

III МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
КОРПОРАТИВНЫЕ МУЗЕИ СЕГОДНЯ

Николай Никишин

**СУБЪЕКТЫ,
ФОРМЫ И СРЕДСТВА
МУЗЕЙНОЙ
КОММУНИКАЦИИ
В ПРОСТРАНСТВЕ
КОРПОРАТИВНОГО
СОЦИУМА**

КАЛИНИНГРАД 2016

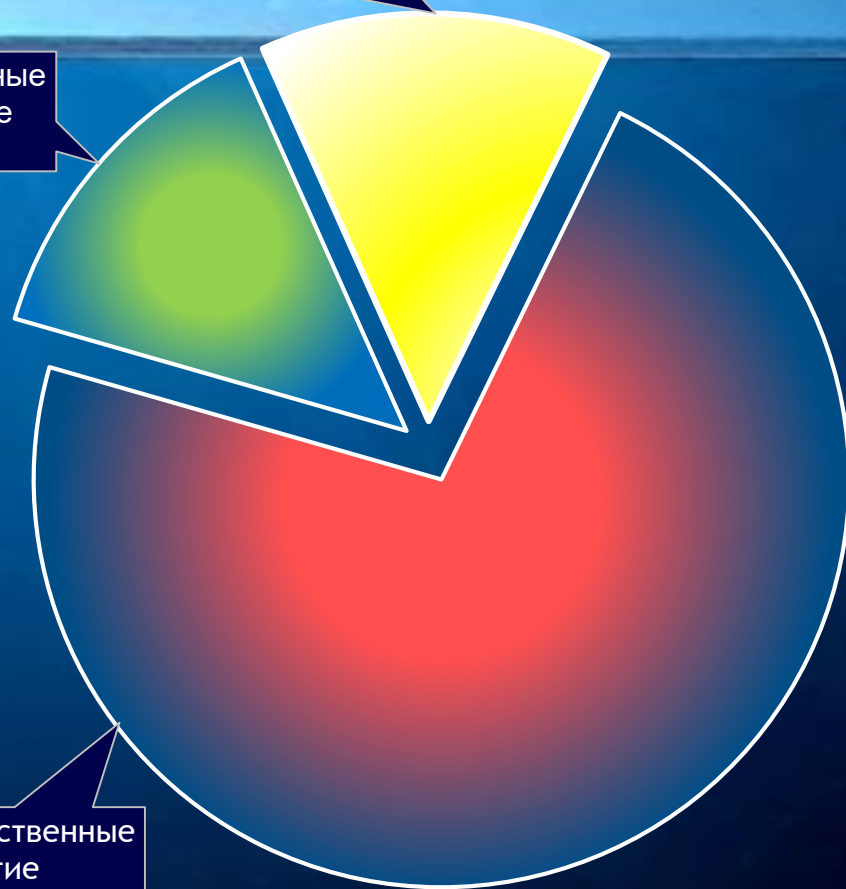
Музеи России



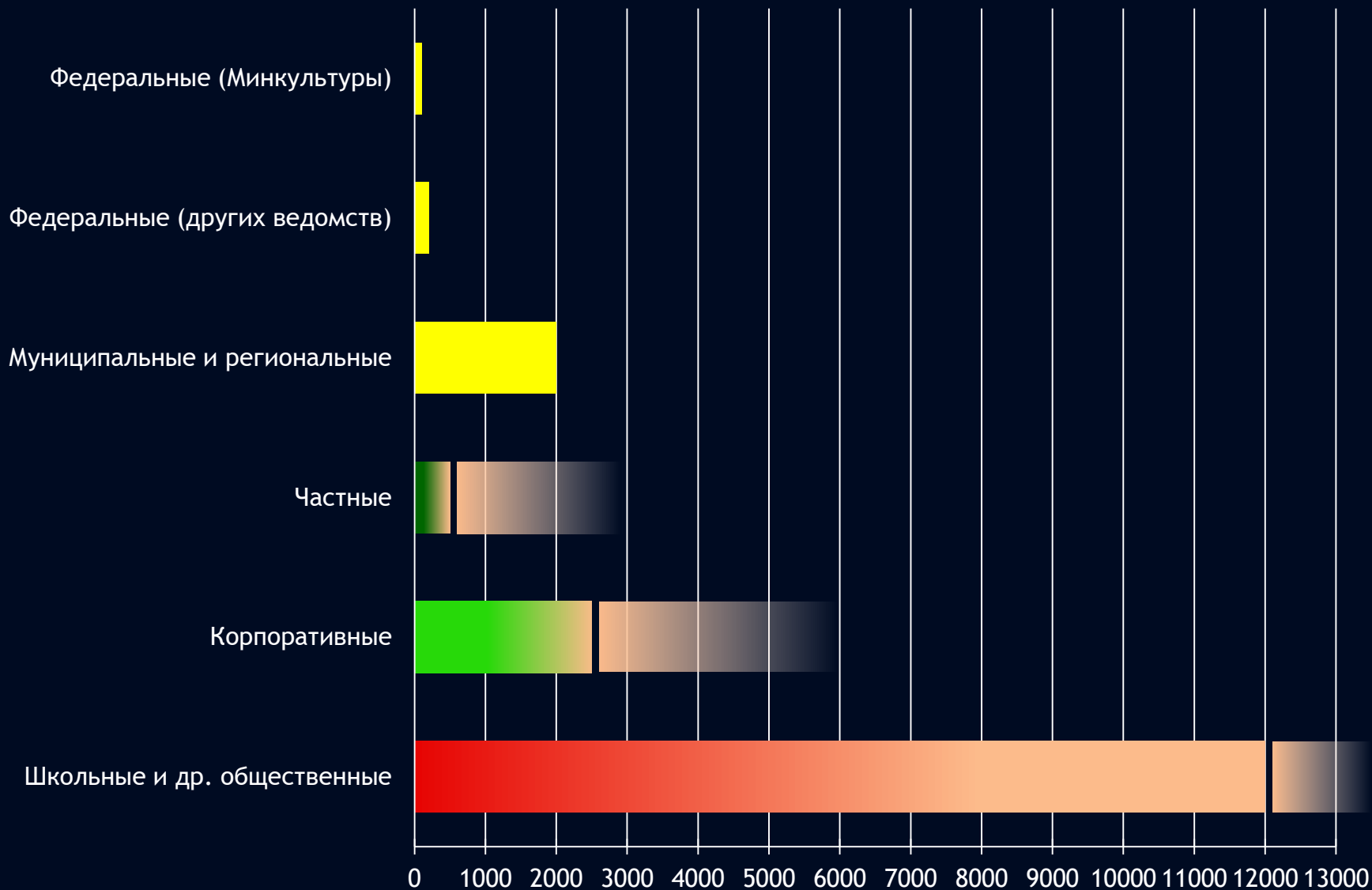
Государственные
14%

Негосударственные
корпоративные
14%


Негосударственные
другие
72%



Самые многочисленные группы российских музеев



Количество корпоративных музеев в регионах РФ



<input type="checkbox"/> Москва и область	200+
<input type="checkbox"/> Санкт-Петербург и область	100+
<input type="checkbox"/> Пермская область	50+
<input type="checkbox"/> Омская область	40+
<input type="checkbox"/> Томская область	30+
<input type="checkbox"/> Самарская область	30+
<input type="checkbox"/> Республика Татария	30+
<input type="checkbox"/> Республика Коми	30+
<input type="checkbox"/> Ханты-Мансийский округ	24+
<input type="checkbox"/> Волгоградская область	20+
<input type="checkbox"/> Приморский край	20+
<input type="checkbox"/>	

Уточнение понятия

КОРПОРАТИВНЫЙ МУЗЕЙ

феномен общественного сознания сообществ,

объединенных признаком принадлежности их членов к конкретной организации (предприятию, фирме, компании),

обладающих автономией в формировании собственной системы ценностей, внутренних коммуникаций, моделей деятельности и стратегий развития и

использующих этот феномен в качестве инструмента их сохранения, расширения возможностей общих для этих сообществ механизмов памяти, рефлексии, видения настоящего, предвидения и конструирования будущего, самоидентификации, самовыражения и коммуникации

на основе специфической семиотической системы, знаками и символами которой выступают предметы ...

Дефиниция ИКОМ, 2007 (для сравнения):

МУЗЕЙ – постоянное некоммерческое учреждение, *служащее 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.

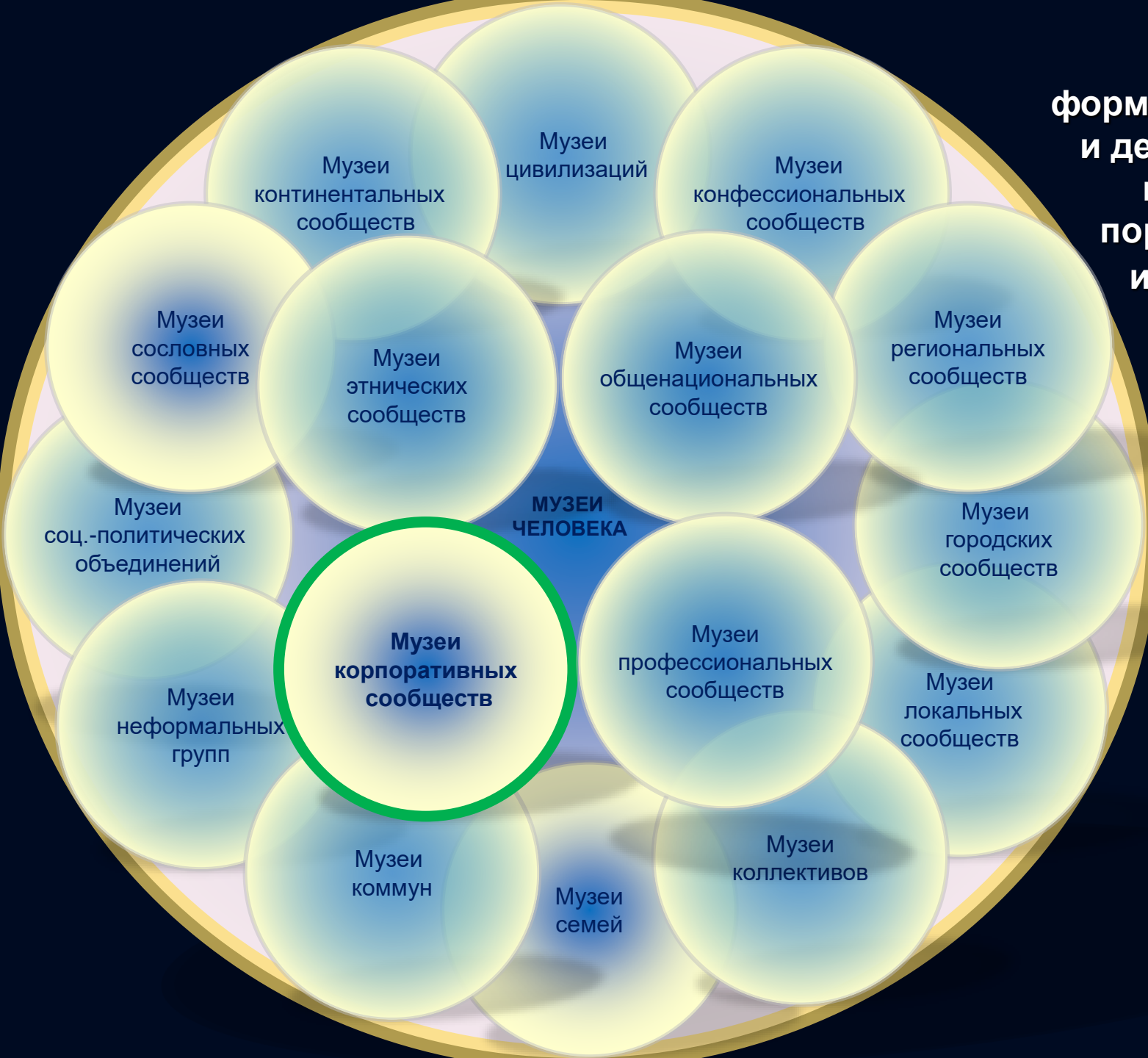
Специфика корпоративных музеев

1. Принадлежность автономным организациям
2. Служение корпоративным социумам
3. Отсутствие дистанции, разделяющей музеи от их сообществ

4. Самодостаточность, свобода от внешнего давления и формальных ограничений
5. Инновационная природа формирования и модернизации
6. Целостность структуры, способность к циклическому развитию

7. Информационная изоляция, обусловленная ведомственными барьерами и конкуренцией
8. Незащищенность от некомпетентности решений руководства компаний
9. Неустойчивость ресурсного обеспечения

**Музеи,
формирующиеся
и действующие
в интересах
порождающих
их социумов**



Социологическая классификация музеев

I.

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

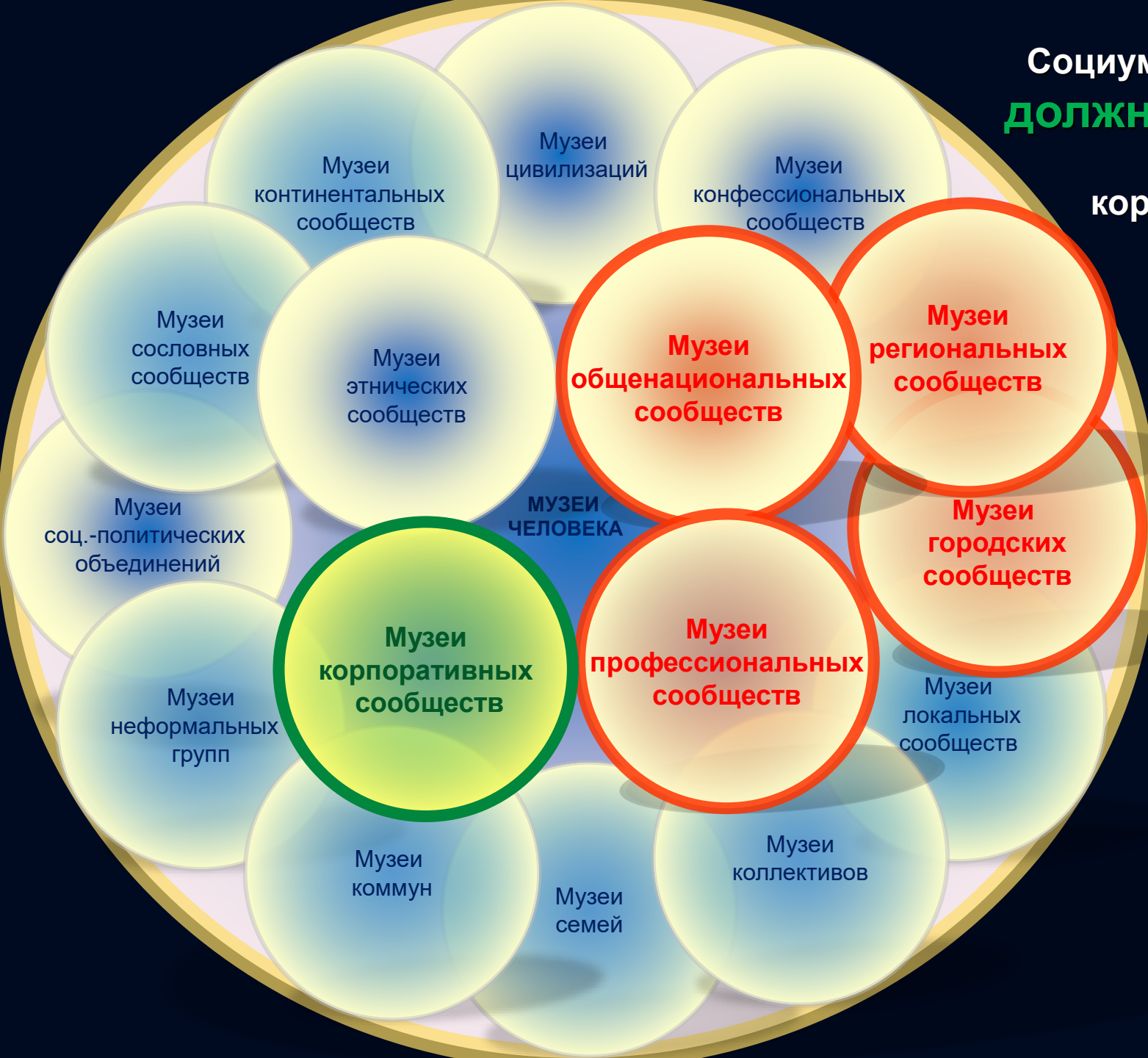
II.

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

III.

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

Социумы, которым
ДОЛЖНЫ и **МОГУТ**
служить
корпоративные
музеи



Необходимость социологической идентификации музеев

Позиционирование музеев в системе взаимодействия с различными сообществами, в том числе с его собственным социумом, необходимо для

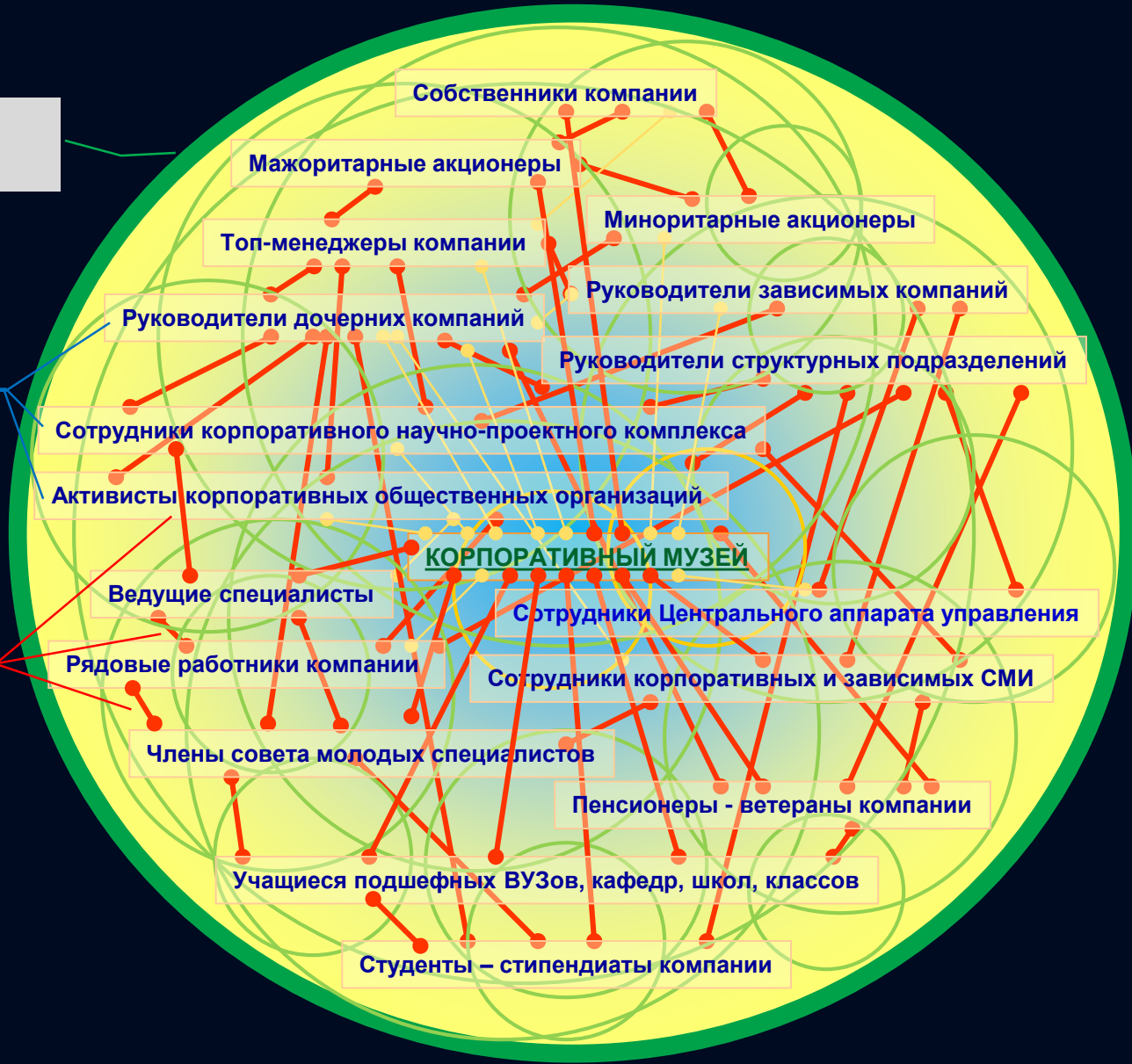
- ❑ Выработки эффективной функциональной модели и определения миссии музея
- ❑ Фиксации ценностных оснований и целевой ориентации музейных программ и проектов
- ❑ Уточнения номенклатуры результатов музейной деятельности
- ❑ Оптимизация системы ресурсного и технологического обеспечения
- ❑ Осмысленного выбора и ранжирования целевых аудиторий
- ❑ Выверенной организации системы общественных связей
- ❑ Обоснованного выбора критериев оценки эффективности музейной работы

Пространство и структура корпоративного социума

Границы корпоративного сообщества – пространство профессиональной ответственности корпоративного музея

Субъекты коммуникации в пространстве корпоративного социума

Взаимодействия между субъектами корпоративных коммуникаций



Целевые аудитории и формы музейной коммуникации

Руководство и рядовые работники компании, ее структурных подразделений, дочерних обществ



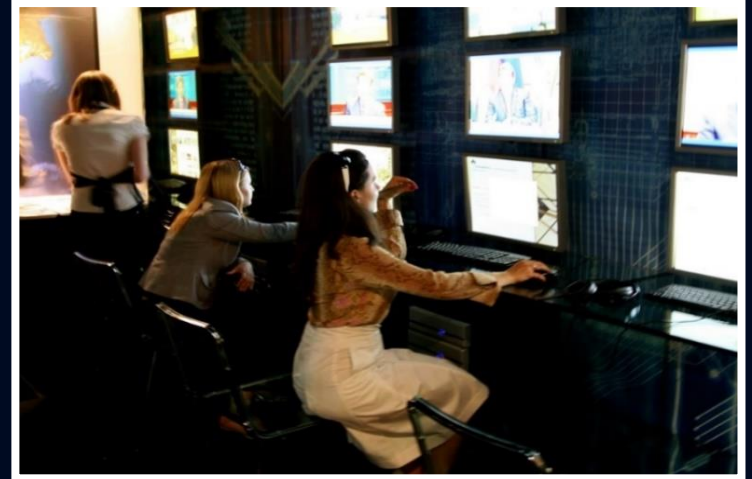
Акционеры, топ-менеджеры, стратегические партнеры компании



Постоянная экспозиция музея, отчетные выставки к собраниям акционеров, заседаниям советов директоров и т.п.

Целевые аудитории и формы музейной коммуникации

Молодые специалисты



Преподаватели, аспиранты, учащиеся профильных и подшефных учебных заведений



Стационарные экспозиции, терминалы доступа к информационным ресурсам музея и т.п.

Целевые аудитории и формы музейной коммуникации

Рядовые работники дочерних и зависимых компаний



Сообщество ветеранов компании



Выставки, посвященные достижениям компании, героям важнейших событий ее истории

Целевые аудитории и формы музейной коммуникации

Руководители и специалисты компаний-партнеров и компаний-конкурентов



Жители регионов присутствия компании



Члены семей, дети сотрудников компании



Оформление залов международных форумов, выставки в местных краеведческих и профильных музеях, передвижные выставки

Целевые аудитории и формы музейной коммуникации

Гости из других стран и регионов

КОРПОРАТИВНЫЙ МУЗЕЙ НК «РОСНЕФТЬ»

Мир музея | Мир экспонатов | Мир образов | Мир прошлого | Мир настоящего | Мир будущего

Виртуальная экскурсия
Терминалы интерактивных
Интернет-навигатор

Добро пожаловать на сайт Музея компании «Роснефть»

Мир музея: Виртуальная экскурсия, Терминалы интерактивных, Интернет-навигатор

Мир экспонатов: Коллекция музея, Новые поступления, Исторические места

Мир образов: Фотодокументы, Видеохроника, 3D-реконструкции

Мир прошлого: Хронограф, Меморы, Событие века

Мир настоящего: Лента времени, Событие года, Новости музея

Мир будущего: Хроноскоп, Прямая речь, Прогноз века

Вводная информация о Музее

Название музея: Музей строится в административном объекте «Нефтегаз компания «Роснефть»»

Местоположение: Москва, Собойская набережная, 26/1, центральный офис ОАО «НК Роснефть»

Контакты: Адрес: 127977 г. Москва

Статус:

КОРПОРАТИВНЫЙ МУЗЕЙ НК «РОСНЕФТЬ»

Мир музея | Мир экспонатов | Мир образов

Мир будущего > Хроноскоп

2100 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2018 2025

2025

Будущее Роснефти
Проект «Сахалин-1» полностью обеспечит лабораторией нефть газом, который вытеснит угольное и мазутное топливо.

Будущее России
Средняя продолжительность жизни в России достигнет 75 лет.
Масштаб годового миграционного прироста в России составит 600 тыс. человек, величина, которая не может в полной мере

Мировое будущее
Доля мусульман в населении Европы приближается к 25%.
40% мирового дохода создается в Восточной Азии.

Мир нефти. Главная страница

www.mirnefti.ru Мир нефти. Главная страница

ВСЕ О НЕФТИ | ПУТЬ НЕФТИ | ЭКОЛОГИЯ | НЕФТЬ В МИРЕ | НЕФТЬ В РОССИИ | НЕФТЬ ВОКРУГ

РОСНЕФТЬ

Нефтегазовый путь | Нефтегазодобыча | Нефтегазопереработка | Нефтегазотранспорт | Нефтегазоснабжение

Мир нефти

Следующая тема: [Основные факты](#)

Дорогие друзья!

Дорого поздравлять в удивительный мир – мир нефти, самого необходимого и в то же время загадочного подарка ископаемых. Уже более 150 лет жизнь человека неразрывно связана с черным золотом, но до сих пор ученые и специалисты не пришли к единому мнению о его геологическом происхождении и имеющихся запасах на Земле. Но зато ни у кого не вызывает сомнения, что современный мир и даже последние поколения были бы совершенно другим, если бы не нефть.

Нефть имеет множество названий, наиболее ярким из которых может быть эпитет «королева современной цивилизации». Как и где ее ищут, добывают, перерабатывают? Что ждет человечество, если нефть законится? Можно ли найти ей замену? Но эти и многие другие вопросы вы найдете ответ на нашем сайте. С помощью нашего нефтяного навигатора вы отправитесь в увлекательную экспедицию, где сможете познакомиться на современном языке с историей и ролью нефти и способами ее использования в современном мире. Мы будем рады, если наш сайт послужит для вас отправной точкой в дальнейшим научным исследованиям, без которого уже невозможно представить существование человечества.

Итак, добро пожаловать! Поездка в мир и в путь! Страницы, посвященные миру, историческим фактам, научной и технической информации, новейшим технологиям и интересной статистике – все это ждет вас в удивительном мире нефти!

Навигация

Перед вами открывается панорама, иллюстрирующая весь путь нефти – от месторождений до объектов, обслуживающих человека в современном мегаполисе, включая и развивающиеся кластеры нефти.

Перемещаясь по панораме вы можете, наведя курсор мышью на стрелочку, расположенные на левой и правой стороне картинки.

Дважды кликнув на интересующий объект панорамы, вы попадете на нужный тематический раздел.

Кроме того, вы можете перейти на интересующую вас тему из меню, расположенного над изображением панорамы.

Глоссарий

Если вы встретили непонятное словосочетание, например «западные страны», не пугайтесь. В этом разделе вы сможете найти пояснение ко всем употребленным на нашем сайте терминам, связанным с нефтью. Впрочем, и по мере их появления на странице сайта вам также будет предложено посетить этот раздел по соответствующим ссылкам.

Игры

Если вы устали от богатого иллюстрациями путешествия по миру нефти и хотите немного отвлечься, обратитесь за игрой. В нашем разделе «Игры» вы найдете все, чтобы провести время с пользой и удовольствием.

Интересный факт:

В почве обычно содержится бензин во время заправки автомобиля, отработанное моторное масло, которое просто выливается, и топливо, выходящее из неопределенных резервуаров. Во время дождя нефтепродукты попадают в грунтовые воды, а затем – в моря и океаны.

Интернет-порталы и специализированные сайты корпоративных музеев

Приоритетные целевые аудитории корпоративного музея

1. Собственники, мажоритарные и миноритарные акционеры компании
2. Топ-менеджеры корпорации, руководители дочерних и зависимых компаний
3. Персонал центрального аппарата управления (сотрудники управляющей компании)
4. Руководители структурных подразделений, ведущие специалисты
5. Сотрудники корпоративного научно-проектного комплекса
6. Преподаватели корпоративных учебных центров
7. Активисты и члены корпоративных общественных организаций
8. Рядовые сотрудники корпорации, дочерних и зависимых компаний
9. Работники корпоративных и зависимых СМИ
10. Руководители, активисты, члены ветеранских организаций
11. Руководители, активисты, члены корпоративных молодежных организаций
12. Учащиеся подшефных ВУЗов, факультетов, кафедр, школ, классов
13. Сотрудники корпоративных благотворительных фондов
14. Грантополучатели и стипендиаты компании
15. Устойчивые группы потребителей продукции и услуг компании

Факультативные целевые аудитории корпоративного музея

1. Потенциальные потребители продукции и услуг компании
2. Потенциальные акционеры компании
3. Потенциальные сотрудники компании, учащиеся специализированных учебных заведений
4. Школьники, потенциальные учащиеся специализированных учебных заведений
5. Руководители предприятий, являющихся стратегическими партнерами компании
6. Специалисты предприятий, являющихся конкурентами компании
7. Руководители и лидеры мнений населенных пунктов и регионов присутствия компании
8. Представители отраслевых, локальных, региональных и федеральных СМИ
9. Семьи сотрудников компании
10. Дети сотрудников компании
11. Учащиеся и педагоги школ, в которых обучаются дети сотрудников компании
12. Жители населенных пунктов, регионов и стран присутствия компании
13. Гости (туристы) из других стран и регионов
14. ВИП-гости регионов присутствия компании

Музейные формы коммуникации в пространстве корпорации

Галереи портретов бывших руководителей компании



Доски почета героев труда, передовиков производства



Произведения монументального искусства во входных зонах



Фотовыставки в производственных помещениях



Музейные формы коммуникации в пространстве корпорации

Стенды предприятий на отраслевых выставках



Тематические выставки, проводимые компаниями в госмузеях



Смотровые площадки на производственных объектах

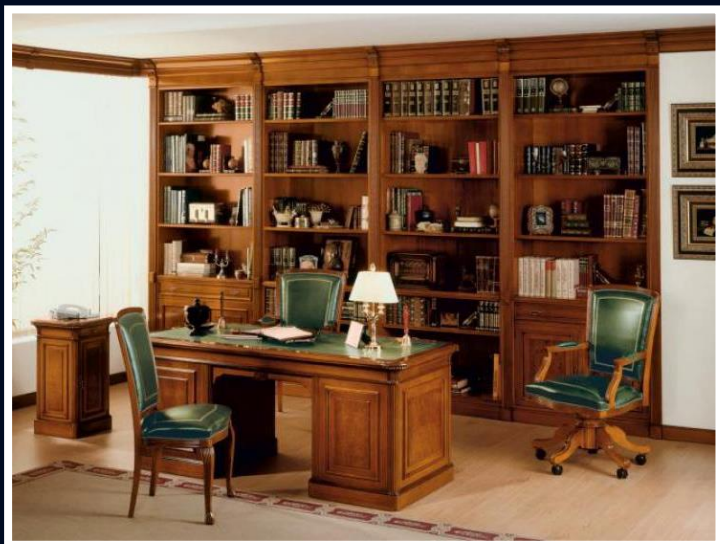


Дни открытых дверей, экскурсии на производство



Музейные формы коммуникации в пространстве корпорации

Шкафы с подарками в кабинетах руководителей компании



Частные музеи владельцев крупных компаний



Выставки, организуемые на собраниях акционеров



Комплексы с историческими материалами в залах заседаний



Музейные формы коммуникации в пространстве корпорации

Витрины с наградами, реликвиями компании в коридорах и переходах офисных помещений



Кабинеты ветеранских организаций



Мемориальные комплексы на местах значимых для компании событий



Музейные формы коммуникации в пространстве корпорации

Мемориальные кабинеты основателей компаний



Комнаты трудовой (и боевой) славы предприятий



Галереи с корпоративными коллекциями



Временные и постоянные экспозиции корпоративных музеев



Формы коммуникации в пространстве корпорации

МУЗЕЙНЫЕ

1. Постоянные экспозиции корпоративных музеев
2. Временные и постоянные, стационарные и передвижные выставки корпоративных музеев
3. Галереи и выставки с корпоративными коллекциями
4. Комнаты трудовой (и боевой) славы
5. Мемориальные кабинеты основателей и бывших руководителей
6. Мемориальные комплексы на местах значимых для компании событий
7. Стеллажи и стенды с государственными, профессиональными, спортивными и другими наградами
8. Витрины с реликвиями компании в коридорах и переходах офисных помещений
9. Экспозиционные комплексы с историческими материалами в залах общих собраний и заседаний
10. Кабинеты ветеранских организаций с фотоархивами предприятий

ДОМУЗЕЙНЫЕ

11. Частные музеи владельцев компаний
12. Шкафы с подарками в кабинетах руководителей компании
13. Отчетные и тематические выставки, организуемые на годовых собраниях акционеров
14. Дни открытых дверей, экскурсии на производство
15. Смотровые площадки в местах проведения работ
16. Тематические выставки, проводимые компаниями в государственных музеях
17. Стенды предприятий на отраслевых выставках
18. Документальные фотовыставки на стенах производственных и офисных помещений
19. Произведения монументального искусства в приемных, входных зонах, фойе конференц-залов
20. Доски Почета передовиков и героев труда
21. Галереи портретов основателей и бывших руководителей компании

Интерактивные взаимодействия в пространстве корпоративного музея



Заключение

Изложенные представления

- ✓ об особом месте корпоративного музея в системе социальных взаимодействий
- ✓ о спектре и структуре взаимодействующих в его пространстве субъектов
- ✓ об иерархии форм и направлений музейной коммуникации в корпоративном социуме

необходимо учитывать и включать в содержание аналитической и проектной документации, в концепции, программы развития, сценарии экспозиций, дизайн-проекты, технические задания на закупку оборудования, конструкторские и программные разработки

nickishin@yandex.ru

