

УДК 338

А.А. Кадикина

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации имени Главного маршала авиации А.А. Новикова», г. Санкт-Петербург, email: kadikina@mail.ru

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ АРХИВА ОРГАНИЗАЦИИ В СВЕТЕ КОММЕМОРАТИВНЫХ ПРАКТИК СОВРЕМЕННОГО БИЗНЕСА

Ключевые слова: организация архива, архив организации, бизнес-архив, история фирмы, коммеморативные практики, корпоративная память, сторителлинг.

Статья поднимает вопросы, связанные со сложностью современного функционирования архива коммерческих организаций, с проблемами использования корпоративного наследия, с задачами управления корпоративной памятью, с особенностями коммеморативных практик современного бизнеса, с теоретическим многообразием и практической узостью применяемых бизнесом технологий и инструментов хранения и трансляции корпоративной истории.

A.A. Kadikina

Federal state-funded educational institution of higher education "Saint-Petersburg State University of Civil Aviation named in honor of Air Chief Marshal A.A. Novikov", Saint-Petersburg, email: kadikina@mail.ru

FUNCTIONING OF THE ARCHIVE OF THE ORGANIZATION IN THE LIGHT OF COMMEMORATIVE PRACTICES OF MODERN BUSINESS

Keywords: archive organization, organization archive, business archive, company history, commemorative practices, corporate memory, storytelling.

The article raises questions related to the complexity of the modern functioning of the archive of commercial organizations, the problems of using corporate heritage, the tasks of managing corporate memory, the peculiarities of commemorative practices of modern business, the theoretical diversity and practical narrowness of technologies and tools used by business for storing and broadcasting corporate history.

Использование корпоративной памяти, востребованность наследия компании, вовлеченность архивной и ретроспективной информации в деятельность компании, как и любого другого бизнес-ресурса, сопряжены с определёнными ограничениями. Рассмотрим ряд проблем и сложностей, возникающих перед компаниями, вставшими на путь осмысленного подхода к урокам прошлого и к своему наследию. Покажем, что конкурентные преимущества получает тот, кто выводит из тени не только бизнес, но и историю его становления. Транспортной должна стать не только финансовая отчетность и деятельность бухгалтерии или отдела кадров, прозрачной и открытой должна быть история фирмы, написанная на базе достоверных источников, архивных документов. А значит архив (а лучше архивно-информационный отдел, чем просто архивохранилище) компании должен

выйти с задворков, кулис бизнеса и сыграть одну из основных ролей в его процессах. То есть деловые круги должны понимать, что эффективная политика бизнеса может и должна отдавать справедливую дань опыту.

Сложности современного функционирования архива организации

Во-первых, сложности возникают уже в начале деятельности архива организаций и предприятий. Специалисты по архивному делу резонно настаивают на том, что «учёт документов в архиве должен вестись с момента поступления туда первого документа» [1, с. 29]. Из чего следует несколько проблем. Первая – пока документы не переданы в архив, а остаются в подразделении его создавшем, ответственность за их сохранность лежит на соответствующем подразделении. Вторая – пока до-

кументы находятся в подразделении его создавшем, они, как правило, хранятся в ненадлежащих, неподобающих для будущих архивных документов условиях (как минимум, вместе с текущими документами, без соблюдения светового и температурного режима и т. д.). Третья – «учёт документов в архиве» не должен заканчиваться (утрачивать значения для компании) с момента последующей передачи документов на хранение в государственный или муниципальный архив или даже в момент их уничтожения. Ни то, ни другое не должно вести за собой утрату информации, носителем которой были документы. Значит для того, чтобы архивная служба выполняла функцию хранения, комплектования, учета и использования не только документов, но и информации, собственно архив должен быть частью архивно-информационной службы с широкими информационными и исследовательскими задачами, в том числе по обработке и оцифровке архивных документов.

Не только закон требует от компаний организацию структурно отдельного архивного подразделения, специализированное профильное подразделение нужно также для полноценного функционирования (формирования и репрезентации) корпоративной памяти. Архивное подразделение не только бы сохраняло архивные документы, но и обрабатывало бы ретроспективную информацию, накопленные знания, способствовало бы распространению их через коммуникативные и административные барьеры, интеграции их в производственные и коммерческие процессы. Корпоративное наследие (опыт прошлой деятельности, ретроспективный её анализ) востребовано, если является частью оперативной корпоративной памятью, доступ к которой есть у каждого подразделения.

Следует обозначить варианты организации архива в компании, подходы к определению его места в организационной структуре управления.

1-й вариант – Архив существует как отдельное самостоятельное структурное подразделение под непосредственным руководством генерального директора, но в оперативном управлении, ведении одного архивариуса. Фактически представляет собой лишь архивохранилище

с минимальным вовлечением в бизнес-процессы, с минимальными требованиями к квалификации персонала и т. д. Такой подход оправдан лишь для небольших (как по масштабности деятельности, так и по сроку существования) компаний. Но надо понимать, что завтра компания вырастет, станет старше и мудрее, а документы и их ретроспективную информацию уже будет не восстановить, если своевременно не будет создана полноценная архивно-информационная служба.

Часто бывает, что под архивохранилище выделяют непригодные для целей архива помещения (неотапливаемые подвалы, продуваемые чердаки с протекающей крышей и т. п.), в которых нет ни требуемого оборудования, ни правильных условий хранения (температура, влажность, пожарная сигнализация, системы пожаротушения и т. д.). И тогда фирма не только платит значительные штрафы, при проверках соответствующих госорганов, но, что самое печальное, она утрачивает документы (залитые водой, сгоревшие при пожаре, сгнившие от плесени и т. д.)

2-й вариант – Архив действует как структурное подразделение внутри укрупнённого непрофильного департамента или внутренней службы (Административный департамент, Бухгалтерия, Служба по управлению персоналом, Маркетинговое подразделение или Отдел по связям с общественностью и т. п.). Управление архивом осуществляет руководство соответствующего укрупнённого подразделения. В архивном отделе есть 1-2 сотрудника, требования к компетенциям которых уже указаны выше, но к архивной работе компания вынуждена привлекать также сотрудников других отделов этого укрупнённого подразделения, тем самым отвлекая их на непрофильную работу. Причём сохраняется рассредоточенность архива по подразделениям компании, что увеличивает нагрузку на сотрудников, снижая и безопасность, и эффективность архивных работ. И проблема длительного хранения документов в подразделениях их создавших, а не в архиве, ведёт к тому, что документы либо теряются, либо оперативное обращение к ним затрудняется. Следовательно, снижается качество ис-

пользования ретроспективной информации в бизнес-процессах компании.

Заметим, что если архив «растворён» в бухгалтерии или в отделе кадров, то, возможно, ретроспективную информацию о финансовых или кадровых показателях будет легче аккумулировать, проанализировать и репрезентовать, но вот если понадобится историческая справка с производственными, технологическими, маркетинговыми данными, то, скорее всего, сотрудникам архива будет сложнее её качественно и оперативно подготовить. Верно и наоборот для ситуации, когда архив «растворён» в пресс-службе (или маркетинговом департаменте) компании. Тогда проблемы с оперативностью возникнут, например, относительно ретроспективной информации о кадровых перестановках в компании или при подготовке материалов для тренинга по адаптации сотрудников.

С другой стороны, в определённых случаях (например, в организациях воздушного транспорта) работу по созданию системы управления знаниями (корпоративной памятью) «целесообразно организовать в рамках функционала службы по управлению персоналом, поскольку именно в этом подразделении аккумулируются данные по человеческим ресурсам» [2, с. 97]. Исследователи корпоративной культуры авиационного персонала указывают на важность внедрения системы управления знаниями, позволяющей «аккумулировать в едином банке данных все ценности, достижения, опыт и профессиональные подходы к решению сложных задач, выработанные сотрудниками организации за период её существования» [2, с. 97].

3-й вариант – Архив является структурным подразделением (архивохранилищем, отделом) специализированного профильного подразделения (архивно-информационной службы, АИС). Руководство АИС ведаёт всеми делами архива и подчиняется первому лицу компании. Тогда в штат службы можно включить как высококвалифицированный, так и слабо подготовленный персонал, как прошедших специальную профессиональную архивную подготовку, так и студентов-практикантов. Если архивисты и архивариусы будут работать в одном подразделении (допустимо, что

в разных отделах одной службы) с копирайтерами, аналитиками, теми кто будет на основе архивной, ретроспективной информации подготавливать: исторические справки, тексты для сторителлинга, материалы для тренингов, фотографии для пиар- и пресс-служб и т. д., то, вероятно, итоги работы на выходе будут более качественными.

4-й вариант – Архив, как бизнес-процесс, полностью передан на аутсорсинг. Здесь также возможны подварианты. 1. На внеофисное хранение передаются только документы (например, опломбированные коробки) фактически с целью, сэкономить на площадях, офисном помещении, архивном оснащении и персонале, и может быть, с целью повысить безопасность документов (при реорганизациях, риске утечки или утраты данных, внезапных проверках, рейдерских захватах). 2. В архивную компанию передаются не только документы, но и значительная, большая часть всех архивных работ: по обеспечению сохранности, по комплектованию дел, по учёту и использованию архивной информации.

Выбирая тот или иной вариант роли и места архива в структуре управления организации, безусловно, нужно руководствоваться не только рациональным использованием (материальных и человеческих) ресурсов для выполнения поставленных задач, но и повышением качества работы архива.

Во-вторых, заслуживают внимания кадровые сложности, возникающие в работе архива. Нередко считается, что работа в архиве во многом статична, однообразна, монотонна, направлена не на будущее, а на прошлое. Поэтому на вакансии архивиста или архивариуса идут безынициативные, пассивные кандидаты, не способные увидеть в прошлой деятельности компании задел её будущих успехов, не способные увлечь ни персонал, ни руководство компании внедрением в бизнес-процессы различных инструментов и технологий сохранения и трансляции корпоративной истории.

Вот скажем об использовании архивной, ретроспективной информации в технологии сторителлинга. С одной стороны, искать темы, писать тексты и распространять истории, легенды

и даже мифы среди сотрудников может кто угодно в компании, начиная от кадровика до пиарщика, заканчивая руководителем их подразделений, генеральным директором или собственником [3]. А с другой стороны – профессиональный подход требует квалифицированных и опытных специалистов, способных разрабатывать тексты для сайтов, тренингов и обучающих кейсов.

При найме персонала в архив организации следует не ограничиваться требованиями к профессиональной квалификации, вытекающими из профстандартов (специалист архива, специалист по управлению документацией организации, специалист по организационному и документационному обеспечению управления организацией), а дополнить их требованиями по дополнительному образованию. Тренинги по сторителлингу, по формированию и развитию корпоративной культуры, по обучению и адаптации персонала и др. – были бы не лишними. Кроме курсов по повышению квалификации, профессиональному росту сотрудников архивно-информационной службы способствовало бы выполнение архивом новых функций: оповещение о датах из корпоративной истории; участие в разработке корпоративных мероприятий, приуроченных к важным событиям из истории фирмы; организация экскурсий по музею или территории завода; работа со стажерами; аналитическая работа или научные исследования и т. п.

Повысить культуру отношения к архивному документу, к истории компании, сформировать видение перспектив архива и отвести новую роль архиву в организации можно тогда, когда функции архива организации будут рассматриваться шире общепринятых. Когда в архив, как в своеобразный информационный центр, станет входить, например, библиотека, музей истории организации, аналитический отдел или другие подобные подразделения.

В-третьих, есть смысл остановиться на актуальных для многих компаний сложностях современного функционирования электронных архивов. Специалисты по корпоративным информационным системам обращают внимание, при анализе управления корпоративной па-

мятью, знаниями в организации, на часто полное или частичное отсутствие:

- системы управления документооборотом, позволяющей хранить, архивировать, индексировать, размечать и публиковать документы;

- повсеместной практики оцифровки бумажных документов для создания электронного архива документов;

- единой информационно-аналитической системы; вместо неё, как правило, в компании есть несколько разрозненных баз данных, часто «заточенных» под задачи отдельных подразделений;

- практики сопровождения всех бизнес-процессов соответствующей документацией; например, если бухгалтерские или кадровые планы и отчёты, как правило, документируются и как-то архивируются, то циркуляры, инструкции или регламенты, устаревая, даже если в своё время документировались, в архив часто не сдаются; по-хорошему, системное описание всей деятельности компании служило бы ценным материалом для корпоративной истории;

- системы и практики сбора данных из различных источников: массивы неструктурированной информации (материалы интернет-сайтов), массивы частично структурированной информации (формализованные документы, электронная почта, электронные архивы и системы документооборота), базы данных (таблицы Microsoft Excel, xml-файлы) [4; 5, с. 109, 119; 6].

Перечисленные лакуны уже закрывают на отечественном и зарубежном рынках разработчики информационно-технических решений. Как правило, информационно-аналитические системы представления знаний дают предприятиям ряд возможностей: создание документального архива прессы и внутренних документов компании с функциями поиска информации, повышающими качество и скорость работы аналитика; создание архива формальных досье (с развитыми функциями поиска) на персоны и организации, входящих в сферу интересов компании; автоматизация регулярного мониторинга действий заданных персон и компаний по материалам СМИ и другим источникам; автоматизация решения аналитических задач (выявление неявных связей между пер-

сонами и компаниями, выявление корреляций между происходящими событиями); автоматизация процесса подготовки отчётов и аналитических записок для руководства и пр. [5, с. 137].

В-четвёртых, комплектование фондов бизнес-архивов и исторических архивов компаний и дальнейшая работа по использованию архивных документов, в том числе для проведения исторических исследований, выводят на первый план необходимость пересмотра практики отбора обобщающих документов, критериев экспертизы ценности документов. Дело в том, что, например, финансовая отчетность, бухгалтерские и налоговые отчёты, хранящиеся в архиве, содержат недостаточно точную информацию о финансовом положении организации. Здесь не место обсуждать причины недостоверности финансовой отчетности, особенно характерной для предприятий в 1990-е годы. Нам сейчас важно признать, вслед за экономистами, другое. Официальная бухгалтерская отчетность была фактически бесполезной в своё время для акционеров, кредиторов, инвесторов, госорганов власти. Поэтому она, по-видимому, теряет своё значение и для исследователей истории конкретного предприятия, или, шире, для историков, занимающихся изучением экономической историей региона или историей предпринимательства в России.

Параллельные системы финансового учёта (вторая, «чёрная» бухгалтерия и т. п.) всегда были недоступны для внешних пользователей и показатели отчетности различных компаний несопоставимы при сравнительном анализе. Для нас важно, прежде всего, что внутренняя бухгалтерская отчетность и управленческая документация вообще не сохраняются, не будут переданы на хранение. Следовательно, мы утратим информацию об истории предпринимательства 1990-х годов.

Во многом те же сложности по транспарентности данных о компании характерны и для кадровой отчетности. Ответить на вопрос, сколько и каких работало в компании сотрудников в лихие 1990-е годы (да и сейчас!) не так-то просто для многих компаний. Должны ли подсчёты учитывать кроме штатных сотрудников (работающих по трудовым договорам),

временных работников (заключивших с компанией договора гражданско-правового характера) или работающих на компанию вовсе без заключения договоров? В какой степени должны освещаться структура и состав кадров, вовлечённых в бизнес-процессы, переданные на аутсорсинг?

В этой связи интересным и перспективным видятся: проведение своеобразного бенчмаркинга коммеморативных практик; разработка методики сбора, анализа и оценки ретроспективной информации для внутренних нужд компании, методики сравнения показателей деятельности компании с отраслевыми, региональными в исторической перспективе и т. п.

В-пятых, проблема достоверности архивной информации связана с темой мифологизации истории компании. С маркетинговой, управленческой точки зрения, мифы и легенды компании не просто имеют право на существование, они неотъемлемый элемент организационной культуры и часть внутреннего пиара. С научно-исторической же точки зрения, мифы нуждаются в развенчивании, легенды – в опровержении, гипотезы и версии изложения событий и фактов – в доказательствах.

В том же контексте остаются во многом методически неясными вопросы, на которые вынужден отвечать исследователь и составитель истории фирмы. Какую дату, в качестве даты основания фирмы, даты рождения бизнес-идеи или технологии, следует с исторической точки зрения считать научно выверенной? Какие персональные сведения из биографии бывших или нынешних сотрудников правомерно, не рискуя нарушить современное законодательство о защите персональных данных, приводить в текстах (исторических, но по сути рекламных)?

В-шестых, как и в обществе, так и в компаниях существует проблема преемственности. В бизнесе это может проигрываться так: после процедур по слиянию и поглощению предприятий, после смены собственника, реорганизации в компании нередко происходит смена не только ключевых сотрудников, но прибегают и к значительным сокращениям штата. А вслед за людьми уходят и истории с ними связанные, утрачиваются ценности, порядки, тради-

ции, которые до перемен были частью бизнес-культуры. И переда нами снова *tabula rasa*? Или, всё же, «Иван, не помнящий родства»?

В-седьмых, (последним в нашем перечне проблем современного функционирования архива организации, а правильнее было бы сказать первым) ограничением памяти компании, сложностью использования её наследия надо признать следующее. Сознательный отказ или инертное несогласие бизнеса признавать, что функционирование архива коммерческих организаций требует гибкого, системного, профессионального управления. Речь про то управление, столпом которого должно быть уважение к архивным документам, ретроспективной информации и к прошлому предприятия, к прошлому людей его создавших, к прошлому территории, на котором оно действует. Важно постоянно собирать истории, опрашивать сотрудников, брать интервью, фиксировать в деталях прошедшие события и, тем самым, сохранять корпоративное наследие.

Кстати, многими исследователями отстаивается «ценность частных историй, интуитивного резонанса прошлого, реализованного далеко не всегда в соответствии с нормами современного дизайна и публичной презентации» [7, с. 416]. Оказывается, частная реконструкция, «неуклюжий, но аутентичный мемориальный нарратив может дать больший социокультурный эффект, чем тщательно продуманный коммерческий цифровой сторителлинг» [7, с. 416].

Коммеморативные практики современного бизнеса или инструменты хранения и трансляции корпоративной истории

Функцию по развитию групповой рефлексивности и корпоративной памяти, сохранению корпоративного наследия могла бы взять во многом на себя архивно-информационная служба. Именно в этой службе разрабатывались и реализовывались бы коммеморативные практики (мероприятия под ключевые даты в истории компании; акции, посвящённые крупным личностям в истории отрасли и т. п.), собирался бы материал для корпоративных изданий (книг, брошюр, календарей, бюллетеней и др.), разраба-

тывались бы конечные «исторические продукты» (сторителлинг и т. д.). Рассмотрим подробнее в этой связи функции различных подразделений архивно-информационной службы (табл. 1).

Архив. Организация работы по хранению, сбору, учёту архивных документов, по комплектованию архивных дел должна сопровождаться созданием к ним информационно-поисковой системы, позволяющей наладить оперативное использование и трансляцию ретроспективной информации. Поэтому создание электронных архивов требует наличие и развитие информационных систем и технологий в архивном деле организации. Архив должен принимать активное участие в выборе и во внедрении автоматизированной системы электронного документооборота в компании.

Целями информатизации, цифровизации архивного дела предприятия являются: «освобождение труда архивиста от рутинных операций; повышение скорости и точности поиска необходимых документов; обеспечение сохранности документов путём оцифровывания архивных документов; повышение оперативности и точности учёта документов; формирование сводных статистических данных и проведение анализа эффективности и интенсивности использования документов» [6, с. 78].

Библиотека. В библиотечный фонд можно включить научные и популярные издания по истории развития отрасли организации, периодические профессиональные издания (газеты, журналы), издания биографического, мемуарного жанра об известных людях не только корпоративной, но и отраслевой или региональной истории. Востребованы будут, скорее всего, не только печатные издания, но и электронные их копии. Скорее привлечь к чтению поможет корпоративная рассылка новых поступлений в библиотеку. Тем же целям служит организация выставок новых поступлений, под которые нужно отводить не только помещения самого архива (часто находящиеся в удалённых и нереспектабельных местах, таких как подвалы или чердаки зданий), но и выставочные стенды, витрины в представительных помещениях (актовые залы, комнаты для переговоров, фойе, атриумы зданий).

Таблица 1

Подразделения архивно-информационной службы и направления их деятельности

Подразделения архивно-информационной службы и их функции	Направления деятельности по хранению и трансляции корпоративной истории
Архив	
Сохранение, комплектование, учёт и использование архивных документов на бумажных и электронных носителях	Планирование, организация, контроль и координация архивной работы. Оцифровка архивных документов. Составление научно-справочного аппарата и исторических справок. Комплектование и управление электронным архивом
Библиотека	
Библиотечно-информационное обслуживание персонала компании, осуществление комплектования фондами: научно-технической литературы; нормативно-правовых документов; локальных нормативно-правовых актов; корпоративных изданий; банка фотографий и видеофайлов	Оцифровка литературы. Тематические подборки литературы. Осуществление поиска по заданным параметрам. Рассылка по корпоративным каналам связи
Музей	
Выставки	Курирование постоянных экспозиций и временных выставок
Экскурсии	Проведение экскурсий по экспозициям музея или по производственным территориям, в т.ч. ознакомительных экскурсий для новых сотрудников на этапе их профессиональной адаптации
Мероприятия	Проведение просветительской работы в отношении своих сотрудников, членов их семей, широких масс общественности. Курирование собственных или участие в сторонних конференциях, семинарах, круглых столах
Информационно-аналитический отдел	
Сохранение, комплектование, учёт и использование ретроспективной информации (не обязательно архивной):	Подготовка мемориальных практик (памятные даты, церемонии, традиции, письменные и изобразительные «памятники»). Организация корпоративных мероприятий (например, проводы на пенсию, встречи с ветеранами предприятия)
совместно с пресс-службой, подразделением по связям с общественностью	Подготовка данных для внутреннего и внешнего сайтов, для пресс-релизов, для выступлений руководства и сотрудников. Архивирование корпоративной истории, создаваемой самими сотрудниками и контрагентами, которые оставляют отзывы на сайте компании, комментарии на форумах или узкопрофессиональных порталах
совместно с маркетинговым, рекламным подразделением	Подготовка материалов для корпоративных изданий. Проведение конкурсов корпоративных историй (то есть докладов об истории фирмы) или корпоративных конкурсов историй (то есть сторителлинга, конкурсов рассказов о деятельности компании и жизни её сотрудников)
совместно со службой по управлению персоналом	Сбор, подбор ретроспективной информации по кадрам компании. Подготовка сведений для сторителлинга для программ по развитию, обучению и адаптации персонала

Музей. Музей истории организации служит поддержанию интереса не только к артефактам организации (предметы, продукты и изделия компании, фотографии её руководителей и выдающихся сотрудников), но и к документации, связанной с деятельностью компании. Насколько интереснее знакомить посетителей музея с оригиналом первой редакции устава компании (тем более, если она датирована несколькими десятилетиями назад), с оригиналом первых публикаций о компании и её руководителях в периодических изданиях, с первыми (ключевыми, особо важными) повестками собраний акционеров, и даже с первой жалобной книгой и т. д. Немалый интерес у посетителей вызвала бы одна из первых расчётных ведомостей с указанием должностей, окладов, размеров премий, получаемых работниками в первые годы существования компании или до деноминации в 1990-е гг.

Если на базе музея и библиотеки представляются выставки, организуются конференции и экскурсии, проводятся семинары и круглые столы, то информационно-аналитический отдел при архиве организации мог бы: подготавливать, организовывать и проводить различные коммеморативные практики и мемориальные мероприятия. В зависимости от размера компании и масштабов её деятельности работу информационно-аналитического отдела АИС разумно проводить совместно с соответствующими подразделениями: пресс-службой, подразделением по связям с общественностью, маркетинговым, рекламным подразделением, со службой по управлению персоналом и др.

Примером коллективной работы АИС и СУП может быть:

- работа по отслеживанию в составе персонала профессиональных династий (рассказ о работе в компании нескольких поколений одной семьи стал бы частью бренда фирмы) или, к примеру, работа по учёту бракосочетаний, зарегистрированных между сотрудниками компании за все годы её деятельности;

- сохранение и анализ баз данных о поступивших в компанию за всю её историю: 1) резюме (особенно интересно обнаружить отклик на вакансию от ныне

известных людей, пусть и не сделавших карьеру в данной организации); 2) обращений (с запросами, поздравлениями и пожеланиями); 3) жалоб (претензиях, рекламациях) и т. п.

На базе такого своеобразного симбиоза АИС и СУП возможно было бы достигать цели компании: по обучению, развитию, адаптации и мотивации персонала; по формированию корпоративной культуры компании; по построению позитивного образа компании в глазах как своих сотрудников, так и сторонних контрагентов [8]. Общество воспринимает интерес организации к своему архивному делу и уважение к своей корпоративной истории, безусловно, как отношения, которые может себе позволить компания только на зрелой стадии развития; общественность высоко оценивает умение ценить прошлое, понимая, что это возможно при хорошем материальном положении компании.

Если создание описанной АИС сопряжено со значительными материальными и человеческими расходами, то грамотная организация работы даже одного архивариуса под силу почти любой компании. Главное признать ценность его работы для фирмы. Но для этого необходимо, прежде всего, руководству компании сделать запрос, поставить перед архивариусом соответствующие задачи, которые могли бы сводиться не только к собственно хранению документов, но также включать в себя целый ряд задач другого характера. Например, создание такого продукта как «история фирмы», то есть участие в подборе материалов, сборе и обработке интервью с корифеями бизнеса, написании, составлении текста по корпоративной истории.

Разумеется, «история фирмы» – конечный продукт, который произвести один архивариус не в состоянии. Требуется организация работ с подразделениями. В «производстве истории фирмы» задействованы в больших и средних компаниях, как правило, сотрудники службы по управлению персоналом, маркетингового и рекламного подразделений или отделов по связям с общественностью. На этапе формирования архива – это подготовка документов, комплектование дел, работа экспертной комиссии.

Таблица 2

Корпоративные издания и формы сохранения и трансляции корпоративной истории

Корпоративные издания	Формы сохранения и трансляции корпоративной истории (темы и жанры)
Календарь памятных дат в форме: – плаката для оформления фойе предприятия; – приложения к книге по корпоративной истории; – страниц в подарочных фирменных ежегодниках; – в хронологических лентах об истории фирмы на официальном и корпоративном сайтах, и пр.	Ключевые даты в хронологии развития фирмы: рождения бизнес-идей, учреждения фирмы, её филиалов, внедрения технологий производства, выпуска прототипов продукции, запуска логотипа, реорганизации или смены организационно-правовой формы, освоения территории, занимаемой фирмой, постройки зданий, сооружений для производства, и т. д.
Книга про историю фирмы, в различных форматах (бумажном и электронном) и жанрах: обзор, рабочая летопись, брошюра, методическое пособие, подарочное издание, научная монография и т. д.	Исторический обзор – формальное, сухое изложение ключевых фактов по истории компании на основе хранящихся в архиве организации документов. Рабочая (постоянно обновляемая) летопись фирмы с развёрнутой хронологией. Популярно и кратко изложенная корпоративная история в рекламной брошюре компании. Методическое пособие для персонала (как часть адаптационной программы и т. п.). Подробная научная монография со ссылками на материалы госархивов, на опубликованные и неопубликованные источники. Корпоративная история, написанная на фоне общероссийской, общепромышленной или региональной истории
Книга биографий, история персоналий фирмы	Биография, автобиография, мемуары основателя фирмы. Рассказы, воспоминания о построении карьеры сотрудников компании
Альбомы фотографий и иллюстраций, сборник комиксов и рисунков и т. п.	Богато иллюстрированное издание, фотоальбом, альбом архивных документов организации. История, изложенная в комиксах, рисунках и т. п.
Корпоративная книга историй:	Периодически обновляемый и выпускаемый материал с подборками конкретных историй, случаев из прошлой и настоящей жизни фирмы под конкретные заказы внутренних служб:
для периодических корпоративных изданий (газет, журналов)	Истории удачных и провальных проектов, агрессивных рекламных акций, благотворительных, экологических и социальных мероприятий
для сторителлинга в отдел по развитию, обучению и адаптации персонала в службу по управлению персоналом	Истории основателя компании, первых лиц, ключевых или рядовых сотрудников компании, их интервью, их рассказы о своих победах и неудачах, их истории преодоления трудностей и т. п. История появления в компании локальных нормативно-правовых актов (кодексов этического поведения, правил дресс-кодов в одежде и т. п.), обосновывающая их необходимость, объясняющая кто, когда и зачем их создал
для сторителлинга в отдел маркетинга, рекламы	Истории потребителей товаров и услуг компании, их житейский опыт; клиентский опыт, связанный с продукцией или именем компании; источником могут служить отзывы, рекомендации, полученные от клиентов компании. История рекламной продукции компании (объявлений в газетах и журналах, видеороликов на телевидении, баннеров и вывесок)
для сторителлинга в отдел по связям с общественностью, пресс-службу	Исторический материал для текста речи и презентаций докладов руководителей и топ-менеджмента. История участия компании в конкурсах, рейтингах, тендерах

продолжение табл. 2

Корпоративные издания	Формы сохранения и трансляции корпоративной истории (темы и жанры)
для сторителлинга в отдел рекламаций, контроля качества, для профсоюза	База данных по несчастным случаям, авариям, ошибкам и браку на производстве, по рекламациям клиентов и контрагентов, по конфликтам персонала с руководством фирмы; истории досудебных разбирательств и судебных процессов и т. д.
Статистический бюллетень, различного рода информационные справки (исторические, кадровые и т. п.)	Перечень основных финансовых, экономических, коммерческих, производственных показателей по деятельности компании, их структурный и динамический анализ за всю её многолетнюю историю – на основе архивных сводок, бухгалтерской, налоговой и управленческой отчетности и т. д. Кадровые справки, содержащие анализ и оценку состава и структуры персонала компании, (например, в таких срезах как: категории персонала, возраст, пол, образование, стаж работы и т. п.), а также кадровая статистика с динамикой движения персонала. Результаты и материалы социологических исследований: опросы, анкеты, интервью сотрудников и т. п.
Видео-, кино-, теле-материал	Видеоролики снятые самими сотрудниками; документальное кино, снятое профессионалами; видеointервью, данное руководителями компании журналистам; вышедшие в эфир телепередачи, упоминающие организацию или её сотрудников и т. п.
Альтернативная история	Произведения в жанре исторической беллетристики, альтернативной истории, фэнтези. Фанфики, создаваемые просьюмерами, любительские литературные сочинения по мотивам оригинальной истории фирмы

На этапе использования архива – это его цифровизация, сохранение не только электронных образов, но и формирование информационных баз данных (правовых, экономических, финансовых, управленческих, кадровых и т. п.), а также сбор банка историй (написанных или рассказанных сотрудниками компании). «История фирмы» на выходе может приобретать самые разные формы, нести в себе жанровое, сюжетное и тематическое многообразие (табл. 2).

Названные варианты корпоративной истории фирмы (см. табл. 2) объединяет, прежде всего, то, что речь идёт об информации не за несколько последних лет, а за весь период существования компании (с учётом её реорганизации или ребрендинга, смены организационно-правовых форм или собственников). Об информации, хранящейся уже, как правило, не в различных структурных подразделениях компании, а переданной на временное хранение в архив организации или, на постоянное хранение в государственный (муниципальный) архив.

В последнем случае, безусловно, компания теряет свободный доступ к документам, а значит, к примеру, не сможет включать их в постоянные экспозиции в своём музее или выставлять на временных выставках. В этом случае особенно важным становится своевременная организация электронных (отсканированных, сфотографированных) копий документов. Очевидна необходимость создания электронного архива документов, дублирующего архив бумажных оригиналов.

Например, банк с фотографиями, сделанными на публичных выступлениях руководителя, на общественных или корпоративных мероприятиях, часто (за исключением отобранных и опубликованных) остаётся у фотографа (или в отдельных структурных подразделениях), а должен быть передан на хранение в архив, чтоб послужить источником для дальнейшей истории фирмы.

Любой из сюжетов можно воплотить не только в тексте (научном, научно-популярном или художественном), но и в презентациях, видеороликах,

фильмах (полноценных документальных или художественных). Нередко можно увидеть всю (и многолетнюю) историю компании, рассказанную одним рисунком (инфографикой с хронологической цепочкой, лентой ключевых событий в истории компании). Реже встречаются собственно «корпоративные книги историй», в процессе создания которых участвуют сотрудники. Широко используют тексты об истории компании для размещения на сайтах компании (разделы «О компании», «Наша история» и т. п.) или в социальных сетях. В последнем случае мы имеем дело с корпоративной историей, которую распространяют сами сотрудники.

Профессиональный коммуникатор создаст хорошую историю только при активном участии реципиентов. Известно, что влияние цифровых технологий на экономику привело к так называемой «экономики массового сотрудничества» или «викиномики», центральной фигурой которой стал «просьюмер», то есть тот, кто представляет собой одновременно и производителя, и потребителя определённой ценности [9, с. 250]. Участие в создании корпоративной истории легко реализуется через социальные сети, где сами сотрудники или клиенты делятся своими историями, переплетая их картинками, фотографиями, звучащей речью и видео. Фактически просьюмером корпоративной истории становится любой, оставивший отзыв на сайте компании, комментарий на форуме или высказавшийся на узкопрофессиональных порталах.

Выводы

Таким образом, чтобы архив коммерческих организаций служил полноценным и эффективным ресурсом их развития, необходимо не только осознать его возможности для бизнес-процессов,

признать сложности современного функционирования архивов, но также и расширить коммеморативную практику современного бизнеса, палитру инструментов хранения и трансляции корпоративной истории. Ведь архивная ретроспективная информация как информационный ресурс – это бизнес-ресурс, полноценный ресурс производства, фактор его конкурентоспособности.

Повысить культуру отношения к архивному документу, к ретроспективной информации, к истории компании поможет расширение традиционных функций архива до функционала архивно-информационной службы (архивохранилище, библиотека, музей, электронный архив, аналитические отделы): инициативное информирование, участие в разработке корпоративных мероприятий, организация экскурсий, работа с практикантами вузов, аналитическая работа, научные исследования и т. п.

Спектр коммеморативных практик современного бизнеса или инструментов хранения и трансляции корпоративной истории очень широк теоретически, но узок на практике. Когда такой продукт как «история фирмы» будет востребован топ-менеджментом (в сторителлинге, на тренингах, в наставничестве, на корпоративных мероприятиях, на сайтах, в корпоративных публикациях и т. д.), то можно будет и потребителю наслаждаться его плодами, а учёному рефлексировать на его темы.

В этой связи интересным и перспективным видятся проведение своеобразного бенчмаркинга коммеморативных практик, разработка методики сбора, анализа и оценки ретроспективной информации для внутренних нужд компании (история фирмы, сторителлинг), методики сравнения показателей деятельности компании с отраслевыми, региональными в исторической перспективе и т. п.

Библиографический список

1. Альбрехт Б.В. Архивы коммерческих организаций. М.: МЦФЭР, 2005. 192 с.
2. Иванова М.О., Бердник В.А. Профессионализм персонала организаций воздушного транспорта в системе управления знаниями // Проблемы развития предприятий: теория и практика: Сборник статей VI Международной научно-практической конференции, Пенза, 11–12 апреля 2019 года. Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2019. С. 96-99.

3. Новичкова А.В., Воскресенская Ю.В. Сторителлинг как современный инструмент управления персоналом // Интернет-журнал Науковедение. 2014. № 6(25). С. 39.
4. Каптерев А.И. Информационно-коммуникационные технологии в управлении профессиональными знаниями: Учебно-практическое пособие. М.: Московский городской педагогический университет, 2018. 120 с.
5. Каптерев А.И. Представление знаний в информационных системах. М.: ООО «Book-expert», 2021. 268 с.
6. Музалевская А.А. Электронные архивы предприятия: совершенствование практики архивного хранения документов // Технологические тренды и модели цифровой трансформации экономики / под ред. Л.И. Малявкиной. Орел: Орловский государственный университет экономики и торговли, 2020. С. 72-88.
7. Мороз О.В. Компьютинг на страже памяти? // Фольклор и антропология города. 2019. Т. 2. № 1-2. С. 403-419.
8. Соловьева Т.В. Проблемы эффективного менеджмента архива организации // Документ. Архив. История. Современность. 2009. № 10. С. 221-227.
9. Минаева Л.В. Корпоративный сторителлинг // Вестник университета. 2016. № 2. С. 247-253.