

ОСНОВЫ  
МУЗЕЙНЫХ  
КОММУНИКАЦИЙ



Рисунок 1 – Стороны коммуникации

Таблица 1 – Функции и параметры коммуникации в музее

| Наименование функции                 | Параметры функции коммуникации в музее  |
|--------------------------------------|---|
| Контактная                           | Заключается в установлении контакта между посетителем и музейным сотрудником, обоюдной готовности к приему и передаче сообщений и поддержанию взаимосвязи в процессе общения  |
| Инструментальная                     | Характеризует музейную коммуникацию как социальный механизм управления и передачи информации (отправитель–получатель)   |
| Интегративная                        | Раскрывает музейную коммуникацию как средство объединения людей в пространстве музея  |
| Функция самовыражения, или понимания | Определяет коммуникацию как форму взаимопонимания психологического контекста между отправителем и получателем информации  |
| Трансляционная                       | Служит для передачи конкретных способов коммуникационной деятельности музея: экскурсия, игра и т.д.   |
| Функция оказания влияния             | Заключается в изменении состояния, поведения, личностно-смыслового образования потребителя музейных услуг   |
| Информативная                        | Предполагает обмен сообщениями, мнениями между музеем и посетителем на основе экспозиции и при помощи различных творческих решений  |
| Эмотивная                            | Благодаря этой функции музейной коммуникации происходит возбуждение интереса в потребителе музейных услуг, необходимых эмоциональных переживаний, а также изменение форм музейного взаимодействия на основе его пожеланий |
| Статусопределяющая                   | Предполагает выполнение ожидаемой коммуникации от сотрудника музея, в т.ч. демонстрацию музейно-искусствоведческого, краеведческого и т.д. знания   |



Рис. 2 – Менеджер как информационно-коммуникативный центр

Таблица 4 – Основные направления и характеристики осуществления социальной помощи музею

| Наименование              | Основные характеристики и отличия  |
|---------------------------|--|
| – филантропия             | <ul style="list-style-type: none"> <li>– безвозмездная передача ценного дара музею в финансовой или материальной форме</li> <li>– отчетность, публичная признательность от объекта пожертвования не требуется (чаще употребляется по отношению к музею)</li> </ul>   |
| – спонсорство             | <ul style="list-style-type: none"> <li>– требует формализации отношений и договорных условий между музеем и спонсором</li> <li>– при получении пожертвований музей публично выражает благодарность, способствует формированию позитивного имиджа спонсора</li> </ul>   |
| – социальные инвестиции   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– объектом инвестиций является музей, выдвинувший или реализующий привлекательную для общества социальную идею, осуществление которой даст музею позитивный общественный эффект, но не экономический результат</li> </ul>   |
| – благотворительные акции | <ul style="list-style-type: none"> <li>– в отличие от социальных инвестиций могут выступать как организации, так и частные лица, которые оказывают помощь музею для преодоления каких-либо трудных жизненных обстоятельств (детские праздники в музее и др.)</li> <li>– музей в свою очередь также организывает благотворительные акции по поддержке как социально незащищенных слоев населения, так и конкретно на проведение различных социально-культурных мероприятий в своем регионе</li> </ul> |





Рисунок 4 – Элементы коммуникаций в музее

Таблица 5 – Риски в коммуникациях музея

| Наименование риска                      | Основные характеристики  |
|---|--|
| Финансовые потери музея                 | Риск существенного отрицательного финансового результата музейного проекта   |
| Потери деловой репутации музея (имиджа) | Снижение публичной оценки музея его посетителями и падение имиджа в коммуникационной среде музея   |
| Снижение популярности музейных услуг    | Чувствительное падение социальных и маркетинговых результатов музейной деятельности  |
| Потеря репутации коллектива музея       | Падение авторитета руководителя музея, повышение текучести кадров, проблемы с привлечением музейных специалистов и организацией новых внешних выставок |



Рисунок 4 – Модель социального партнерства



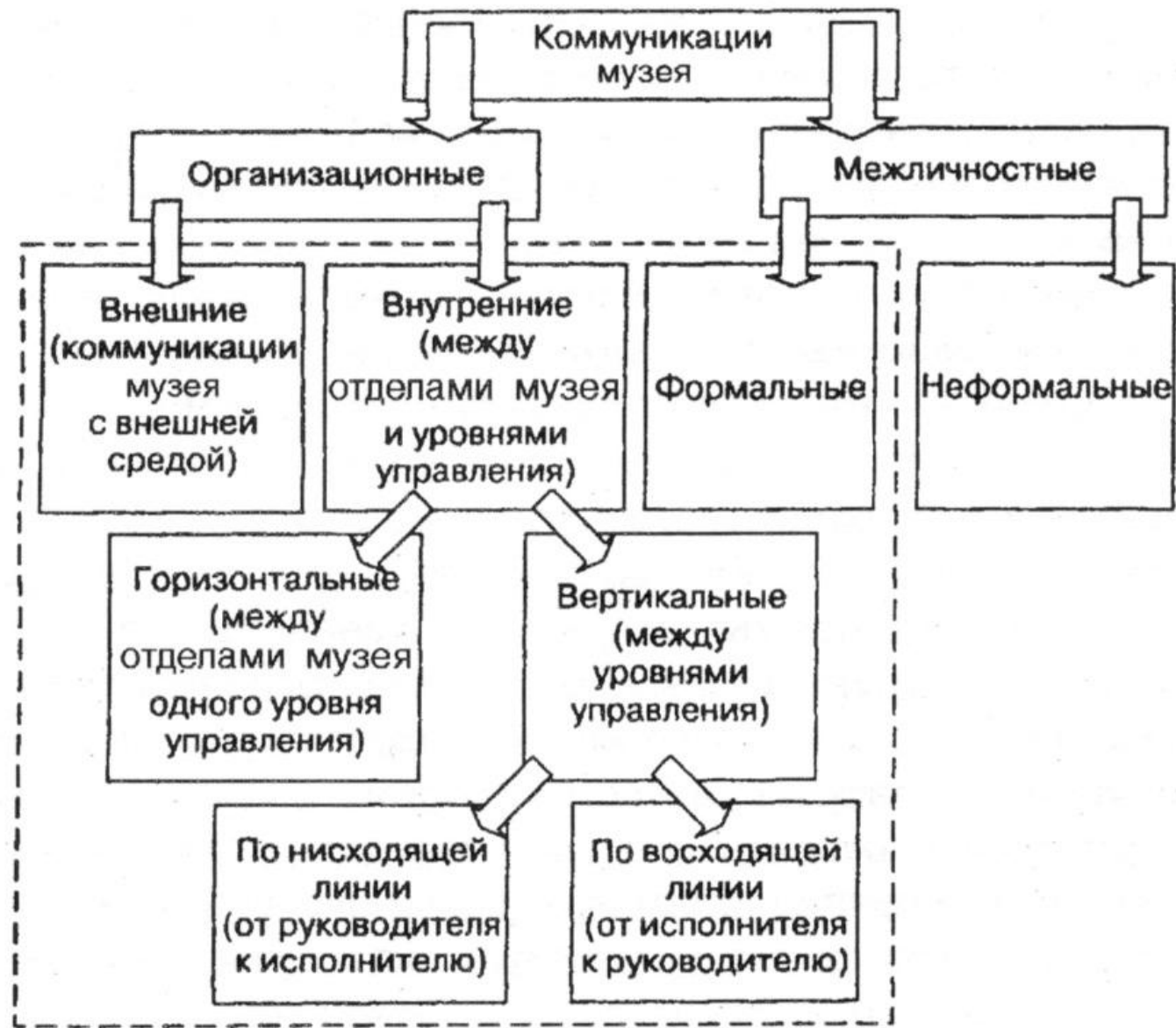


Рис. 5 – Классификация музейных коммуникаций

Таблица 8 – Особенности коммуникационных стратегий музея

| Положительные позиции в реализации коммуникационных стратегий                      | Проблемы в реализации коммуникационных стратегий                                   |
|--|--|
| Разработка новых видов услуг, предлагаемых музеем                                  | Необходимы квалифицированные работники   |
| Повышение качества музейных услуг  | Необходимость поиска возможностей сбыта музейных услуг                             |
| Взаимодействие и сближение с различными потребителями и заказчиками музейных услуг | Увеличение финансового и художественного риска в музейной работе                   |
| Увеличение количества посетителей музея  | Дополнительная работа по изучению соотношения спроса и предложения                 |
| Повышение имиджа музея и дополнительная реклама                                    | Дополнительные финансовые расходы  |
| Формирование устойчивого бренда музея  | Необходимость в профессиональных менеджерах и дополнительные материальные средства |
| Возможность повышения цен на музейные услуги                                       | Проведение музеем достоверных коммуникационных исследований                        |

Таблица 17 – Развитие информационных ресурсов в музее

| Информационная область  | Ответственный сотрудник                                    |
|---|--|
| 1   | 2  |
| Регистрация новых поступлений в музей                         | Работник отдела учета                                      |
| Каталог музейного собрания                                    | Работник отдела учета                                      |
| Текущая документация по управлению собранием                  | Работник отдела учета                                      |
| Фотонегативы и цифровые файлы музейных предметов и экспозиций | Фотограф   |
| Каталог библиотеки музея                                      | Библиотекарь   |
| Архивы музея  | Руководитель архива  |
| Учет состояния музейных объектов и ухода за ними              | Главный реставратор  |
| Контроль состояния коммунальных служб                         | Руководитель отдела эксплуатации                           |
| Реализация билетов  | Менеджер по обслуживанию посетителей, кассир               |
| Учет членства в клубе друзей музея                            | Менеджер по работе с членами организаций содействия музеям |
| Учет привлеченных средств от фандрайзинговых компаний в музее | Менеджер службы развития                                   |

| 1   | 2   |
|---|---|
| Учет привлеченных средств от фандрайзинговых компаний в музее | Менеджер службы развития                          |
| Ведение текущих расчетов и финансовый учет                    | Главный бухгалтер                                 |
| Выставочный план деятельности музея                           | Руководитель выставочного отдела                  |
| Работа с детьми и школьниками                                 | Руководитель образовательных программ             |
| Электронные копии печатных материалов                         | Руководитель издательского отдела                 |
| Интерактивные и мультимедийные программы музея                | Руководитель службы технических средств           |
| Компьютерные средства контроля                                | Руководитель службы технических средств           |
| Учет и оценка качества работы музея                           | Руководитель службы контроля и оценки             |
| Личные дела сотрудников                                       | Менеджер по персоналу (заведующий отделом кадров) |
| Набор добровольных помощников и учет их работы                | Координатор музейных волонтеров                   |
| Автоматизация делопроизводства в музее                        | Заведующий канцелярией                            |
| Взаимодействие между разными службами музея                   | Заведующий канцелярией                            |



Рис. 9 – Коммуникационные потоки музея

| Положительное  | Отрицательное  |
|--|--|
| При помощи компьютера посетитель больше информации может получить и обработать                   | Нарушается активное взаимодействие посетителей музея с музейными сотрудниками и предметами |
| Используя информационные технологии возможно более детальное рассмотрение и изучение памятников  | Отсутствуют предварительный настрой и подготовка посетителя к общению с музейной средой    |
| Предоставляется возможность анализа и сравнения в визуальном и компьютерном восприятии предметов | Затрудняется эмоциональная передача музейной информации                                    |