

---

# Проблема зрителя в музеях массового типа

Об этикетаже

Александр Федорович Котс

Мало известное на Западе, как и у нас до Революции, устное обслуживание музейных зрителей доселе развивалось в высшей степени кустарно. В наиболее обычной форме роль «руководителя-экскурсовода» сводится к чему-то среднему между задачей «лектора» и «Гида», выражаясь то в пространных пояснениях академического свойства, то в бросании «на ходу отрывочных и беглых реплик».

Но не трудно видеть, что уместные в работе со студентами, или туристами, два этих метода совсем не отвечают целям и характеру работы современного Музея массового типа. И понятно, почему.

В отличие от слушателей аудитории и их задач, занятия в музее разбираемого типа протекают в обстановке и в условиях большей свободы и факультативности: отсутствия момента **обязательности** усвоения предмета.

Человек, идущий, в аудиторию, на лекцию (хотя бы «популярную»), уже привносит наперед известный интерес именно к данной теме и готовность уделить ей должное внимание, прослушать и усвоить содержание **всей** лекции.

Не то в музеях массового типа. Подавляющее большинство музейных посетителей желает оставаться **зрителем** и получить возможно больше **зрительных** картин и образов в предельно яркой, увлекательной, «нескучной» форме, без малейшего намерения усвоить полностью **все** содержание **всего** Музея.

Но, однако, и помимо этой разницы задач и целей, оба учреждения разнятся и по условиям работы, проводимой «стационарно» в аудитории и «амбулатно», на ходу, в музеях.

Там, — на лекции — определенный по составу коллектив, спокойствие и тишина в работе.

Здесь, в Музее, — непрерывная текучесть зрителей и проведение работы среди шума и движения.

Нам скажут: эта разница в условиях работы в аудитории и таковой в Музее — самоочевидна и общеизвестна!

Но естественно спросить: это элементарное и тривиальное различие учитывается ли оно в работе большинства музеев, в практике экскурсоводов и в музейной экспозиции?

Чтобы ответить на вопрос — достаточно напомнить хорошо знакомую картину: группу экскурсантов, «изучающих» Музей под руководством групповода — лектора и демонстратора.

В зависимости от размеров зала, степени ее загруженности (экспонатами и публикой) и темперамента экскурсовода, — общая картина от «экскурсии в работе» приближается к одной из следующих форм:

1-ая форма: Группа экскурсантов, тесною гурьбой, вплотную облепила лектора-экскурсовода, конфиденциально, шопотом (дабы не помешать другим экскурсиям, работающим в той же зале..) поучающего лишь ближайшие ряды более юрких и активных слушателей при пассивности всех прочих, тщетно домогающихся уловить обрывки слов затерянного в группе лектора.

2-ая форма: Вереница экскурсантов, мчащаяся за экскурсоводом, пробегающим по залам, на ходу бросающим беглые реплики, доступные для уловления лишь впереди бегущим и неслышимые для менее прытких, озабоченных лишь тем, чтобы не отстать от группы («как бы не потерять своих»!)

Мы здесь отметили два крайних типа отрицательного проведения экскурсий. В чистом виде, в положении «экскурсионных шаржей» наблюдаются они не часто. Тем бесспорнее, что большинство осмотров с «групповым, организованным» музейным зрителем содержит оба эти элемента: «конфиденциальное нашоптывание» и «эстафетный бег».

К указанным дефектам — безответственности лектора-экскурсовода (на заботящегося о «расстановке» слушателей...), кучности, или растяннутости аудитории, обычно присоединяется и ряд других ошибок, вытекающих из первых: разбегание части слушателей, «на ходу», во время объяснений; присоединение посторонних, также на ходу, в середине лекции а потому с проблематическим успехом; — отвлечение части слушателей в сторону в стремлении лично, самотеком, осмотреть Музей без помощи экскурсовода (и, конечно, тоже лишь с сомнительным успехом!)

Если к перечисленным дефектам мы прибавим наблюдаемую в некоторых (и при том особо посещаемых музеях!) тесноту и давку в выставочных залах, разнородность, пестроту состава посетителей одной и той же залы (от ученых старцев до младенцев по развитию и возрасту..) то станет ясно, что в обычно практикуемых условиях работы лектора-экскурсовода коэффициент полезности этой последней представляется проблематичным.

Даже более того. Искать в приемах устных пояснений общепринятого типа — средство выправления экспонатуры значило бы к недостаткам экспозиции добавить таковые лекционного порядка, т.е. лишь повысить отрицательный эффект от посещения Музея.

Оставляя до другого места изложение позитивных методов обслуживания группового зрителя, необходимо резко и решительно отмежеваться от обычно практикуемых доселе способов или приемов устного руководительства таким группами и настоять на радикальном изменении условий и методики работы лектора-экскурсовода в выставочных залах.

Но теперь является вопрос: Как быть, что делать с «одиночками»?

Ведь именно они, эти пришедшие по личной инициативе и бродящие за личный страх по залам одиночки составляют иногда главную часть «музейной публики», особенно в музеях массового типа крупного, столичного масштаба...

Правда, что решающая роль в оценке каждого Музея падает на групповых организованных, а не на одиночных посетителей, поскольку при расценке **индивидуальных** отзывов о качестве Музея остается неизвестным, сколько времени, усилия и понимания затрачено на освоение экспонатуры одиночным критиком (а мнения несведующих «верхоглядов» не имеет никакой цены!). И все же именно запросы одиночных зрителей заслуживают тем большего внимания, что техника работы с ними до сих пор совсем не разработана и остается самой трудной и ответственной проблемой всей музейной практики.

И в самом деле, исходя из положения, что Музей обязан максимально обеспечить интересы одиночных зрителей, посмотрим, каким образом осуществимо это обязательство:

Всего удобнее и проще, — так могло бы показаться — присоединение «одиночек» к группам, обеспечивающее этим самым руководство первых.

Именно таким путем обслуживаются «одиночки» в **Дарвиновском Музее**, что при многочисленности групп и малочисленности «одиночек» протекает безболезненно для тех, как и других.

Однако, не говоря уже о том, что это «поглощение» одиночек группой мыслимо лишь там, где групп проходит много, а, напротив, одиночек — мало<sup>1</sup>, самый факт включения последних в группу, превращая «Одиночку» в группового экскурсанта, лишь обходит трудность специального обслуживания одиночных зрителей и не решает этой трудности по существу.

Другой прием, отчасти практикуемый (или, по крайней мере намечавшийся) в больших музеях: составление групп из одиночных зрителей по мере накопления их. При входе в вестибюль эти последние формируются в порядке живой очереди в группы для обслуживания особым штатом запасных дежурных лекторов-экскурсоводов, ведущих «одиночками».

Не трудно видеть, между тем, что и объединившись в «сводных группах» одиночки, как и в предыдущем случае, перестают быть таковыми, и что разбираемый прием, подобно предыдущему, только обходит трудности, но не решает их. Доступный применению только в больших музеях, при большом притоке одиноч-

---

<sup>1</sup> При обратном отношении групп и «одиночек» наблюдается обратное явление: распыление группы в массу одиночек. В этих случаях участники «организованных» экскурсий вынуждены пробиваться через толпы «одиночных» зрителей.

ных зрителей прием этот имеет в то же время одно резко-отрицательное свойство: крайнюю разнокалиберность состава.

В самом деле. Скомпонованная на основе внешнего и алогического признака — времени явки, — эти сводные и механически составленные группы «одиночек» по составу столь же хаотически-случайны, как и время появления их в Музее: старики и дети (по развитию и возрасту) автоматически слагаются в очередные группы, независимо от их образовательного уровня.

Едва ли нужно говорить, насколько эта пестрота и разнородность группы затрудняет эффективное обслуживание ее, за невозможностью найти желаемую «Равнодействующую» стиля лектора: Равняешься по «старцам» (по уму и возрасту) — не угодишь младенцам (по уму и возрасту), равняешься по «детям» — и скучают «старцы».

Остается третий, наиболее формальный, повсеместно практикуемый прием: замена **устных** объяснений помощью печатных, или **письменных** «этикетажных» надписей.

Мы подошли к одной из самых спорных (— а на деле: наиболее бесспорных!) глав музейно-экспозиционной техники, или, точнее говоря, методики, к вопросу об «этикетаже», обсуждению которого мы в предыдущем уже посвятили ряд страниц. И только крайняя настойчивость и легкоеверие, с которыми «музейцы от зеленого стола» пытаются найти в этикетаже панацею от всех промахов музейного показа, побуждает нас вернуться к этому неблагоприятному вопросу.

Не касаясь негативной роли ярких и пространных надписей, имеющих дополнить (а на деле снизить) роль живого слова лектора-экскурсовода, ограничимся проверкой эффективности этикетаж в отношении одиноких зрителей, всецело предоставленных себе самим.

В стремлении поставить критику «этикетажного» вопроса на возможно более практическую почву, возвратимся к основным задачам устного руководства экскурсоводом и посмотрим, в какой мере сходные задачи разрешимы помощью этикетаж. Это устное руководство имеет целью обеспечить:

1. — Правильный «фарватер», путь, порядок, план обхода зал, или осмотра экспонатов каждой данной залы.
2. — Центрирование внимания зрителей на подлежащем объяснению объекте, выделение его из группы смежных.
3. — Согласование «вещной показательности» экспоната и его идейного, теоретического смысла.
4. — Приноравление объяснения экспонатуры к пониманию посетителей, их возрастному и образовательному уровню.

Таковы в принципе цели и задачи устного руководства.

Можно уверенно сказать, что даже при посредственной экспонатуре при наличии хороших устных объяснений выполнение этих задач осуществимо без малейшего труда.

В такой ли мере разрешаются эти задачи помощью этикетаж?

Начинаем с пункта 1-ого, «Фарватера», и спросим: в какой мере «Ориентирующий» этикетаж способен обеспечить первое, элементарное условие для эффективного осмотра зала — соблюдения порядка или плана изучения экспонатуры «тематического» содержания в музее массового типа?

Предположим крайний случай — в подлежащей изучению зале только два объекта: чучела **слона** и **мыши**, а над входом в залу «ориентирующий этикетаж», советующий начинать с осмотра **мыши**, а затем переходить к **слону**.

Можно уверенно сказать, что подавляющая масса зрителей, проникнув в залу, обратится всего прежде, вопреки этикетажу, именно к **слону**, ни мало не считаясь с тем, что разносители болезни и барометр культуры внешнего, хозяйственного быта — **мышь** гораздо более важна для просвещения широких масс, чем чуждый всей нашей культуре **слон**.

Для большинства музейных посетителей фактическое содержание музейной залы распадается обычно на «мышей» и на «слонов», т.е. на крупные, «глазастые» и зазывательные экспонаты и на мелкие, малозаметные и мнимо хорошо известные. И необычность первых в той же мере предопределяет их поверхностное созерцание, как мнимая «затасканность» вторых — их игнорирование массовым музейным зрителем.

Кому из нас, музейцев, не знакома эта тяга рядового зрителя к «большим» холстам, скульптурам, крупным препаратам и моделям, безнадежность парализовать это влечение к «большим» объектам ориентирующим этикетажем.

Еще более сомнительно значение последнего в тех случаях, когда, как то обычно в большинстве музеев, не один, а несколько «гвоздей» имеется в одной и той же зале.

Попробуйте помощью этикетажа вынудить, заставить массового зрителя идти определенным, предуказанным маршрутом по музейным залам, равномерно изучая экспонаты, независимо от внешней их «сенсационности»! Только ничтожнейшее меньшинство последует по «жесткому маршруту», да и то по преимуществу за счет лишь тех, кто вообще нисколько не нуждается в этикетаже: люди опытные в данной области, ученые и знатоки предмета, без труда могущие использовать объекты, нужные и ценные для них в любом показе.

И, напротив, подавляющее большинство музейных одиночных посетителей, вступая в залу, разбредается обычно кто-куда, руководясь лишь степенью «глазастостью» предметов, абсолютно игнорируя ориентировочные «вехи», помещенные с похвальной, но несбыточной надеждой — упорядочить поток движения музейной публики по залам.

Такова безрадостная роль этикетажа **«ориентирующего»**.

Немногим лучше дело обстоит с этикетажем, призванным центрировать идейный смысл экспоната, выделив его из группы смежных.

Переходим к этому второму пункту: концентрации внимания музейных зрителей лишь на определенных «узловых» объектах экспозиции.

Нетрудно видеть, что по существу пункт этот является только развитием и уточнением предидущего.

Там, усвоением «фарватера» предполагалось обеспечить правильный порядок следования по залам, или зале, в целях планомерного обхода.

Здесь — центрированием объектов данной экспозиционной площади имеется ввиду внесение порядка в усвоении предметов, находящихся в поле зрения именно данной площади.

Там — регуляция движения **ног**, здесь таковая же движения **глаз**. И там, и здесь — борьба с блужданием и самотеком, неизбежными при созерцании экспозиционных комплексов неопытными лицами.

Для пояснения сказанного, возвратимся к вышеприведенному примеру — шаржу. Перед зрителем определенная, доступная охвату зрением поверхность экспозиционной площади с **двумя** объектами, предельно разнящимися по размерам: чучелами африканского **слона** и **мыши**.

Попробуйте помощью этикетажа вынудить Вашего зрителя начать с осмотра **мыши**, а затем уже перейти к **слону**. — Попытка безнадежная!

Но поместите вместо чучела — **живую** мышь! И роли экспонатов переменятся! Внимание массового рядового зрителя будет направлено сначала на живую мышь (Живая мышка! Как она сюда попала? Может убежать? Чем ее кормят? И совсем ручная! и т.д.) и затем уже на слона.

Стихийное влечение массового зрителя к сенсационному и необычному (будь то живая мышь в музее, или мертвый слон!) и невозможность помощью этикетажа заманить влечение рядового зрителя к **идеям** экспонатов, независимо от внешней их «сенсационности», — является одной из главных трудностей музейной практики, легко преоборимой устным руководством.

От воображаемых примеров-шаржей перейдем к примерам, более реальным.

Перед зрителем стена, едва доступная охвату зрением, увешанная сплошь картинами, уставленная препаратами...

В каком порядке следует вести осмотр и на чем центрировать внимание?

Всякая попытка механически регламентировать у зрителя его глазные мышцы еще менее надежна, чем регламентация движения ног, встречая ряд неодолимых трудностей. Так, всего прежде тот неотвратимый факт, что слово, закрепленное печатно на стенах Музея достигает зрителя уже **после** того, как им нарушен план осмотра.

В этом неизменном отставании «этикетажа» от «экспонатуры», в этой дисхроничности воздействия последней и печатных пояснений — заключается главнейшая логическая трудность эффективного использования **печатных** указаний, помещаемых среди экспонатуры.

К затруднениям логическим обычно присоединяются преграды «стиля».

Незаметные при устном руководстве стилистические формы речи, закрепленные печатно на этикетаже, принимают часто докторальный, менторский, начальнический стиль, по типу старомодных популярных книг, особенно английских, изобилующих назиданиями такого рода: «Обратить особое внимание!», «Следует особенно заметить!», «Начинайте изучение с этого предмета!», «Следуйте таким порядком!»

Нетерпимый вообще в печати, этот педантично-поучающий, учебный стиль невыносим в музеях, в подтверждение элементарной истины, что далеко не всякий стиль, пригодный для живого слова, применим в печати и наоборот!

В итоге, испещряя стены назидательно-назойливым этикетажем, претендующим на ориентировку зрителей, мы только портим настроение последним, ни в малейшей степени не достигая цели.

И легко понять причины этой неудачи. Коренится она в трудности для рядового зрителя согласовать **идейную** и **зрительную** значимость объектов. Ни размеры, ни идейная значительность последних не дают гарантии, что для известной части зрителей предметы эти не останутся на положении «куриозов». Все искусство лектора-экскурсовода и направлено как раз к психическому уравнению зрительного восприятия объектов и идейного их претворения. Но только лично искушенные в экскурсионной практике музейцы могут оценить, как много в эффективности музейного осмотра обусловлено умением лектора — найти желательный и должный «стиль» общения с аудиторией, умения уловить психическую «равнодействующую» между «**вещным**» и «**идейным**» восприятием.

Есть, между тем, еще один, гораздо более серьезный недостаток у этикетажа «поясняющего» типа: недоступность для модификации при обращении к разным кадрам зрителей.

И в самом деле. Редактируя два первых типа надписей, имеющих направить, ориентировать музейных зрителей по залам, или по определенной экспозиционной площади, мы можем не учитывать состава посетителей<sup>2</sup>.

Иное дело в текстах «поясняющего» типа. Хорошо известно, как разнообразен, многолик состав музейных посетителей, от академиков и до сезонников-рабочих, от ребят — до пожилых ученых.

Примениться к данному составу той или иной экскурсии, учесть образование и возраст большинства участников — есть первое условие успеха лектора-руководителя.

Попробуйте вообразить экскурсовода-лектора, читающего по шаблону, в тех же выражениях, на ту же тему и ученым-академиком, и «дошколятам», и сезонникам-рабочим!

Совершенно очевидно, что такой стереотипный лектор есть явление, столь же отрицательное, как и аудитория, фальшиво-лицемерно принимающая этот лекционный штамп.

А между тем, на положении такого механического трафарета и является этикетаж с его невыполнимой ролью — теми же словами в равной мере обслужить всех вообще людей, безотносительно к их возрастному и образовательному стажу!

---

<sup>2</sup> За исключением разве языка, что, впрочем, при обилии народностей и языков одной лишь нашей Родины, тоже едва ли проводимо...

Эта неизбежная «застылость» и стандартность всякого этикетаж, невозможность модуляции его, касается не только познавательной-идейной стороны работы.

Перед нами группа экскурсантов «под эгидой» лектора-экскурсовода. От умелости и чуткости последнего зависит уловить момент снижения внимания и утомления зрителей и должным образом спарировать эту усталость, общим ли подъемом «тонуса» беседы, повышением эмоционального момента речи, брошенной умело шуткой, или временным переключением внимания на более «доходчивые» темы и объекты.

Говоря короче: весь ассортимент приемов стимуляции внимания, веками созданный профессией актеров, педагогов и ораторов и вновь слагаемый в практической работе лектора-экскурсовода, полностью имеется в распоряжении последнего.

Не то при замещении его этикетажом. На кого рассчитан стиль и содержание последнего? Ответим коротко: На «идеального», воображаемого зрителя, готового усвоить весь этикетаж, не знающего ни сомнений, ни усталости, готового прочесть все надписи, все тексты в точно предуказанном порядке.

Перед нами — старый наш «знакомый»: схематический музейный зритель, созданный воображением доктринеров и педантов, но реально столь же мало существующий, как все подобные абстракции и схемы, порожденные фантазией музейцев- бюрократов, чуждых жизни и живого опыта.

Но и помимо дифференцировки «стиля» и «научного диапазона» — применительно к различным «профилям» музейных зрителей, имеется еще одно препятствие технического свойства и как таковое наиболее бесспорное. Мы разумеем внешние, пространственные затруднения: преграды «кирпича».

И в самом деле. Мысленно вообразим работу лектора-экскурсовода, текстуально закрепленную этикетажом и фиксированную на стене Музея.

Можно быть уверенным, что выполнение этой задачи мыслимо лишь при наличии десятков метров лоскутов бумаги, превращающей всю экспозицию в подобие «Стенной Газеты».

Сказанное поясним примером.

Предлагаемый обычно — при сквозной экскурсии — курсорный очерк Эволюционного учения в Дарвиновском Музее требует для устной, лекционной передачи от 1 ½ до двух часов.

В печатном виде этот Очерк занял бы примерно около **пяти** листов убористого текста.

А теперь попробуем перенести эти печатных пять листов на стены и шкафы Музея.

Независимо от шрифта и разбивки содержания на отдельные абзацы (по числу этикетажных текстов) операция лишь механического чтения всех этих текстов (не говоря уже об усвоении!) потребовала бы несколько часов... срок, абсолютно непосильный для громаднейшего большинства музейных зрителей.

Взятые вместе перечисленные трудности, а именно:

Бессилие музейного этикетаж, как единого для всех музейных посетителей, учитывать разнообразие последних, их различия по возрастному и образовательному стажу, и бессилие громаднейшего большинства музейных зрителей прочесть десятки метров площади музейных стен, затянутых этикетажом — делают фактическое замещение устных пояснений лектора-экскурсовода помощью этикетаж «поясняющего» типа совершенно иллюзорным.

Но теперь является вопрос. Чем объяснить такое расхождение в оценке устной речи и этикетаж?

Ведь когда то, на заре развития музеев, между содержанием последних и музейным зрителем единственным посредником был именно этикетаж, поскольку институт «руководителей» и «лекторов» возник сравнительно недавно, будучи вторично привнесенный в практику музеев.

Эта полная переоценка основных двух методов обслуживания музейных зрителей, падение значения этикетаж и преобладающая роль живого слова лектора в музейном зале объясняется до нельзя просто тем общеизвестным фактом, что за пройденное время радикально изменилось содержание, цель и кадры посетителей музеев.

В самом деле. Давнее, бывшее содержание музеев, как собраний редкостей, сменилось новой миссией — хранилища идейно-вещных документов, Прежние задачи — сохранять предметы — заменились, или, правильнее говоря, дополнились задачей — популяризировать идеи.

Посетители былых музеев — знатоки-ученые, или любители — сменились массовым зрителем. Эта тройная эволюция музеев не могла не отразиться на принципах экспозиции, на методах показа, на этикетаже.

Для «музея фактов» роль последнего всецело сводится к «номенклатурной» его форме: прикреплению к каждой вещи бланка или карточки с названием предмета, приведением дат и местонахождения. Этими данными и ограничивался весь этикетаж, предельно удовлетворявший прежних посетителей Музея: «образованных любителей» и знатоков ученых. План, порядок изучения предметов был в ту пору «беспредметен», «методы показа», как проблемы — не существовало, а тем самым отпадала всякая потребность в «ориентирующем» или «поясняющем» этикетаже.

Таким образом, из **трех** главнейших типов и задач этикетажа:

1. — Номенклатурного,
2. — Поясняющего,
3. — Ориентирующего,

— самым давнишним и бесспорным представляется **номенклатурный**, обязательный для всех музеев и не вызывавший никогда сомнений ни со стороны любителей, ни знатоков-ученых. Первые эмоционально изживались в созерцании музейных редкостей, вторые находили нужные им материалы независимо от «ориентирующего» этикетажа. Ни малейшего разрыва между экспозицией Музея и музейным потребителем в ту пору не существовало.

Лишь гораздо позже, медленно и робко, как уступка возраставшим требованиям демократизации музеев появляется и **«поясняющий»** этикетаж: таблички и «легенды», поясняющие не одно только название но и значение экспоната.

Но введенный лишь частично и для массового зрителя этот печатный «поясняющий» этикетаж не вызывал особого разрыва между экспозицией и ее массовым потребителем, пока задачи таковой не выходили за пределы доставления «полезных развлечений», не преследовали никаких идейных нормативных целей. В посещении музеев допускалась полная факультативность. Что рассматривать? В каком объеме и в каком порядке? Для какой конечной цели? — все эти вопросы абсолютно не касались устроителей музеев. Но тем самым отпадала всякая потребность проверять успешность экспозиции для массового зрителя. Последнему предоставлялось в меру сил и времени воспользоваться «объясняющим» этикетажем, или игнорировать его. Полнейшая свобода, безответственность и посетителей Музея, и экспонатуры, и дирекции Музея. Таковы принципы устройства громаднейшего большинства музеев «ассертивного» характера, в отличие от «нормативной» экспозиции музеев **идеологических**.

Главнейшей неотъемлимой особенностью этих нормативных, «целевых» музеев массового назначения является логический порядок-план подачи материала, обязательство его идейно-целостного усвоения.

И в самом деле. Чтобы воспринять — эмоционально-зрительно-отдельные музейные объекты, будь то чучела Вальдшнепа, или райских птиц, не требуется ни малейшей логики, достаточно иметь здоровые глаза.

И равным образом, для усвоения понятия «Защитной окраски», или «Полового диморфизма» — нет нужды в особой «плановости экспозиции». И там, и здесь мы не выходим за пределы констатирования фактов.

Но совсем другое, если от изолированных явлений перейти к теоретической их связи и логическому объяснению, будь то теории подбора Дарвина, или теория гормонов. Усвоение последних, как и всяких вообще теорий, невозможно без логической аргументации. Последнее же, в переводе на музейные условия работы — равносильно обеспечению логической структуры экспозиции и обязательству идейно-планового усвоения.

Прибегая к хорошо известному сравнению Музея с книгой, можно было бы сказать:

**Кунсткамеры** былых времен, лишённые какого бы то ни было «этикетажа», — как и современные собрания антикварных редкостей — сравнимы с серией открыток, «любопытных», каждая в отдельности, но предъявляемых в любом порядке, без какой либо объединяющей их мысли, или цели.

**Старые музеи**, ограничиваясь лишь «номенклатурной» стороной этикетажа, могут быть сравнимы с целостным по содержанию **Альбомом** перелистываемым в любом порядке, спереди назад и сзади-наперед.

**Музеи современные**, но **ассертивного** характера, имеющие, как номенклатурный, так и поясняющий этикетаж, можно сравнить со **Сборниками**, или **Альманахами** рассказов разных авторов, доступных для прочтения без соблюдения особого порядка.

Наконец, музеи **нормативные**, с этикетажем всех трех типов («Ориентирующим», «Поясняющим», «Номенклатурным») — это книги, целостные по идеи и по форме, обладающие внутренней архитектурной структурой, вне которого знакомство с книгой бесполезно и бессмысленно.

Это сравнение с книгой (вообще только условно проводимое) уместно потому, что помогает вскрыть глубокий роковой разрыв между экспонатом современного научного музея и музейным зрителем.

Громаднейшее большинство последних и доселе ищет всего более «номенклатурных» знаний, т.е. склонно ограничиться познанием предметов.

Реже и лишь в случае особо импонирующих экспонатов обращается внимание на «объясняющий» этикетаж.

И совершенно единичны случаи, когда музейный зритель должным образом использует этикетажи всех трех типов, проводя осмотр по определенному порядку или плану.

Возвращаясь к нашему сравнению, можно сказать, что большинство музейных зрителей довольствуется перелистыванием «Альбомов», реже — «Сборника» и только в редких случаях штудирует целую «книгу».

В этом возрастающем разрыве между психологией музейных зрителей, стремящихся к познанию **«вещей»**, и установкой тематических музеев, предъявляющих познание **«процессов»**, заключается **психологический** источник малой эффективности значительного большинства музеев.

Мы подошли к решающему пункту нашего анализа: к вопросу о путях и способах смягчения, или возможной ликвидации этого разрыва.

Но, однако, прежде, чем переходить к «лечению» болезни, убедимся еще раз в ее реальности.

Легко предвидеть возражение. Нам скажут: Вы сгущаете тона и краски! Умалчаете запросы массового рядового посетителя Музеев! Эти сотни тысяч и миллионы зрителей наших музеев, неужели привлекаются они в музеи только жаждой безидейного и чувственного созерцания? И неужели вся музейная работа за последнее тридцатилетие прошла бесплодно и не приучила массы к идеологическому восприятию музеев, не сменила тяги к «редкостям» стремлением к мысли, к обобщающему знанию?

Едва ли нужно говорить, что сказанное выше о разрыве умственных запросов массового зрителя музеев и наличной их экспонатной в полной степени касается не всех музеев и не всех музейных посетителей, что степень этого разрыва изменяется в зависимости от тематики музея.

Нет сомнения, что в целом ряде экспозиций бытовых, художественных, исторических, как и особенно мемориальных, самая тематика музеев своей близостью к вопросам жизни, человеческого быта, без труда воспринимается как **тема**, а не как собрание **вещей, предметов**.

И разглядывая, созерцая вещи, окружавшие когда то выдающихся героев мысли или гениальных волевых натур и проецируя эти предметы на деяния их былых владельцев, мы **идейно претворяем** эти вещные обрывки и свидетели былых времен. И глядя на хранящиеся в нашем **Историческом музее** «перегонный куб», оставшийся от **Ломоносова** или «ферязь» (рубаху) от **Иоанна Грозного**, мы мысленно невольно обогащаем их слезами горечи непризнанного гения и кровью царственного сына.

Но не то в музеях, или экспозициях естественно-научных: связь отдельной вещи и ее идейной значимости здесь гораздо более далекая.



Поставьте рядового массового зрителя перед скелетом **мамонта** и чучелом **слона**, и, как из рога изобилия посыпятся уверенные, но **неверные** или **типично- обывательские реплики**:

Про **Мамонта**:

- «Вот предок современного слона!» (Неверно!)
- «Допотопное животное!» (Неверно!)
- «Самый крупный слон!» (Неверно!)
- «Жил среди льдов и снега» (Неверно!)

и т.п.

Про чучело **слона**:

1. «Сколько при жизни весил?»
2. «Какая была кличка?»
3. «А ложится ли на время сна?»
4. «Сколько лет живет?»
5. «Сколько съедает в день?»
6. «Что это чучело, или искусственно сделан?»
7. «Как он попал в Музей?»
8. «Как он прошел сквозь двери?»

и т.д., и т.д.

вопросы, чисто обывательские и отчасти праздные и не имеющие никакого отношения к научным целям и **идеям**, обусловившим монтаж слона и помещение его в Музее.

Очень показательно, что большинство таких банальных, обывательских вопросов и житейских реплик связано с обычным неумением массового зрителя Музея выйти за пределы узко-индивидуального в рассмотрении животных, — промах, объяснимый без труда психологически: Привыкши видеть себя окруженными при жизни не абстрактными видами кошек и собак, но «именными» особями («Машкой», «Жучкой») рядовые посетители невольно и стихийно переносят этот персональный, человеческий подход и на музейные объекты, забывая, что в отличие от человеческой истории, нас в Зоологии интересуют звери «вообще» (за редким исключением отдельных специальных случаев...), не особи, не индивиды, а их комплексы, систематические группы; что при помещении чучела **слона** в Музее основная цель его не в том, чтобы музейно закрепить именно **данного** слона (носившего при жизни ту, или иную кличку) но для иллюстрации строения всех вообще слонов для демонстрации вопросов общей биологии — истории происхождения хоботных животных, эволюции, приспособления к среде.

Мы указали только на одну из многих трудностей идейного и обобщающего понимания естественно-научных экспонатов. Не входя в анализ множества других причин **предметного**, а не **идейного** подхода к восприятию музейных экспонатов, ограничимся лишь приведением итогов специальных опытов по проведению проверки эффективности усваивания биологической экспонатуры в обстановке, оптимальной для ее идейно-связанного восприятия.

**Состав участников экскурсий:** школьники 9-ых классов.

**Тема:** эволюционное учение и Дарвинизм.

**Длительность:** от полутора до двух часов.

**Форма демонстрации:** предельночеткая, насыщенная ярким материалом.

**Лектор:** автор этих строк (40-летний стаж ученого и лектора).

**Количество обслуженных:** десятки тысяч за четверть века.

**Субъективная оценка** (экскурсантами) — восторженная.

**Объективная оценка** (лектором): полнейшее неувоение громадным большинством учащихся элементарных обобщений, проработанных в Музее.

Но, однако, если так печально дело обстоит и обстояло с группами учащихся, организованно обслуженных на тему, хорошо знакомую им по учебнику и при восторженной оценке качества руководства, — то что сказать об **одиночных** зрителях, блуждающих по залам на свой риск и страх, без соблюдения должного «фарватера», без плана и без устного руководства?

И далее. Если обычно практикуемая экспозиция и общепринятый этикетаж (в его трех видах: именно Номенклатурного, Поясняющего и Ориентирующего) не способны гарантировать идейного подхода к усвоению научно-нормативной экспозиции для одиночных массовых музейных зрителей, то как же быть?

Принципиально мыслимы здесь только два исхода.

Первый: успокоиться на внешних достижениях и кажущемся положительном успехе.

Возвращаясь к вышеприведенному примеру, опыту со школьниками, можно удовлетвориться личной их оценкой и сказать: раз отзывы самих участников экскурсии блестящи, то тем самым объективно подтверждается достоинство музейной экспозиции. Что же касается до одиночек — то для них имеется этикетаж в роли замены устных объяснений лектора, этикетаж, проверенный, прошедший через санкцию Дирекции Музея. Дело посетителей Музея — пользоваться «объясняющим» этикетажем, или игнорировать его. За невнимание, нежелание и неумение одиночных посетителей читать этикетаж — музейная дирекция не отвечает и вина неверных толкований экспонатов одиночным зрителем, а этим самым и неэффективность посещения музея падает на посетителей.

Но вряд ли нужно говорить, что свойственная лишь педантам-ригористам-бюрократам эта точка зрения не может быть присуща настоящему музейцу, как идейному культурному работнику, стоящему на страже своего культурного служения, а не канцелярской и бюрократической отписки.

Основной итог, к которому приводит наш анализ эффективности музейного этикетажа, опирается, — как и обычно в сфере умственной культуры — о вопросы... **этики**, правдивости самих музейцев в отношении себя и к выполняемому делу.

Там, где для музейца-бюрократа все благополучно («есть этикетаж и протоколы, утверждающие его качество!») — там для идейного работника-музейца — только мнимое, «бумажное» благополучие, скрывающее полную негодность постановки дела.

Должное решение проблемы — «эффективного обслуживания одиночных посетителей музеев массового типа» — превращения «музеев вещи» в таковые **«обобщающих идей»** и **«аргументов»**, претворенных в полноценных вещных экспонатах, — приобщения к нормативным, тематическим музеям массы одиночных зрителей, — искать приходится не в уточнении этикетажа, а в реформе самой экспозиции: придаче ей такой предельной яркости, логической структуры и насыщенности в отношении идейном, чтобы при наличии самого скромного этикетажа обеспечить максимальную «доходчивость» для массового зрителя.

Полезно помнить, что характерной и специфической чертой работы всякого Музея следует считать не устное руководство (заимствованное из лекционной практики..) и не чтение этикетажных текстов (позаимствованное из книг..) но самую **экспонатуру**, как прием идейно-вещно-образного действия на зрителя, и, потому, в итоге нашего анализа проблемы «**одиночных зрителей в музеях нормативных массового типа**» мы приходим к следующей дилемме:

Либо — радикальная реформа методов музейной экспозиции введение новаторских приемов, подлинно способных превратить познание **вещей** в познание **идей** для массового зрителя, либо — продление притворного благополучия, скрывание идейной не доходчивости экспозиции за мнимой силой многометровых листов печатанной бумаги, именуемой этикетажем.

## Дополнительное замечание.

В лагере особо ревностных защитников подробного этикетажа «поясняющего» типа в массовых музеях приходилось слышать и такое мнение, что наличием детального этикетажа, утвержденного дирекцией музея, гарантируется качество и содержание устных объяснений лектора-экскурсовода, облегчается для аудитории, участников экскурсий, уличать его в ошибках при наличии последних.

Но едва ли нужно говорить, что эта своеобразная попытка навязать этикетажу миссию контроля над... его же составителями, столь же знаменательна, как и негодна.

Думать, что пришедшие за получением знаний люди (в большей своей части мало и совсем не сведущие в данной области...) займутся контролированием лекторов, сверяя устную их речь с печатным текстом на стене, — не значило бы это возложить на аудиторию задачу недостойную и всего прежде — непосильную?

На долю этих волонтеров... сверщиков пришлось бы возложить **четвероюкую** задачу:

- a. — Смотреть на экспонаты.
- b. — Следить за речью лектора-экскурсовода.
- c. — Вчитываться в тексты, в содержание печатного этикетажа.
- d. — Сравнивать, сверять печатное и устное для выявления ожидаемых ошибок лектора.

Во истину, отчаянное средство оправдать этикетаж и обеспечить качество обслуживания музейных зрителей!

Одно из двух: Либо дирекция Музея отвечает за свою работу, в частности и за подбор экскурсоводов и тогда в организации «любителей контроля» из самих участников экскурсий — нет ни повода, ни оснований.

Либо управление музеев НЕ ответственно за качество своей работы, но тогда сомнению может подвергаться столько же работа лектора, как и научность, правильность этикетажа, утверждаемой все той же «безответственной» администрацией.

Однако, и помимо всех логических и дидактических соображений эта апелляция к этикетажу, как блюстителю научности даваемых объяснений, — представляется сомнительной в... моральном отношении.

И в самом деле. В этом требовании печатного и «утвержденного начальством» кодекса для устной речи лектора таится нескрываемое недоверие к последнему.

Но именно в культурно-просветительной работе более, чем где либо, успех зависит от морального престижа данного культурного работника. И окружать экскурсовода-лектора цепями лоскутов бумаги с «пояснительным этикетажем» в обеспечение «благонадежности» даваемых объяснений, — не содействует моральному престижу лектора...

Вообразите лектора на кафедре, читающего лекцию в обычной аудитории, стены которой сплошь затянуты цитатами и текстами, буквально воспроизводящими — в видах «контроля» — всю читаемую лекцию... Повысится ли от подобной обстановки эффективность лекции и, что важнее, чувство личного достоинства у лектора?

Только оторванные от реальной жизни и музейной практики педанты-резонеры- бюрократы умственной культуры могут думать, что плохих, незнающих экскурсоводов можно выправить, насильно заставляя их придерживаться текстуально помещенных перед их глазами текстов.

Удивляться в этих случаях приходится не слабости экскурсоводов (таковых значительное большинство!), а слабости дирекций столь беспомощных музеев, не нашедших более разумных способов для улучшения экспонатуры и квалификации своих сотрудников, как закреплением их умственного горизонта и свободной речи — рамками печатанной бумаги...

