

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Инструктивные и неинструктивные решения в истории становления музейной деятельности

Сгибова Александра Юрьевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия

E-mail: AleksandraSgibova@gmail.com

Теория принятия решений - научная область, изучающая механизмы, особенности, принятия решений, характер принимаемых решений, процесс принятия, факторы, влияющие на этот процесс. Г.В. Сорина в своей монографии «Принятие решения как интеллектуальная деятельность» вводит классификацию решений, основанием деления в которой выступает критерий инструктивности. Исходя из такой классификации, решения могут быть инструктивными и неинструктивными[1].

Инструктивные решения – такие решения, процедура принятия которых утверждена в соответствующих документах, какими могут быть инструкции, договоры, соглашения, распоряжения, регламенты, и, конечно, законы. Такие решения строятся на выполнении и соблюдении правил. Неинструктивные решения – напротив, решения, не урегулированные частично или полностью в регламентирующих документах, не описанные в них. Одним из видов неинструктивных решений может быть предложение по принципиально новому подходу к решению проблемы, инновационное решение[1].

Оба типа решения встречаются как в повседневной жизни, так и в профессиональной деятельности. Любая сфера жизни неразрывно связана с процессом принятия решений. Рассмотрим музейную деятельность, а именно исторический процесс становления музея как общественного института на предмет инструктивных и неинструктивных решений.

Известно, что первые музеи в более или менее современном понимании этого термина как общественного института появились в Европе в 18 веке. Эволюционно музеи выросли из частных коллекций, разбросанных по Европе на протяжении столетий, и затем собранных выдающимися государственными деятелями и учеными в научных целях и, заодно, для демонстрации собственной коллекции публике[3].

Тогда музеи не ставили целью повышение потока посетителей и увеличение прибыли для развития музея. Директора музеев не руководствовались принципами музейного маркетинга [2]. Инструктивность в решениях, связанных с заработком музея в современном понимании этого процесса, отсутствовала. Музеи не работали на посетителей, практически не имели программы экскурсий. Однако известен случай, когда было создано указание, инструкция по посещению музея в Алкингтоне, Лондон, составленная его создателем и директором сэром Эштоном Левером: «Я намеренно отказываю в посещении музея низшему классу. . . Поведение в музее должно соответствовать указаниям, я вышлю их позже»[3].

Если не рассматривать музейный маркетинг как единственный источник инструктивности в решениях в рамках музейной деятельности, следует отметить наличие документов, разрешений на ведение деятельности, на покупку или аренду площади, в конце концов, документы о покупке или продаже тех или иных коллекций. Все это,

конечно, свидетельствует о наличии инструктивных решений, принимаемых руководством музеев даже в их зачаточном виде. Наиболее иллюстративным будет пример из истории создания Британского музея, когда известный английский коллекционер Ханс Слоун в завещании попросил о передаче коллекции в государственную собственность. Так возник Британский музей. Завещание в данном случае – документ, подтверждающий решение, принятое владельцем ценностей об их передаче другому лицу, то есть государству[3].

С другой стороны, в музейной деятельности, как в деятельности, имеющей дело с искусством, предпочтениями, вкусом, феноменом коллекционирования, решения зачастую принимаются по причинам, неведомым исследованиям. Невозможно угадать, что подвигало людей на покупку коллекций у торговцев, других коллекционеров. Почему именно ваза в коллекции Маргарет Кавендиш Холлс Харли, герцогини Портлендской, была любимым предметом коллекции хозяйки и почему она купила ее за две тысячи фунтов у торговца Циеконе в Риме[3]?

С одной стороны, неинструктивность таких решений очевидна. С другой стороны, стоит уделить внимание решениям, принимаемым в музейной деятельности, специфической сфере, где не всякое, кажущееся на первый взгляд неинструктивным решение, является таковым. Возможно, документы на предметы искусства, справки об их владельцах толкали людей на крупные капиталовложения и покупки. В таких случаях мы имеем дело с инструктивными решениями.

Современное состояние музейной деятельности отличается от того, что мы видим в 18 веке. Музей - организация, которая следует общеустановленным правилам и предписаниям – политическим, юридическим, экономическим. Государственные музеи в России часто вынуждены принимать решения, исходя из выделенного бюджета, значит из предписаний. Как правило, для выбора того или иного решения проблемы требуется неоднократное согласование принятых мер с руководством. Все это говорит о ярко выраженном инструктивном характере принимаемых решений. Но, как и в 18 веке, есть решения, которые принимаются под влиянием субъективных факторов, как то выбор экспозиции, решение о проведении мероприятий в рамках музейной работы, обмен экспозициями с другими музеями.

Конечно, и здесь можно поспорить и сказать, что зал в самых развитых музеях мира оформляется в соответствии с инструкцией по освещению, расположению экспонатов по отношению друг к другу[4]. Безусловно, можно сослаться на бухгалтерские документы, отказав другому музею в сотрудничестве. Возникает вопрос: насколько инструктивные решения инструктивны на самом деле?

В конце концов, было бы полезно просчитать долю инструктивности и неинструктивности в принимаемых решениях. Однако даже такие прогрессивные исследования, скорее всего, не смогут быть обеспечены достоверными данными.

Литература

1. Сорина Г.В. Принятие решений как интеллектуальная деятельность. – М., 2009.
2. Kotler Neil G. Museum Marketing and Strategy: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources. – San-Francisco, 1998.

3. Sidney Dillon Ripley. The sacred grove: Essay on Museums. – Washington, DC., 1979.
4. Lord, Barry. Lord Gail Dexter. The manual of museum exhibitions. Walton Creek, 2002.

Слова благодарности

Хочу выразить благодарность научному руководителю, доктору философских наук, профессору Сориной Г.В. за понимание и поддержку моих начинаний