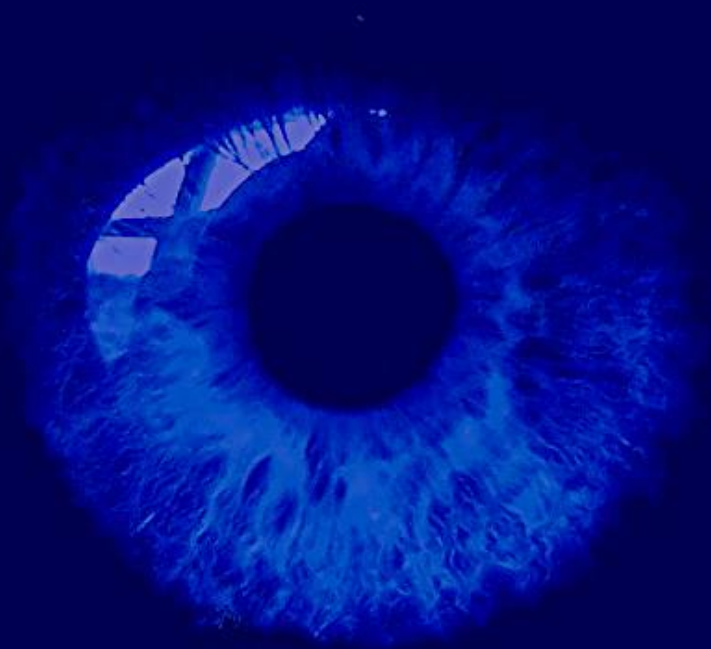


Научно-практический семинар  
«Публикация музейного предмета в корпоративном музее»



*Н.А. Никишин*

**МУЗЕЙНЫЕ МЕТОДЫ  
ПРЕЗЕНТАЦИИ КОМПАНИЙ**

*Виды экспозиций корпоративных музеев*

**Ханты-Мансийск, 17.11.2016**

*«Корпоративные музеи <...> как правило,  
малодоступны для свободного посещения и более  
других ведомственных музеев ориентированы на  
решение корпоративных задач.... »*

*Е.В. Рощина (2012)*

# Домузейные и музейные формы презентации компаний

1. Доски Почета
2. Галереи портретов бывших руководителей и героев труда в офисных помещениях
3. Произведения монументального искусства в приемных, входных зонах, фойе конференц-залов
4. Документальные фотовыставки на стенах производственных и офисных помещений
5. Стенды предприятий на отраслевых выставках
6. Тематические выставки, проводимые компаниями в государственных музеях
7. Смотровые площадки в местах проведения работ
8. Дни открытых дверей, экскурсии на производство
9. Отчетные и тематические выставки, организуемые на годовых собраниях акционеров
10. Шкафы с подарками в кабинетах руководителей компании
11. Частные музеи владельцев компаний
12. Кабинеты ветеранских организаций с фотоархивами предприятий
13. Витрины и стеллажи с историческими материалами в залах общих собраний и заседаний
14. Витрины с реликвиями компании в коридорах и переходах офисных помещений
15. Витрины с государственными, профессиональными, спортивными наградами
16. Мемориальные комплексы на местах значимых для компании событий
17. Мемориальные кабинеты бывших руководителей
18. Комнаты трудовой (и боевой) славы
19. Галереи и выставки с корпоративными коллекциями
20. Временные и постоянные, стационарные и передвижные выставки корпоративных музеев
21. Постоянные экспозиции корпоративных музеев

# 1. Доски Почета





## 2. Галереи портретов бывших руководителей, героев труда, передовиков производства





### 3. Инсталляции произведений монументального искусства во входных зонах, в фойе конференц-залов



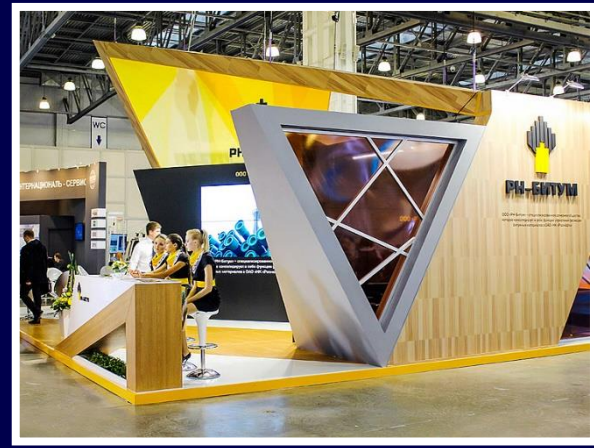


#### 4. Документальные фотовыставки на стенах производственных и офисных помещений





## 5. Стенды предприятий на отраслевых выставках





## 6. Тематические выставки, проводимые компаниями в государственных музеях





## 7. Смотровые площадки





## 8. Дни открытых дверей, экскурсии на производство



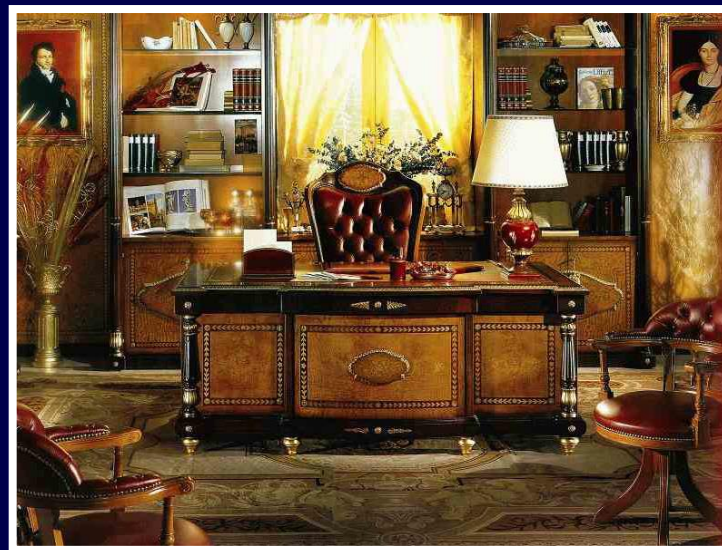
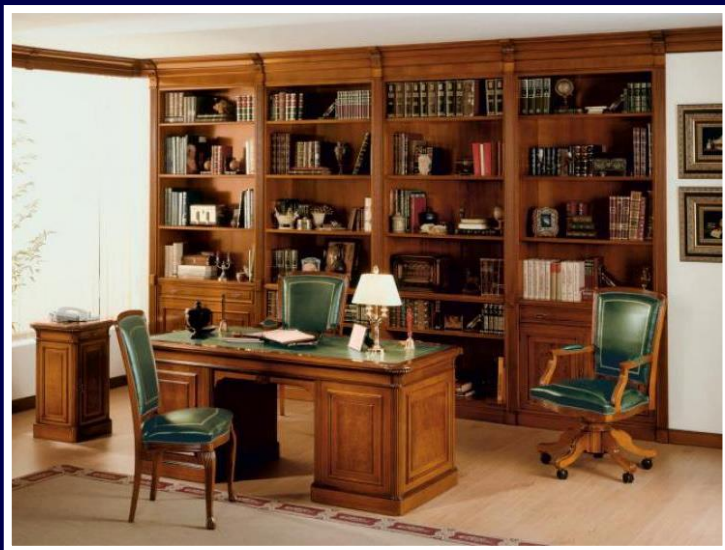
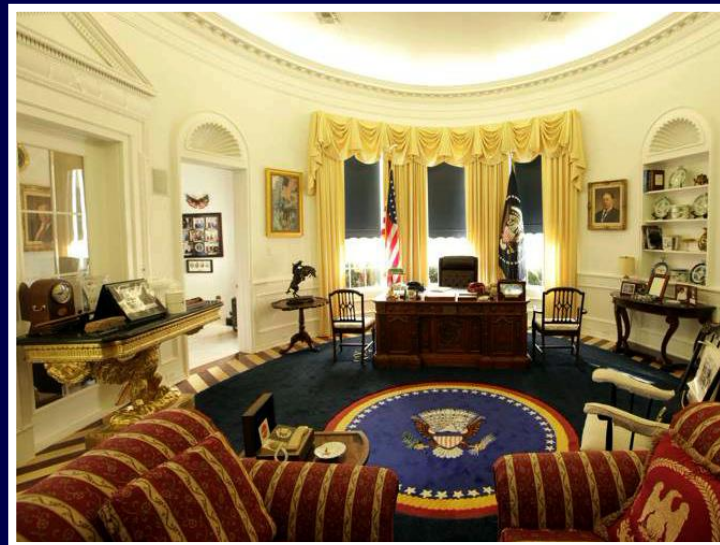


## 9. Отчетные и тематические выставки, организуемые на годовых собраниях акционеров

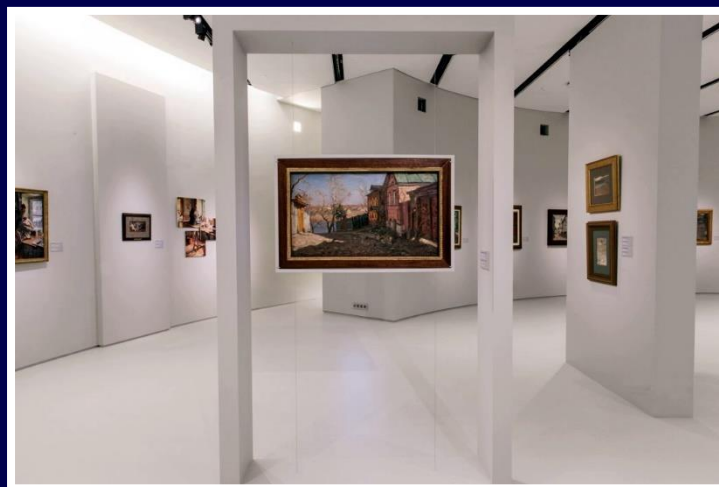
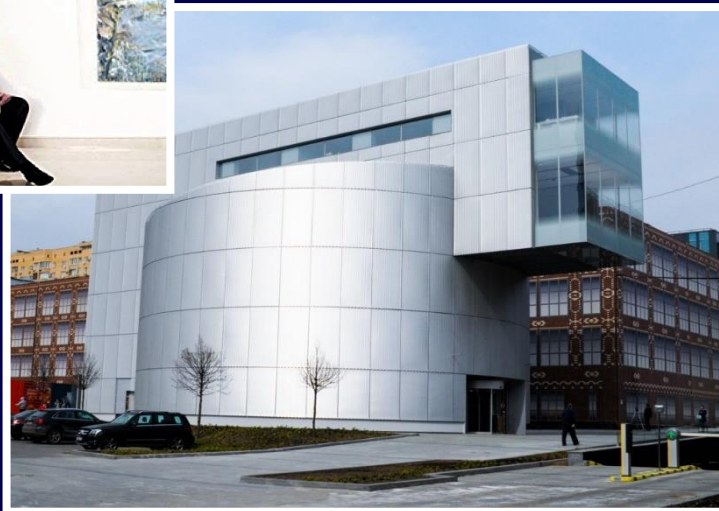
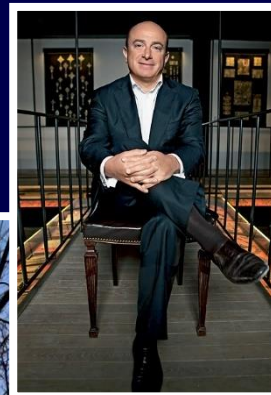




## 10. Шкафы и стеллажи с подарками в кабинетах руководителей компании



## 11. Частные музеи владельцев крупных компаний



*Музей русского импрессионизма,  
Москва (Борис Минц, НПФ «Будущее»)*

*Музей русской иконы,  
Москва (Михаил Абрамов, компания «Плаза Девелопмент»)*



## 12. Кабинеты ветеранских организаций с фотоархивами предприятий



### 13. Витрины и стеллажи с историческими материалами в залах заседаний





## 14. Витрины с реликвиями компании в коридорах и переходах офисных помещений



## 15. Витрины с государственными, профессиональными, спортивными наградами





## 16. Мемориальные комплексы на местах значимых для компании событий





## 17. Мемориальные кабинеты бывших руководителей





## 18. Комнаты трудовой (и боевой) славы





## 19. Галереи и выставки изобразительного искусство с корпоративными коллекциями



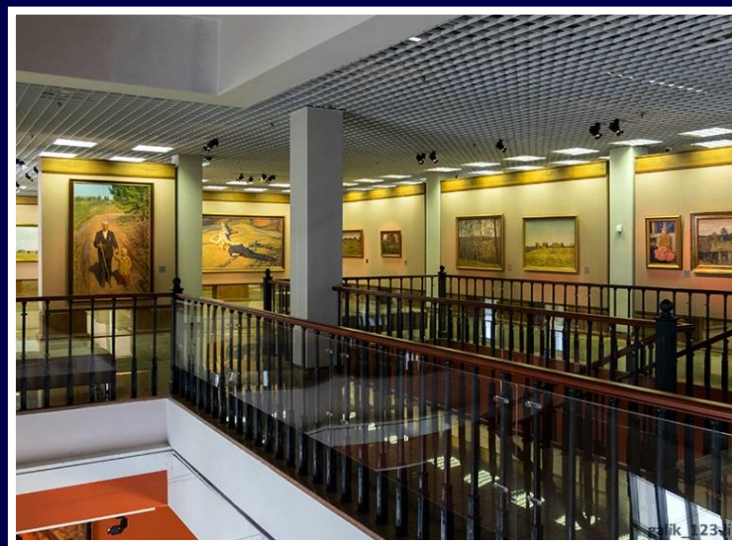
Корпоративная художественная коллекция (более 65000 ед. хр.)  
(ЮниКредит Банк, Москва)



Галерея книжной графики  
(Издательство Вита Нова, Санкт-Петербурга)



Галерея «Собрание актуального реализма»  
(Банк Глобэкс, Тольятти)



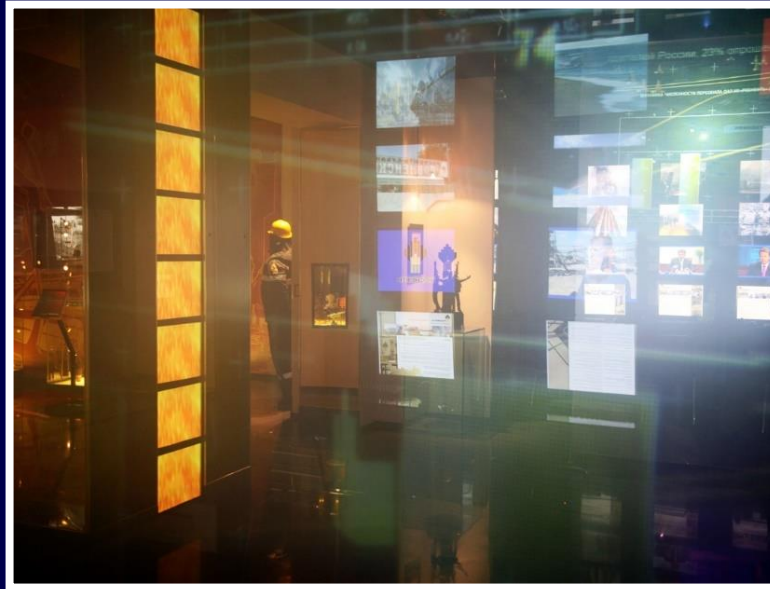
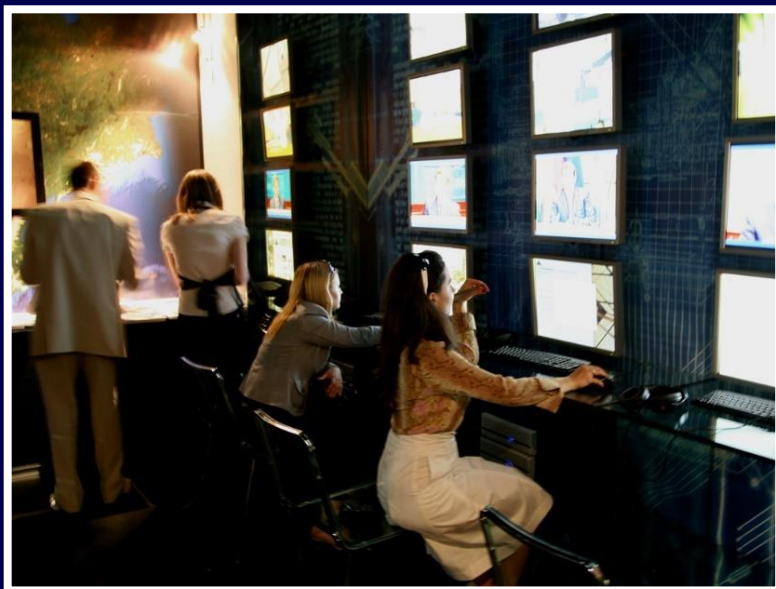
Музейный фонд Института русского реалистического искусства  
(Промсвязьбанк, Москва)



## 20. Временные и постоянные, стационарные и передвижные выставки корпоративных музеев

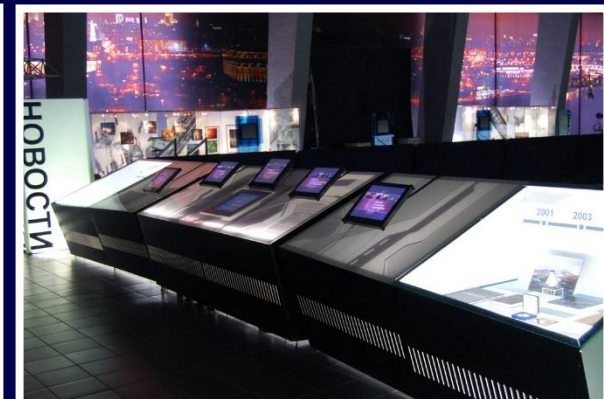


## 21. Постоянные экспозиции корпоративных музеев



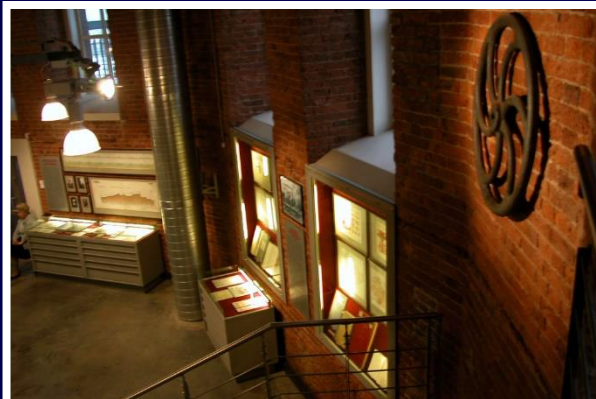


# Многообразие экспозиций корпоративных музеев



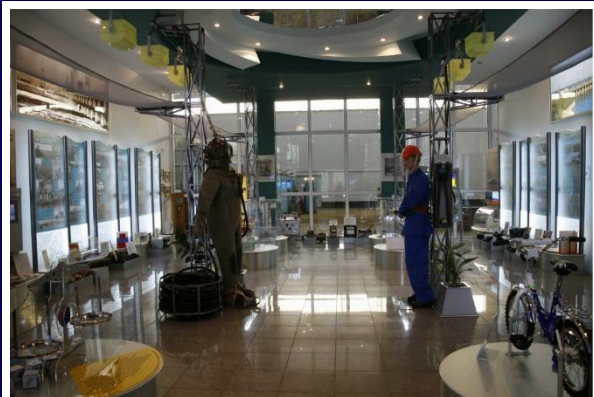


# Многообразие экспозиций корпоративных музеев





# Многообразие экспозиций корпоративных музеев





# Многообразие экспозиций корпоративных музеев





# Аспектологическая классификация экспозиционных концепций корпоративных музеев

(Никишин, 2010)

*Музейная экспозиция может быть:*

в аспекте времени

1. **РЕТРОСПЕКТИВНАЯ**
2. **ПРОСПЕКТИВНАЯ**

в пространственном аспекте

3. **ИНТРАСПЕКТИВНАЯ**
4. **ЭКСТРАСПЕКТИВНАЯ**

в аспекте близости или удаленности от объекта

5. **ИНФРАСПЕКТИВНАЯ**
6. **ГИПЕРСПЕКТИВНАЯ**

в аспекте внутреннего строения объекта

7. **ИНСПЕКТИВНАЯ**
8. **ИНТЕРСПЕКТИВНАЯ**

в аспекте прагматического отношения к объекту

9. **КОНСПЕКТИВНАЯ**
10. **УЛЬТРАСПЕКТИВНАЯ**



от латинских слов: *aspectus* — вид, *retro* — назад, обращённый к прошлому; *pro spectus* — вид будущего, вид развития; *intra* — внутри; *extra* — сверх, вне; *infra* — под, ниже; *hiper* (греч.) — сверху, над; *in* — в; *inter* — между; *conspectus* — обзор, видимый; *ultra* — сверх, за пределами, по ту сторону

# Аспектологическая классификация экспозиционных концепций корпоративных музеев

(Никишин, 2010)

*Музейная экспозиция может быть:*

## в аспекте времени

1. **РЕТРОСПЕКТИВНАЯ** (обращена к происхождению, к прошлому, к истории объекта)
2. **ПРОСПЕКТИВНАЯ** (направлена к будущему, к перспективам развития объекта)

## в пространственном аспекте

3. **ИНТРАСПЕКТИВНАЯ** (взгляд внутрь объекта, на его внутреннее строение)
4. **ЭКСТРАСПЕКТИВНАЯ** (взгляд на объект снаружи, извне, из систем более высокого порядка)

## в аспекте близости или удаленности от объекта

5. **ИНФРАСПЕКТИВНАЯ** (взгляд с минимального расстояния, снизу, изнутри, из глубины)
6. **ГИПЕРСПЕКТИВНАЯ** (издалека, сверху, с птичьего полета)

## в аспекте внутреннего строения объекта

7. **ИНСПЕКТИВНАЯ** (взгляд на элементы, составные части)
8. **ИНТЕРСПЕКТИВНАЯ** (внимание к отношениям, связям, влияниям, взаимодействиям)

## в аспекте прагматического отношения к объекту

9. **КОНСПЕКТИВНАЯ** (рациональная, сжатая, обращенная к самому главному, к самой сути и смыслу)
10. **УЛЬТРАСПЕКТИВНАЯ** (иррациональная, лирическая, чувственная эмоциональная)

---

*от латинских слов: retro — назад, обращённый к прошлому; pro spectus — вид будущего, вид развития; intra — внутри; extra — сверх, вне ; . infra — под, ниже; hiper (нреч.) — сверху, над; in — в; inter — между, посреди; conspectus — обзор, видимый; ultra — сверх, за пределами, по ту сторону*



# 1. Ретроспективная (традиционная) концепция

Ретроспективная экспозиция строится как *овеществленная летопись предприятия*, в хронологическом порядке иллюстрирующая события его истории документами, фотоматериалами, предметными реликвиями.



Чтобы не быть похожими друг на друга, такие экспозиции строятся на основе оригинальных инженерно-технических, архитектурных, дизайнерских и художественных проектов, соответствующих специфическим особенностям внутренней культуры и фирменного стиля предприятия.



Фирменные стилеобразующие элементы, оригинальные конструкторские разработки, особенности размеров и пропорций разделов экспозиции, состав экспонатов и контента экранных презентаций придают ретроспективным экспозициям признаки неординарности.



## 2. Проспективная (футурологическая) концепция

Привычной идее памяти ретроспективной (основанной на фиксации прошлого опыта) противопоставлена идея проспективной памяти (фиксирующей намерения). Опираясь на эту идею, можно построить музейную экспозицию на футурологических принципах.

Проспективная экспозиция концентрирует внимание на явлениях будущего, формируя общую для всего корпоративного сообщества основу ожиданий, замыслов, намерений, согласованных действий.



В структуре построенного на новых принципах экспозиционного повествования формируется система осмысленных в футурологическом контексте точных визуальных ссылок на отправные точки, поворотные моменты, опыт и заслуги предшественников





### 3. Интраспективная (распределенная) концепция



Реализуется идея освоения музеем экспозиционных площадок дочерних предприятий. Формой присутствия музея в регионах становится модульный экспозиционный комплекс, выполненный в виде одной или нескольких брендованных витрин.

Витрины могут быть оснащены фирменными терминалами центральной музейной информационной системы, взаимодействующими через мобильные приложения с персональными смартфонами и планшетами пользователей.

Подчиненный определенному ритму обмен контентом между локальными комплексами обеспечивает высокую динамику обновления экспозиционной системы музея и фокусировку ее внимания на внутренней жизни корпорации.





## 4. Экстраспективная (государственническая) концепция

Эта концепция отдает предпочтение наружному контуру, внешним проявлениям, результатам и последствиям деятельности компании как целого, являющегося элементом систем более высокого порядка.



Музей представляет компанию в контексте развития отрасли и всего государства, например, в системе его стратегий: национальная безопасность, модернизация, инновации, пространственное и региональное развитие, рост человеческого потенциала и др.



Задавая наглядное представление о компании как участнике реализации различных государственных программ, музей выходит на новый уровень своего развития как инструмента формирования и реализации собственной стратегии корпорации.



## 5. Инфраспективная (профильно-научная) концепция

История, современность и будущее любой компании обусловлены уровнем развития знаний, формируемых профильными научными дисциплинами. С этим связана идея создания музейной экспозиции как экскурсии в истории наук, которым компания обязана своим существованием



Воздание должного гениям отечественной науки, научным школам и сферам знаний, имеющим для компании судьбоносное значение, можно рассматривать как одно из предназначений корпоративного музея.

Поскольку сегодня в России нет достойных ее вкладу в мировую цивилизацию национальных научно-технических музеев, в собраниях и экспозициях корпоративных музеев могут формироваться их прототипы, демонстрирующие высокие образцы отечественной научной и технической мысли.



## 6. Гиперспективная (пространственная) концепция

Выигрышным аспектом презентации крупных корпораций является представление пространственных масштабов их деятельности. Иногда адекватно оценить эти масштабы возможно только из космоса.



Современные технологии позволяют корпоративному музею организовать «орбитальную» экскурсию по странам и регионам, где компания разворачивает свою деятельность.



Особую категорию экспонатов составят относящиеся к разным регионам и периодам истории карты, схемы и планы. Оснащенный мультисенсорными системами, музей может стать высокотехнологичным центром тематической картографии.



## 7. Инспективная (экранная) концепция

Поскольку приборные и компьютерные дисплеи – это атрибуты многих предприятий, экранные изображения могут стать носителями содержания и элементами оформления музейных экспозиций. Эстетика экранной культуры органична современным индустриям, претендующих на звание высокотехнологичных.



В рамках данной концептуальной модели особое значение приобретают непрерывно генерируемые компанией многочисленные компьютерные презентации, посвященные внедряемым технологиям, перспективным проектам и стратегиям развития предприятия.

Инспективная концепция позволяет эффективно задействовать самую быстро растущую категорию ресурсов культурного наследия компании: кино- и видеоматериалы, в том числе личные архивы ветеранов предприятия.



## 8. Интерспективная (логистическая) концепция

Пространственное измерение вводит в зримое смысловое поле музея такое значимое для промышленной компании понятие, как логистика. Логистический взгляд на развитие компании позволяет представить ее в виде множества взаимосвязанных потоков: материалов, энергии, информации, финансов.



Экранные технологии визуализации реальных и виртуальных (моделирующих прошлое и будущее) процессов и связей способны создать представление о функционировании компании как шедевра логистического (управленческого) искусства.

В фокусе музея оказываются реальные объекты управления – потоки, фиксируемые разнообразными, в том числе разработанными в компании, компьютерными программами. Электронные подлинники их интерфейсов и экранных видеопротоколов действий, производимых операторами, будут дополнены предметным инструментарием управленческой работы – делового общения, мониторинга, телеметрии, связи.



## 9. Конспективная (гипертекстовая) концепция

Экспозиция проектируется не как логически выстроенное повествование с единственным вариантом его прочтения, а как своеобразный справочник, снабженный специальной поисковой системой, либо как конструктор, предназначенный для создания на основе музейной информации персонализированного музейного «текста».

Если корпоративный музей адресован сотрудникам компании, то, доверяя им в полной мере, экспозиционер должен предоставить посетителю предельную степень свободы.



*Конспективная* концепция экспозиции музея приводит к необходимости выработки нелинейного, гипертекстового принципа экспонирования. Доступ к экспликациям экспонатов и другим информационным ресурсам гипертекстового музея предоставляется через электронные гиды, личные планшеты и смартфоны посетителей.



## 10. Ультраспективная (лирическая) концепция

*Ультраспективный, надпрофессиональный принцип формирования экспозиционной концепции для корпоративного музея представляется наиболее уместным для госкомпаний. Для них социальная ответственность – базовая ценность.*



Источником формирования основанных на этой ценности отношений, идей, убеждений и в целом корпоративной культуры в построенной на новых принципах экспозиции становится особый ракурс подачи и интерпретации музейных экспонатов как свидетельств социального смысла существования компании.



*Лирическая концепция требует дизайна, комфортного для неформального общения. В музее станет возможным поднимать не только производственные, но и другие консолидирующие корпоративное сообщество вопросы (дети и здоровье, спорт и путешествия, литература и искусство, отдых, учеба, творчество). Музей предоставит свои ресурсы для организации юбилеев, показов любительских фильмов, самодеятельных выставок. Лирическая концепция музея может быть востребована крупными компаниями с характерными для них проблемами внутренних коммуникаций, обусловленными сложностью оргструктуры.*

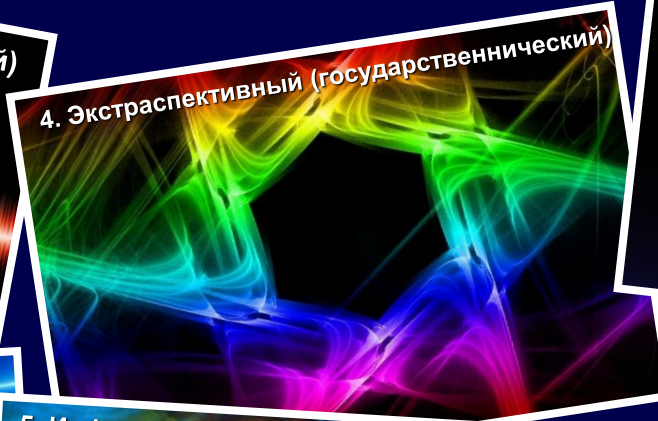


# Экспозиционные методы

1. Ретроспективный (традиционный)



4. Экстраспективный (государственный)



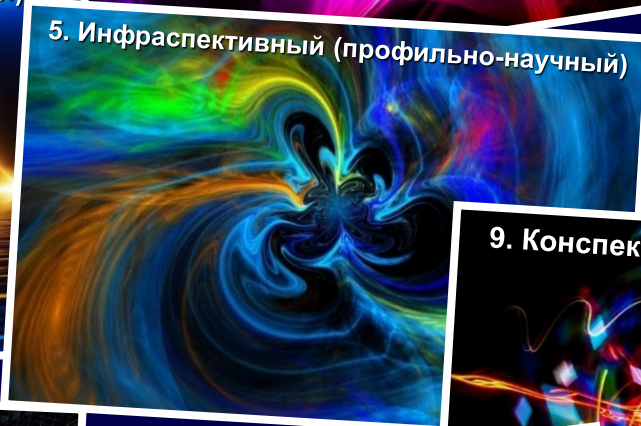
7. Инспективный (экранный)



8. Интерспективный (логистический)



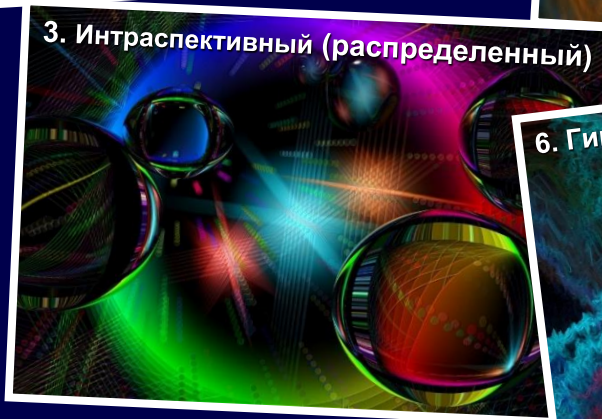
5. Инфраспективный (профильно-научный)



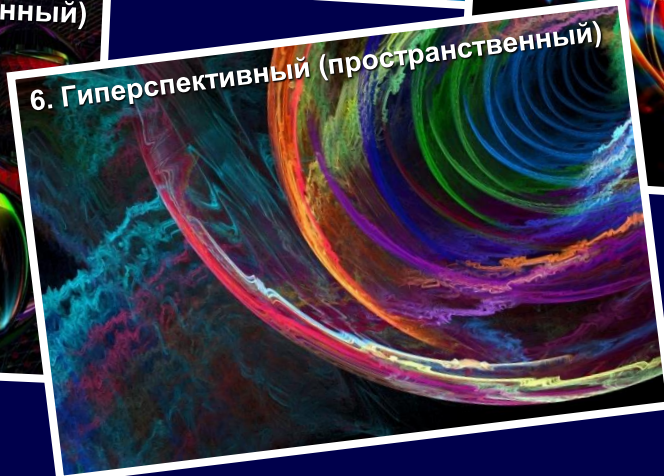
9. Конспективный (гипертекстовый)



3. Интраспективный (распределенный)



6. Гиперспективный (пространственный)



10. Ультраспективный (лирический)





# Примеры вариантов тематической структуры экспозиции

| 1. Ретроспективный<br>(традиционный) | 2. Проспективный<br>(футурологический) | 4. Экстраспективный<br>(государственный)                      | 5. Инфраспективный<br>(геологический)                                       |
|--------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
|                                      | <b>ВО ИМЯ БУДУЩЕГО</b>                 | <b>НА БЛАГО РОССИИ</b>                                        | <b>ГЕОНИКА</b>                                                              |
|                                      | I. Компания XXI века                   | I. Компания и национальная безопасность                       | I. О слоях земных<br><i>(начало развития фундаментальных наук в России)</i> |
|                                      | II. Горизонты модернизации             | II. Компания и инновационный прорыв России                    | II. Глубины<br><i>(геофизика Русского космизма)</i>                         |
|                                      | III. Умножение запасов                 | III. Компания и государственная энергетическая стратегия      | III. Геохимия<br><i>(Русская углеводородная цивилизация)</i>                |
|                                      | IV. Новое освоение                     | IV. Компания и стратегия регионального развития               | IV. Великие геологические открытия<br><i>(приоритеты России)</i>            |
|                                      | V. Ступени переработки                 | V. Компания и развитие национального человеческого потенциала | V. Геогении России<br><i>(выдающиеся геологи, геофизики, геохимики)</i>     |
|                                      | VI. Новые рынки                        | VI. Компания и новая российская стратегия недропользования    | VI. Ноосфера<br><i>(будущее глазами геолога)</i>                            |
|                                      | VII. Путь к гармонии                   |                                                               |                                                                             |
|                                      | VIII. Международное партнерство        |                                                               |                                                                             |



# Некоторые варианты тематической структуры экспозиции Музея НК

| 6. Гиперспективный<br>(пространственный)                                 | 7. Инспективный<br>(экранный)                                                 | 8. Интерспективный<br>(логистический)                                                                                   | 10. Ультраспективный<br>(лирический)                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ДОРОГИ</b>                                                            | <b>МОНИТОР</b>                                                                | <b>ОПЕРАТОРНАЯ</b>                                                                                                      | <b>ВСЕ ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА</b>                                                                                                        |
| <b>I. Компания сегодня</b><br>(взгляд из космоса)                        | <b>I. Кладезь знаний</b><br>(научные разработки)                              | <b>I. Оператор энергии</b><br>(управление потоками нефти и нефтепродуктов)                                              | <b>I. Высоты профессионализма</b><br>(непрерывное образование, профессиональный рост, формы стимулирования, оценки, признания) |
| <b>II. География Компании</b><br>(нефтяная карта страны)                 | <b>I. Источник энергии</b><br>(добыча и переработка)                          | <b>II. Оператор знаний</b><br>(управление потоками информации и инноваций)                                              | <b>II. Благо общее - благополучие каждого</b><br>(доходы, вознаграждения, социальная защита)                                   |
| <b>III. Российская нефть в истории страны</b><br>(освоение пространства) | <b>I. Драйвер движения</b><br>(реализация ГСМ)                                | <b>III. Оператор инвестиций</b><br>(управление потоками финансовых и других ресурсов)                                   | <b>III. Творчество – стиль жизни</b><br>(реализация талантов – в труде и в сфере досуга)                                       |
| <b>IV. Компания в человеческих судьбах</b><br>(маршруты нефтяников)      | <b>II. Мотор инноваций</b><br>(технические нововведения)                      | <b>IV. Оператор жизни</b><br>(управление освоением территорий, демографическими процессами, изменениями качества жизни) | <b>IV. Горизонты гармонии</b><br>(спортивные достижения, здоровый образ жизни, духовное богатство)                             |
| <b>V. НК в XXI веке</b><br>(новые рубежи и горизонты)                    | <b>III. Генератор инвестиций</b><br>(финансовые потоки)                       | <b>V. Оператор истории</b><br>(влияние на ход социально-экономического развития страны)                                 |                                                                                                                                |
|                                                                          | <b>IV. Оператор жизни</b><br>(вклад в развитие городов и регионов)            |                                                                                                                         |                                                                                                                                |
|                                                                          | <b>VI. Творец истории</b><br>(участник важных социально-политических событий) |                                                                                                                         |                                                                                                                                |



## Рекомендуемая литература

1. **Артамонов А.А.** РАЗВИТИЕ ЭКСПОЗИЦИИ ОТРАСЛЕВЫХ МУЗЕЕВ КАК ЧАСТЬ ИХ ЦИФРОВОЙ СТРАТЕГИИ // Проблемы интеграции атомной отрасли в музейное информационное пространство. М.: ИКЦ Госкорпорации «Росатом», 2014. С.76-99
2. **Никишин Н.А.** ЗЕРКАЛО КОРПОРАЦИИ. Интервью // Мир музея. 2007. №6 (238). С.2-7
3. **Никишин Н.А.** КОММУНИКАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МУЗЕЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ // Музейная коммуникация. М.: ГЦМСИР, 2002. С.40-52
4. **Памук О.** МУЗЕЙ НЕВИННОСТИ. СПб.: Амфора, 2009. 606 с.
5. **Пронин С.Г.** РЕКЛАМНАЯ ИЛЛЮСТРАЦИЯ: СИЛА ВЗГЛЯДА. М.: Морд. ун-т, 2001. 108 с.
6. **Сорокин И.** МУЗЕЙ КАК ПОЦЕЛУЙ // Экология культуры. 2009. №2. С.72-85  
[http://krotov.info/libr\\_min/18\\_s/or/okin\\_ig.htm](http://krotov.info/libr_min/18_s/or/okin_ig.htm)
7. **Hughes Ph.** EXHIBITION DESIGN. London: Laurence King Publishing. 2010. 222 p.
8. **Lord B., Piacente M.** (ed.) MANUAL OF MUSEUM EXHUBITIONS. 2nd ed. Lanham: Rowman & Littlefield, 2014. 438 pp.



СПАСИБО

ЗА ВНИМАНИЕ!