

Е. В. Морозова

Музейная политика: содержательный аспект понятия

Статья посвящена уточнению термина «музейная политика». На основе контент-анализа выделяются существенные характеристики понятия, определяются факторы, оказывающие влияние на проведение музеем своей политики. Рассматривается взаимосвязь между музейной политикой и реализацией государственной политики в области культуры.

Ключевые понятия: музей, музейная политика, социальные функции музея, миссия музея

Elena V. Morozova

Museum policy: meaning of the definition

The article is devoted to a more precise definition of the term «museum policy». Based on the content analyses it assigns essential characteristics of the notion and defines factors which impact on a museum policy. It is examined an interconnection between the museum policy and realization of the government culture policy.

Keywords: museum, museum policy, social functions of the museum, museum mission

Современная музеология как научная дисциплина находится на стадии своего становления, что обуславливает необходимость разработки понятийного аппарата дисциплины, смыслового уточнения базовых дефиниций. Об этом свидетельствуют недавние публикации словарей музейных терминов, в которые добавляются новые понятия, актуальные в современных реалиях музейного дела. Принимая во внимание нарастающий темп развития общества, мы можем констатировать тот факт, что фундаментальные работы в области теории музеологии не всегда успевают за практикой музейного дела. Поэтому актуальным становится внесение некоторых поправок и уточнений базовых понятий. Целью нашей статьи стало уточнение определения понятия «музейная политика». Данный термин появился относительно недавно, о чем говорит отсутствие данного понятия в «Российской музейной энциклопедии»¹. Однако с учетом возрастающей политизированности мира, термин «музейная политика» приобретает все большую актуальность.

Термин «политика» имеет широкое распространение в языке общественных наук. Как следует из «Толкового словаря», политика (от греч. politike – «искусство управления государством») – деятельность органов государственной власти и государственного управления, отражающая общественный строй и экономическую структуру страны, а также деятельность партий и других организаций, общественных группировок, определяемая их интересами и целями»².

Согласно «Словарю актуальных музейных терминов», под музейной политикой следует понимать «совокупность принципов и методов управления музеем, нацеленных на осуществле-

ние миссии музея и обеспечение выполнения музеем социальных функций музея»³. Направления музейной политики, согласно этому же источнику, соответствуют направлениям музейной деятельности.

Возьмем на себя смелость предположить, что данное определение нуждается в доработке. Не претендуя на законченность и бескомпромиссность рассуждений, аргументируем нашу точку зрения.

Отметим несколько существенных расхождений в обозначенных определениях. В «Толковом словаре» политика определяется как деятельность, в то время как в «Словаре актуальных музейных терминов» под политикой понимается совокупность принципов и методов.

На наш взгляд, формулировка «совокупность принципов и методов» более подходит для характеристики положений, данных в уставе музея, тогда как политика предполагает деятельность с учетом этих положений.

В «Словаре актуальных музейных терминов»⁴ при характеристике музейной политики не говорится об интересах музея, однако данный аспект включен как существенный признак в трактовку понятия «политика».

В «Словаре актуальных музейных терминов»⁵ подчеркивается, что музейная политика направлена на выполнение социальных функций и реализацию миссии музея. Рассуждения, вытекающие из данного определения, приводят к ошибочному выводу о том, что все музеи должны действовать одинаково, так как они выполняют одни и те же социальные функции и одну и ту же миссию как общую сверхзадачу музея. Однако это противоречит базовому смыслу политики как необходимости выбора определенного курса.

Таким образом, можно сделать вывод о существовании обстоятельств, которые побуждают музеи выстраивать свою деятельность с учетом неких факторов. Прежде всего, к числу таких обстоятельств следует отнести влияние рыночной экономики и конкуренции в сфере образовательных и досуговых услуг. По мнению С. А. Копацкой⁶, деятельность каждого музея проявляется в двух сферах: внешней и внутренней. К внешней стороне исследователь относит: действующее законодательство; специфические внешние условия; особенности поведения посетителей на рынке музейной продукции и услуг.

Следовательно, музею для определения стратегии собственной деятельности необходимо учитывать свои взаимоотношения с другими субъектами. Е. С. Соболева и М. З. Эпштейн⁷ дают схему взаимодействия музея с другими институтами, указывая в качестве его участников государство, музейное сообщество, спонсоров, посетителей.

С. А. Копацкая предлагает рассматривать музейную политику в рамках работы менеджера музея. Однако, на наш взгляд, музейная политика охватывает более широкую сферу, выходящую за пределы деятельности отдельного менеджера.

Музейная политика, согласно «Словарю актуальных музейных терминов», выражается в обеспечении выполнения музеем социальных функций. Традиционно к социальным функциям музея принято относить документирование, образование и воспитание. Ряд ученых, например Д. А. Равикович⁸, выделяют также функцию организации свободного времени, что становится все более актуальным в современном мире, где музеи стремятся быть привлекательными для аудитории, конкурируя с другими учреждениями в сфере досуга. В данном контексте можно рассматривать музейную политику как выбор гармоничного соотношения в организации своей деятельности во всех обозначенных направлениях. Необходимость выбора присутствует как при работе с музейными предметами, так и при взаимодействии с посетителями. При этом музей сталкивается с рядом дилемм, решение которых во многом и определяет курс политики. Приведем в качестве примера некоторые из них.

Реализуя функцию документирования, музей, прежде всего, занимается выявлением и отбором предметов музейного значения. Из необходимости произведения отбора вытекает субъективная составляющая работы музея, который дает возможность некоторым предметам, утратившим свое утилитарное значение, обрести новый смысл в музейном пространстве. На этом этапе работы музей самостоятельно определяет, какие предметы считать важными, заслуживающими особого внимания, а какие – второсте-

пенными. Иногда результаты этой работы могут привести к конфликтам и непониманию, о чем свидетельствуют исторические факты, например, нежелание придавать значение культуре аборигенов. В данном случае мы можем говорить о политике музея в области новых поступлений (закупочной политике).

Деятельность музея по осуществлению образовательной функции тесно связана с проблемной интерпретации. Она вытекает из признания факта, что все экспозиции имеют определенную концепцию, заложенную в них создателями. Здесь возникает дилемма: трансляция музеем как институтом, призванным формировать знания, определенных идей или признание свободы интерпретации со стороны посетителей. Вопросы воспитания в рамках музейной работы еще более сложны, так как имеют в своей основе вопрос, для кого предназначен музей: для ценителей и знатоков или для всех граждан (элитарная и демократическая модели). В случае признания приоритета массового посетителя, необходимо учитывать тот факт, что важнее становится не столько передать определенные знания, сколько научить понимать и уважать увиденное в музее. С другой стороны, для привлечения массового посетителя необходимо использование элементов развлечения. Музей при этом сталкивается с очередной дилеммой, что для него важнее: удовлетворять потребности посетителей или формировать эти потребности?

По мнению Е. С. Соболевой, М. З. Эпштейна⁹, составной частью миссии музея является и сдвиг потребностей посетителей. Эта мысль дает нам право говорить о музее как об инструменте влияния на общество через осуществление своей миссии.

Реализация миссии музея является еще одной составляющей политики музея. По мнению Л. Е. Вострякова, «миссия музея детализирует его статус, выражающий смысл его существования, декларирует действительные намерения руководства музея, указывает направление и ориентиры для определения целей и задач всей организации и отдельных ее структурных единиц. Именно ответ на вопрос: «Какова главная цель музея?» и является центральным моментом миссии»¹⁰.

Дискуссионность цели приводит к трансформации понятия миссии. Активное обсуждение в научной литературе этой темы связано не только с изменениями, которые претерпевают современные музеи, но и с переосмыслением самого понимания музея как социокультурного института.

Так, большое влияние на понимание данной проблемы оказали теория музейной коммуникации и идеи новой музеологии. Появившаяся во второй половине XX в. теория музейной коммуникации основывалась на идее о различной

интерпретации музейных объектов и о роли экскурсовода как посредника в общении посетителя с музейными предметами. Подчеркивалось, что интерпретация оказывает воздействие на формирование исторического сознания общества¹¹.

В это же время появляются идеи новой музеологии, вызвавшие привлечение местного населения к работе музея и нацеленные на решение проблемы развивающихся стран, в которых музеи были построены не от лица носителей культуры. Сторонники нового подхода считали музей, прежде всего, социальным институтом, иными словами тем учреждением, которое призвано приносить пользу обществу, способствовать его развитию и помогать решению возникающих в нем проблем. Принято считать, что идеи новой музеологии востребованы, в основном, в развивающихся странах, однако в последнее время все больше стран обращается к своим истокам и идет по пути политики участия. Так, например, канадский Департамент наследия¹² разработал программу новой политики музеев. Согласно исследованию Р. Сандела¹³, переосмыслением политики музея занимается Министерство культуры, СМИ и спорта Великобритании, которое в разработанных им нормативных документах определяет роль музея в социальной инклюзии на индивидуальном, групповом и общественном уровне. С этой позиции термин «музейная политика» может быть рассмотрен в другом смысле, который, на наш взгляд, и является основным. Акцент здесь следует поставить на том, что за музеем признается роль самостоятельного социального агента, который способен оказывать влияние на развитие общества. Такое влияние музея находит применение в реализации культурной политики государства.

Возможность музея оказывать влияние на развитие общества связана, прежде всего, с его деятельностью по конструированию смыслов, результатом которого является формирование мировоззрения человека. Данный процесс рассматривается М. Фуко¹⁴ как власть знания в рамках его концепции дискурса. Т. Люк¹⁵, развивая эти идеи, приходит к выводу, что музеи являются совокупным сосредоточением власти. Таким образом, мы можем говорить не только о политике музея, но и о его политичности.

Подводя итог сказанному, сделаем следующие выводы. Во-первых, появление самого термина «музейная политика» произошло относительно недавно и связано с развитием музеологической теории. Во-вторых, использование его связано с необходимостью музея адаптироваться к реалиям рыночной экономики, с одной стороны, и с по-

вышением роли музея как социального агента современного общества – с другой. В-третьих, принимая во внимание политичность музея, его функцию формирования мировоззрения и культурной идентичности, понятие «политика» по отношению к музею нельзя сводить только к управлению им. Современный музей находится в зависимости от своих финансовых партнеров и от государства, поэтому должен реализовывать в своей политике и их интересы, выступая при этом в роли механизма влияния на социум.

Таким образом, понятие «политика музея» может быть определено как целенаправленная деятельность музея по реализации его миссии и социальных функций, осуществляемая с учетом определенного социокультурного и политического контекста и государственной политики в области культуры.

Примечания

¹ Российская музейная энциклопедия: в 2 т. М.: Прогресс: Рипол Классик, 2001. 2 т.

² Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М.: Азъ, 1996. С. 543.

³ Музей: слов. актуал. музейн. терминов // Музей. 2009. № 5. С. 67.

⁴ Там же.

⁵ Там же.

⁶ Копачкая С. А. Управление музеем в рамках стратегии создания музейных комплексов: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08. 00. 05 / С.-Петербург. гос. ун-т экономики и финансов. СПб., 2000. 18 с.

⁷ Соболева Е. С., Эпштейн М. З. Эволюция концепции музеев в меняющемся мире // Вопр. музеологии. 2011. № 1 (3). С. 11.

⁸ Равикович Д. А. Социальные функции и типология музеев // Музееведение: вопр. теории и методики: сб. науч. тр. / НИИ культуры. М., 1987. С. 11.

⁹ Соболева Е. С., Эпштейн М. З. Указ. соч. С. 10.

¹⁰ Востряков Л. Е. Современный музейный менеджмент // Экология культуры: информ. бюл. Архангельск, 2004. № 3. С. 3–22.

¹¹ Гиль А. Ю. Эволюция музея в контексте становления информационного общества // Вестн. Томск. гос. ун-та. 2008. Вып. 306. С. 36.

¹² Towards a new museum policy: discussion guide / Minister of Public Works and Government Services of Canada. Ottawa, 2005.

¹³ Sandel R. Social inclusion, the museum and the dynamics of sectoral change // Museum & society, 2003. № 1 (1). P. 46.

¹⁴ Фуко М. Археология знания. Киев, 1996.

¹⁵ Luke T. W. Museum politics: power plays at the exhibition. Minneapolis; Saint Paul: Univ. of Minnesota Press, 2002. P. 101.