

Секция «Социология»

**Специфика социологических исследований в провинциальном музее.**

*Дубинина Екатерина Геннадьевна*

*Студент*

*Тверской государственный технический университет, Факультет гуманитарных и социальных наук, Тверь, Россия*

*E-mail: caterina.dubinina@yandex.ru*

Мировое сообщество, войдя в новый постиндустриальный этап своего развития, испытывает многочисленные проблемы, и по-разному на них откликается. Это касается и музеев, которые возникли в основном на индустриальном этапе развития и явились во многом его прямым отражением. Современный музей является концентрированным выражением духовного поиска культуры прошлого и настоящего. Музей помогает решать проблемы адаптации человека к условиям нового тысячелетия[2]. В мире практически ежедневно открывается новый музей, и за последние пять лет их стало больше, чем за последние полвека, продолжается выставочный бум, извлекаются из запасников и хранилищ уникальные музейные предметы, которые становятся экспонатами. Специфика XXI века проявляется в том, что социально-культурные функции музея все более концентрируются на реализации культуросозидающих, культурохранительных и культуротворческих задач, вытекающих из специфической роли музея в формирующемся информационном обществе. При всем многообразии новейших тенденций развития музеев, главным по-прежнему остается отношение посетителя музея к историческим традициям и культурному наследию. В процессе модернизации музеев важно сохранять свой первоначальный облик, как проповедника плодотворной творческой преемственности [3].

В этих условиях особую значимость приобретает музейная социология. Данная отрасль науки может способствовать совершенствованию механизмов взаимодействия музея и различных слоев общества, росту потенциальной аудитории музеев. В рамках данной отрасли социологии делается попытка реконструировать образ посетителя, выявить его культурно-образовательный уровень, определить цели и мотивацию посещения музея. Это позволяет музею эффективно прогнозировать и проектировать свою деятельность, в первую очередь – культурно-образовательную и экспозиционно-выставочную. Пока еще слабоизученными вопросами музейной социологии остаются особенности восприятия гостями музея экспозиции, специфика коммуникации посетителя с экскурсоводом и научными сотрудниками музея. Возможно использование различных методов изучения аудитории – от интервьюирования гостей музея до наблюдения за поведением посетителя в экспозиции [5].

Типичным провинциальным музеем является Музей Тверского быта (МТБ), имеющий статус филиала Тверского государственного объединенного музея. Администрация МТБ понимает значимость социологической поддержки музейной деятельности и в сотрудничестве с кафедрой социологии и социальных технологий Тверского государственного технического университета осуществляет социологические исследования по нескольким направлениям. Одним из них является анкетирование гостей музея непосредственно после знакомства с экспозицией, что позволяет зафиксировать самые «свежие» впечатления и оценки посетителей. Каждый посетитель может поделиться своими

впечатлениями в книге отзывов, а так же заполнить анкету. Все вопросы предлагаемой анкеты условно можно разделить на несколько групп. Первая посвящена целям посещения музея. Косвенно она позволяет получить информацию о музейной рекламе. Вторая группа вопросов выявляет отношение посетителя к музейной экспозиции в целом. Третья – касается социально-демографических данных посетителей (возраст, образование, пр.). Заполнение анкет проводилось после осмотра экспозиций музея. Это дало возможность посетителю высказать окончательно сложившееся мнение о музее, и, заодно, передохнуть после экскурсии. Нужно отметить, что реакция посетителей на проведение анкетирования была положительной. Они обстоятельно и с охотой заполняли предложенные им анкеты. Всего было опрошено 100 человек в возрасте от 18-ти до 70-ти лет (среди них 65% мужчин и 35% женщин) Анкеты заполняли: 55% жителей Твери и области, 20% - гостей из других регионов России, 25%-граждан других государств). В ходе исследования были получены следующие данные:

подавляющее большинство гостей побывали в музее впервые (78%), 22% посетителей оказались в музее во второй раз. Большинство посещало музей с семьей (35%) или в составе организованной группы экскурсантов (15%).

Что привело посетителей в Музей Тверского быта? 61% заявили, что это «получение новой, полезной информации», 62 % подчеркнули «возможность соприкоснуться с прошлым», для 21% это «приятный отдых», а для 5 % «пустая трата времени». Среди опрошенных посетителей оказалось несколько студентов, занимающихся подготовкой учебной работы по краеведению.

Среди самых запоминающихся экспонатов, своего рода «визитных карточек» МТБ, чаще всего называли Евангелие из Отроч монастыря и изразцовую печь с изображением Петра Первого, также большинству приглянулась крестьянская изба с предметами быта. Посетителям также предлагалось оценить по пятибалльной шкале разные стороны деятельности музея. Выяснилось, что наиболее высоко посетители оценивают «работу экскурсовода» (50% оценили на «5»). Самую низкую оценку посетители поставили состоянию помещения (30% выбрали оценку «3»). Музей давно нуждается в капитальном ремонте.

Особый интерес представляют пожелания высказанные гостями в адрес музея. Посетители рекомендуют обновить существующую экспозицию – 50%, открыть новые выставки – 46%, устраивать анимационные программы для детей – 41%, провести капитальный ремонт – 34%, создать персональный сайт музея – 11%.

Одновременно с исследованием среди гостей проводилось анкетирование по месту учебы студентов тверских вузов, которые являются самой массовой категорией посетителей музея. Всего было опрошено 150 студентов 2-4 курсов гуманитарных и технических специальностей ведущих вузов г. Твери (ТвГУ и ТГТУ). В ходе опроса выяснилось, что большая часть респондентов (89,2%) посещают музеи. 10,8 % студентов в музеях не бывают. Более 50% участников опроса посещали все выставки МТБ. 95% респондентов понравилось в музее, в частности, общее состояние экспозиции – 43%, оригинальность, необычность экспозиции- 41%, организация экскурсии – 21%, отношение сотрудников и работа экскурсовода – по 16%. А вот на вопрос «Что вам не понравилось в музее?» 43% посетителей ответили однозначно: «состояние помещения». Практическая значимость подобных исследований связана с возможностью использования их для совершенствования работы музея.

Следующим направлением исследований станут интервью со школьными учителями и вузовскими преподавателями, которые выступают инициаторами и организаторами экскурсий в МТБ. Предполагаются также экспертные опросы, в которых примут участие представители региональных и городских органов управления культурой и туризмом, опытные музейные работники, сотрудники турфирм.

Очевидно, что творческое сотрудничество представителей музейного и вузовского сообществ является необходимым условием развития как музейной, так и образовательной деятельности.

### **Литература**

1. Акулич Е.М. Музей как социокультурное явление, Социологические исследования, 2004, № 10.
2. Гуральник Ю.У. Социологическое исследование в музее. Методические рекомендации. М., 1989.
3. Юренева Т. Ю. Музей в мировой культуре. М., 2003.
4. <http://www.museum.ru>
5. <http://www.sociologist.nm.ru>