив вимірювання, завдяки якому встановив швидкості здійснення куточків рота та одночасного розширення очей із подальшим коротким закриванням повік. Надто тривале розширення очей без подальшого короткого закривання в комбінації з посмішкою він розглядав як погрозу, а короткочасне закривання очей, навпаки, як заспокійливий елемент міміки (у такому разі усмішка начебто каже: «Я не очікую від вас нічого поганого, навіть очі заплющую»).

Особливу підступність в оцінюванні зовнішніх вражень має сміх. Зокрема, сміх на а (ха-ха-ха) цілком відкритий, щирий, легкий та безтурботний. Сміх на е(хе-хе) асоціюється з викликом, зухвалістю, заздрісністю. Сміх на і (хі-хі) одночасно

прихований, хитрий, являє собою суміш іронії й злості. Сміх на о (хо-хо) виглядає хвалькуватим, дуже часто має відтінок знущання та протесту. Сміх на у (ху-ху) свідчить про прихований страх.

А от лагідна усмішка створює враження про привітне, доброзичливе й відкрите ставлення до співрозмовників, внутрішню радість від спілкування.

Корисні вправи

Управління мімікою

Спостерігайте за своїм обличчям у дзеркалі. Чи подобається воно вам? Чи подобається воно іншим?

1 Вимовте декілька слів, речення (назву теми, підтеми, окрему цитату екскурсії) кволо, нормально, енергійно, задумливо, романтично, екзальтовано, трагічно, безтурботно. Стежте за мімікою.

Можна провести експеримент:

2 «Покажіть» один і той самий фрагмент екскурсії спочатку за непорушного виразу обличчя, а потім із мімічним супроводом. Підмічайте, що справляє найбільший ефект.

Значну частину часу протягом екскурсії екскурсивод перебуває в русі. Отже, варто зважати, що загальні та специфічні характеристики постави й ходи можуть багато розповісти уважному спостерігачеві. Гарна невимушена постава свідчить про щире сприйняття та відкритість до навколишнього світу, здатність використовувати внутрішні сили і свободу від будь-якого обмеження чи примусу, а нерухомість, напруженість тіла – про реакцію самозахисту, замкненість, часто чутливість, ніяковість та бажання бути коректним. Руки в кишенях, кволість постави відображають про покірливість, нестачу самостійності.

Мова рук або жестів завжди суто індивідуальна й високо інформативна. Крім індивідуальності, мова жестів має загальні особливості, що залежать від національності, віку, статі, рівня культури та інших ознак.

Майкл Арджайл, який вивчав мову жестів під час навколосвітньої подорожі, установив, що в середньому

впродовж годинної розмови фін використовує жестикуляцію один раз, італієць – 80, француз – 120, а американець – 180.

У роботі екскурсовода необхідність жестів викликана тим, що йому доводиться не лише розповідати, пояснювати, коментувати, а й показувати завчасно відібрані об'єкти. Жести супроводжують розповідь, передають певну інформацію, орієнтують екскурсантів на об'єкт. Найчастіше екскурсоводи користуються жестами, пов'язаними рухом рук. Жести повинні не лише спрямовувати увагу екскурсантів на об'єкт, а й відображати ставлення до нього. За рухом рук екскурсант приблизно уявляє собі, що побачить. Тому жести екскурсовода повинні бути вчасними, чіткими й красиво виконаними. З одного боку, жест виконує організаційну роль – фокусує увагу, а з іншого – є засобом емоційного впливу. Отже, екскурсоводові завжди варто продумувати манеру виконання жестів з урахуванням вікового складу групи та психологічних особливостей екскурсантів, роду їх занять тощо. Наприклад, для дитячої аудиторії жестикуляція передбачає більшу активність, ніж у разі спілкування з людьми середнього й похилого віку.

Жести екскурсовода. Засобом показування екскурсійних об'єктів жест. Жести мають різноманітні напрямки: вертикальний і вільний рух руки, перелічування на пальцях, рух вказівного пальця по колу, у сторону об'єкта, рух однієї руки, перехрещення рук.

В екскурсійній практиці прийнята зазначена далі *класифікація жестів*.

1 Жести вказівного характеру (основну роль відіграють рука й пальці). Ці жести можуть бути прямими, дугоподібними, ламаними, зокрема в різних напрямках: зверху вниз, знизу вгору, зліва направо та навпаки.

2 Ілюстративні жести дають уявлення про межі об'єктів, розміри території, що показують.

3 Окреслювальні жести передають розміри демонстрованих об'єктів (висоту, ширину, товщину, глибину).

4 Реконструктивні жести допомагають візуально відновити будинок, відокремити надбудови.

5 Спонукальні жести дають екскурсоводові змогу правильно розташувати групу поруч з об'єктом, здійснити перехід між об'єктами, вийти або зайти в автобус.

6 Наочний жест спрямований на демонстрування наочних посібників.

7 Емоційні жести не лише виражають емоції екскурсовода, а й допомагають активізувати емоційний стан екскурсантів.

Екскурсоводові, як актору, необхідно технічно відпрацьовувати, урізноманітнювати жести, контролювати свої рухи під час проведення екскурсії. Постійне торкання окулярів, часте одягання й знімання рукавичок, постукування пальцями – усе це жести-паразити, яких потрібно уникати. Шкідлива і надмірна жестикуляція. Сумбурні, несвідомі рухи супроводжують незрозумілу, хаотичну розповідь. Неприпустимі не виправдано грубі, невитримані жести, що виражають невдоволення екскурсовода, жести попереджувального або навіть погрозного характеру (наприклад, під час екскурсій для школярів). Такі жести свідчать про безпорадність екскурсовода, його некомпетентність, невміння знайти правильний підхід до групи, зацікавити екскурсією, установити відповідний контакт з екскурсантами.

У сучасних працях із психодіагностики наведено багато пояснень жестів, особливо рук та кисті.

1 В'яло звислі вздовж тіла руки – пасивність, не готовність до дії, нестача волі.

2 Перехрещені на грудях руки – захисна реакція, певна ізоляція, деякою мірою очікування.

3 Руки за спиною – не готовність до дії, прихована збентеженість, сором'язливість, тяжкий стан.

4 Відкрита долоня руки, повернена догори, – жест пояснення, переконання, відкритої уяви.

5 Одна або обидві руки, сховані в кишенях, – приховування труднощів, невпевненості, втрата невимушеності.

6 Рука в кулаці – концентрація, спроба боротися з схвилюванням, намагання самоствердження.

7 Потирання рук – присмні думки, задоволення.

8 Рука щось бере й робить рух у цьому напрямку – безпосереднє тілесне захоплення, часто ознака жадоби, думок про матеріальне.

9 Рух рук, що закривають обличчя або його частину, – бажання приховати свій стан, задумливість або ніяковість.

10 Витирання лоба – спроба позбавитися від поганих думок, недобрих уявлень або концентрація на роздумах.

11 Розкрита долоня, яка гладить щось приємне на дотик (наприклад, іншу руку), – м'яка вдача, гарний настрій.

12 Напружено випростаний вказівний палець – ознака концентрації на внутрішньому без уваги до оточення.

13 Прямий вказівний палець, покладений на край губ, – почуття невпевненості, пошук причин, допомоги.

14 Палець у роті – наївність, подив, неухажність, непорозуміння.

15 Палець, що торкається очей або вух, – ознака ніяковості, певна сором'язливість, пошук можливостей втекти.

16 Кінчик вказівного й великого пальців разом, усі інші, особливо мізинець, відставлені – високий ступінь уваги та концентрації, спрямованість на найдрібніші деталі.

17 Руки спираються на поясі – потреба у ствердженні й посиленні, демонстрація власної суворості та зневаги, виклик. Часто компенсація почуття слабкості або ніяковості.

18 Руки підтримують верхню частину тулуба, спираючись на який-небудь предмет (стіл, стілець тощо): необхідність душевної опори або внутрішня невпевненість.

Отже, важливо пам'ятати, що жест під час екскурсії – не просто механічний рух. Він має змістове й емоційне навантаження, відображає індивідуальність екскурсовода. В окремих, наприклад конфліктних, ситуаціях екскурсоводові буває нелегко свідомо контролювати свої емоційні жести відповідно до всіх правил виразної та точної жестикуляції. Проте, витримка й самоконтроль тренують уміння зважувати свої слова та рухи.

ТЕМА 8 ПСИХОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЕКСКАРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

План

8.1 Елементи психології в екскурсії.

8.2 Уява на екскурсіях.

8.3 Емоції на екскурсії.

8.1 Елементи психології в екскурсії

Психологічна теорія становить невід'ємну частину загальних знань і вмінь екскурсовода, а також необхідна під час підготовки методичної розробки екскурсії для врахування психологічних особливостей різних груп екскурсантів. *Психологія* – це наука про психічні явища й факти, до складу яких належать:

– психічні процеси: мислення, сприйняття, пам'ять, відчуття;

– психічні стани: бадьорість чи пригніченість, працездатність чи втома, уважність або неуважність;

– психічні якості особистості: темперамент, характер, здібності, переконання.

У разі орієнтування на певну аудиторію з відповідними запитамі, інтересами, особливостями мислення екскурсоводові необхідно користуватися такими *компонентами психології груп*, як:

– соціальні потреби та інтереси (матеріальні й духовні), що є спонукальним мотивом до участі в екскурсії;

– соціальні почуття, емоції, настрої, які характеризують аудиторію;

– характер, зміст установок, ціннісних орієнтирів і життєвих планів соціальних груп;

– пізнавальні можливості екскурсантів, що базуються на наявних знаннях, досвіді, які обумовлюватимуть підготовленість до сприйняття екскурсійної інформації;

– переконання, погляди та тенденції оцінювання, характерні для цієї соціальної групи.

У процесі проведення екскурсії екскурсовод орієнтується на певну групу з огляду на те, що рівень активності (підвищений або знижений) залежить від психічного стану кожного з екскурсантів.

Психічний стан – це певний рівень психічної діяльності, що проявляється в активності особистості. Основою для появи різних психічних станів є конкретні умови, у яких перебувають екскурсовод та екскурсанти: обстановка життя й праці, мікроклімат у колективі, стан здоров'я (фізіологічний чинник), атмосферні процеси (погода, тиск тощо).

Розрізняють декілька видів психічного стану особистості: загальний психічний стан, що служить основою для сприйняття; емоційний стан (настрій); інтелектуально-творчий стан; вольовий стан (готовність до дій).

Методистам та екскурсоводам упродовж підготовки й проведення екскурсії необхідно враховувати такі риси її учасників, як здатності, характер, темперамент, а також природні якості: пам'ять, спостережливість, уяву та кмітливість.

Екскурсію розглядають як процес *пізнання*, сенс якого полягає в тому, що в його процесі засвоюється певна істина. Пізнання – це процес відображення й відтворення дійсності в мисленні. Водночас це взаємодія суб'єкта (екскурсанта) та об'єкта (пам'ятки), упродовж якої суб'єкт здобуває знання. Пізнання на екскурсії відбувається за схемою: наочність – сприйняття (відчуття, уявлення) – формування понять на основі одержання екскурсантами уявлень.

Екскурсія як процес пізнання являє собою предметно-чуттєву практичну діяльність людей. Об'єкти пізнання – предмети зовнішнього світу: пам'ятки історії й культури, природи, історичні місця та ін.

Пізнання починається з виникнення контакту органів чуття людини з об'єктом. Сприйняття спостережуваних об'єктів відбувається на основі зорових і слухових відчуттів. За допомогою них формуються уявлення. Пізнання триває в абстрактному мисленні екскурсантів. На цій основі вони приходять до висновків. Екскурсія як процес пізнання

складається з двох частин: чуттєвого пізнання (відчуття, сприйняття, уявлення) і логічного пізнання (мислення). Зазначені частини є основою екскурсії.

Відчуття являє собою чуттєвий образ, психічний процес відображення людським мозком окремих властивостей предметів і явищ. Відчуття дають людині змогу відтворювати у своїй свідомості такі якості: розміри, форму, звук, температуру, запах, швидкість, твердість, тяжкість тощо. Відчуття служить джерелом для таких чуттєвих образів, як сприйняття та уявлення.

Сприйняття є результатом впливу об'єкта на органи чуття. Воно складніше, ніж відчуття, і базується на кількох відчуттях. Кожне з них відображає окрему властивість предмета, явища, події. Тобто сприйняттям називають сукупність відчуттів.

Сприйняття в екскурсії – це результат впливу об'єкта й усної інформації на органи чуття екскурсанта. Сприйняття поділяють на зорові, слухові, дотикові, смакові та нюхові. Основа сприйняття кожного виду – відповідний вид відчуттів (зоровий, слуховий, дотиковий). Найбільш розвиненими в пізнанні людиною навколишньої дійсності є зорове сприйняття.

Для екскурсій обов'язкові зосередженість уваги та єдність переживання, що сприяють поглибленню сприйняття матеріалу. Одним із завдань екскурсовода є дати екскурсантам установку на ознайомлення з об'єктами, спостереження певних деталей та особливостей пам'яток.

Під час підготовки й проведення екскурсії необхідно зважати на такі нюанси: минулий досвід людини; активний характер сприйняття, що залежить від психічних особливостей екскурсанта, його настрою; вибірковість сприйняття (виділення об'єкта серед інших, а також виділення в ньому потрібних деталей); осмисленість сприйняття; залежність сприйняття від життєвого досвіду екскурсанта, його знань, практичних навичок; предметність і цілісність сприйняття; структурність (відображення в сприйнятті різних деталей та властивостей об'єкта).

Сприйняття екскурсійного матеріалу базується на поєднанні трьох видів психічних процесів: пізнавальних (відчуття, уявлення, мислення); емоційних (переживання); вольових (зусиль для збереження уваги, активізації роботи пам'яті). Ці процеси пов'язані між собою. Їх ефективність обумовлена зовнішніми впливами, яких зазнає особистість, її психічним станом.

Екскурсійна методика охоплює різні способи активізації сприйняття матеріалу. Початком сприйняття може служити процес пізнання об'єкта (пам'ятника на міській площі, картини в музеї та ін.), що спостерігають учасники екскурсії. Відбувається впізнання об'єкта, відомого екскурсантам за фотографіями, репродукціями, описами (Цар-гармата, Мідний вершник, «Тачанка», «Орлятко»). Сприймати об'єкт екскурсантові допомагає пам'ять. Він намагається пригадати, де він бачив цей пам'ятник. У його свідомості вигляд об'єкта, зображеного в пам'яті відповідно до репродукції, фотографії, малюнка (образотворча наочність), замінюється на об'єктивне відображення першотвору (натуральну наочність). Основою його впізнання є зіставлення, уявне порівняння наочного сприйняття зі слідами, збереженими в пам'яті.

Велику роль в активізації сприйняття грають різні форми розповідання. Одна з них – проблемний виклад матеріалу: екскурсовод ставить запитання й залучає екскурсантів до пошуків необхідної відповіді. Інший спосіб активізації сприйняття – перехід від монологу до діалогу. Екскурсантам ставляться запитання, а вони використовуючи свої знання, відповідають на них, звіряючи їх із повідомленнями екскурсовода. Важливе місце в сприйнятті матеріалу посідає психологічний клімат в екскурсійній групі. Під психологічним кліматом розуміють переважний і порівняно стійкий настрій колективу. Ознаками комфортного клімату є оптимізм, життєрадісність, захопленість екскурсантів.

Уявлення порівняно з відчуттям та сприйняттям містить більше узагальнень. Воно не обумовлене лише тим, що екскурсанти спостерігають перед собою в конкретний момент.

Уявлення дають екскурсантам змогу порівняти, поєднуючи раніше зафіксовані в їх свідомості образи з тим, що вони спостерігають, одержати достовірну інформацію про предмет. Проте і уявлення не розкриває внутрішніх зв'язків об'єкта.

Уявлення – це образ предметів, що впливали на органи чуття людини, відновлюваний за збереженими в мозку слідами за відсутності цих предметів і явищ, а також образ, створений зусиллями продуктивної уяви... Уявлення здійснюється в двох формах – спогаду та уяви. Якщо сприйняття стосується лише сьогодення, то уявлення – і сьогодення, і минулого. Роль уявлень важлива тому, що основою екскурсії є процес, упродовж якого екскурсанти міркують, роблять висновок, абстрагують, з одних думок виводять інші, що містять щось нове.

Уявлення пов'язане з мисленням, воно є проміжним, сполучною ланкою між чуттєвим і логічним пізнанням.

У процесі мислення екскурсант зіставляє, аналізує й синтезує. Мислення не є безпосереднім відображенням екскурсійних об'єктів і життєвих явищ у свідомості людей.

Мислення – більш складний процес, це розумові дії, спрямовані на з'ясування відношень між об'єктами, найвищий ступінь пізнання. Мислення дає змогу здобути знання про об'єкти, їх властивості, що не можуть бути прийнятими на чуттєвому ступені пізнання. Чуттєве пізнання формує зовнішню картину навколишньої дійсності. Мислення забезпечує знання законів як природи, так і суспільного життя. Це процес узагальненого відображення, установлення істотних зв'язків та відношень між предметами і явищами дійсності.

В екскурсійній практиці поширена *аналогія*, що є методом наукового пізнання. Застосовуючи її, екскурсовод порівнює подібні ознаки, сторони двох або декількох об'єктів і на основі цього робить висновки про подібність інших об'єктів між собою. Аналогія дає змогу краще зрозуміти явища природи в природничо-наукових екскурсіях.

Перш ніж застосовувати метод аналогії під час показування об'єктів, потрібно попередньо виявити їх подібні

елементи. Метод аналогії передбачає використання найрізноманітніших асоціацій. К. Д. Ушинський поділяє асоціації за подібністю, хронологією, єдністю місця. У результаті ознайомлення з багатьма явищами та предметами у свідомості людини виникають певні асоціації: уявлення про спеку викликає уявлення про холод; уявлення про світло – уявлення про темряву.

Показування об'єкта екскурсії повинно бути побудованим так, щоб поступово розкривати його особливості. Порядок спостереження, його послідовність можуть бути індуктивними або дедуктивними. Ці методи пізнання мають для методики таке саме значення, як аналіз і синтез. Проте є істотна відмінність. Якщо аналіз та синтез активно застосовують під час показування, то індукцію й дедукцію – під час розповідання. *Індукція* – це спосіб міркування (логічний метод), що базується на висновку від приватних, одиничних розрізнених фактів до загального висновку та узагальнень. *Дедукція* – це спосіб міркування, логічний висновок від більш загального до конкретного, приватного, тобто від загальних суджень, положень до окремих фактів, припущення про наслідки на основі передумов.

Важливу роль у процесі пізнання відіграє *пам'ять*. Це важливий канал сприйняття, одна з властивостей нервової системи, що проявляється в здатності запам'ятовувати інформацію. Усе те, що бачив і чув екскурсант, про що він думав, що пережив, одержуючи зорову й слухову інформацію, відкладається в його пам'яті. Основними процесами пам'яті є запам'ятовування, збереження, відтворення, упізнавання, згадування.

Види пам'яті: довільна та мимовільна, безпосередня й опосередкована, короткочасна і довготривала.

Особливі види пам'яті: рухова (моторна), емоційна, образна й словесно-логічна.

Типами образної пам'яті є зорова, слухова, дотикова, нюхова та смакова. Сприйняття матеріалу на екскурсії пов'язане здебільшого із зоровою (показуванням) і слуховою

(розповіданням) пам'яттю й ґрунтується на осмисленому запам'ятовуванні матеріалу. Успішному запам'ятовуванню сприяє установка на нього, що дає екскурсовод. Розкриваючи тему, він повинен зважати на індивідуальні особливості пам'яті екскурсантів. Найкраще екскурсійний матеріал запам'ятовують люди, які мають візуально-слухову пам'ять. Викладаючи дані, екскурсовод спирається на зорову пам'ять екскурсантів, використовуючи насамперед довготривалу образну пам'ять та інформацію, що в ній зберігається. Він ураховує відмінності, що характеризують різні групи екскурсантів.

Інтелектуали краще засвоюють факти, а люди з нерозвиненим інтелектом, маючи слабку пам'ять, потребують «розжовування» матеріалу, докладних роз'яснень, повторення, значного коментування спостережуваного.

Для екскурсовода важливо, щоб сприйнята екскурсантом інформація об'єднувалася й систематизувалася. У такому разі вона буде збереженою в пам'яті та зможе бути відтвореною. Успіх цих процесів залежить від того, наскільки осмислений матеріал, ступеня його значущості, установок, що дає екскурсовод.

«Середньостатистична людина, – стверджував відомий психолог, професор Карл Сішор, – не використовує більше ніж десять відсотків вроджених можливостей своєї пам'яті. Інші дев'яносто відсотків зникають, тому що вона порушує природні закони запам'ятовування». Дейл Карнегі радить додержуватися трьох таких «природних законів запам'ятовування»: враження, повторення, асоціювання.

По-перше, потрібно одержати глибоке яскраве враження про те, що ви хочете запам'ятати. Для цього ви повинні:

- зосередитися;
- уважно спостерігати (свідомість не збереже нечітких вражень);
- сформувати враження за допомогою якомога більшої кількості органів почуттів;
- намагатися, насамперед, сконцентрувати увагу на зоровому враженні. Воно стійкіше.

Другий закон пам'яті – повторення. Тисячі студентів-мусульман знають напам'ять Коран – книгу приблизно такого самого обсягу, як Новий Завіт, і досягають цього переважно в результаті повторення. Так, ми можемо запам'ятати все, що завгодно, в розумних межах. Але під час повторення майте на увазі:

– не повторюйте текст знову й знову, поки він не закріпиться в пам'яті. Прочитайте його один чи два рази, потім залиште, а пізніше знову і знову повертайтеся до нього;

– запам'ятавши що-небудь, ми за перші вісім годин забуваємо стільки, скільки за наступні тридцять днів.

Третій закон пам'яті – асоціювання. Єдиний спосіб запам'ятати факт – асоціювати його з яким-небудь іншим.

Психолог Тоні Бьюзен для гарного запам'ятовування під час створення асоціації рекомендує враховувати зазначені далі аспекти:

1) синестезію. Під цим терміном розуміють поєднання різних почуттів. Установлено, що для розвитку пам'яті необхідно постійно тренувати зір, слух, нюх, дотик і кінестезію (просторову орієнтацію);

2) рух. Динамічний образ набагато легше асоціювати з чим-небудь, а отже, запам'ятати;

3) сексуальність. Ураховуючи, що події, пов'язані із сексуальністю, добре запам'ятовуються, екскурсовод може використовувати цю тематику для асоціювання з нею окремих частин екскурсійного матеріалу;

4) почуття гумору. Чим смішніше й абсурдніше будуть створеними образи, тим легше та надійніше вони запам'ятаються. Процес запам'ятовування повинен приносити задоволення;

5) уяву. Чим більше екскурсовод буде використовувати свою уяву в процесі запам'ятовування, тим досконалішою буде його пам'ять;

6) нумерацію. Нумерація підвищує ефективність принципів порядку й послідовності;

7) символізм. Можна полегшити запам'ятовування звичайного, нецікавого або абстрактного факту, якщо замінити його на більш значущий або використовувати замість нього який-небудь символ;

8) колір. У процесі запам'ятовування бажано використовувати всю гаму кольорів, щоб зробити образи більш яскравими, а отже, краще запам'ятовуваними;

9) порядок та/або послідовність. У поєднанні з іншими методами принцип упорядкування й/чи побудови послідовності дає змогу швидше відшукати необхідний образ;

10) позитивні образи. Безліч прикладів доводить, що позитивні а приємні образи швидше запам'ятовуються, ніж негативні;

11) перебільшення. Створюючи образ, можна перебільшити його розміри, форму та звук, роблячи так його більш яскравим.

Усі ці рекомендації досвідчених психологів, безсумнівно, допоможуть екскурсоводові досягнути успіху в запам'ятовуванні великих обсягів інформації, а значить, здивувати екскурсантів глибиною пізнання. Проте останнє стане можливим, лише якщо багата ерудиція екскурсовода буде гармонійно поєднуватися з високою культурою усного мовлення.

Увага на екскурсії – це зосередженість думок, зору й слуху людини на будь-якому об'єкті. Успіх екскурсії залежить від таких властивостей уваги, як активність, спрямованість, широта, інтенсивність, стійкість. Для того щоб увага людини була спрямованою на певні об'єкти, необхідно його організувати та керувати ним.

Розрізняють три *види уваги*: мимовільну, довільну й післядовільну. Мимовільна (ненавмисна) увага характеризується пасивністю. У такому разі об'єкта не підбирають заздалегідь та оглядають без будь-якої мети. Це не потребує вольових зусиль. Такий вид уваги не типовий для екскурсії.

Довільна (свідома, навмисна) увага активна, вона вимагає вольових зусиль людини, спрямовується й утримується за

допомогою завдання бути уважним. В екскурсії цей вид уваги активізується правильно побудованим розповіданням і вибором об'єктів. Довільна увага передбачає зацікавленість екскурсантів, тому важливо на початку екскурсії викликати інтерес до предмета показування й розповідання.

Післядовільна увага захоплює та не потребує вольових зусиль. На основі такого інтересу до об'єктів показування і розповідання розвивається активна розумова діяльність екскурсантів.

Для екскурсії характерні два види уваги – довільна та післядовільна. Стійкість довільної уваги забезпечують новизною, незвичністю самого об'єкта, несподіваністю надаваної усної інформації, контрастністю, наприклад пам'ятки архітектури з іншими будівлями, розміщеними поруч. Увага, її спрямованість і стійкість на екскурсії багато в чому залежать від таких якостей екскурсантів, як сумлінність, працьовитість, терпіння, бажання поповнювати свої знання.

Під час показування об'єктів необхідно спиратися на таку особливість свідомості, як розподілення уваги. Це здатність екскурсанта під час одночасного спостереження декількох об'єктів у полі зору розподіляти свою увагу між ними й правильно дозувати її для кращого засвоєння екскурсійного матеріалу.

Є ще одна особливість свідомості – перемикання уваги, тобто здатність переносити її з одного об'єкта спостереження на інший. На екскурсії це перемикання уваги екскурсантів з показування на розповідання, зміна видів діяльності (наприклад, спостереження вивченням об'єктів).

Екскурсивод повинен враховувати таку якість уваги, як її легке відволікання. Це важливо під час проведення екскурсій по жвавих міських вулицях, на яких увагу учасників постійно відволікають сторонні предмети, що не є об'єктами показування (транспорт, перехожі, несподівана поява пожежної або санітарної машини). Відволікання зазвичай виникає за малої інтенсивності уваги. На екскурсії неуважність посилюється внаслідок впливу і таких факторів, як розмови сусідів, зовнішні

шуми. Деякі екскурсанти легко перемикають увагу з об'єкта на об'єкт.

Успіх екскурсії залежить від ступеня концентрації уваги. Навіть в екскурсантів однієї групи вона різна: одні, захоплені темою, зацікавлені об'єктами й розповіддю екскурсовода, не звертають увагу на навколишнє, а інших воно відволікає, заважає їм зосередитися.

Екскурсоводові потрібно враховувати втому людей, якщо вони приходять на екскурсію після завершення робочого дня. У таких екскурсантів з'являється неуважність, насилу вдається домогтися інтенсивності їхньої уваги.

Екскурсійна методика потребує, щоб інтерес до екскурсії, її теми та змісту формувався заздалегідь перед початком екскурсії й у вступному слові екскурсовода.

Увага екскурсантів залежить від низки обставин: інтересу до теми, майстерності показування та розповідання, підготовленості аудиторії тощо. Змістовність, логічність, цікава форма подання матеріалу сприяють збереженню уваги до предмета спостереження.

Досвід показування, що стійкість уваги екскурсантів знижується через невисоку якість розповідання: монотонність, бідність мови, одноманітність інформації, відсутність необхідного зв'язку з показуванням. Крім того, велика кількість повідомлюваних даних також призводить до ослаблення уваги.

Отже, діяльність екскурсовода тісно пов'язана з проблемою уваги. Важливу роль відіграє докомунікативна фаза, упродовж якої він готується до проведення екскурсії, вивчає об'єкти, складає індивідуальний текст, працює над методичними прийомами й засобами виразності мови. Не менш значуща комунікативна фаза. Під час неї екскурсовод працює у складі екскурсійної групи на маршруті. Комунікативну фазу характеризує виконання таких завдань, як установлення контакту з аудиторією, створення інтересу до екскурсійного матеріалу та його підтримання протягом усієї екскурсії, спрямовування уваги й психічної діяльності екскурсантів.

Завдання екскурсовода – зацікавити слухачів темою та основними питаннями проведеної екскурсії. Це роблять за допомогою психологічної установки на сприйняття сказаного.

Важливе місце у формуванні інтересу до теми посідає вступ, що вводить екскурсантів у зміст екскурсії. Стійкість уваги екскурсантів багато в чому залежить від того, з якого об'єкта починається екскурсія й чим маршрут буде завершено.

Вихідний пункт повинен дати зав'язку екскурсійного маршруту, і водночас так, щоб у подальшому розвитку екскурсії поступово більш повно розкрити екскурсійний сюжет. Кінцевий пункт потрібно вибирати так, щоб у ньому можна було узагальнити екскурсійний матеріал усього маршруту, підбиваючи підсумок екскурсії.

Важливо, щоб найбільш яскравим було враження, що справляє на екскурсанта перший об'єкт. Несподіванка, новизна зорового матеріалу викликає інтерес, потрібні емоції. Цьому сприяє розповідь екскурсовода, особливо її початок. У результаті в екскурсійній групі створюється певний психологічний настрій, що обумовлює ставлення до екскурсовода й повідомлюваної ним інформації. Зважаючи на це, показування та розповідання необхідно організувати так, щоб до кінця екскурсії зберегти в учасників піднесений настрій, особливий мікроклімат у групі.

Екскурсовод, урахувуючи вимоги психології, управляє увагою екскурсантів. Для цього він застосовує низку методичних прийомів показування і розповідання. Наприклад, пауза в мові екскурсовода змушує екскурсантів бути уважнішими (в групі припиняються розмови, погляди спрямовуються на екскурсовода). Тоді коли увага до розповіді екскурсовода слабшає, він перемикає її на об'єкт, умикає «зоровий ряд». Якщо пам'ятник перестає привертати увагу, екскурсовод наводить цікавий приклад, розповідаючи про примітну подію. Така перебудова вимагає великого досвіду: і свого, і перейнятого.

Знання законів психології дозволяє екскурсоводові володіти увагою групи протягом усієї екскурсії, ураховувати

особливості сприйняття матеріалу екскурсантами, ефективно впливаючи на свідомість і почуття учасників заходу.

Психологія потребує зважання на вікові особливості екскурсантів. Найнижчий рівень уваги спостерігається у 18 – 21 рік, середній – у 22 – 25 років, у групі, у якій екскурсантам 26 років і більше, він зростає.

Увага екскурсантів пов'язана також зі ставленням екскурсовода до групи, кожного екскурсанта, його вмінням утримувати в полі своєї уваги тему й предмет викладу матеріалу, його композицію, додержуватися логіки викладу, урахувати реакцію екскурсантів. Екскурсовод повинен бути обізнаним із такими психологічними станами особистості, як активність, бадьорість, працездатність, задоволеність, втома, пригніченість та ін. Не менш важливо мати уявлення про типи темпераменту (сангвінік, флегматик, холерик, меланхолік), адже це дає змогу екскурсоводові правильніше будувати роботу з екскурсантами.

8.2 Уява на екскурсії

Важливу роль в екскурсійному процесі відіграє *уява* – здатність екскурсантів подумки репрезентувати, наприклад, те, про що йде мова в розповіді екскурсовода. У такому разі багато залежить від здатності екскурсовода створювати розумові образи. У психології уяву розглядають як психічний пізнавальний процес, у якому віддзеркалення дійсності відбувається в специфічній формі – об'єктивно або суб'єктивно нового (у вигляді образів, уявлень чи ідей), створеного на основі образів сприйняття пам'яті, а також знань, здобутих у результаті мовного спілкування.

В екскурсійній практиці уяву тлумачать як процес створення уявлень та уявних ситуацій. Уява дає змогу екскурсантам комбінувати свої враження під час спостереження об'єктів, одержуючи нові уявлення, відобразити у своїй свідомості дійсність.

Одна з вимог до екскурсовода – володіння розвиненою уявою і вміння образно мислити. Розповідаючи про пам'ятник,

розміщений в іншому місті або втрачений у роки війни, екскурсовод описує його так, що екскурсанти починають «бачити об'єкт». Так відбувається тому, що екскурсовод на основі особистих спостережень цього об'єкта, ознайомлення з фотографіями та його реконструкцією завчасно створює у своїй свідомості вигляд об'єкта зовні й у потрібний момент відтворює його.

Багатство уяви екскурсовода залежить від його вміння спостерігати, сприймати та зберігати у своїй пам'яті образи предметів і явищ, що в подальшому переробляються його свідомістю.

Сприйняття розповіді (особливо показування) на екскурсії значно базується на уяві екскурсантів. Розвинена уява дозволяє їм образно уявити те, про що розповідає екскурсовод. Слухаючи екскурсовода, який описує зовнішній вигляд людей, їх дії, екскурсанти бачать перед собою дійових осіб. Основою уяви в екскурсовода й екскурсантів є раніше здобуті знання, враження. Вони служать вихідним матеріалом для створення чітких розумових образів. Важливо, щоб картини, що впродовж підготовки до екскурсії малює уява екскурсовода, були реальними, точними, історично достовірними. Надалі, проводячи екскурсію, він відтворює ці картини так яскраво й переконливо, що вони реалістично постають перед внутрішнім зором екскурсантів і в такому вигляді відображаються в їх пам'яті.

Види уяви. Подібно до уваги, уява людини буває довільною та мимовільною, відтворювальною, творчою, активною й пасивною.

Відтворювальна уява ґрунтується на словесному описі предмета (розповіді), умовному зображенні предмета (схемі, кресленні, карті), демонстрації копії предмета (муляжі, моделі, реконструкції). Цей вид уяви характерний для екскурсій, завдання яких допомогти екскурсантам подумки побачити все словесно описане, відтворити вигляд об'єкта розміщеного перед ними оригіналу.

Творча уява дозволяє екскурсоводові створювати нові зорові образи. Крім об'єкта, побаченого в натурі, екскурсовод творчо домислює певні його частини, візуально заповнює відсутні деталі.

За допомогою творчої уяви можуть бути відтвореними події та явища: картини смерчу, військової битви (Льодового побоїща), морського бою, повені, а також образи конкретних героїв. Добре розвинена уява дає змогу екскурсоводові, спираючись на раніше здобуті знання, життєвий досвід, окремі спостереження, створювати такі картини подій, такий вигляд людей, що реалістично сприймаються екскурсантами. Творча уява екскурсовода допомагає екскурсантам відчутти себе учасниками подій, яким присвячена екскурсія.

8.3 Емоції на екскурсії

Велике значення для успіху екскурсії, засвоєння й запам'ятовування екскурсійного матеріалу має емоційна сторона справи. Психологія, що розглядає психічні процеси та стани особистості, важливу роль відводить емоціям і почуттям.

В екскурсії емоційний вплив на екскурсантів поглиблює розповідь екскурсовода, її зміст, добре підібрані приклади, пояснювальний матеріал, правильний акцент у його викладі.

Активні емоції в аудиторії викликає зоровий ряд – будівлі, споруди, історичні місця, пов'язані зі знаменними подіями, меморіальні дошки, експонати в музеях. Менше емоційність екскурсантів є наслідком власних емоцій екскурсовода.

Важливе значення для процесу розуміння й засвоєння екскурсійного матеріалу має співпереживання – уподібнення емоційного стану суб'єкта до стану іншої особистості. Наприклад, показування творів образотворчого мистецтва (живопису, графіки), упродовж якого екскурсовод допомагає екскурсантам побачити зображені на них предмети та явища навколишнього світу очима художника. Екскурсант сприймає ставлення художника до того, що він відтворював, його емоції й почуття.

Отже, можна зробити висновок, що під час спостерігання екскурсійних об'єктів під керівництвом екскурсовода виникає співпереживання, що є результатом спільних емоцій екскурсантів. Іншими словами, емоції екскурсійної групи набувають характеру співпереживання.

Одне із завдань екскурсовода – розвинути в екскурсантів здатність до відтворення у своїй уяві тих предметів, образів, явищ, яким присвячена розповідь.

Для екскурсовода важливо мати комплекс знань і вмій, щоб донести до аудиторії творчий задум авторів – творців конкретних об'єктів. Емоції екскурсантів, їх рівень (захоплення та ін.) залежать від того, наскільки вони задоволені задержаною інформацією. Водночас має значення інше – наскільки правильно й чітко виражено ставлення екскурсовода до об'єкта показування та змісту розповіді. Показування й розповідання створюють враження, викликають певні почуття екскурсантів (гордість, гнів, жалість тощо). Буває, що екскурсовод проводить екскурсію емоційно, захоплено, але це не викликає очікуваних емоцій в екскурсантів, вони залишаються байдужими. Так відбувається тому, що екскурсійний матеріал не наближений до їхніх інтересів, вони не підготовлені до його сприйняття.

Отже, знання екскурсійними працівниками основ психології допомагає їм правильно будувати екскурсійний процес, уміло репрезентувати інформацію з теми, урахувати запити й інтереси конкретної аудиторії, помічати ставлення екскурсантів до розповідання та показування, оперативно оцінювати їх реакцію (увагу, інтерес, схвалення чи незадоволення).

Вивчення психології, знання її елементів під час підготовки й проведення екскурсій допоможе екскурсоводові повніше усвідомити особливості дії психологічних механізмів засвоєння знань особистістю. Створення та використання умов перетворення здобутих знань на переконання – основа екскурсійного процесу. Виконання вимог психології спирається на професійне застосування методичних прийомів проведення екскурсій, вибраних з урахуванням тематики й особливостей

складу групи екскурсантів. Ефективність екскурсії значно залежить від того, наскільки екскурсовод обізнаний із психологією, правильно розуміє сутність психічних процесів, від його вміння використовувати ці знання в керуванні діяльністю екскурсантів (увагою, мисленням, сприйняттям, розумінням, запам'ятовуванням та ін.). Під час оцінювання ефективності екскурсій необхідно мати на увазі, що не лише в потоці екскурсантів загалом, а й у межах однієї екскурсійної групи люди по-різному сприймають матеріал.

ТЕМА 9 УПРАВЛІННЯ ЕКСКУРСІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В РИНКОВИХ УМОВАХ

План

9.1 Управління асортиментом екскурсійного продукту.

9.2 Маркетинговий аналіз середовища екскурсійної діяльності.

9.3 Інструменти сучасного менеджменту екскурсійної діяльності.

9.1 Управління асортиментом екскурсійного продукту

Сучасна маркетингова концепція в туризмі, що поширюється і на екскурсійне обслуговування, є пріоритетом у підприємницькій діяльності та обумовлює виявлення, задоволення бажань і потреб клієнтів. Її основний принцип – розшукати й утримати клієнта, тобто знайти послугу чи продукт, у якому відчувається потреба. Володіння методологією розроблення екскурсій не означає успішного виведення на ринок і продажу цього продукту. Для успішного функціонування заклади екскурсійного обслуговування повинні володіти прийомами управління, наявним асортиментом екскурсій та інноваційним екскурсійним продуктом в умовах мінливих смаків, технологій, конкуренції тощо.

Якщо зважати на те, що вимогою екскурсійного методу є творчий підхід до пізнання навколишнього світу й постійне оновлення, актуалізація інформації та матеріалів, то під

поняттям «новий продукт» розуміють оригінальні, покращені й модифіковані екскурсії. Традиційно методичну роботу в екскурсійній справі визначають як комплекс заходів, спрямованих на підготовку нових екскурсій, забезпечення їх належного якісного рівня, більш досконалої методики та техніки проведення. Ринкове середовище вимагає від керівництва закладу екскурсійного обслуговування зважати на ризик невдачі під час запровадження нового продукту. Одним вирішенням цієї проблеми є чітке планування методичної роботи й випуск на ринок нових продуктів.

Будь-який продукт здебільшого проходить певний життєвий цикл: він «народжується», долає декілька стадій і, нарешті, «помирає», якщо з'являються продукти, що краще задовольняють потреби споживачів.

Знання життєвого циклу продукту (ЖЦП) відіграє важливу роль з огляду на дві причини:

1) оскільки з часом усі продукти старіють, фірма повинна винаходити нові, щоб замінити на них попередні (проблема розроблення нового продукту);

2) фірма повинна зрозуміти, як «старіє» її продукт, і змінювати свою маркетингову стратегію залежно від цього.

Варто враховувати, що всі товари й послуги проходять відповідні стадії життєвого циклу (запровадження, розвиток, ріст, зрілість, спад). Отже, методичну роботу потрібно спрямовувати на вдосконалення наявного асортименту екскурсійного продукту. Сучасне розуміння методичної роботи в екскурсійній справі охоплює систематичний, постійний, регулярний процес розроблення інноваційного та вдосконалення наявного асортименту екскурсійних послуг, що відповідає кон'юктурі ринку.

Факторами, що впливають на сприйняття екскурсійного обслуговування і якість сервісного забезпечення турпродукту, є безпека, постійність (відчуття високої якості обслуговування протягом усього часу), повнота обслуговування (відповідність усіх запропонованих послуг одержаним), умови (довкілля й

фізичне оточення), доступність, поведінка та зовнішній вигляд обслужного персоналу.

У такому розумінні методична робота в екскурсійній справі фактично є невід'ємною складовою маркетингової діяльності, оцінити відповідність якої реальній ринковій ситуації дають змогу різні методи маркетингових досліджень.

9.2 Маркетинговий аналіз середовища екскурсійної діяльності

У сучасних умовах висококонкурентного середовища на ринку надання екскурсійних послуг одним із найбільш дієвих заходів підвищення конкурентоспроможності екскурсійних підприємств маркетинг.

В організації господарської діяльності підприємства маркетинг являє собою комплекс певних функцій, виконуваних адміністрацією компанії для розширення ринку збуту її продукту й послуг.

Зважаючи на сутність діяльності у сфері гостинності, туризму, екскурсійного обслуговування, організації відпочинку, розуміння маркетингу охоплює систему управління та організації діяльності підприємств, що надають окремі послуги (розміщення, харчування, організації дозвілля тощо) або їх комплекс щодо розроблення нових, більш ефективних видів туристично-екскурсійних послуг, їх виробництва й збуту для отримання прибутку в результаті підвищення якості продукту (послуг) і врахування процесів на світовому туристичному ринку.

Ураховуючи важливе суспільне значення екскурсійної діяльності в контексті реалізації розширеного відтворення сил людини й задоволення її духовних потреб, можна стверджувати, що загалом змістом маркетингу у сфері екскурсійного обслуговування як складової рекреації та туризму є створення певного життєвого стандарту.

Основна мета маркетингу в екскурсійній справі – цілеспрямований вплив на формування потреб, попиту, цін,

сегментацію ринку, розвиток асортименту екскурсійних послуг, їх просування, рекламу й збут.

Класично цілі маркетингу рекреації, туризму та відповідних сфер обслуговування поділяють на *три складові*:

- збереження й захист традиційного ринку (клієнтури);
- вихід, розширення діяльності та закріплення на новому ринку;
- зменшення впливу сезонності.

Для виконання цих завдань щорічно складають та оптимізують плани маркетингу; призначають групи для прогнозування діяльності туристського підприємства, курорту, спільної діяльності низки країн у регіоні, дослідження клієнтури і структуризації маркет-плану.

У контексті такої діяльності підприємствам, що надають екскурсійні послуги, доцільно кооперуватися з туроператорами й турагентами для:

- координації надходження замовлень;
- розроблення спільних заходів щодо просування продукту на ринку туризму;
- підключення до центральних систем резервування;
- апробації нових продуктів, екскурсійних маршрутів, видів обслуговування;
- опрацювання шляхів виходу на нові цільові сегменти ринку із сезонним характером обслуговування;
- організації виставок, презентацій;
- проведення конференцій;
- пропонування пакетів послуг до й після проведення конференцій і конгресів тощо.

Досягнення мети та виконання завдань маркетингу забезпечує практична реалізація його функцій, що в контексті надання екскурсійних послуг інтегрують як:

- створення продукту й послуг (екскурсій) для подальшого пропонування клієнтам;
- просування екскурсійного продукту та послуг на ринку, рекламу;

- збут, організацію прямих (персональних) продаж (підписування договорів безпосередньо з клієнтами);
- отримання доходу.

У будь-якій сфері господарської діяльності маркетинг починається з усвідомлення мети, заради якої створено корпорацію, – її місії та впровадження корпоративної філософії. Місія відображає значення функціонування підприємства для суспільства загалом. Але це не просто набір гарних слів, красиво надрукованих і вставлених у рамку, щоб прикрашати кабінет президента компанії. Місія повинна повсякденно втілюватися в діяльності фірми.

«Метою бізнесу є створення споживачів. Це робить маркетингову концепцію перспективною, оскільки за відсутності клієнта не буде доходу. Якщо немає доходу, не буде прибутку. Навіть якщо менеджери визначають прибуток як головну мету бізнесу, це не так. Головною метою тих, хто діє в бізнесі, є створення клієнтів та задоволення їх бажань», – так характеризує завдання маркетингу відомий спеціаліст Пітер Друкер. Що стосується сфер гостинності, туризму, організації екскурсійного обслуговування, то варто додати: необхідно працювати так, щоб клієнт знову прийшов до вас.

У цьому контексті заслугоує на увагу прикладна інтерпретація 11 тез Аластера Моррісона, що характеризують маркетинг, орієнтований на споживача.

1 Потреби клієнта найпріоритетніші:

– чим більше потреб клієнта задовольняє широкий асортимент послуг, екскурсій, туристських маршрутів, гнучкого й творчого підходу до виконання замовлень, тим більше шансів, що він стане вашим постійним клієнтом;

– задоволення потреб клієнта – єдина мета всього робочого колективу фірми. Отже, будь-який працівник повинен орієнтуватися в асортименті послуг, професійно та кваліфіковано надавати інформацію про діяльність підприємства й робити все необхідне для цього.

2 Потреби клієнта – об'єкт постійної турботи й предмет наукових досліджень:

– розуміння клієнта збільшує можливості задовольнити його потреби;

– у процесі обслуговування варто постійно вчитися в тих, кому надають послуги. Лише постійне спостереження дає змогу ефективно «наблизитися до клієнта», зрозуміти його;

– будь-яку інформацію, що характеризує вподобання, бажання, потреби клієнтів (як реальних, так і потенційних) потрібно постійно аналізувати за допомогою сучасного наукового інструментарію.

3 Маркетингові дослідження варто проводити постійно, їх пріоритетність дуже висока:

– усі зміни в потребах клієнта необхідно негайно реєструвати й ретельно вивчати;

– потреба в нових продуктах і видах послуг повинна бути своєчасно поміченою. Тим більше, що екскурсовод під час проведення екскурсії має широкі можливості безпосереднього спілкування з клієнтами й ненав'язливого вивчення їхніх уподобань та інтересів.

4 Періодичний аналіз співвідношення слабких і сильних сторін підприємства – умова стабільної позиції підприємства на ринку:

– сучасні технології, маркетингові інструменти й заходи (просування) дають змогу конструктивно підкреслити сильні сторони підприємства та водночас зменшити вплив слабких.

5 Цінність перспективного планування не можна переоцінити:

– варто передбачати зміни потреб клієнтів і діяти відповідно використовуючи всі маркетингові можливості;

– вчасні корективи стратегії діяльності підприємства – елемент не кризового менеджменту, а менеджменту, спрямованого на виживання, розвиток та успіх.

6 Результати оцінювання клієнтом підприємства повинні бути відомими:

– інформація про реакцію клієнтів, їх ставлення й відгуки щодо наданих послуг (зворотний зв'язок) – невід'ємний ресурс підвищення якості обслуговування;

– продукти, послуги та реклама залежать від рівня оперативності внутрішніх комунікацій під час організації обслуговування.

7 Ефективна взаємодія (комунікації) між відділами – головна цінність внутрішнього середовища підприємства:

– чим краща співпраця між підрозділами фірми й окремими співробітниками, тим вищий рівень обслуговування та більш задоволений клієнт.

8 Співробітництво зі спорідненими підприємствами – інструмент успішного розвитку:

– чим конструктивніше співробітництво із зовнішнім середовищем (партнерами), тим більше можливостей задовольнити мінливі потреби клієнта, залишаючи його впевненим у тому, що саме ви винайшли найкращий спосіб відгукнутися на його запит.

9 Зміни, що сталися, розглядають як незворотні, але недаремні:

– змінам не опираються, до них пристосовуються;
– креативну, творчу діяльність із розроблення нових екскурсій, маршрутів варто проводити на випередження.

10 Діапазон бізнесу повинен бути максимально широким:

– можливості, які ведуть до кращого обслуговування клієнта або проникнення й закріплення у сфері суміжної діяльності, потрібно перетворювати на капітал.

11 Маркетингову діяльність регулярно оцінюють.

– ефективні маркетингові програми та стратегії повторюють і розвивають;

– витрати на маркетинг, як трудові ресурси, повинні бути результативними.

Маркетинг в екскурсійній фірмі багатоаспектний та неоднозначний насамперед тому, що екскурсійні фірми різні за своїми параметрами; розмірами, правовим статусом (наприклад, функціонують самостійно або в складі туристської фірми), родом діяльності, цілями, ставленням до бізнесу тощо. Відповідно маркетинг кожної фірми унікальний і створюється під впливом усіх цих факторів.

Проте зважаючи на загальну мету екскурсійних фірм, будь-яка окрема фірма має досить загальні для галузі загалом проблеми й може користуватися єдиними засобами їхнього вирішення. Зокрема, засобами маркетингу в рамках вихідного етапу планування та вдосконалення номенклатури екскурсійних послуг туристсько-екскурсійного підприємства.

Особливим фактором, що впливає на специфіку застосування маркетингу у сфері надання послуг, є нематеріальний характер екскурсійної послуги. Тому одним із напрямків маркетингової діяльності є досягнення становища, за якого клієнт буде довірливо ставитися до фірми та якості її послуг. Необхідно налагоджувати стійкі зв'язки з клієнтами й підвищувати частку постійних клієнтів у загальній кількості обслуговуваних.

Необхідно також враховувати специфічні особливості виробників і споживачів екскурсійних послуг. Попит на послугу залежить від кон'юнктури, доходу, рівня освіти, ціни, реклами та ін. Оцінювання споживачем якості послуг досить суб'єктивне: великий вплив на нього чинять зовнішні фактори (збереженість, популярність екскурсійних об'єктів) або особи, прямо не пов'язані з пакетом придбаних послуг (наприклад, місцеві жителі або відпочивальники). Усебічне вивчення попиту споживачів основне призначення маркетингової діяльності у сфері надання екскурсійних послуг. Вивчення попиту – це не лише виявлення попиту на конкретний продукт (послугу), що задовольняє певні потреби, а й формування цього попиту, передбачення, як він буде змінюватися під впливом ринку, науково-технічного прогресу, матеріальних можливостей і потреб покупців, їх вимог до якості та надійності продукції.

Пропозиція, що є іншим значущим компонентом туристського ринку, виражає ставлення його суб'єктів до певного обсягу й асортиментів екскурсійних продуктів і послуг, що в певний час із конкретним рівнем цін перебувають на ринку або можуть бути наданими на ньому.

До особливостей екскурсійної пропозиції належать спеціалізація послуг і тематичність продукту. Спеціалізація

послуг є необхідною формою для розширення й зміцнення позицій екскурсійного бізнесу шляхом удосконалювання якості продукту та послуг, забезпечення цілісності й повноти процесу задоволення потреб екскурсантів.

Отже, можна узагальнити такі *особливості екскурсійного маркетингу*:

- більше важливим є не стільки стимулювання попиту, скільки його спрямування в потрібному напрямку;

- великого значення набувають старанність у розробленні екскурсій та екскурсійних програм, диференційований підхід до обслуговування різних груп екскурсантів, достовірна інформаційна політика щодо клієнта, особливо на етапі продажу послуг;

- у процесі керування маркетингом варто враховувати не лише матеріальні аспекти, а й психологію, духовно-емоційний стан, місцеві та регіональні особливості споживача;

- незначний вплив фактору сезонності в екскурсійній діяльності дає змогу зробити екскурсійний бізнес більш стійким.

Важливою складовою комплексу екскурсійного маркетингу, що розробляє фірма для свого цільового ринку, є асортимент, тобто номенклатура послуг. Виважена й послідовна продуктова політика є базисом ринкового успіху екскурсійного підприємства. Продуктова політика вивчає заходи, спрямовані на підвищення конкурентоздатності продукції, насамперед її якісних і вартісних характеристик, що відповідають потребам споживачів. Якісні та споживчі характеристики екскурсійних послуг істотно змінюються впродовж періоду їх надавання на ринку, що проявляється в життєвому циклі кожної з послуг, який необхідно враховувати під час планування асортименту. Особливо це актуально в сучасних умовах, за яких зміни екскурсійних послуг на українському ринку відбуваються досить швидко. На сьогодні важливо мати змогу запропонувати покупцеві більш різноманітний асортименти продукції, що краще й повніше задовольнятиме його запити.

Асортиментна політика повинна підвищувати стійкість екскурсійного підприємства на ринку шляхом удосконалення номенклатури товарних груп.

Для підбору вдалого асортименту необхідно чітко розрізняти всі категорії асортиментної політики. По-перше, вид продукції – це кінцевий продукт виробництва, для туристсько-екскурсійної фірми це екскурсія. По-друге, підвиди виділяють за функціональними особливостями, рівнем якості, ціною. По-третє, модифікація та марки.

З точки зору наведеного підходу й класифікації екскурсій асортимент екскурсій на екскурсійних підприємствах формують за такими *категоріями*:

- 1) види продукції: оглядові та тематичні;
- 2) підвидом продукції: історичні, виробничі, літературні, природознавчі, архітектурно-містобудівні, мистецтвознавчі, релігієзнавчі;
- 3) модифікацією продукції:
 - залежно від складу екскурсійної групи;
 - залежно від місця проведення;
 - залежно від способів пересування;
 - залежно від форми проведення.

Отже, для підвищення конкурентоспроможності екскурсійних фірм найбільш дієвим механізмом розширення асортименту екскурсій за підвидами (тематикою) і модифікацією продукції (розроблення варіантів екскурсій, орієнтованих на певні контингенти споживачів та розширення номенклатури екскурсій шляхом урізноманітнення форм їх проведення).

Крім зазначеного можна застосовувати інші *механізми*:

1 Підвищення якості екскурсійних послуг. Якість екскурсій залежить від якості її виробництва, обумовленої чотирма основними факторами: засобами й предметами праці, якістю методичної документації та професійною майстерністю виконавця (екскурсовода). Для підвищення якості екскурсійного обслуговування необхідно контролювати та вдосконалювати всі вищенаведені складові.

2 Унесення до системи екскурсійних маршрутів нових об'єктів.

3 Удосконалення транспортного обслуговування. Полягає насамперед у підвищенні комфортності транспортних засобів, а також пошуках можливостей використання в екскурсійній діяльності нетрадиційних транспортних засобів, зокрема екологічних (велосипедів, безмоторних водних видів транспорту), тягової сили тварин.

4 Використання нових форм екскурсійного обслуговування.

До нових форм екскурсійного обслуговування населення належать екскурсії-прогулянки, екскурсії-пікніки, навчальні екскурсії. Повернення організації таких форм екскурсійної роботи, як екскурсійне обслуговування специфічних груп екскурсантів, наприклад осіб, відзначених за професійні досягнення, обслуговування у вечірній час, надання екскурсійних послуг у готельних підприємствах як для груп, так і для індивідуалів. Розвитку екскурсійної роботи сприятиме також розроблення циклів екскурсій. Організація варіантів циклів екскурсій за тематикою й змістом для різних вікових категорій із застосуванням різних форм проведення (пішохідні, транспортні, комбіновані) забезпечує систематичне надання екскурсійних послуг.

9.3 Інструменти сучасного менеджменту екскурсійної діяльності

Упровадження туристичного продукту охоплює чотири етапи: дослідження попиту, розроблення та експеримент, навчання кадрів для надання нової послуги й технологічного опрацювання процесу обслуговування, організацією реклами та збуту нового продукту.

Збут туристичного продукту – це комплекс заходів, вживаних туроператором для забезпечення проходження продукту від виробника до споживача. Туроператор розробляє туристичний продукт (організовує екскурсії, надає послуги транспорту, харчування, музеїв тощо) і реалізує його через

власну організацію або посередників (турагентів), організовує заходи з просування свого продукту (вивчає ринки збуту, прогнозує його реалізацію).

Збут передбачає вибір каналів, посередників, розроблення пропозицій, передавання готових пропозицій посередникам, реалізацію продукту, стимулювання продажу, аналіз і контроль процесів.

Турагент реалізує продукт туроператора, але може самостійно створювати й реалізовувати його, тобто бути туроператором.

Просування туристичного продукту на ринок охоплює різні тактичні та стратегічні засоби для зміцнення позицій туристичної організації на ринку. Розрізняють такі види просування: безпосереднє (продавець – покупець); непряме, для якого необхідні матеріальні витрати (на розроблення рекламно-інформаційного матеріалу, застосування знижок посередникам).

Якість туристичного продукту багато в чому залежить від менеджменту туристично-екскурсійної організації. На сьогодні виділяють такі *функції менеджменту*:

1) функція *планування* реалізується в процесі визначення цілей організації та шляхів їх досягнення, аналізу ситуації, вироблення планів, програм;

2) *організаційна* функція пов'язана зі створенням туристично-екскурсійної організації;

3) *координаційна* функція спрямовує роботу людей у необхідне русло;

4) щоб активізувати процес, необхідна ще одна функція – *стимульовальна*. У її рамках за допомогою системи заохочення й покарання працівники орієнтуються на найбільш ефективне виконання поставлених перед ними завдань;

5) ретельна перевірка підсумків роботи, виявлення різних небезпек, успіхів і невдач відбувається за допомогою *контрольовальної* функції менеджменту;

6) *інноваційна* функція менеджменту пов'язана з освоєнням і впровадженням у виробництво новітніх досягнень у галузі техніки і технології методів організації праці та

управління людьми. Її виділення в якості самостійної обумовлено необхідністю різкого підвищення темпів і якості оновлення всіх сторін діяльності туристично-екскурсійної організації;

7) *маркетингова* функція охоплює практично всі сфери діяльності туристично-екскурсійної організації в тій мірі, в якій вони впливають на реалізацію товарів, дослідження, розробку, виробництво, збут, надання послуг.

Усі функції тісно взаємозв'язані й тому для їх успішного здійснення від менеджерів потрібно володіння хорошими професійними знаннями та навичками, педагогічними й психологічними здібностями, почуттям нового, щоб гармонійно поєднувати використання матеріальних і людських ресурсів в інтересах досягнення поставленої мети.

Конкурентоспроможність продукту та конкурентоспроможність фірми-туроператора знаходяться в прямій залежності. Можливість фірми конкурувати на туристському ринку залежить від конкурентоспроможності її продукту та економічних методів діяльності.

Оскільки екскурсійна фірма є і виробником, і виконавцем туристсько-екскурсійних послуг, на її конкурентоспроможність великий вплив роблять

1 Якість надання та виготовлення екскурсійних послуг.

2 Комплексні умови: можливість фірми надавати споживачам знижки (соціальний сегмент ринку).

3 Організація збутової мережі (доступність широкому колу споживачів, презентація нового продукту, активну участь у проведенні громадських заходів, у виставках і ярмарках, ефективність рекламних кампаній, вплив засобами паблік рілейшнз).

4 Сприятливий імідж фірми (її надійність, авторитет, інформованість потенційних покупців про асортимент продукції, вплив товарного знака на залучення уваги покупців до її продукції, з'ясування думки споживачів шляхом опитування).

5 Вплив тенденцій розвитку кон'юнктури на положення фірми на ринку.

Конкурентні позиції фірми на ринку залежать також від тієї підтримки й того сприяння, які фірма отримує з боку урядових, державних і місцевих органів управління.

Підвищити конкурентоспроможність фірми та її продукту можна:

- забезпечивши техніко-економічні і якісні показники, що створюють пріоритетність продукції фірми на ринку;
- змінивши якість продукту з урахуванням запитів і вимог споживача і підвищивши увагу до якості виконання послуг;
- виявивши і забезпечивши переваги продукту в порівнянні з аналогічним продуктом фірм-конкурентів;
- вивчивши заходи конкурентів по вдосконаленню аналогічних послуг та розробивши заходи, що дають переваги;
- визначивши можливі модифікації екскурсійних послуг шляхом підвищення якісних характеристик;
- використавши цінові фактори підвищення конкурентоспроможності екскурсій, у тому разі застосовуваних фірмами-конкурентами (знижки з ціни, гарантії);
- застосувавши диференціацію послуг, що забезпечує стійке перевагу покупців. Значення цінової конкуренції в цих умовах знижується, так як споживачі керуються своїми вподобаннями.

Отже, оцінка конкурентоспроможності туристично-екскурсійної фірми на ринку або сегменті ринку ґрунтується на ретельному аналізі технологічних, виробничих, збутових, а також виконавських можливостей фірми й покликана визначити потенційні можливості фірми і заходи, які вживаються для забезпечення своїх позицій на туристичному ринку.

В усіх своїх рішеннях менеджери екскурсійної сфери діяльності повинні керуватися не лише економічними, а й соціальними міркуваннями. Престиж менеджменту можна обґрунтувати як економічними результатами діяльності фірми, так і соціальним характером екскурсійних послуг. Будь-яка дія

менеджера – це економічний захід, у якому велике значення має економічний фактор, тому ефективність менеджменту та діяльності менеджерів можна вимірювати лише за допомогою показників успіху, тобто економічних результатів.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Богатирьова Г. А. Організація екскурсійної діяльності : методичні рекомендації. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2019. 59 с.
2. Організація туристичної діяльності: методика та практика. Г. А. Богатирьова, О. А. Ніколайчук, О. М. Романуха, К. В. Снігур. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 159 с.
3. Горіна Г. О. Розвиток ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації : дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук : спеціальність 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. Дніпро, 2017. 493 с.
4. Леоненко Н. А. Організація екскурсійної діяльності : конспект лекцій. Харків : НУЦЗУ, 2019. 167 с.
5. Ніколайчук О. А. Управління бізнес-процесами в туризмі: методичні рекомендації. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2019. 45 с.
6. Покоłodна М. М. Організація екскурсійної діяльності : підручник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 180 с.

Додаткова

7. Бабарицька В., Короткова А., Малиновська О. Екскурсознавство і музєєзнавство : навчальний посібник. Київ : Альтерпрес РА, 2012. 444 с.
8. Бакало Н. В. Екскурсійна діяльність як один зі складників туристичної сфери. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. Вип. 3 (08). С. 211–214.
9. Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 178 с.
10. Король О. Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі : навчально-методичний посібник. Чернівці : Чернівецький національний університет, 2016. 144 с.
11. Ніколайчук О. А. Аналіз та оптимізація прибутковості вітчизняних туристичних підприємств як

показника результативності бізнес-процесів. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Серія: Економічні науки*. Кривий Ріг. 2020. Вип. 1 (72). С. 29–39.

12. Пазенок В. С., Федорченко В. К. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму : монографія. Київ : Академія, 2013. 368 с.

13. Снігур К. В. Динаміка міжнародних туристичних потоків України: стан, тенденції та напрямки удосконалення. *Торгівля і ринок України*. 2019. №1 (45). С. 126–136.

Електронне навчальне видання

Повалій Тетяна Леонідівна

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

Конспект лекцій

для студентів спеціальності
028 «Менеджмент соціокультурної діяльності»
денної форми навчання

Відповідальна за випуск Н. Д. Світайло
Редактор: О. В. Федяй
Комп'ютерне верстання Т. Л. Повалій

Формат 60x84/8. Ум. друк. арк. 10,46. Обл.-вид. арк. 9,29.

Видавець і виготовлювач
Сумський державний університет,
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3062 від 17.12.2007.