

Министерство культуры Российской Федерации

**Федеральное государственное бюджетное учреждение культуры
«КИРИЛЛО-БЕЛОЗЕРСКИЙ ИСТОРИКО-АРХИТЕКТУРНЫЙ
И ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВЕДНИК»
филиал «Музей фресок Дионисия»**

Научная статья

**Анализ посещаемости Музея фресок Дионисия в период с 2013
по 2017 год**

Е.А. Кивелёв

2017

Рейтинг любого музея мира и его общественная значимость определяются уровнем посещаемости. Деятельность музея, обращённая к обществу 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 2013 по 2017 годы показан на графике (График 1).

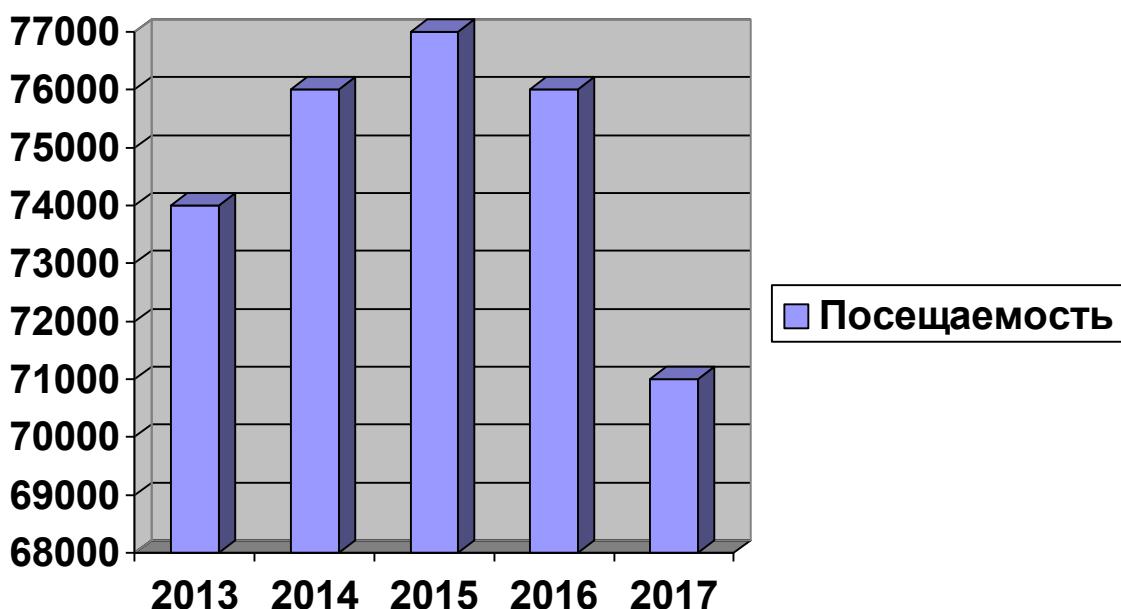


График 1. Статистический анализ посещаемости Музея фресок Дионисия в период с 2013 по 2017 годы

Таким образом, анализируя посещаемость Музея фресок Дионисия в период с 2013 по 2017 годы, мы наблюдаем рост количества посетителей. Значительное увеличение числа посетителей в 2014–2015 годах, вероятно, произошло по следующему ряду факторов:

- завершился экономический кризис, и поток туристов и экскурсантов увеличился
- закрытие границ популярных летних курортов Турции и Египта способствовало переориентации направлений отдыха
- возросла стоимость туристских путёвок для поездок за границу

- активное продвижение внутреннего туризма в СМИ.

В 2015 году количество посетителей сохранилось на уровне 2014 года – 68 тысяч. Снижение посещаемости отмечено во всех категориях посетителей, но наибольший процент дали работники общественных учреждений. Снижение посещаемости музея школьниками и отсутствие активной работы школ связаны, по-видимому, 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. Этую 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 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 также 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.

В данном исследовании мы опираемся на результаты анкетирования посетителей Музея фресок Дионисия. 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 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 также 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 ниже.

В ходе анкетирования получены следующие результаты:

1. Откуда Вы узнали о Музее фресок Дионисия?
 - СМИ 50%
 - от друзей и знакомых 30%
 - наружная реклама 8%
 - случайное посещение 11%
 - другое 1%
2. Как часто Вы посещаете Музей фресок Дионисия?
 - Впервые 41%
 - Часто 30%
 - Иногда 12%
 - Редко 17%
3. Цель посещения музея?
 - Работа 3%
 - показать музей ребёнку 37%
 - занять свободное время 20%
 - получение знаний 40%
4. Бывали ли Вы на мероприятиях музея?
 - Да 45%
 - Нет 55%
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 95% Не понравилось 5%

- Стоимость услуг музея:

Понравилось 90% Не понравилось 10%

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 39%

Женский

Возраст?

- 10-17 26%

- 17-22 13%

- 22-30 10%

- 31-45 24%

- 46-60 21%

- Старше 60

. Род деятельности

- учащийся 24

- студент 13%

- работающий 39

- пенсионер 22%

- безработный 2%

. Какие экспозиционные комплексы Вам показались наиболее интересными?

- «История Ферапонтова монастыря»

- Временные выставки 12%

- Экспозиция «Мир крестьянских вещей»

- 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 (График 2).

- 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.



График 2. Сравнительный график посещаемости социального состава туристов за 2016 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. Социокультурные 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» – просветительская 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 «Ансамбль Ферапонтова монастыря». Данный образовательный проект способствует сохранению отечественной культуры, 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 мировому культурному 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 августе – «Ильинские гуляния на Цыпино», в ноябре – «Ночь искусств»

- Эффективность контактов музея с посетителем зависит от гибкости 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) и её звонницу и погрузится 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.

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.org 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.

Таким образом, мы можем сказать, что в период с 2013 по 2017 годы посещаемость Музея стабилизировалась благодаря внутренней политике государства, деятельности руководства музея и непосредственно сотрудников музея.

Кивелёв Евгений Александрович

Заведующий отделом экскурсионно-методической работы

Кирилло-Белозерского историко-архитектурного

и художественного музея-заповедника

филиала «Музей фресок Дионисия»

e-mail: ferapontovo-mfd.excurs@mail.ru

www.kirmuseum.org