

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

Н.А. Никишин

**СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН
КОРПОРАТИВНОГО МУЗЕЯ**

Масштаб явления, многообразие, специфика

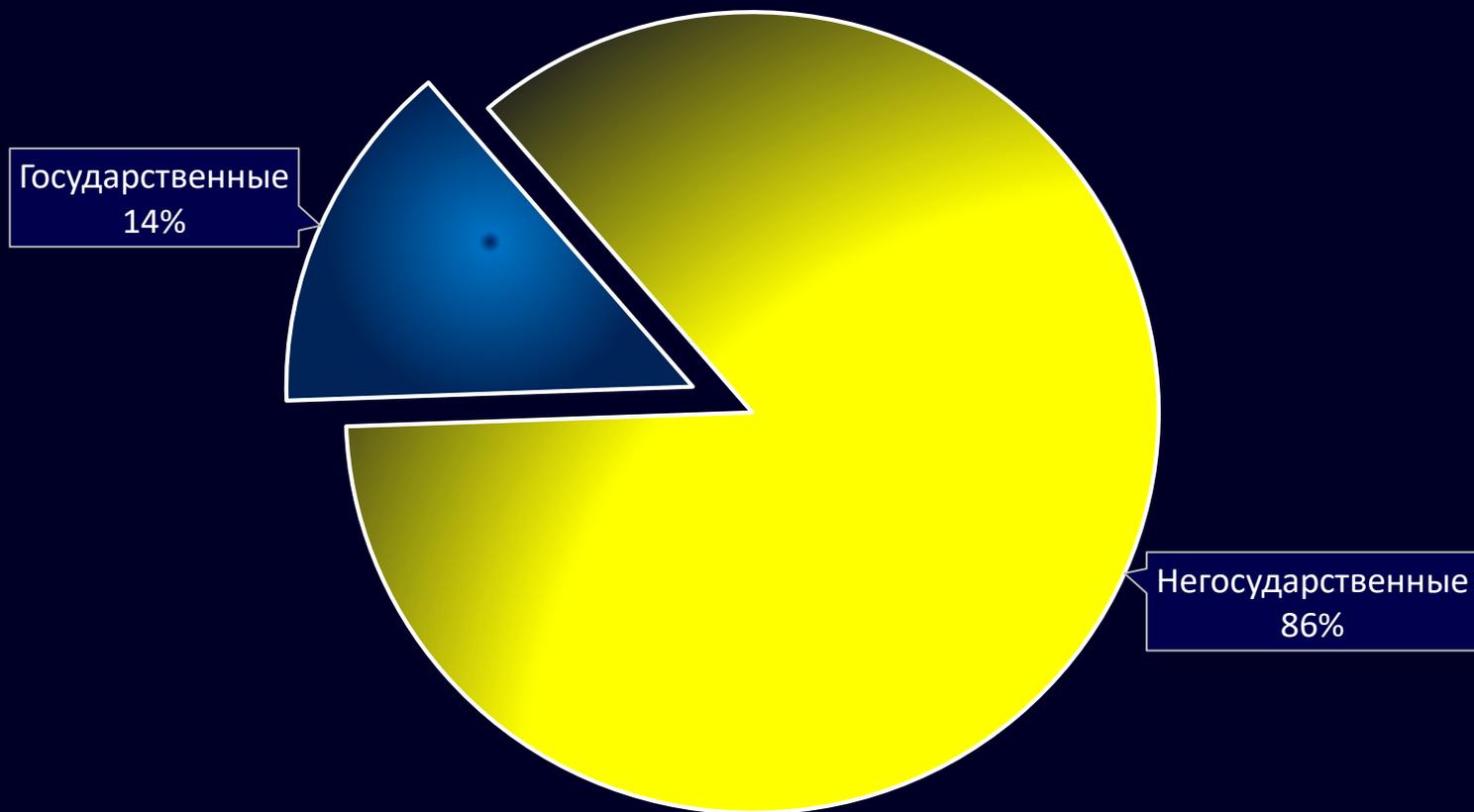


Ханты-Мансийск, 16.11.2016

**«Значительная часть наших людей
до сих пор вообще считает, что у нас
только государственные музеи в стране,
а это совсем уже давно не так ... »**

Д.А. Медведев (2015)

Музеи России



Количество корпоративных музеев в мире

1

Corporate Museums and Exhibit Halls

As companies mature, expand, and become more profitable, chief executives and top management frequently consider establishing a corporate museum or exhibit hall to celebrate the firm's history, achievements, and/or other facets of its operations.

Once a rarity, corporate museums and exhibits have become more common, now numbering approximately 200 around the world. More than half of such facilities can be found in the United States. Other countries where company museums and exhibit halls are becoming more numerous include Japan, Canada, Great Britain, Germany, Switzerland, and France.

Corporate museums and exhibit halls take many forms. Some are full-blown museums in separate buildings. Others are exhibit areas off lobbies and in rooms and hallways at corporate headquarters. Some are long-term special exhibitions. A few even are mobile museums on wheels. These are just a sampling of the diversity of museums and exhibit halls in the corporate setting.

Companies also own and operate art galleries, sculpture gardens, and visitor information centers that are museum-like, but normally are not considered "museums." They are discussed separately in succeeding chapters.

Most corporate museums are historical in nature, although many of the newer facilities are placing greater emphasis on contemporary operations and products for public relations, marketing, sales, and/or personnel reasons.

«... во всем мире насчитывается около 200 корпоративных музеев. Более половины из них – в США ...».

Victor J. Danilov (1992, p.3)

Количество музеев в России

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ

Федеральные музеи, подчиненные Министерству культуры (не более 100)

Музеи, подчиненные другим министерствам и ведомствам правительства России (не более 200)

Музеи, подчиненные правительствам субъектов федерации и местным органам власти (не более 2 000)

НЕ БОЛЕЕ 2500 ГОСУДАРСТВЕННЫХ МУЗЕЕВ

НЕГОСУДАРСТВЕННЫЕ

Музеи и галереи, принадлежащие частным лицам (не менее 500)

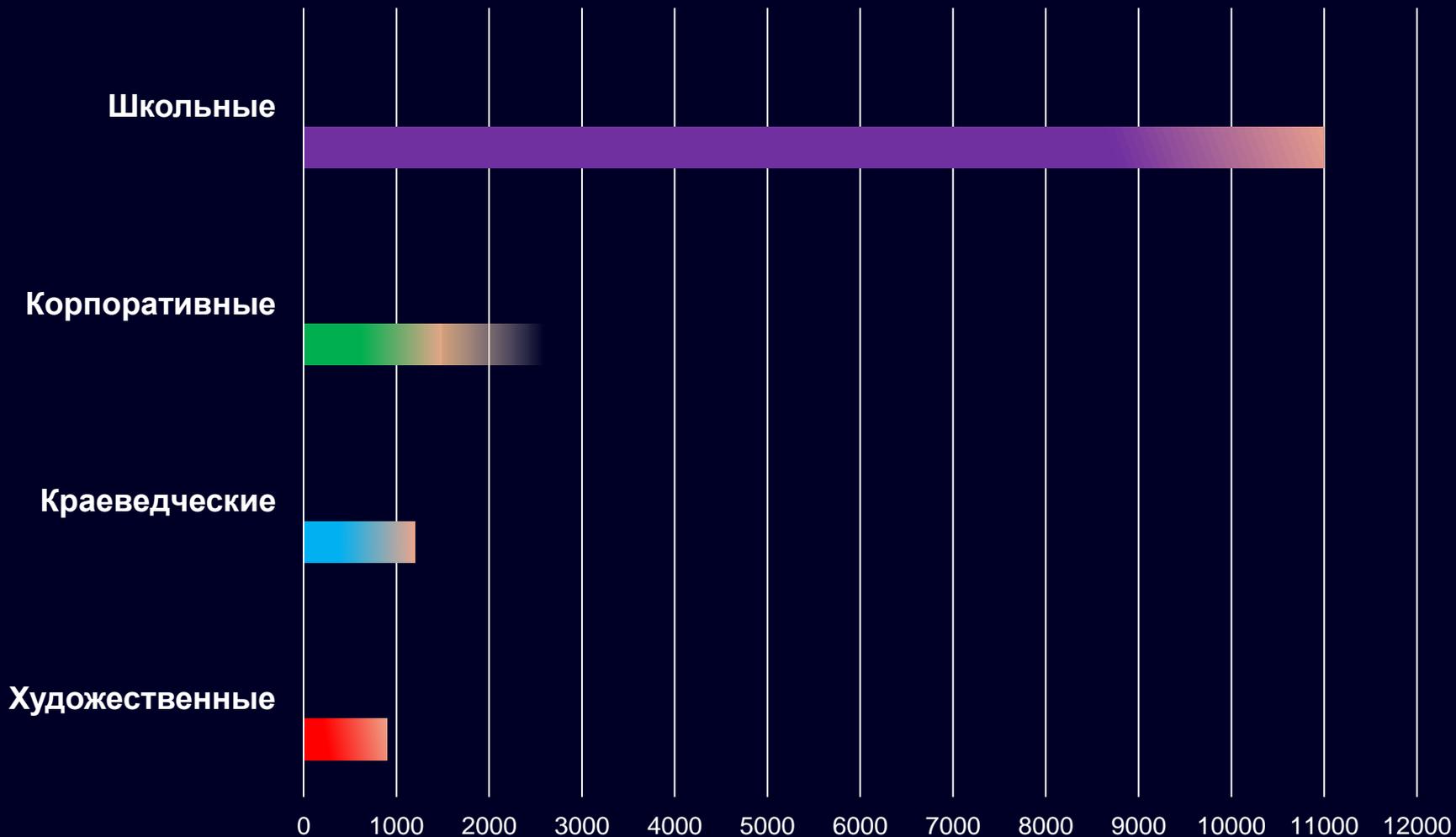
Музеи, принадлежащие компаниям и предприятиям различных форм собственности (не менее 2 000)

Прочие музеи (учебных заведений, воинских частей, спортивных обществ, фанатских сообществ и др.) (не менее 12 000)

НЕ МЕНЕЕ 15 000 НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ МУЗЕЕВ



Самые многочисленные группы музеев в России



Присутствие корпоративных музеев в информационном пространстве Интернет *(неполные данные)*

Отраслевые комплексы	Количество упоминаемых музеев
Машиностроительный комплекс и приборостроение	114
Топливо-энергетический комплекс и добыча полезных ископаемых	111
Транспорт и связь	96
Легкая, пищевая и агропром	52
Социальные услуги	50
Военно-промышленный комплекс	44
Металлургический комплекс	31
Креативные индустрии	30
Химико-лесной комплекс	18
Строительный комплекс	11

Одна из самых массовых в России категорий музеев

КОЛИЧЕСТВО КОРПОРАТИВНЫХ МУЗЕЕВ В НЕКОТОРЫХ РЕГИОНАХ РОССИИ

<input type="checkbox"/> Москва и область	более 200
<input type="checkbox"/> Санкт-Петербург и область	более 100
<input type="checkbox"/> Пермская область	более 50
<input type="checkbox"/> Омская область	более 40
<input type="checkbox"/> Томская область	более 30
<input type="checkbox"/> Самарская область	более 30
<input type="checkbox"/> Республика Татария	более 30
<input type="checkbox"/> Республика Коми	более 30
<input type="checkbox"/> Волгоградская область	более 20
<input type="checkbox"/> Приморский край	более 20
<input type="checkbox"/> ХМАО	более 20 (уточнить)

Варианты названий корпоративных музеев

1. **МЕМОРИАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС** первой в мире АЭС, Госкорпорация «Росатом», Обнинск
2. **МУЗЕЙ-ЧАСОВНЯ** ОАО «Артинский механический завод», Арти, Свердловская обл.
3. **МУЗЕЙ СЛАВЫ** ОАО «Конный завод «Восход», Новокубанск, Краснодарский край
4. **МУЗЕЙ ТРУДОВОЙ СЛАВЫ** ФГУП «Горно-химический комбинат», Железногорск
5. **МУЗЕЙ ТРУДОВОЙ И БОЕВОЙ СЛАВЫ** ООО ЧТЗ-Уралтрак, Челябинск
6. **МУЗЕЙ РЕВОЛЮЦИОННОЙ, БОЕВОЙ И ТРУДОВОЙ СЛАВЫ** ОАО «Московский радиотехнический завод»
7. **МУЗЕЙ МОРСКОЙ СЛАВЫ** «Подводная лодка Б-440», ФГУП «Кронштадтский морской завод», Вытегра
8. **МУЗЕЙНЫЙ КОМПЛЕКС** «Вселенная воды» ГУП «Водоканал», Санкт-Петербург
9. **МУЗЕЙНО-ЭКСПОЗИЦИОННЫЙ ФОНД** Центрального Банка РФ, Москва
10. **МУЗЕЙНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ КОМПЛЕКС** ОАО «Купол», Ижевск
11. **ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР** «Атомный ледокол «Ленин», ФГУП «Росатомфлот», Мурманск
12. **ОБРАЗОВАТЕЛЬНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР** ФГУП «ГНЦ РФ-ФЭИ», Обнинск
13. **РЕКЛАМНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР** ООО «Молот – Оружие», Вятские Поляны
14. **ИНФОРМАЦИОННО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЦЕНТР** Завода химконцентратов «НЗХК», Новосибирск
15. **ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР** Зейской ГЭС, ОАО «РусГидро», Зея
16. **ИНФОРМАЦИОННО-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКИЙ ЦЕНТР** Волгодонской АЭС, ФГУП «Росэнергоатом
17. **ЦЕНТР ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ** Калининской АЭС, ОАО «Концерн Росэнергоатом», Тверская обл.
18. **ИНТЕРАКТИВНЫЙ ЦЕНТР ИСТОРИИ** ГУП «Петербургский метрополитен», Санкт-Петербург
19. **ВИРТУАЛЬНЫЙ МУЗЕЙ** истории энергетики Северо-Запада, ОАО «ТГК-1», Санкт-Петербург
20. **МУЗЕЙ** «ОГНИ МОСКВЫ», АО «Мосгорсвет», Москва
21. **МУЗЕЙ** ОАО «Мотовилихинские заводы», Пермь

«Проблема» внешней привлекательности корпоративных музеев



Музей Нефти, Лениногорское НГДУ



Музей КБ Ильюшина



Выставочный центр «Атомный ледокол «Ленин»

«Проблема» внешней привлекательности корпоративных музеев



Музей Ижмаша



Музей Московского метрополитена



Музей бронетанковой техники (Уралвагонзавод)

«Проблема» внешней привлекательности корпоративных музеев



Музей «Вселенная воды»



Музей Сбербанка России



Музей Угличской ГЭС

«Проблема» качества экспозиций корпоративных музеев



Музей истории ОКБ Ильюшина,
ОАО «Авиационный комплекс им. С.В. Ильюшина»



Рекламно-выставочный центр,
ООО «Молот- Оружие», Вятские поляны



Музей Хабаровского НПЗ



Музей НПО «Энергия», Королев

«Проблема» качества экспозиций корпоративных музеев



Музейный комплекс «Вселенная воды», ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга»



Музей трудовой славы, ФГУП «Горно-химический комбинат», Железногорск



Музей традиционных русских напитков, ЗАО МПБК «Очаково»



Музей Нефти, Лениногорский НГДУ, ПАО «Татнефть»

«Проблема» качества экспозиций корпоративных музеев



Арктический выставочный центр «Атомный ледокол «Ленин», ФГУП «РОСАТОМФЛОТ»



Музей гидроэнергетики Дагестана, Дагестанский филиал ОАО «РусГидро», Каспийск



Музей ПАО «Сбербанк России», Москва



Музей ОАО «НК «Роснефть», Москва

Многообразие корпоративных музеев

1. **Мемориалы** основателей компаний
2. **«Иконостасы»** - портретные галереи «генералов»
3. **«Пантеоны»** героев наиболее славных страниц трудовой и военной истории корпорации
4. **Доски Почета** с фотографиями и именами передовиков производства компании
5. **Реликварии** вещественных свидетельств побед, свершений, высших достижений компании
6. **Палаты мер и весов** – эталонные образцы сырья и готовой продукции компании
7. **Арсеналы** орудий труда, отражающих технологическую специфику компании
8. **«Ризницы»** характерных для компании образцов рабочей и парадной одежды
9. **Депозитарии** регалий, отличительных знаков профессии, корпоративных символов
10. **Хранилища** трофеев профессиональных конкурсов
11. **Центры** профориентации для школьников, студентов, молодых специалистов
12. **Центры визуализации** и популяризации корпоративных ценностей
13. **Тренинг-центры** для начинающих сотрудников
14. **Клубы** ветеранов
15. **Визит-центры** для приема официальных делегаций, акционеров, гостей, туристов
16. **Рекламные площадки** для рыночного продвижения продукции компаний
17. **Демозалы**, шоу-румы и торговые площадки для фирменной торговли
18. **PR-интерфейсы** систем внутренних и внешних коммуникаций

Отличительные особенности разных категорий музеев

	Корпоративный музей	Ведомственный музей	Национальный музей
Аудитория	сотрудники компании	работники отрасли, все желающие	граждане страны, иностранные туристы
Ресурсы	внутренние ресурсы компании	государственные (отраслевые) и привлеченные	государственные
Цели	значимые для компании и регионов ее присутствия	значимые для отрасли и государства	значимые для страны в целом
Ценности	корпоративные, профессиональные	отраслевые, общегражданские	общенациональные, общечеловеческие

Общепринятое определение музея

Museum –

non-profit, permanent institution
in the service of society and its development,
open to the public,

which

acquires,
conserves,
researches,
communicates and
exhibits

the tangible and intangible heritage
of **humanity** and its environment

for the purposes of
education,
study and
enjoyment

ICOM, 2007

Музей –

постоянное некоммерческое учреждение,
служащим делу общества и его развития,
доступное широкой публике,

занимающееся

приобретением,
хранением,
исследованием,
популяризацией и
экспонированием

материального и нематериального наследия
человечества и его окружения

в целях

образования,
изучения, а также для
удовлетворения
духовных потребностей

ИКОМ, 2007

Доминирующее технократическое представление о музее

Музей –

- **ресурс**, используемый представителями сообществ для решения задач их деятельности и развития
- **инструмент** специфической гуманитарной технологии достижения социально-значимых целей
- **продукт** социального творчества (моделирования, проектирования, созидания и развития)

Определение музея как социального феномена

Музей –

феномен общественного сознания различных социальных общностей,

используемый ими как инструмент расширения их возможностей для

запоминания, осмысления и передачи накопленного опыта,

самопознания, самоидентификации, самооценки,

формирования собственной системы ценностей,

собственной картины мира и образа будущего,

самовыражения, понимания и общения

Никишин, 2002

Известные дефиниции корпоративного музея

... негосударственный ведомственный музей, структурное подразделение негосударственного учреждения и предприятия. Эти музеи ... не ставят перед собой просветительских целей, не доступны для свободного посещения и более других ведомственных музеев ориентированы на решение корпоративных задач

Российская музейная энциклопедия

Развитие представлений о корпоративном музее

... институт сообщества, объединенного признаком принадлежности его членов к конкретной организации (предприятию, фирме, компании), обладающей полной автономией в формировании собственной системы ценностей, моделей деятельности, коммуникаций и стратегий развития

Никишин, 2009

Развитие представлений о корпоративном музее

...феномен общественного сознания ~~институт~~ сообщества, объединенного признаком принадлежности его членов к конкретной организации (предприятию, фирме, компании), обладающей полной автономией в формировании собственной системы ценностей, моделей деятельности, коммуникаций и стратегий развития **и использующий этот феномен в качестве инструмента их сохранения и развития**

Никишин, 2015

Уточнение понятия «корпоративный музей»

Корпоративный музей – музей, формируемый корпоративным сообществом в его собственных интересах, с целью самосохранения и развития

Музей – феномен общественного сознания, его инструмент (компенсаторный механизм), используемый для расширения возможностей и повышения эффективности запоминания, рефлексии, воображения и конструирования, предвидения и прогнозирования, выражения и представления (презентации)

Корпоративное сообщество – относящееся к корпорации

Корпорация – (от лат. *corporatio*) социальная общность, формируемая и развивающаяся на основе системы отношений, обусловленных принадлежностью к автономной и обособленной от себе подобным специализированной организации

Предметная область корпоративного музея

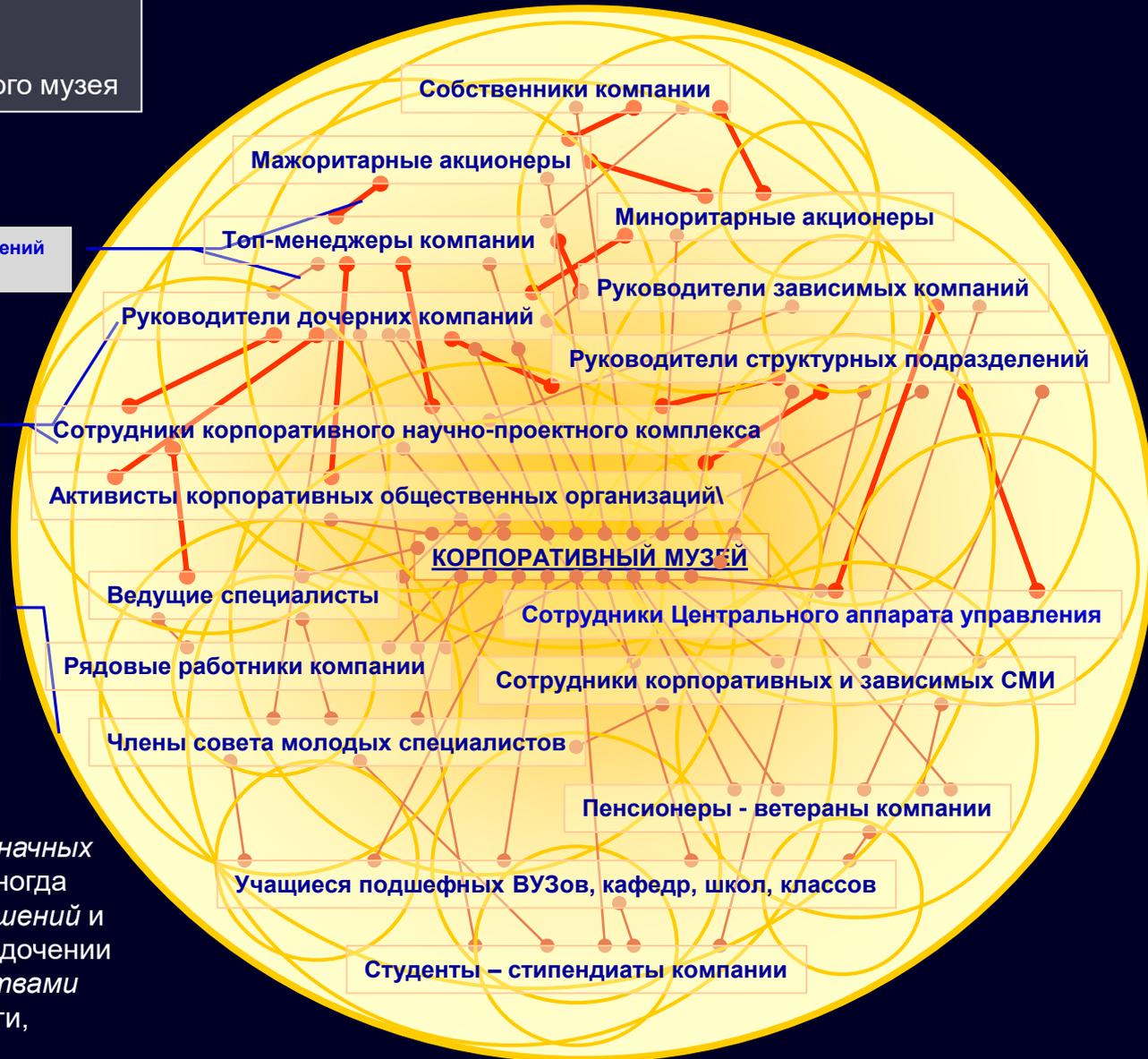
Статичная *трехмерная* модель корпоративного сообщества как сферы компетенции корпоративного музея

Условные обозначения «неоднозначности» отношений между субъектами корпоративных коммуникаций

Субъекты корпоративных отношений и сферы коммуникаций, отражающие их представления о границах корпоративного сообщества

Внешний контур условно очерчивает самый полный объем представлений о корпоративном сообществе, формируемый музеем

Корпоративное сообщество – система *разнонаправленных*, порой *противоречивых* интересов, *неоднозначных* представлений и связанных с ними иногда конфликтных, *многоуровневых отношений* и *коммуникаций*, нуждающихся в упорядочении и регулировании (в том числе *средствами* корпоративной культуры и, в частности, *корпоративного музея*)

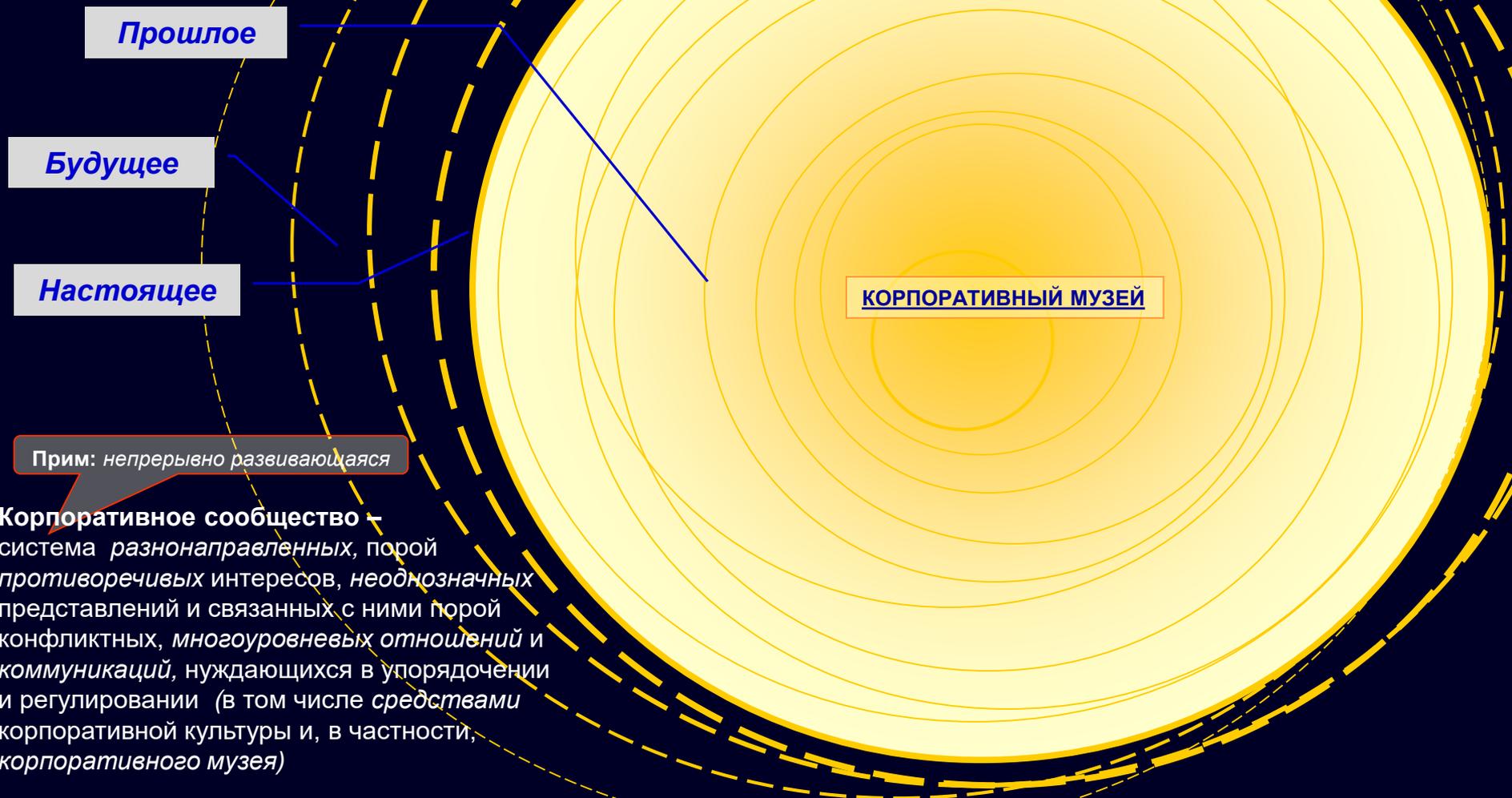


Музей и его социум



Сфера компетенции корпоративного музея

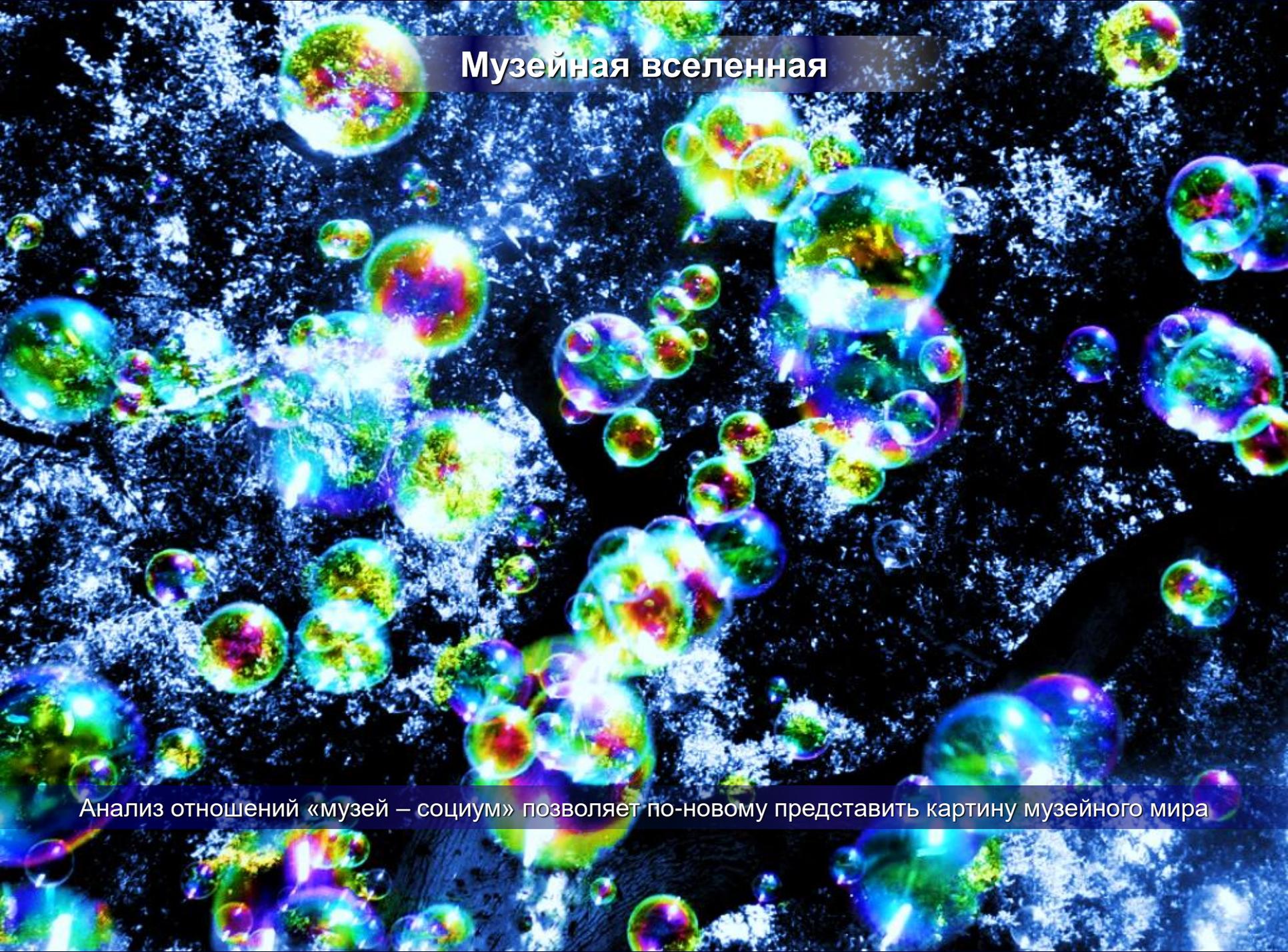
Динамичная *четырёхмерная* (с учетом времени) модель корпоративного сообщества как сферы компетенции корпоративного музея



Прим: непрерывно развивающаяся

Корпоративное сообщество – система *разнонаправленных*, порой *противоречивых* интересов, *неоднозначных* представлений и связанных с ними порой *конфликтных*, *многоуровневых отношений* и *коммуникаций*, нуждающихся в упорядочении и регулировании (в том числе *средствами* корпоративной культуры и, в частности, *корпоративного музея*)

Музейная вселенная



Анализ отношений «музей – социум» позволяет по-новому представить картину музейного мира

Социологическая классификация музеев

I.

1. Музеи человечества
2. Музеи континентальных сообществ
3. Музеи цивилизаций
4. Музеи конфессиональных сообществ
5. Музеи общенациональных сообществ
6. Музеи этнических сообществ

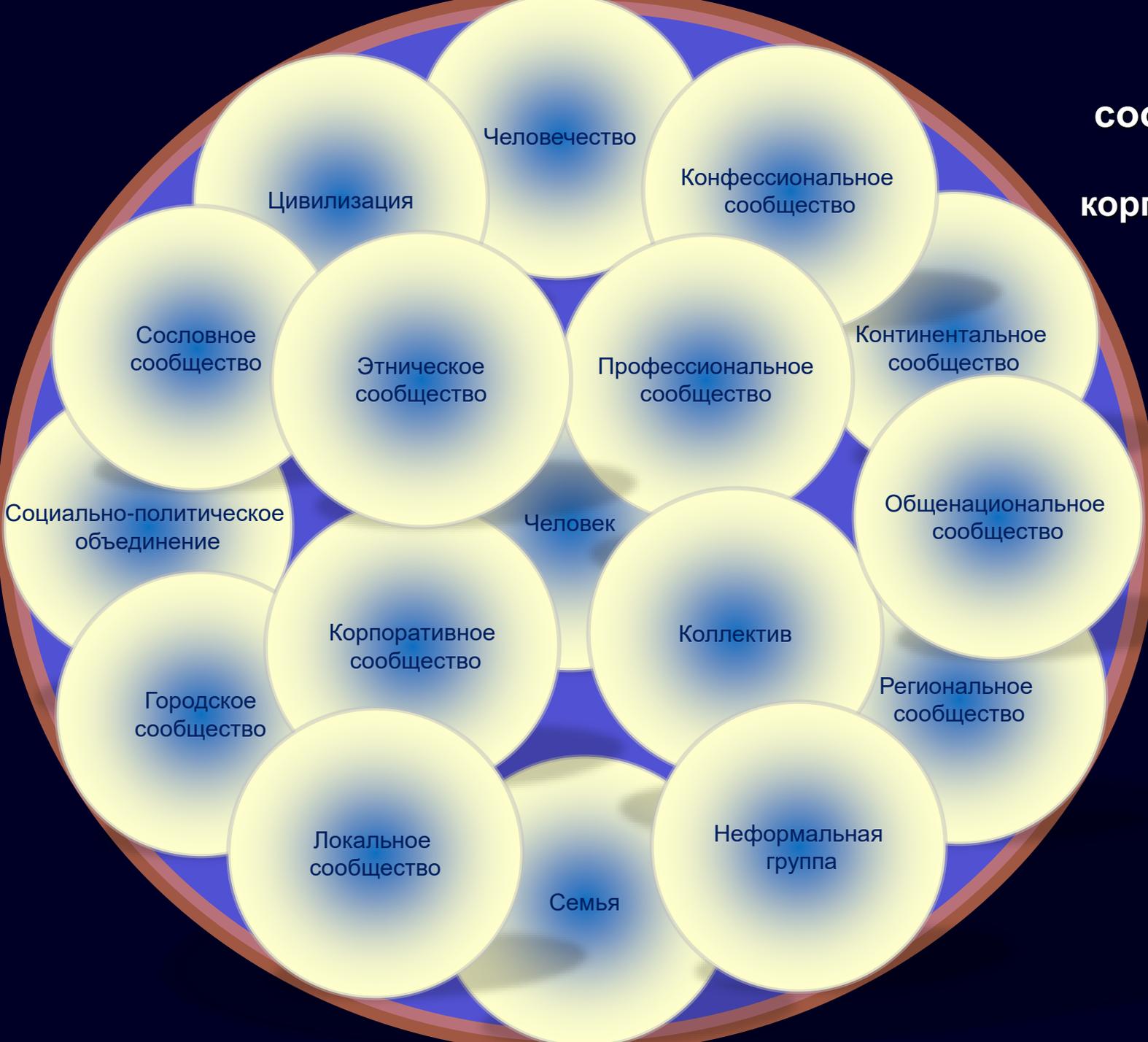
II.

7. Музеи сословных сообществ
8. Музеи социально-политических объединений
9. Музеи региональных сообществ
10. Музеи городских сообществ
11. Музеи локальных сообществ
12. Музеи коммун

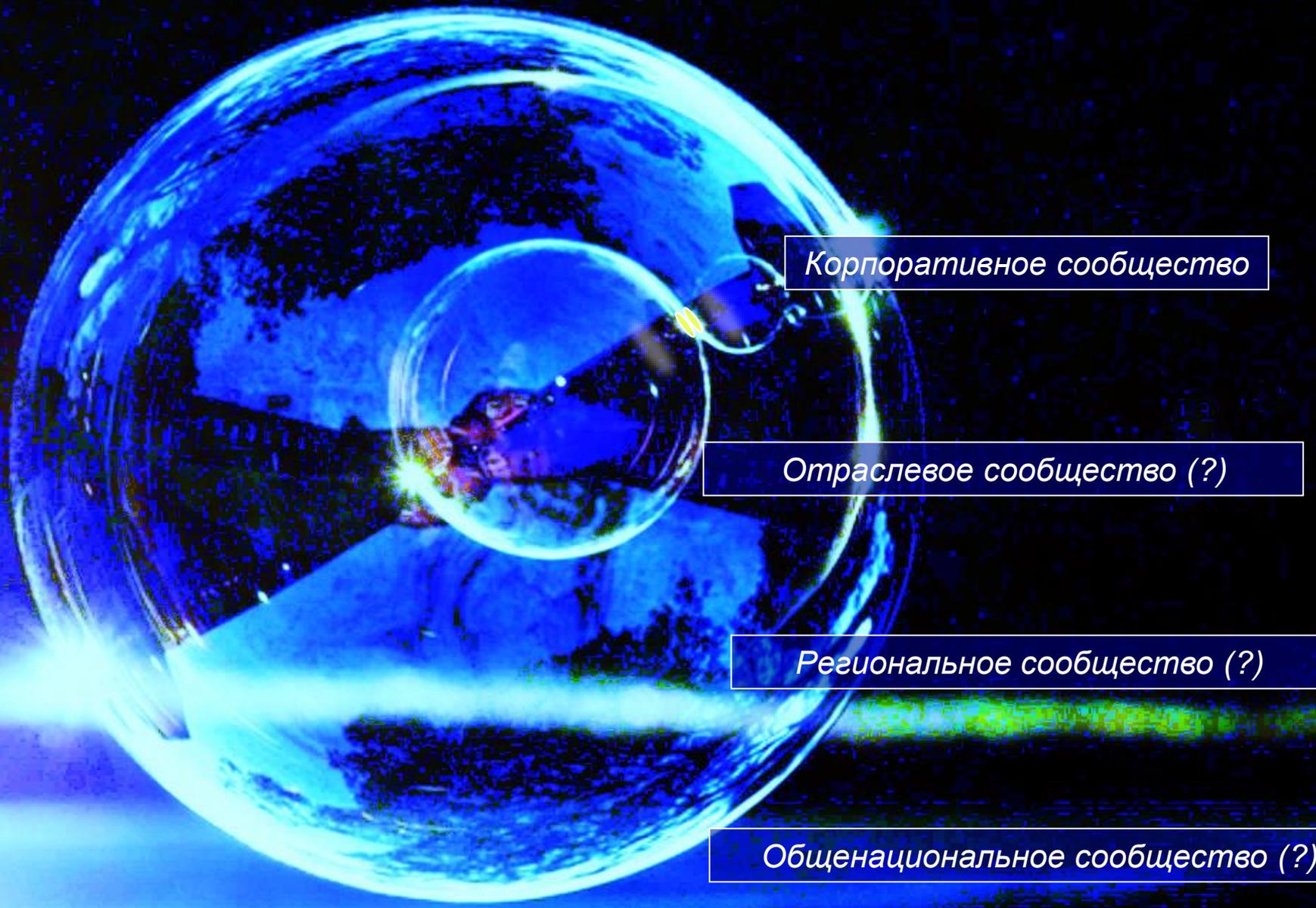
III.

13. Музеи *отраслевых и профессиональных* сообществ
- 14. Музеи корпоративных сообществ**
15. Музеи коллективов
16. Музеи неформальных групп
17. Музеи семей
18. Персональные музеи

Каким сообществам служит корпоративный музей?



Корпоративный музей и его социумы



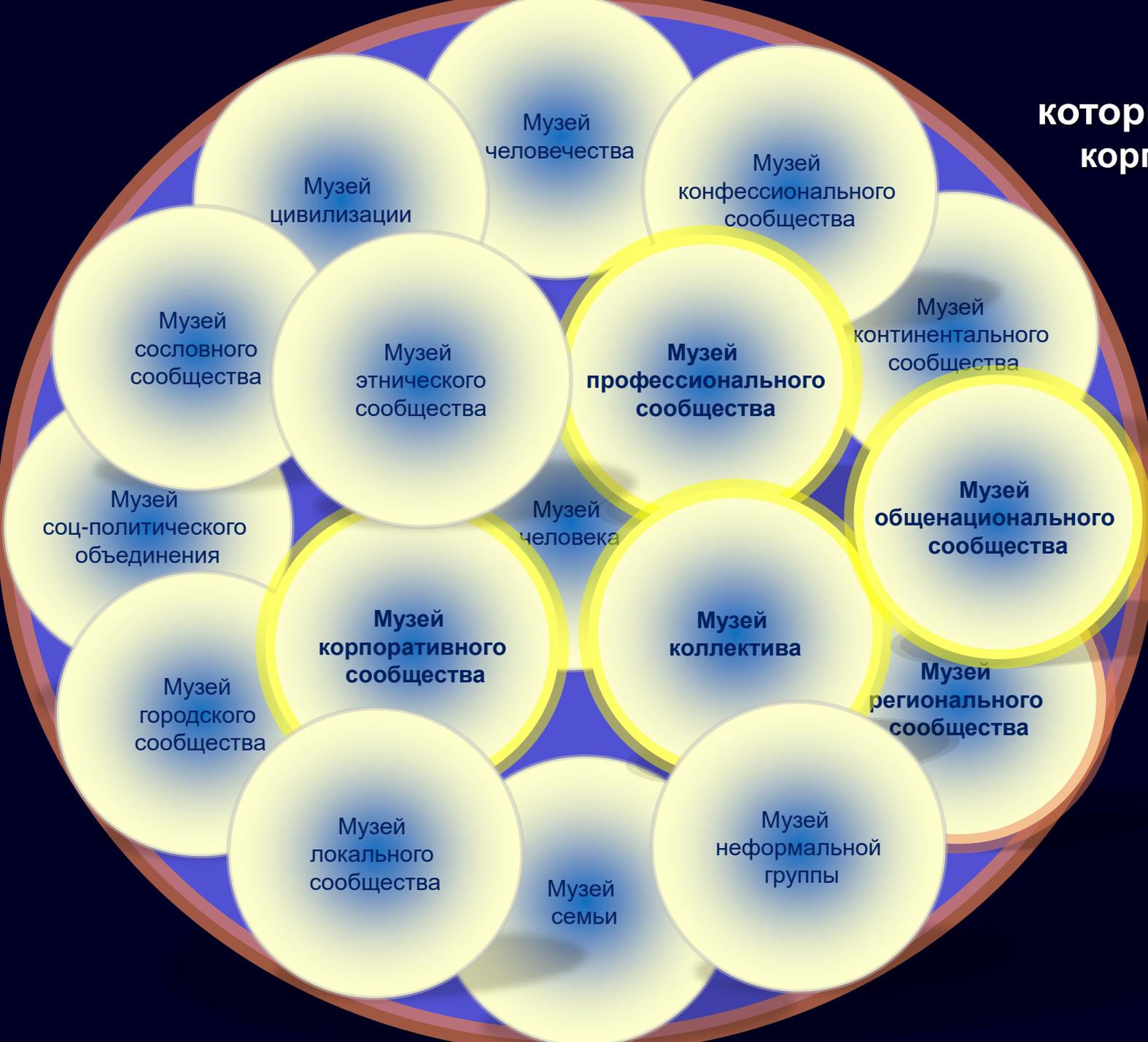
Корпоративное сообщество

Отраслевое сообщество (?)

Региональное сообщество (?)

Общациональное сообщество (?)

Социумы, которым служит корпоративный музей



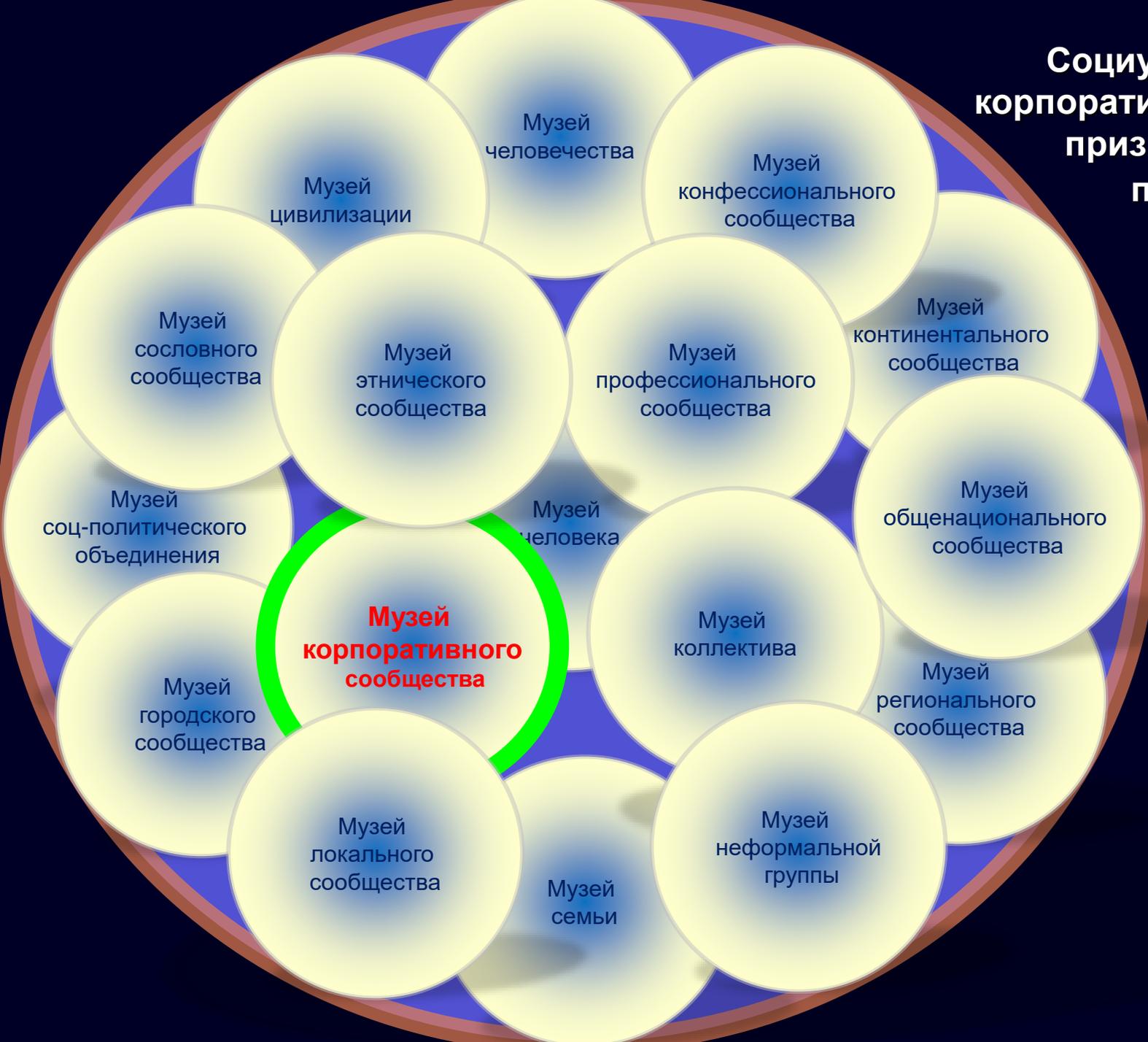
Больше
не значит лучше



Необходимость позиционирования музея в системе социумов

- 
- выработка эффективных музейных концепций -
 - уточнение ценностных оснований и целевой ориентации -
 - осмысленный выбор целевых аудиторий -
 - оптимизация системы ресурсного обеспечения -
 - выверенная организация системы общественных связей -

**Социум, которому
корпоративный музей
призван служить
прежде всего**



Один – хорошо,
два – лучше (?)



Варианты судьбы бывших корпоративных музеев

В прошлом корпоративный

В настоящее время ...

Приобретение территориального значения и муниципального статуса

Музей ОАО «Павлопосадская платочная мануфактура»

МУК «Музей истории русского платка и шали» (с 2002)

Приобретение регионального значения и статуса

Музей ОАО «Новая Ивановская мануфактура»

Музей Ивановского ситца, **отдел ГБУ** Ивановский государственный историко-краеведческий музей (с 1987)

Приобретение общепромышленного значения и ведомственного статуса

Музей Арктики Всесоюзного Арктического института

ФГБУ Российский государственный музей Арктики и Антарктики, РОСГИДРОМЕТ (с 1998)

Приобретение общенационального значения и федерального статуса

Музей ОАО «Императорский фарфоровый завод»

Музей фарфорового завода, **отдел ФГБУК** «Государственный Эрмитаж» (с 2001)

Факторы, определяющие специфику корпоративных музеев

1. **Служение корпоративным социумам**, более динамичным и амбициозным, но менее устойчивым, чем сообщества отраслевые, региональные и национальные
2. **Отсутствие дистанции**, разделяющей музеи от их сообществ, прямой контакт с руководителями, лидерами мнений, генераторами корпоративных ценностей
3. **Принадлежность автономным организациям**, обладающим в условиях рынка высокой степенью хозяйственной и культурной самостоятельности
4. **Свобода от внешних влияний**: прессинга государственной власти, идеологического давления, профессиональных стереотипов
5. **Множественность источников** научного, кадрового, методического, информационного обеспечения корпоративных музеев

Преимущества группы корпоративных музеев

1. **Инновационная природа** формирования и модернизации музеев, определяемая творческой инициативой
2. **Самодостаточность**, опора в развитии корпоративных музеев на собственные ресурсы компании
3. **Способность к циклическому развитию**, от рождения к зрелости, от упадка и консервации к возрождению
4. **Целостность структуры**, отсутствие отрыва хранительских и экспозиционных видов музейной деятельности
5. **Отсутствие формальных ограничений** функциональной, профильной и тематической специализации

Проблемные зоны группы корпоративных музеев

1. **Информационная изоляция** музеев друг от друга как следствие ведомственных барьеров и конкурентных отношений между компаниями
2. **Неразвитость сетевых структур**, формирующих горизонтальные связи и координирующих деятельность корпоративных музеев
3. **Дефицит солидарности и взаимопомощи** вследствие отсутствия общих для группы корпоративных музеев целей, политики и стратегии
4. **Неустойчивость ресурсного обеспечения**, высокая зависимость от экономических показателей деятельности компаний и рыночных катаклизмов
5. **Низкий уровень защищенности** от некомпетентности и волюнтаризма решений руководства компаний

Рекомендуемая литература

1. **Болдырева Н.Е.** ЗАВОДСКОЙ МУЗЕЙ КАК ЧАСТЬ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ // Известия ВГПУ. 2013. №3 (78). С.48-51
2. **Гнедовский А.М.** КОРПОРАТИВНЫЕ МУЗЕИ ЗА РУБЕЖОМ: ВЗГЛЯД СО СТОРОНЫ // Музей. 2009. №4. С.62-68
3. **Капитонов Э.А.** КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА. М.: Альфа-Пресс, 2005. 352 с.
4. **Мастеница Е.Н.** КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА МУЗЕЯ // Вопросы культурологии №6 // 2012. С. 65-70
5. **Никишин Н.А.** ВЕДОМСТВЕННЫЕ И КОРПОРАТИВНЫЕ МУЗЕИ: ТОНКАЯ ГРАНЬ РАЗЛИЧИЙ // II Международная конференция «Корпоративные музеи сегодня». Сборник докладов конференции. М., 2015. С.29-37
6. **Перминова С., Тульчинский Г.** КУЛЬТУРА ФИРМЫ. СПб.: Алетейя, 2006. 292 с.
7. **Рощина Е.В.** НЕГОСУДАРСТВЕННЫЕ МУЗЕИ: ПРОБЛЕМЫ КЛАССИФИКАЦИИ // Вестник СПбГУ. Серия 6. Политология. Международные отношения. 2012. №3. С.42-46
8. **Watson Sh.** (ed.) MUSEUMS AND THEIR COMMUNITIES. New York: Routledge, 2014. 568 pp.



nickishin@yandex.ru