



Кому нужен музей?

Если вы не думаете о будущем, у вас его не будет.
Голсуорси.

1 июня 1931 года вступила в строй первая отечественная фабрика киноплёнки. Событие, которое потрясло всю страну, а особенно переславцев — ведь именно Переславль стал родиной этого первенца. Старшее поколение до сих пор помнит неопишемую радость, охватившую людей при известии: «Есть советская плёнка! Своя плёнка!»

Работать на фабрике киноплёнки №5 считалось большим почётом. Несмотря на трудности и тяжесть труда, которые ожидали людей, многие хотели носить гордое звание «киноплёночники». О том, сколько сделали эти люди для всей страны, особенно в годы войны, рассказывает экспозиция музея трудовой и боевой Славы.

Музей компании «Славич» был открыт 1 июня 1981 года, когда фабрика превратилась в большой химический завод «Славич» и праздновала свой 50-летний юбилей.

Несмотря на то, что музей был открыт на территории предприятия, что создавало определённые трудности посетителям, он вызвал большой интерес публики и произвёл на всех сильное впечатление. Младшему поколению была интересна история фабрики киноплёнки №5 и «Славича», старшее — вспоминало свою молодость, глядя на лица, знакомые с тех давних пор. Музей стал своеобразным символическим памятником для многих ныне живущих и уже ушедших от нас.

Прошло 16 лет. Сейчас музей переведён в другое помещение, более доступное для посетителей, — в Культурный центр «Славич». Однако большей популярностью он пользоваться не стал, скорее — наоборот. После бурного всплеска посещаемость резко упала. Мало того — 80% посетителей — школьники и пожилые люди — приходят в музей не по своему желанию, а потому, что их приводят сюда в соответствии с разработанной для них программой.

Непопулярен музей стал по многим причинам. И в основном потому, что руководители предприятий не думают о том, что музеи и выставочный зал — это в первую очередь часть имиджа компании. Переведя музей в Культурный центр, о нём практически забыли. Лишь недавно прекратились казусы вроде тех, когда солидный руководитель приводит своих гостей в выставочный зал и спрашивает: «А где продукция?» Оказывается, он и не знал, что в выставочном зале музея экспозиция постоянно меняется и давно нет выставки «Продукция „Славича“», которая должна находиться в другом зале. Если музей стал непопулярным даже у руководителей «Славича», естественным образом возникает вопрос — а есть ли вообще потребность в таком музее? Не пора ли радикально пересмотреть основы организации музея? Для этого нужно изучить максимальное число возможных вариантов, выбрать из них наиболее оптимальный, после осуществления которого он стал бы полностью оправдывать своё существование.

Понятно, что специалисты нашей промышленности не испытывают потребности в «обычном» музее. Они нуждаются в том, чтобы, побывав здесь, можно было получить какие-то знания и сведения по своему роду деятельности, чтобы при ознакомлении с достижениями первопроходцев наших производств приобрести какой-то творческий импульс к новым свершениям и так далее. Помещение музея вполне приспособлено для такого рода экспозиции, имеет достойный компании «Славич» интерьер и объём выставочных площадей. К сожалению, используются все эти возможности не самым лучшим образом. Вниманию посетителей предлагаются витрины, загромождённые подарками, от чего музей становится больше похож на комиссионный магазин. Посетителям неинтересно до бесконечности смотреть на одни и те же фотографии, горы значков

и ручек. Нужна другая экспозиция, привлекающая своим дизайном, разнообразием. Публика хочет видеть новый «Славич», иметь информацию о новых его производствах и предприятиях и об их продукции. То есть музей, если он нужен компании, должен превратиться в центр сбора информации, коллекций продукции наших производств и других интересных для нашего предприятия экспонатов. И в подборе таких экспонатов должны быть заинтересованы сами предприятия. Ведь музей и выставочный зал вполне можно использовать в деле маркетинга и рекламы. А представьте себе — что может дать создание на их основе центра фотоискусства, в котором со временем известные фотохудожники могли бы устраивать свои выставки, показы работ, творческие мастерские и семинары и так далее.

«Мечты Остапа Бендера», — скажете вы. Ну почему же? Если Великий Комбинатор в своих рассказах о Нью-Васюках только говорил о будущих небоскрёбах, гостиницах, дворце, в котором должен будет проходить пресловутый шахматный турнир, то ведь у нас для проведения фотофорумов есть всё самое необходимое — Культурный центр, выставочный зал на двух этажах, общей площадью более 200 метров, 500-местный просмотровый зал. С гостиницами и столовыми проблем также нет — их достаточно в городе и на самом «Славиче». Плюс к этому прекрасная база отдыха на берегу озера. К тому же наш Переславль имеет очень удачное расположение — недалеко от Москвы. Осталось совсем немного — воплотить в жизнь, сделать реальностью эти мечты.

А для начала необходимо привлекать к себе внимание фотографов всеми доступными способами, идти навстречу желающим выставить у нас свои работы, а не отталкивать их, как это, к сожалению, пока что у нас бывает. Разве это не престижно, когда выставка фотографий Алексея Калмыкова, выполненных на переславской фотобумаге, поехала в Австрию? Позднее, по прошествии этой выставки, профессор Венского университета читал своим студентам лекцию о преимуществах нашей бумаги, демонстрируя при этом работы А. Калмыкова.

В числе несомненных плюсов в использовании наших возможностей — проведение ставшего традиционным фотоконкурса. Если развивать и дальше эту идею, то можно подойти вплотную к осуществлению самых смелых проектов в отношении нашего музея и выставочного зала. Нужно только взяться за это активнее, а главное — всем вместе.