

VI. КНИГОЗНАВСТВО

УДК 069.6:316.77:070](045)

© **Оксана Іванець**, технік, ДПМ ім. Бориса Патона при КПІ ім. Ігоря Сікорського, магістрантка НН ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022 р.

Науковий керівник: Н. В. Писаревська, директор, ДПМ ім. Бориса Патона при КПІ ім. Ігоря Сікорського

ДЕРЖАВНИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ МУЗЕЙ ІМЕНІ БОРИСА ПАТОНА В ЗМІ: РОЗВИТОК PR-МЕНЕДЖМЕНТУ

У статті розповідається про Державний політехнічний музей імені Бориса Патона та поширення інформації через ЗМІ. Музей постає місцем прикладних досліджень, втілення новітніх технологій. Досліджено музейну діяльність, яка передбачає широкий контакт з громадкістю на основі PR-менеджменту, особливої уваги набуває взаємозв'язок музею та суспільства.



Ключові слова: Державний політехнічний музей імені Бориса Патона при КПІ імені Ігоря Сікорського; ЗМІ; PR-менеджмент; музейна комунікація; музейна експозиція; музейні інформаційні технології.

The article talks about the Borys Paton State Polytechnic Museum and dissemination of information through the media. The museum is a place of applied research, the embodiment of the latest technologies. Museum activities, which involve wide contact with the public on the basis of PR management, have been studied, with special emphasis on the relationship between the museum and society.

Keywords: Borys Paton State Polytechnic Museum at the Igor Sikorsky KPI; mass media; PR-management; museum communication; museum exposition; museum information technologies.

Головне завдання дослідження — це аналіз публікацій в місцевих виданнях, інформаційних порталах Київського політехнічного інституту імені Ігоря Сікорського, виступи на регіональному ТБ, електронні публікації в Інтернет-виданнях.

На сучасному етапі розвитку суспільства зростає роль музею, яка передбачає таке інформаційне середовище, що дає змогу збирати, формувати та розповсюджувати інформацію.

Із появою Інтернету та новітніх технологій музеї України та мас-медіа трансформувалася від традиційних форм музейної комунікації в ЗМІ до сучасних методів презентації та подання інформації.

Державний політехнічний музей імені Бориса Патона при НТУУ «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» — це багатофункціональний та соціокультурний механізм, який спрямований на збереження історії Київського політехнічного інституту, рідкісних експонатів у галузі електроніки, приладобудування, радіотехніки, телекомунікації, інформатики, машинобудування, авіації та космонавтики. Також у музеї проводиться науково-просвітницька діяльність та експозиційна робота.

Музейна діяльність ДПМ ім. Бориса Патона передбачає співпрацю з громадкістю. Комунікаційна функція набуває особливої уваги у взаємодії музею та суспільства. Австрійський музеолог Ф. Вайдахер стверджує: *«Теорія музейної комунікації досліджує, пояснює загальні та особливі засади поширення змісту музейних фондів серед суспільства»* [1, С. 174].

Музей з 2002 по 2019 роки періодично випускав збірник наукових праць «Дослідження з історії техніки», атестований ВАК за історичними і технічними науками. У журналі друкували свої праці наукові співробітники, завідувачі відділів ДПМ ім. Бориса Патона, аспіранти, викладачі, доценти, доктори наук КПІ ім. Ігоря Сікорського, Національної академії аграрних наук України, «Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана», Одеського Національного політехнічного університету, «Харківського політехнічного інституту» тощо.



Завдяки сучасним засобам масової інформації музей переходить на новий механізм комунікації, по-новому відтворює ідею інформаційного суспільства. Інформаційно-комунікативні технології передають інформацію, надають аудиторії широкого вибору джерел інформації (табл. 1).

У КПІ ім. Ігоря Сікорського та ДПМ ім. Бориса Патона періодично проходить знімальна група кіно та телебачення. Найпопулярнішим кіном 2020–2021 року став серіал «Кріпосна», талант-шоу «Україна має талант», щорічний пісенний конкурс «Євробачення», щорічний фестиваль гумору «Ліга сміху» та україномовне телевізійне шоу «Розсміши коміка».

Працівники відділу «Історії КПІ» ДПМ ім. Бориса Патона дають інтерв'ю як фахівці, які володіють унікальною науковою інформацією і є експертами з певних питань, для відомих телепередач «Ранок з Інтером» і «Новини», «Київські історії» телеканалу «Київ», «Сніданок з 1 + 1» від «1 + 1», «Факти» від «ICTV», «Машина часу» від «5 канал», «Суспільна студія» від «UA Перший тощо.

PR-програма музею охоплює не тільки «media relation», а й комунікацію з аудиторією різних вікових категорій. Як зазначає представник французької школи Ф. Буарі: «PR –



Таблиця 1

Показники екскурсії, відвідувачі за роками
в ДПМ ім. Бориса Патона

Рік	Кількість екскурсій	Кількість відвідувачів
2017	1200	28780
2018	1018	31010
2019	993	35066
2020	298	10100
2021	31900 офлайн та онлайн + 24500 завдяки виставці «Відкритий космос» у Литві»	510

це моделі пошуку суспільного консенсу та використання соціального менеджменту як комунікаційного діалогу» [2, С. 31].

PR-компанії Державного політехнічного музею імені Бориса Патона спрямовані на формування: аудиторії музею, доброзичливого ставлення до музею, образу музею як надійного партнера; інформування аудиторії різних вікових категорій про конкретну пропозицію

Таблиця 2

Види PR-інструментів ДПМ ім. Бориса Патона

PR-інструмент ДПМ ім. Бориса Патона	Застосування
ЗМІ	Публікації в місцевих виданнях, інформаційних порталах Київського політехнічного інституту ім. Ігоря Сікорського, виступи на регіональному ТБ, електронні публікації в Інтернет-виданнях.
Спеціальні події	Зустрічі з творчим колективом, організація виставок, круглих столів та фестивалів до днів народження і днів пам'яті відомих науковців, інженерів КПІ та міста Києва.
Міжнародні проекти	Участь в акціях «Міжнародний день музеїв», «Ніч у музеї», «Тиждень космосу», «Дні науки», «Сікорський челендж».
Атмосфера музею	Проведення екскурсій, які враховують індивідуальні якості відвідувачів, представлення в експозиції унікальних експонатів у галузі науки і техніки, а також матеріалів про життя та творчість видатних митців Київського політехнічного інституту ім. Ігоря Сікорського.
Соціальні медіа	Ведення облікових записів на офіційних сайтах «ДПМ ім. Бориса Патона» в Facebook, Youtube, постійне оновлення інформації про події в музеї.

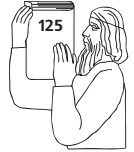


(виставку, культурну подію, ігровий захід, лекцію, нові послуги тощо); формування потреб використання та зацікавлення в музейній пропозиції — у програмах, послугах та подіях; стимулювання інтересу аудиторії (табл. 2).

Державний політехнічний музей імені Бориса Патона просувається в соціальних мережах, які спрямовані на залучення на сайт відвідувачів із соціальних медіа, зокрема з блогів, форумів, соціальних мереж.

Офіційний сайт ДПМ ім. Бориса Патона розміщений у соціальній мережі Facebook. На сайті можна ознайомитися з інформацією музею, переглянути фото, прочитати відгуки відвідувачів. На головній сторінці музею розміщена інформація про історію Київського політехнічного інституту імені Ігоря Сікорського, а також постійно оновлюється інформація про цікаві події дня, виставки, лекції, круглі столи тощо.

Отже, Державний політехнічний музей імені Бориса Патона — це особлива комунікативна система, яка зацікавлена у зв'язку з громадкістю. Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що робота з популяризації діяльності музею представлена у різноманітних формах публік рілейшнз: від традиційних до нових, що набули розвитку в останні десятиріччя.



Література:

1. Вайдакер Ф. Загальна музеологія: Посібник / Ф. Вайдакер. Львів, 2005. 628 с.
2. Доскова И. С. Public Relations: теория и практика / И. С. Доскова. М.: Альфа–Пресс, 2009. 151 с.

References:

1. Vaidakher, F. (2005). *Zahalna muzeolohiia [General museology]*. Lviv, 628 p. [in Ukrainian].
2. Doskova, I. S. (2009). *Public Relations: teoriya i praktika*. M.: Al'fa–Press, 151 p.