

УДК 304.4 (374.7)

РОССИЙСКИЕ КОРПОРАТИВНЫЕ МУЗЕИ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ

Сербина Наталия Витальевна

кандидат искусствоведения
Екатеринбургская академия современного искусства, Екатеринбург

author@apriori-journal.ru

Аннотация. Рассматривается типология российских корпоративных музеев: их организационные установки и ориентиры. Обозначаются современные тенденции и перспективные направления дальнейшего развития.

Ключевые слова: корпоративный музей; виртуальный музей.

MUSEUMS OF RUSSIAN CORPORATIONS: DEVELOPMENT AND PROMOTION

Serbina Natalia Vitalievna

candidate of art history
Ekaterinburg Academy of Contemporary Art, Ekaterinburg

Abstract. The typology of russian museums of corporations – their organizational principles and benchmarks are considered. The current trends and future directions of the development are indicated.

Key words: museum of corporation; virtual museum.

За последнее время музейный ландшафт России обогатился большим количеством корпоративных музеев, выросших из привычных производственных «красных уголков». Их появление охватило буквально все сферы экономики, промышленности и бизнеса, что свидетельствует об определенном росте корпоративной культуры. Объединяя и вдохновляя людей, настраивая их на достижение целей, сильная корпоративная культура создает самые благоприятные условия для роста компании. Обращение к корням своего предприятия, осмысление пройденного пути, есть неизменный показатель ее «зрелости» и солидности. Выполняя свою основную функцию сохранения и документирования, корпоративный музей влияет на формирование и развитие корпоративной культуры в аспекте истории и традиций компании. Будь то большой выставочный зал или небольшая комната, оформление именитым дизайнером или штатным сотрудником, успешность российских корпоративных музеев практически не связана с вложенными в них средствами. Главное – это их соответствие образу предприятия, включенность в этот образ и уникальность.

Корпоративный музей помогает активно формировать позитивное общественное мнение и сохранять положительный имидж предприятия. Продвигая бренд, помогая в установке контактов как с потребителем, так и с партнерами, музей способствует успешному развитию бизнеса. Деловой имидж предприятия укрепляет сам факт наличия подобной структуры, демонстрируя его надежность и стабильность.

В бывших «красных уголках», традиционно, почетное место отводилось передовикам производства прошлых лет. Современный российский корпоративный музей продолжает эту традицию, заботясь о чувствах пенсионеров и ветеранов, стоявших у самых истоков предприятия и отдавших ему свои лучшие годы. А что может быть лучшей мотивацией для работников, как не уверенность в том, что и их вклад в общее дело будет признан и оценен. Корпоративный музей, таким образом, является

сильнейшим мотивационным инструментом для воздействия на действующих сотрудников.

Пространство корпоративного музея способно передавать атмосферу компании, воздействуя, тем самым на посетителя. Не зря многие руководители предприятий выбирают его как место для проведения важных встреч и деловых переговоров. А правильно выстроенные экспозиции с демонстрацией выпускаемой продукции, могут стимулировать привлечение новых партнеров. Если к этому добавить еще и возможность дополнительного дохода от продажи входных билетов, то корпоративный музей можно назвать необходимой составляющей любого солидного предприятия.

В зависимости от поставленных задач, концепции российских корпоративных музеев могут сильно отличаться. Наиболее распространена концепция, направленная на историю предприятия. К примеру, музей истории предприятия ООО «Ямбурггаздобыча», созданный в мае 1994 года с целью сохранить память об первооткрывателях месторождения. В основе экспозиции – исторические документы и личные вещи газодобывальщиков. Отдельные разделы посвящены жизни поселка, комсомольским отрядам (обустроившим месторождение), экологической политике предприятия, внедрению в производство новых технологий и сотрудничеству с российскими и зарубежными партнерами [1].

В музее истории предприятия ОАО «Пермская ГРЭС», основанном в ноябре 1995 года, отражен человеческий фактор и вклад в создании станции многочисленных предприятий и пользователей. В музее экспонируются восемь разделов, среди которых «Люди – гордость предприятия»; «Начало начал»; «Электроэнергетики России, Западного Урала, Добрянского района»; «Строительство» - период с 1974-1984 гг.; «Пуски блоков» – период с 1985-1990 гг.; «Эксплуатация» – период с 1991 – по настоящее время; «Летописи цехов и отделов»; «Природа и мы»; Выставка А.В. Асташкина [2].

Другую группу российских корпоративных музеев объединяет ориентация на выпускаемую продукцию. В музее русских национальных напитков «Очаково» представлены около 700 экспонатов, демонстрирующих процесс пивоварения и квасоварения в XIX-XX веках [3]. В феврале 2007 года в Москве открылся Музей истории Коньяка, в котором собрана уникальная коллекция подлинных предметов и орудий труда виноделов, виноградарей, мэтров дэ ше и бондарей [4]. «Музей мостов» петербургской компании «Мостостроительный отряд 19», представляет модели мостов, рисунки гравюры, акварели, портреты мостостроителей и систему панорамных проекций, позволяющих почувствовать ход времени [5]. Экспозиция музея ОАО «ЛУКОЙЛ», созданного в 2005 году, отражает историю становления российской нефтяной отрасли.

Третья группа российских корпоративных музеев делает ставку на рекламу и маркетинг, превращая музей в своего рода рекламно-выставочную площадку. Как отмечалось выше, корпоративный музей может быть местом деловых встреч. Но зачастую, некоторые кампании создают музей исключительно с целью воздействия на партнеров, превращая музейное пространство в комнату для переговоров. Есть корпоративные музеи, используемые в основном для проведения круглых столов, презентаций, пресс-конференций с привлечением внимания журналистов.

Четвертая группа объединяет музеи, нацеленные на повышение нематериальной мотивации сотрудников. Способы, которые они выбирают, могут быть весьма многообразными и интересными. К примеру, музей Группы Компаний «Размах» представляет собой коллекцию находок, обнаруженных в ходе выполнения строительных работ. Здесь собрано более 100 предметов материальной культуры, относящихся к различным историческим периодам: монеты, подковы, книги, клейменные кирпичи, статуэтки и многое другое [6]. Сюда же можно отнести му-

зеи, чья экспозиция почти целиком составлена из огромных «Досок почета», с фотографиями передовиков производства прошлого и настоящего.

Вне зависимости от выбранной концепции корпоративный музей стремится удивлять, либо новым оборудованием, либо новыми технологиями, либо использованием светотехники, медиа-технологий и т.п. Ведущей тенденцией в современных экспозициях российских корпоративных музеев является отказ от стандартного музейного оборудования. Превалирует творческий подход и оригинальность замысла. Эксклюзивный дизайн оборудования и экспонатов вкупе с современными средствами представления информации делают корпоративный музей привлекательным объектом для повторного посещения.

Многие российские корпоративные музеи, представляя собой современный улучшенный вариант «красного уголка» с образцами продукции и передовиками, стараются разнообразить деятельность, предлагая экскурсии по предприятию, интерактивные мероприятия, участие в производстве, сувениры и т.д. А есть музеи, существующие исключительно в виртуальном пространстве. В России их еще сравнительно мало и размещаются они на базе сайтов предприятий.

Зарубежные виртуальные корпоративные музеи представлены в сети достаточно хорошо. В основном, это музеи глобальных брендов, имеющих свои странички в сети и выкладывающих фотографии экспонатов для пользователей Интернета. Таковы музей «McDonald's», Музей «Coca-Cola», Музей корпорации «Intel», Музей корпорации «Microsoft», Музей компании «Zippo» и др. [7]. Среди российских корпоративных музеев «веб-версия» еще не получила достаточно широкого распространения. На сайтах многих крупных предприятий встречаются ссылки «наш музей», но там представлена исключительно справочная информация. Так, музей пивоваренного завода «Степан Разин»: представлен кратким описанием, режимом работы и шестью общими фотографиями [8].

Другую картину представляет запущенный пивоваренной компанией «Балтика» оружейный портал «Арсенальное» (созвучно марке пива). Он представляет собой электронный ресурс, освещающий вопросы по оружию в России: здесь и история, и новости законодательства, и развлечения [9]. Объединенная металлургическая компания совместно с национально-исследовательским технологическим университетом запустили проект информационно-образовательного «Металлургического портала» [10]. Отметим, что в виртуальном пространстве наиболее свободно чувствуют себя музеи, которые не ограничиваются своим предприятием и чья концепция связана, преимущественно либо с выпускаемым продуктом, либо с отраслью.

Неоспоримо, что виртуальное представительство открывает для корпоративного музея целый ряд дополнительных возможностей и перспектив. Лучшая интеграция в систему профильных организаций будет способствовать интенсификации процесса обмена профессиональной информацией. Собственный сайт может быть использован для экспериментального проектирования и разработки / обкатки новых музейных моделей. Более того, открывая перед музеем дополнительные возможности по презентации своих коллекций, сайт увеличит возможность привлечения недостающих ресурсов извне.

На современном этапе развития российских корпоративных музеев наиболее общей перспективной тенденцией является их активное вхождение в виртуальное пространство. Эффективность такого музея как инструмента рекламы будет высокой при условии его динамичного обновления. Не зря создание виртуальных ресурсов входит в планы перспективного развития наиболее активных российских корпоративных музеев газовой, нефтяной, энергетической сфер, банковского дела, транспортной отрасли, сектора производства продуктов питания и напитков и др. Это музеи Лукойла, Газпрома, Роснефти, Банка России, Музейный ком-

плекс «Мир Воды» Водоканала Санкт-Петербурга, Музей гидроэнергетики в Угличе, Музей истории шоколада и какао «Мишка» и др.

Список использованных источников

1. Официальный сайт музея истории предприятия ООО «Ямбурггаздобыча». [Электронный ресурс]. URL:<http://ftp.museum.ru/M3076> (дата обращения: 12.01.2014).
2. Официальный сайт музея истории предприятия ОАО «Пермская ГРЭС». [Электронный ресурс]. URL:<http://ftp.museum.ru/M2979> (дата обращения: 10.01.2014).
3. Официальный сайт Очаково. [Электронный ресурс]. URL:<http://www.ochakovo.ru/museum> (дата обращения: 12.01.2014).
4. Официальный сайт Музея Коньяка. [Электронный ресурс]. URL:<http://www.cognacmuseum.ru/ru/about/events> (дата обращения: 10.01.2014).
5. Официальный сайт «Мостоотряд 19». [Электронный ресурс]. URL:<http://www.mo19.ru/museums/bridges> (дата обращения: 10.01.2014).
6. Официальный сайт Группы Компаний «Размах». [Электронный ресурс]. URL:<http://raz-max.com> (дата обращения: 10.01.2014).
7. Самые интересные корпоративные музеи мира по версии Forbes. [Электронный ресурс]. URL:<http://news.vp.by/news-2012-11-11-39062.htm> (дата обращения: 12.01.2014).
8. Официальный сайт пивоваренного завода «Степан Разин». [Электронный ресурс]. URL:http://www.razin.ru/beermuseumphoto_gallery.html (дата обращения: 12.01.2014).
9. Оружейный портал «Арсенальное». [Электронный ресурс]. URL:<http://guns.arsenalnoe.ru> (дата обращения: 10.01.2014).

10. Металлургический портал. [Электронный ресурс]. URL:<http://www.metalspace.ru> (дата обращения: 10.01.2014).