

Министерство культуры Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное учреждение культуры  
«КИРИЛЛО-БЕЛОЗЕРСКИЙ ИСТОРИКО-АРХИТЕКТУРНЫЙ  
И ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВЕДНИК»

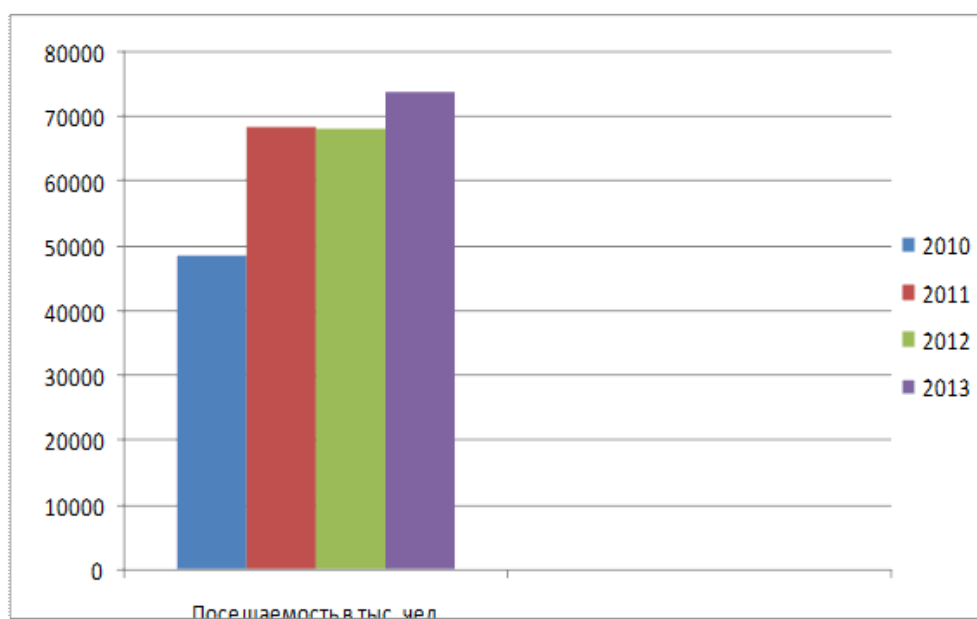
# **Анализ посещаемости Музея фресок Дионисия**

Е.А.Кивелёв

Рейтинг любого музея мира и его общественная значимость определяются уровнем посещаемости. Деятельность музея, обращённая в общество и ориентированная на посетителей, является просветительской. Её традиционными видами являются: выставки, экскурсии, лекции, различные формы работы с детьми и школьниками, издание путеводителей, каталогов, монографий.

Посещаемость музеев складывается из количества индивидуальных зрителей и посетителей в составе экскурсионных и лекционных групп. Число посетителей – величина не постоянная. Путём измерений, которые музеи делают на протяжении многих лет, зафиксированы и описаны устойчивые колебания.

Статистический анализ посещаемости Музея фресок Дионисия в период с 2010 по 2013 годы показан на графике.



Таким образом, анализируя посещаемость Музея фресок Дионисия в период с 2010 по 2013 годы, мы наблюдаем рост количества посетителей. Значительное увеличение числа посетителей в 2011 году произошло по ряду факторов:

- завершился экономический кризис 2009 года и поток туристов и экскурсантов увеличился;
- удорожание туристских путёвок для поездок за границу;
- активная пропаганда СМИ внутреннего туризма;
- увеличение количества паломнических и школьных групп.

В 2012 году количество посетителей сохранилось на уровне 2011 года - 68 тысяч. Снижение посещаемости произошло за счёт всех категорий посетителей, но наибольший процент дали работники общественных учреждений. Снижение посещаемости музея школьниками и не активная работа школ связана с тем, что несколько лет назад учителям

отменили надбавки за внеклассную работу, и в результате их не столь активная работа сразу же отразилась на показателях посещаемости музея. Эту проблему сотрудники Музея стараются решить путём самостоятельной прямой работы со школами села, города и района. Они организуют передвижные выставки, проводят лекции в школах, медпункте, администрации сельского поселения, сельском клубе. Сотрудники ведут активную агитационную деятельность, своевременно информируют школы о новых проектах и экспозициях музея. Тем самым, Музей фресок Дионисия стремится вернуться к прежним показателям посещаемости, и, по возможности, их увеличить.

## **Анализ результатов анкетирования**

Одним из важнейших направлений в деятельности музея является непрерывное расширение аудитории и одновременно, укрепление отношений с постоянными посетителями. О том, как можно привлечь в музей посетителей, можно узнать у них самих – это одна из основных задач проводимой музеем социологической работы. В XXI веке социологические исследования стали важным подспорьем для повышения эффективности роли музеев. Они помогают улучшить качество музейной работы, удовлетворить потребности и ожидания посетителей музея, а так же планировать дальнейшее его развитие. Узнать, зачем человек приходит в музей, на первый взгляд достаточно просто: нужно изучить книги отзывов, провести опросы или непринуждённо побеседовать с посетителями. Сложность состоит в том, чтобы правильно интерпретировать полученные результаты.

Представленное нами исследование для Музея фресок Дионисия – анкетирование среди его посетителей. Анкета – это структурно-организованный набор вопросов, каждый из которых логически связан с центральной задачей исследования.

При формулировании вопроса, исследователь должен, прежде всего, обращать внимание на то, чтобы язык вопроса (стиль) обеспечивал наиболее полную коммуникацию между исследователем и респондентом.

Основная цель нашего анкетирования состояла в том, чтобы выявить ключевые моменты в работе учреждения культуры с посетителями для дальнейших исследований. Для решения этой цели были поставлены следующие задачи:

- установить наиболее эффективные каналы информирования публики о деятельности музея (афиши, Интернет-ресурсы, отзывы ранее побывавших в музее людей);
- выявить социально-демографические группы посетителей музея;
- определить, что привлекает наибольшее внимание посетителя: экспозиции, отдельные экспонаты, музейные занятия, массовые мероприятия, акции;
- выявить мнение посетителей о музее, где определяющим фактором служит намерение человека прийти в музей ещё раз, а так же узнать мнение посетителей о предназначении музея;

Объектом данного исследования стали посетители Музея; предметом исследования – социально-демографический образ посетителя и его мнение о работе музея. Опросный лист, подготовленный для анкетирования посетителей Музея, представлен в приложении.

В ходе анкетирования получены следующие результаты:

1. Откуда Вы узнали о Музее фресок Дионисия?

- СМИ 45 %
- от друзей и знакомых 35%
- наружная реклама 8%
- случайное посещение 11%
- другое 1%

2. Как часто Вы посещаете Музей фресок Дионисия?

Впервые 61%

- Часто 10%
- Иногда 12%
- Редко 17%

3. Цель посещения музея?

- Работа 3%
- показать музей ребёнку 47%
- занять свободное время 10%
- получение знаний 40%

4. Бывали ли Вы на мероприятиях музея?

- Да 30 %
- Нет 70 %

5. Как Вы оцениваете условия посещения музея и место оказания услуг?

- Режим работы

Понравилось 90 % Не понравилось 10%

- Удобство пространственно-ориентирующей информации (указатели, таблички, вывески):

Понравилось 92 % Не понравилось 8 %

- Стоимость услуг музея:

Понравилось 88 % Не понравилось 12 %

6. Как Вы оцениваете сотрудников музея, оказывающих услуги?

- Профессионализм (наличие навыков и знаний):

Понравилось 100 %

- Доброжелательность и вежливость:

Понравилось 98 % Не понравилось 2%

- Внешний вид:

Понравилось 98 % Не понравилось 2%

7. Получили ли Вы удовольствие от посещения музея?

Да 100 %

8. Ваш пол?

Мужской 38%

Женский 62%

9. Возраст?

- 10-17 26%

- 17-22 13 %

- 22-30 20 %

- 31-45 14 %

- 46-60 21 %

- Старше 60 6 %

10. Род деятельности:

- учащийся 24 %

- студент 13 %

- работающий 49 %

- пенсионер 12 %

- безработный 2 %

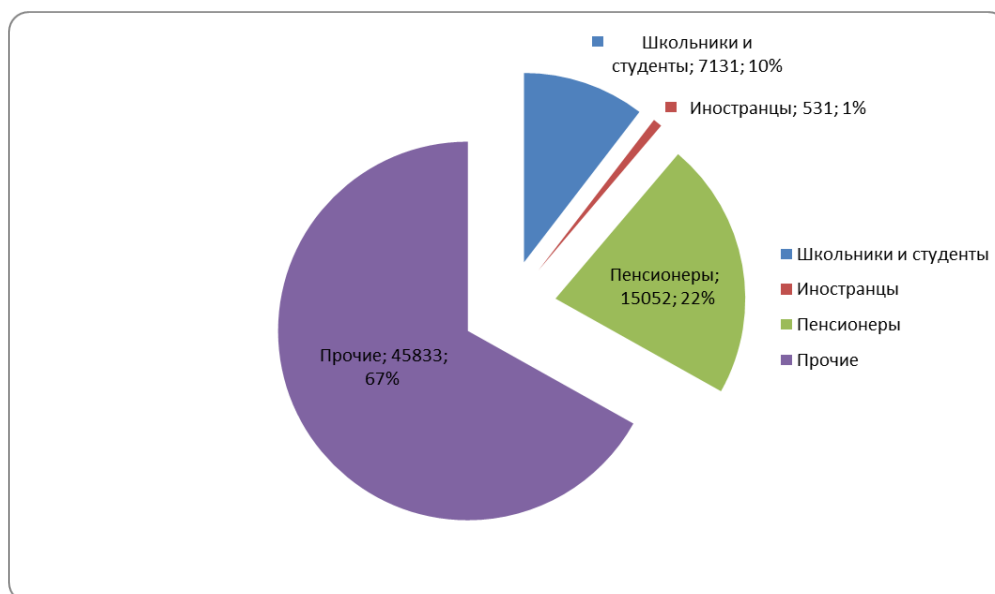
11. Какие экспозиционные комплексы Вам показались наиболее интересными?

- «История Ферапонтова монастыря» в Трапезной палате 20%
- Временные выставки Казённой палате 12%
- Экспозиция «Мир крестьянских вещей» в подклете Трапезной палаты 13 %
- Музейный комплекс «Цыпино» 15 %
- Фрески Дионисия в Соборе Рождества Богородицы 40 %

Таким образом, анализ результатов анкетирования среди посетителей Музея фресок Дионисия в период опроса показал, что:

- социально-демографические группы посетителей музея представляют собой в основном учащихся образовательных учреждений и работающее население; большинство опрошенных посетителей это женщины и дети младшего школьного возраста.
- наиболее эффективными каналами информирования публики о деятельности музея являются средства массовой информации и рекомендации друзей и знакомых.
- мнение посетителей о музее, где определяющим фактором служит намерение человека прийти в музей ещё раз, и мнение о предназначении музея: большинство опрошенных посетителей получили удовольствие от посещения музея, готовы прийти в него ещё раз и будут рекомендовать своим друзьям и знакомым посетить его. На вопрос «В чём, с вашей точки зрения, заключается основное предназначение музея?» ответ был в основном следующий: сохранение памяти о прошлом и расширение своего кругозора.

Сравнительный график посещаемости социального состава туристов за 2013 год:



**Оценка эффективности деятельности музея**

Согласно результатам исследования деятельности музея, Музей фресок Дионисия является современным, динамично развивающимся и в то же время бережно хранящим наследие прошлого. Сохраняя богатую историю и традиции, сотрудники музея следят за новыми веяниями в обществе и откликаются на актуальные вопросы и проблемы, интересующие все слои населения. Благодаря творческому подходу к подаче материала, детальной проработке выставочных комплексов, акций, музейных занятий, массовых мероприятий, разрабатываемых музеем, они пользуются заслуженным интересом и уважением публики.

Для государственного учреждения коммерческая эффективность музея может оцениваться двояко: с одной стороны музей не в силах полностью обеспечить свои нужды самостоятельно, с другой стороны, многие проекты музея благодаря эффективному менеджменту и маркетингу, современному и свежему мышлению, идущему вровень с происходящими процессами, стали коммерчески успешными и интересными для туристов и экскурсантов.

### **Вывод:**

Важным моментом изучения практической музейной деятельности стало знакомство с новейшими образовательными проектами. Социо-культурные проекты являются новой динамично развивающейся формой реализации просветительских программ (Программа «Школа Дионисия», изостудия «Череда», циклы музейных интерактивных занятий). Таким проектам присуща выдумка и творчество, направленные на людей которые, может быть никогда и не собирались приходить в музей.

Наряду с традиционными экскурсиями и лекциями внедряются новые, интерактивные методы работы – мастер-классы, музейные занятия, ролевые игры, музейные праздники с элементами театрализованного представления, презентации.

Музей фресок Дионисия развивает деятельность в направлении повышения ценности объекта всемирного наследия и усиления его защиты путем развития образовательных программ. Одним из главных просветительских проектов по сохранению и развитию данного исторического памятника стала:

- **«Школа Дионисия»** - просветительная программа для разновозрастных групп и семейного отдыха. Основной задачей этой образовательной программы является организация научно-практических форм изучения стенописи Дионисия, исторических и архитектурных памятников объекта культурного наследия «Ансамбля Ферапонтова монастыря». Данный образовательный проект способствует защите отечественной культуры, сохранению ее самобытности и исторических традиций, позволяет всем любителям старины прикоснуться к древнерусской святыне и сохранить памятник для следующих поколений;

- Открыта **детская изостудия «Череда»**, в которой занимаются 15 детей в возрасте 8-10 лет, живущие в сельском поселении. Задача студии – создание новой музейной аудитории, расширение пространства влияния музея, приобщение к всемирному наследию, обучение детей основам изобразительной грамоты. Занятия в студии, базирующиеся на тематике и специфике музея и общей истории искусства, ставят своей целью включение ребенка в культурно-историческое пространство музея, когда музей перестает быть только хранилищем, а становится живым организмом в процессе познания. В этом смысле,

филиал обладает большим образовательным потенциалом и, продолжая выполнять свою основную функцию, становится более эффективной базой для общения и культурно-образовательной средой;

- популярностью пользуются интерактивные праздничные мероприятия. Например, ежегодно устраиваемые в конце января – **массовое музейное мероприятие «Зимние забавы»**, в мае – **«Ночь в музее»**, в июне – **массовое музейное мероприятие «Иллюзии старого села»**, в ноябре – **«Ночь искусств»**;

- Эффективность контактов музея с посетителем зависит от мобильности в организации разнообразных форм взаимодействия с ним. В современных условиях происходит видоизменение традиционных форм и появление инновационных. Например, традиционная экскурсия меняется за счет внедрения нетрадиционных методов: театрализации, игрового, диалогического общения и т.д. Так, в Музее фресок Дионисия организована **квест-экскурсия «В поисках тайной комнаты»**. Все желающие могут посетить церковь Благовещения (1531 г.) и её звонницу и погрузиться в загадочную атмосферу, путешествуя по тёмным, узким лестницам и хранилищам, в поисках реально существующей тайной комнаты. Обнаружив её, участники квест-экскурсии найдут клад в тайнике с многовековой историей – сундук с казной монастыря. Такая экскурсия создает возможности не просто информировать, а помогает включиться в диалог культур, прочувствовать характерные особенности музейной историко-культурной среды.

## Мероприятия

В **2011** году было организовано 14 культурно-просветительских мероприятий (791 участник);

В **2012** году с приходом креативных профессиональных сотрудников было организовано уже 40 культурно-просветительских массовых мероприятий (5916 участников);

В **2013** году было организовано 19 культурно-просветительских мероприятий (7658 участников);

Еще одним, уже традиционным мероприятием стала Международная акция «Ночь музеев», приуроченная к Международному дню музеев (18 мая). В этот день в 2013 году Музей посетили 126 человек.

3 ноября 2013 года музей впервые принял участие во всероссийской акции «Ночь искусств». Всего лишь за несколько часов проведения акции в музее побывало более 200 человек.

Основные массовые музейные мероприятия это: «Зимние забавы» (367 чел.), «Иллюзии старого села» (2067 чел.), «Ильин день» (360 чел.), «Ильинские гуляния» (3562 чел.), конференция «Ферапонтовские чтения» (200 чел.).

Сотрудники музея традиционно принимают участие в школьных городских и районных краеведческих конференциях, других школьных мероприятиях, участвуют в мероприятиях учреждений культуры села, города и района.



## **Рекламно-информационная работа**

Работа в этом направлении проводилась по отработанной схеме: к каждому мероприятию готовится комплект материалов (приглашение, афиша, пресс-релиз, флаеры и т. п.), который распространяется в электронном виде по списку рассылки и/или передается лично заинтересованным лицам. Материалы публикуются на сайте музея [www.kirmuseum.ru](http://www.kirmuseum.ru) и в социальных сетях.

Сотрудники музея участвуют в съемках телесюжетов и документальных фильмов о коллекциях музея, селе, знаменитых земляках, которые проводят как местное областное телевидение, так и федеральные телеканалы.