

## Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

### Уровни музейной коммуникации: анализ через призму связей с общественностью

*Мехнина Мария Петровна*

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия  
E-mail: MariaGach@mail.ru*

Опираясь на работы Г. В. Сориной и М. Е. Кошелюка, в докладе связи с общественностью (PR) будут рассмотрены как интеллектуальная деятельность, связанная со своевременно принятыми решениями, которые влекут за собой соответствующую систему технологий [5, 2].

Под PR-решением будем понимать процесс выбора альтернативных PR-инструментов, технологий и возможностей, в результате реализации которого станет возможным осуществление музейной коммуникации.

Под **уровнями музейной коммуникации** в докладе будут пониматься коммуникационные каналы, по которым осуществляется передача и расшифровка культурно-значимой информации в соответствии со спецификой музейного отношения к действительности (основу этой деятельности составляет постижение информационного потенциала, заложенного в предмете). Выделяются два основных уровня музейной коммуникации — уровень внутренней коммуникации и уровень внешней коммуникации.

*Уровень внутренней коммуникации* связан с подготовкой самого музейного пространства — подготовка музейного предмета исследователем, создание экспозиции (что представляется особенно важным, поскольку коммуникация, осуществляемая в процессе создания и восприятия экспозиции, признается специфически музейной, не производимой в рамках других общественных институтов) [3]. Ядром данного уровня является музейный предмет. Внутренние уровни музейной коммуникации увязаны в единый процесс подготовки музея к осуществлению внешней коммуникации. Как представляется, на внутреннем уровне присутствует PR-деятельность. Например, система выстраивания экспозиции влияет на общее впечатление от музея, формированием которого занимается PR. Наличие ошибок в пояснительных текстах к экспонатам может неблагоприятно отразиться на имидже музея. Связи с общественностью присутствуют на данном уровне музейной коммуникации, который, на первый взгляд, скрыт от посетителя. Могут использоваться такие инструменты связей с общественностью, как формирование и донесение миссии музея до всех сотрудников, а также внутрикorporативные связи с общественностью.

*Внешний уровень коммуникации* связан с постижением и интерпретацией этого пространства посетителем. Ядро данного уровня — посетитель, на которого направлены все музейные технологии и методы музейной работы. Через личность посетителя музей взаимодействует со всем обществом. На данном уровне применимы такие инструменты связей с общественностью, как работа со СМИ, организация специальных мероприятий, выпуск корпоративного печатного издания музея.

Выделяются следующие уровни внешней музейной коммуникации:

- *уровень коммуникационной связи предмета и посетителя-интерпретатора* предполагает умение «воспринимать» музейный предмет и постигать его свойства. По мнению Ю. У. Гуральника, за переосмыслением понятия «музейная аудитория» и соотносением этого понятия с понятиями «посетитель», зритель, партнер стоит коммуникативная стратегия музея, его политика, в которую вовлекается все общество [1]. Важно соотносить музейную аудиторию с понятием «субъект», «индивид». Отношения же с субъектами легче выстраивать, используя инструментарий связей с общественностью, поскольку именно связи с общественностью ориентированы на установление благоприятных отношений с субъектами; это двусторонний процесс;
- *уровень коммуникационной связи экспозиционного комплекса и посетителя-интерпретатора* предлагает посетителю «читать» музейное пространство. Посетитель в музее играет активную роль. Тем не менее ему зачастую требуется помощь в осмыслении музейного пространства и подготовке к его восприятию;
- *уровень коммуникационной связи посетителя и интерпретатора-профессионала* направлен на решение указанных выше задач и ориентирован на реализацию процессов, осуществляющихся в направлениях образовательной деятельности музея — информировании, образовании, развитии творчества, общении и отдыхе;
- *уровень коммуникативной связи посетителя и социолога — исследователя музейной аудитории* является составной частью каждого из внешних уровней и связан с изучением ценностных ориентаций и духовных потребностей аудитории для грамотной разработки прикладных технологий взаимодействия в музейном пространстве.

Уровень коммуникативной связи посетителя и исследователя музейной аудитории непосредственно связан со всеми остальными внутренними (анализ потенциальной аудитории, прогнозирование возможного восприятия экспозиции) и внешними (изучение запросов аудитории, определение перспектив музейно-педагогической работы и т.д.) уровнями. Он реализует общие задачи музея.

Это уровень эффективности музейной работы с посетителем [4]. Его следует рассматривать через призму PR. Связи музея с его общественностью можно определить как *важнейший уровень музейной коммуникации, объединяющий внешний и внутренний уровни*. Как представляется, уровень связи музея с его общественностью непосредственно связан со всеми остальными внутренними и внешними уровнями музейной коммуникации. Именно он направлен на формирование благоприятных и взаимовыгодных отношений с посетителем музея, который, как было показано выше, должен быть центральным компонентом схемы музейной коммуникации.

Уровень связи музея с его общественностью можно считать «сквозным» для всех направлений музейной деятельности. Коммуникация в музее также является «сквозным» направлением его деятельности, реализуется на всех основных участках его работы. Соответственно использование инструментов связей с общественностью и принятие эффективных PR-решений очень важно для эффективного осуществления музейной коммуникации на всех её уровнях.

### **Литература**

1. Гуральник Ю. У. Музей и его посетители // Музей и его партнеры: сб. тр. творческой лаборатории «Музейная педагогика» кафедры музейного дела. Вып. 5. — М. : АПРИКТ, 2004.
2. Кошелюк М.Е. Эффективное PR-мышление: Мастер-класс для начинающих и профессионалов. М., 2008.
3. Музейное дело России / под ред. М. Е. Каулен, И. М. Коссовой, А. А. Сундиевой. — М. : изд-во «ВК», 2003.
4. Сапанжа О. С. Основы музейной коммуникации : учеб. пособие. — СПб., 2007.
5. Сорина Г. В. Принятие решений как интеллектуальная деятельность / Монография. 2-е издание // Г. В. Сорина. — М. : «Канон-Плюс» «Реабилитация», 2009.

### **Слова благодарности**

Я хочу выразить глубокую благодарность моему научному руководителю, доктору философских наук, профессору Галине Вениаминовне Сориной.