

Государственное бюджетное нетиповое образовательное учреждение
«Санкт-Петербургский городской Дворец творчества юных»

Всероссийский школьный конкурс по статистике «Тренд»

Номинация 1: «Учимся собирать статистические данные»

Тема исследования: «Исследование инклюзивности музеев Санкт-Петербурга».

Работы выполнили учащиеся Юношеского клуба общественных наук (10 класс):

Модзеров Григорий

Черняхович Дарья

Научный руководитель: Педагог дополнительного образования

Кулешова Юлия Александровна

Наставники: студенты РГПУ им. А.И. Герцена

Мельникова Евгения

Петухова Ирина

2024-2025 гг.

Оглавление	
Аннотация	2
Введение	3
Музей и посетитель	4
Исследования посетителей музеев.....	5
Большие данные.....	6
Музеи, выбранные для наблюдения	6
Материалы и методы.....	7
Результаты.....	10
Результаты анализа данных с камер наблюдения.....	10
Анализ 100 популярных музеев Санкт-Петербурга	10
Анализ интервью.....	12
Заключение.....	13
Источники	14
Электронный ресурсы.....	15
Приложение А.....	15

Аннотация

Цель проекта - исследование музеев, уровня их инклюзивности в широком смысле этого понятия, то есть доступности и привлекательности для различных категорий посетителей (люди с ОВЗ, люди разного возраста, разного пола, разных национальностей и т.д.). В ходе исследования были собраны и проанализированы данные с онлайн-камер видеонаблюдения, расположенных на территории музеев (Государственный Эрмитаж и Екатерининский дворец), сайт КиберЛенинка для изучения статей по теме и формирование теоретической базы, данные интернет-сайтов 100 популярных музеев Санкт-Петербурга, Яндекс Документы и Яндекс Таблицы как инструмент совместной работы над сбором, анализом и описанием данных, Яндекс телемост для обсуждения шагов исследования, также были проведены интервью с главным хранителем музея Оборона и Блокада Ленинграда Савельевой Анной Геннадьевной и старшим методистом Городского Дворца Творчества Юных Степановой Татьяной Николаевной. В результате работы были сформулированы критерии инклюзивного музея.

Введение

В номинации “Учимся собирать статистические данные” в рамках темы “Посетители музеев” путем коллективных обсуждений была выбрана более узкая, конкретная тематика инклюзивности. Под инклюзивностью главным образом понимают доступность общественных пространств для людей с ограниченными возможностями здоровья. Однако в рамках нашей исследовательской работы мы рассматриваем инклюзивность применительно к музеям в широком смысле этого понятия. Другими словами, инклюзивность музеев — это не только доступная среда, но и привлекательность музеев для различных категорий людей (людей разного пола, разного возраста, разных национальностей, разных графиков работы, разного материального положения, различных физических возможностей и т.д.). Наша цель исследовать инклюзивность музеев Санкт-Петербурга в широком смысле этого понятия.

Как посетители музеев мы наблюдаем за тем, как музеи меняются, становятся более доступными для людей с ограниченными возможностями здоровья. Современные выставки и музеи оборудованы пандусами, мультимедийными установками, этикетажом со шрифтом брайля. У многих музеев на интернет-сайте существует раздел “доступная среда”.

Согласно данным, Яндекс Вордстат в Санкт-Петербурге слово «музей» за декабрь месяц в поисковике искали более 660 тысяч раз, для сравнения слово «кинотеатр» искали около 680 тысяч раз. Слово сочетание «билет в музей» более 13 тысяч раз, «билет в кино» около 10 тысяч раз.

Согласно данным Петростата на конец 2021 года в Санкт-Петербурге количество посещений музеев составило 18,5 миллионов, а на конец 2022 года 24,9 миллиона [В].

Основываясь на данных Межгосударственного статистического комитета содружества независимых государств [G], было проведено сравнение числа посещений музеев в расчете на 1000 человек в России, Беларуси и Казахстане. График демонстрирует



рис. 1 Сравнительный график: Число посещений музеев в расчете на 1000 человек населения

лидирующее положение России даже в ковидный период. Эта статистика подтверждает актуальность темы музеев сегодня.

Количество посещений музеев растет, музеи становятся более доступными для людей с ОВЗ. А доступны и привлекательны ли музеи для всех людей? Должны ли музеи быть таковыми? Как сделать музеи доступными и интересными для людей различных категорий? На эти вопросы мы попытались ответить в рамках своего исследования.

Для анализа использованы данные с онлайн камер наружного наблюдения Государственного Эрмитажа и Екатерининского дворца, данные сайтов 100 музеев Санкт-Петербурга, интервью со специалистами в музейном деле.

Музей и посетитель

Для того, чтобы погрузиться в выбранную для исследования тему команда обратилась за содействием в государственный мемориальный музей обороны и блокады Ленинграда. Главный хранитель музея Савельева Анна Геннадьевна провела для исследовательской группы интересную экскурсию и подробно рассказала о музейном деле, посетителях и инклюзивности.

Анна Геннадьевна называет посетителя музея – гостем, который активно формирует свое впечатление о музее с помощью различных методов, прежде всего визуальных, дизайнерских, а также благодаря работе с возможностями музея. Посетитель в музее предстает в разных ролях. Он читает, рассматривает, слушает и интерпретирует пространство музея. Музей создаётся не только для памяти о каком-то событии, но и для посетителей, которые играют активную роль и формируют само пространство музея. Музеи должны подстраиваться под посетителя и делать пространство доступным и интересным для гостя.

Музей – визуальное произведение культуры. Одно из отличий музея от многих других пространств, где человек также в основном рассматривает все вокруг, наличие этикетажа (подписей, сопроводительных и поясняющих текстов к экспонатам). Способ оформления этикетажа – это одна из возможностей повысить инклюзивность музея, например, добавив шрифт Брайля. Также в современных музеях присутствует мультимедийное оборудование, дающее возможность посетителям взаимодействовать с пространством и трансформировать его. Более того некоторые музеи предоставляют интерактивы, возможность взаимодействовать с экспонатами, позволяя посетителям погрузиться в тематику музея, исторический контекст.

Исследования посетителей музеев

Сегодня музеи - агенты социализации, ведь они помогают индивиду усваивать нормы общества, например через выставки и экспонаты. Именно так их определяет Ушкарёв А.А. в своей статье “Аудитория художественных музеев: история и методология изучения в России” [4]. Автор пишет о том, что человек — это производная не только общества, но и искусства. Ушкарёв считает, что стоит сделать акцент на необходимости изучения посетителей музеев, выявлять и описывать содержательные, качественные характеристики музейной аудитории, закономерности поведения групп потребителей в отношении изобразительного искусства и посещения музеев. Именно тогда можно будет выявить предпочтения посетителей и их запросы.

Согласно статье Е.С. Грачевой и С.А. Мухановой в работе “Музей как социокультурное явление современного общества” количество музеев увеличивается на 10% каждые пять лет [1]. Происходит непрекращающийся процесс музеефикации (памятники и другие городские объекты превращаются в музеи).

Музеи не конкурируют с другими вариантами проведения досуга (кинотеатры, кафе и т.д.). Однако популяризировать их необходимо. Сегодня музей должен учитывать новые способы диалога с посетителями, в том числе и новые информационные технологии для привлечения посетителей. Для того, чтобы привлечь к мероприятиям и событиям музейной жизни, необходимо использовать рекламу и PR-программы.

В своей статье Касторнов Ю.А. “Развитие креативности у посетителей музеев” утверждает, что музеи могут предоставлять возможности как для общения с музейной информацией, так и для содержательного, интересного и неформального межличностного общения [2]. Музеи являются не только площадкой распространения культурного продукта, но и продвижения, популяризации различных идей. Креативный подход в музее демонстрирует и создает особое настроение, увеличивает впечатление от его посещения.

Моряхина К.В. приводит в своей статье “Исследование посетителя музеев г. Перми” результаты исследования посетителей Пермской художественной галереи и Детского музейного центра (Пермский краеведческий музей) в 2019 г [3]. В работе оценили различные критерии доступности музеев, в том числе финансовый. Посетителей галереи можно отнести к лицам со средним доходом или ниже среднего. На досуг 36 % готовы потратить до 1000 рублей в месяц, 25 % — до 500, и только 19 % — до 5000.

Основным источником информации о музее выступает интернет (30 % — официальные страницы в социальных сетях, 28 % — официальный сайт), важную роль играют рекомендации знакомых/друзей (22 %).

Большие данные

Большие данные — это разнообразные данные, поступающие с высокой скоростью, объем которых постоянно растет. Эти данные должны быть ценными, достоверными и надежными. Они должны быть полезны и применимы для изучения, описания, анализа общества и его процессов.

Большие данные дают нам возможность получать более полные ответы на вопросы об обществе, предоставляя значительный объем информации. Объем и подробность данных позволяет повышать их достоверность, результаты исследований становятся более точными, корректными.

Также большие данные — это сведения из соцсетей, информация о посещении интернет-сайтов и других источников, что позволяет повысить качество взаимодействия с клиентами и сделать товары и услуги максимально полезными.

Большие данные объединяют данные из различных источников, что делает анализ более разносторонним, однако они нуждаются в большом хранилище. Анализ таких данных позволяет принимать реалистичные и надежные решения.

Сегодня в России насчитывается около 13,5 млн камер, в то время как в Китае их 200 млн, в США — 50 млн. Камеры видео наблюдения используются для различных целей и сбора разносторонней информации. Например, в январе 2020 года Россия ввела в строй систему распознавания лиц. Эта технология установлена на более чем 100 000 камер в Москве. Поэтому к началу пандемии у московских властей уже была система, которая позволяла отслеживать людей, которые должны были соблюдать карантинные меры.

Музеи, выбранные для наблюдения

Эрмитаж – один из крупнейших художественных музеев мира. Музейный комплекс состоит из нескольких сооружений, экспозиция которого расположена в более чем 350 залах. Музей работает каждый день, кроме понедельника. Стоимость входного билета в музей составляет 500 рублей. Эрмитаж предоставляет различные льготные программы для пенсионеров, людей с инвалидностью и детей возраста до 14 лет. Также билет в музей можно приобрести по программе Пушкинской карты. Музей предоставляет персональные клубные карты Друзей Эрмитажа, с помощью которых осуществляется бесплатный проход. Посещение Эрмитажа с бесплатным входом доступно и для людей с ограниченными возможностями. В Главном музейном комплексе есть пандусы и

подъемные устройства на лестницах, специальный турникет для колясок, два лифта повышенной вместимости для подъема на этажи.

Экспозиция Екатерининского (до 1910 года — Большого Царскосельского) дворца-музея охватывает более чем 300-летнюю историю выдающегося памятника и знакомит с творчеством архитекторов, которые участвовали в его строительстве и отделке в XVIII–XIX веках, а также с достижениями реставраторов, возродивших дворец после Великой Отечественной войны. Музей работает каждый день, кроме вторника. Стоимость входного билета для взрослых составляет 1100 рублей, для детей от 7-14 лет - 400 рублей, детям до 7 лет вход бесплатный. Также бесплатное посещение доступно людям с инвалидностью и многодетным семьям. Екатерининский дворец участвует в программах “Ночь музеев” и “Пушкинская карта”, право бесплатного посещения по вторникам Екатерининского парка предоставляется пенсионерам. Помимо этого, специальный отдел музея организует игровые программы для школьников (например, погружение в 18 век), и дошкольников. В 2023 году ГМЗ «Царское Село» принял свыше 46,6 тысяч человек с инвалидностью. В Екатерининском дворце уже много лет существует отдельный вход для маломобильных и лифт, поднимающий таких посетителей на второй этаж. По запросу предоставляются инвалидные коляски.

Материалы и методы

В рамках исследования были проанализированы данные с камер наблюдения на входе в Государственный Эрмитаж в Санкт-Петербурге (<https://tvway.ru/index.php?file=11387>) и на входе в Большой Екатерининский дворец в Царском селе <https://tzar.ru/visitors/live>.

Были выбраны именно эти камеры, так как другие варианты онлайн-камер наблюдения в музеях или рядом с ними обладают достаточно низким качеством передачи изображения. Выбранные камеры наблюдения так же обладают не высоким качеством передачи изображения, в связи с чем собрать подробные, точные данные оказалось достаточно сложно. Поэтому для анализа были выбраны дополнительные источники информации.

дата	время	музей	№	пол		возраст					одежда			внешность		
				м	ж	ребенок	подросток	молодой	старше среднего	в возрасте	черная	светлая	есть яркие элементы	европейская внешность	восточная внешность	
07.11.2024	10:15	Эрмитаж	1	1								1			1	
12.11.2024	13:54	Эрмитаж	2	1			1					1			1	
12.11.2024	13:54	Эрмитаж	3	1			1					1			1	
12.11.2024	13:55	Эрмитаж	4	1			1					1			1	
12.11.2024	13:57	Эрмитаж	5	1				1			1				1	
12.11.2024	13:57	Эрмитаж	6	1				1			1				1	

рис. 2 Дневник наблюдения

Для сбора данных был разработан дневник наблюдения.

Наблюдение проводилось в течение 2 недель. Наблюдение было распределено по времени суток и временные отрезки по 15 минут. В ходе наблюдения

зафиксирована информация о 150 посетителях. В процессе фиксации данных появились затруднения в определении характеристик посетителя из-за низкого качества передаваемого изображения. Собирались следующие данные: пол, возраст, яркость одежды.

Для того, чтобы погрузиться в тему взаимодействия музеев и посетителей было взято два интервью со специалистами музейного дела.

Первое интервью было взято у старшего методиста музея Аничкова дворца Степановой Татьяны Николаевны. Татьяна Николаевна рассказала о работе со смешанными экскурсионными группами. Аничков дворец находится в центре Санкт-Петербурга по адресу Невский проспект дом 39. Музей предлагает обзорную экскурсию «Дворец царей, дворец-музей, дворец детей». В ходе экскурсии посетители знакомятся с парадными залами дворца. Так же на выставке представлены уникальные экспонаты, рассказывающие о первых годах работы Ленинградского Дворца пионеров и жизни блокадного города [D].

Второе интервью было взято у главного хранителя государственного мемориального Музея обороны и блокады Ленинграда Савельевой Анны Геннадьевны. Вторая мировая война занимает особое место в исторической памяти Петербуржцев, этот музей занимает важное место в музейной системе города, этим был обоснован выбор музея. После реставрации музей стал одним из самых технически оснащенных. Музей повествует о блокадном периоде Ленинграда и о Ленинградском фронте [E].

Оба интервью были записаны на диктофон, с согласия респондентов и их длительность составила 58 минут и 1 час 22 минуты соответственно. Для полужформализованного интервью было сформулировано вступительное слово и разработан гайд (Приложение А).

Благодаря этим интервью были дополнены знания об инклюзивности современных музеев и рассмотрены такие важные вопросы, как, работа с разными возрастными группами в музее, привлечение молодежи, участие музея в социокультурном пространстве, работа с людьми с ОВЗ и другие важные темы. Интервью проводились в спокойной и дружелюбной обстановке, что позволило обеспечить нужную атмосферу для разговора с респондентом и узнать большое количество нужных для исследования фактов.

Согласно данным открытой базы ЕМИСС более 95% музеев Санкт-Петербурга имеют свой интернет-сайт [F]. Для сравнения в целом по России этот процент равен 90.

Для анализа было отобрано 100 музеев Санкт-Петербурга, основываясь на рейтингах интернет-ресурсов, что составляет примерно 45% от всех музеев Санкт-Петербурга.

Работа по сбору информации с сайтов музеев была разделена между всеми участниками команды. Целью сбора и анализа данных с сайтов было определение доступности музеев Санкт-Петербурга для различных категорий населения. В онлайн таблицу собирались следующие данные:

1. Стоимость билетов для разных категорий населения (дошкольники, школьники, студенты, взрослые, пенсионеры, инвалиды, ветераны боевых действий, сироты, многодетные семьи)
2. Время работы музея (доступность музея для тех, кто работает и учится)
3. Участие в международной-культурной акции “Ночь музеев” в 2024 году
4. Доступность музея для людей с ОВЗ

На основе полученных данных были рассчитаны показатели описательной статистики: среднее, мода, медиана, минимум, максимум. Рассчитывались три меры центральной тенденции для наиболее полного описания собранных данных. Среднее значение будет точным при нормальном распределении данных. Однако такое распределение в реальной жизни встречается достаточно редко, более того, в данных присутствуют выбросы (музей кино начинает работу в будни в 17 часов, а заканчивает в 23 часа), поэтому была рассчитана медиана. Мода позволит узнать наиболее часто встречающиеся значения.

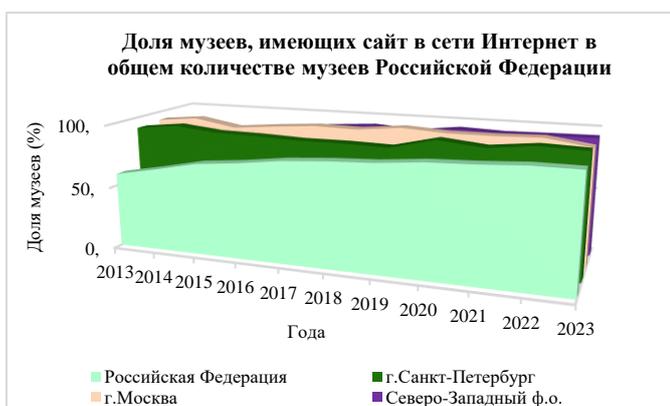


рис. 3 График: доля музеев, имеющих сайт в сети Интернет в общем количестве музеев Российской Федерации

Результаты

Результаты анализа данных с камер наблюдения

Согласно нашим наблюдениям за исследуемый период времени женщин посетило музеев больше, чем мужчин более чем в 2 раза. Среди посетителей

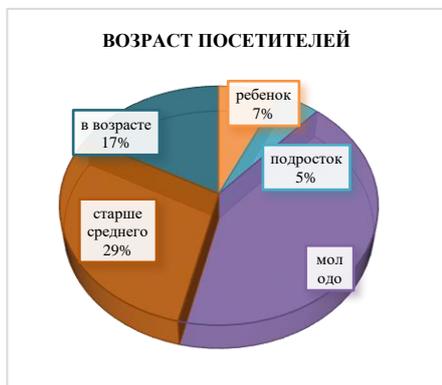


рис. 5 Распределение посетителей по возрасту

большую часть заняли молодые посетители и посетители старше среднего возраста.

Цвет одежды посетители был выбран как маркер отступа от стереотипов,

креативных, творческих людей. Широко распространен стереотип о том, что Санкт-Петербург – серый город и люди в нем носят зачастую одежду темных оттенков. Наши наблюдения подтвердили этот стереотип.



рис. 4. Распределение посетителей по полу



рис. 6 Распределение посетителей по цвету верхней одежды

Анализ 100 популярных музеев Санкт-Петербурга

В среднем для взрослых стоимость билетов выше, чем для несовершеннолетних. Средняя стоимость взрослого билета колеблется около 400 рублей. Для школьников, студентов и пенсионеров средняя



рис. 7 Стоимость входного билета в музей СПб: описательная статистика

стоимость входного билета в два раза ниже. Максимум стоимости билетов для несовершеннолетних, взрослых и иностранцев составляет 1000 р и 5000 р, по причине того, что у музеев: "Гранд Макет России", "Сказкин дом", почвоведения и игровых автоматов - стоимость билетов выше среднего. Для построения графика из расчетов были убраны выбросы (музеи, стоимость входных билетов в которые значительно превышала среднее значение).

Согласно данным Петростата, средняя зарплата на октябрь 2024 года в Санкт-Петербурге составляла около 105 тысяч рублей [А]. Согласно данным сайта Администрации Санкт-Петербурга, средняя стоимость коммунальных услуг составляет чуть более 6 тысяч рублей [С]. По данным статистических расчётов журнала Тинькофф стоимость потребительской корзины в 2024 году примерно 14 000р [Н]. Исходя из расчетов, можно сделать вывод, что по стоимости входного билета музеи Санкт-Петербурга являются доступными для граждан нашего города.

Другой немаловажный критерий доступности – время работы. Несмотря на то, что после пандемии коронавируса удаленная работа получила большое распространение в нашем городе, значительная часть населения работает в течении дня, начиная примерно с 9-10 часов утра, заканчивая 17-18 часами вечера. В рамках исследования были собраны данные о начале и окончании рабочего времени музеев в будни и в выходные дни для того, чтобы определить доступность музеев для людей, работающих по различным графикам.

Режим работы музеев: сводная таблица по описательной статистике (часы)					
	среднее	мода	медиана	мин	макс
начало работы в будние дни	10,5	10	10	8,5	17
окончание работы в будние дни	18,6	18	18	17	23
начало работы в выходные дни	10,6	10	10	9	20
окончание работы в выходные дни	18,6	18	18	10	23

рис. 8 Сводная таблица показателей описательной статистики по режиму работы музеев

Исходя из полученных данных мы можем сделать вывод, что рассматриваемые нами музеи Санкт-Петербурга не будут доступны в будни для людей, работающих по стандартному пятидневному графику 8-часовой недели.

Так же за критерий доступности и привлекательности, готовности быть открытыми для людей был взят показатель «Участие в программе "Ночь музеев" 2024». 53 музея из 100 рассматриваемых участвовали этой акции. Эта акция позволяет раз в году посетить ночью бесплатно большое количество музеев.

Количество музеев, доступных для людей с ограниченными возможностями здоровья среди рассматриваемых равняется 70.

Анализ интервью

В ходе интервью с Анной Геннадьевной Савельевой и Степановой Татьяной Николаевной, была затронута очень важная тема: “Участие музея в культурной жизни”, на этот вопрос Анна Геннадьевна Савельева ответила, что для музея очень важно участвовать и вести свои блоги в различных социальных сетях, чтобы привлекать большое количество новых посетителей, потому что сейчас большинство информации люди получают из сети Интернет, так у Музея обороны и блокады Ленинграда есть свой телеграмм канал, канал в ВКонтakte, где выкладываются различные посты, привлекающие внимание к музею.

Анна Геннадьевна подробно осветила проблему людей с ОВЗ говоря о том, что надо включать таких посетителей в культурное пространство музея с помощью разных программ, в том числе и программы “Доступная среда”, которая реализуется во многих музеях города Санкт-Петербурга. По этой программе большинство музеев должно стать доступными для людей с ОВЗ: строятся пандусы; рядом с экспонатами можно найти таблички со шрифтом Брайля; дизайн музея запланирован так, чтобы всем было удобно по нему перемещаться. Инклюзивность можно рассматривать, не только для людей с ОВЗ, но и как доступность и привлекательность музея для различных личных групп населения. По этому вопросу и Степанова Т. Н. и Савельева А. Г. высказались похоже, сказав, что современный музей должен разрабатывать особые программы для людей разного возраста и пола. Взаимодействие с людьми разного возраста в музее должно осуществляться по-разному: по особым методикам, которые призваны включить посетителя в среду музея. Отдельно стоит тема о включении в пространство музея иностранных посетителей. Сейчас, как отметили респонденты, это становится все более актуальным. В музеи нашего города приходят большое количество иностранных посетителей, поэтому для них нужно разрабатывать отдельные программы и делать так, чтобы музей стал инклюзивным для всех.

Степанова Т. Н., как методист и действующий экскурсовод, отмечает, что работа с разными возрастными группами должна осуществляться по-разному. Например, маленькие дети не могут фокусировать свое внимание более 15 минут, им требуется больше активности и интерактивных элементов. Для посетителей юного возраста необходимо разработать особые программы, которые познакомят их с музеем и сделают так, чтобы пространство музея стало для них интересным. Для взрослых посетителей требуется уже другой подход, потому что они идут в музей с другими знаниями с другими

намерениями, для них требуется особая методика. Такой подход требует особой методической базы и квалифицированных сотрудников - методистов.

По словам Савельевой А. Г. в музее посетитель изучает экспозицию разными способами, например, визуальным, аудиальным, на ощупь и т.д. Современный музей должен обратить внимание на наличие таких элементов во время проектирования своего помещения. Такое разнообразие нужно для того, чтобы посетитель с помощью разных методов постепенно погружался в культурную атмосферу определенного музея. Этого можно достичь как с помощью особого дизайна, например, инсталляций, так и с помощью работы профессиональных экскурсоводов и с помощью интерактивной работы с различными экспонатами.

Как отмечают и Анна Геннадьевна, и Татьяна Николаевна, в музее должны работать особенные люди, которые заинтересованы в своей работе: «Интересно тем, кто интересно делает» (Савельева А.Г.). Если сотрудники музея сами увлечены своей работой, тогда и посетителям разных возрастов, национальностей, религий, состояний здоровья тоже будет интересно. Сотрудники музея должны быть готовы ответить на уточняющие вопросы посетителей и предоставить определенные материалы про экспонаты. Соответственно, одна из главных задач музея-работа с кадрами и их профориентация.

Заключение

Основываясь на данных, полученных в ходе исследования, составлен список характеристик инклюзивного (в широком смысле понятия) музея:

1. **Реализация программы «Доступная среда».** Наличие пандусов, продуманные маршруты следования по экспозиции, объекты, которые можно изучать на ощупь, этикетаж со шрифтом Брайля и т.д.

2. **Разработка программ соответствующих возрасту посетителей, удовлетворяющих их требования.** Например, маленькие дети не могут фокусировать свое внимание более 15 минут, им требуется больше активности и интерактивных элементов.

3. **Качественная методическая база и квалифицированные сотрудники-методисты.**

4. **Заинтересованные в своей работе сотрудники.** «Интересно тем, кто интересно делает» (Савельева А.Г.). Если “музейщикам” самим интересна их работа, они увлечены созданием своей выставки, тогда и посетителям разных возрастов, национальностей,

религий, состояний здоровья тоже будет интересно. Соответственно, одна из главных задач музея это работа с кадрами и их профориентация.

5. **Режим работы музея, подходящий для всех категорий трудящихся граждан.** Время работы музея, продленное, например, до 20 часов вечера, позволит людям после работы, студентам после учебы посещать музеи.

6. **Стоимость билета в музей не должна превышать среднюю стоимость по городу.** Для взрослого человека – это 400 рублей, для льготных категорий – 200 рублей.

7. **Участие в культурной жизни города, которое зачастую реализуется с помощью социальных сетей.** Музеям рекомендовано вести и регулярно актуализировать странички в социальных сетях и официальный сайт, так как большая часть населения получает информацию именно из этих источников. Также онлайн реклама станет эффективным способом привлечения внимания.

8. **Участие в культурных акциях и программах.** Такие проекты как Пушкинская карта или программа «Ночь музеев» позволяют музеям стать более открытыми, привлекательными и доступными для различных категорий граждан. В том числе привлекают молодежь.

9. **Наличие мультимедийных элементов**

10. **Активная роль посетителя в создании музейного пространства.** У посетителя должна быть возможность трансформировать пространство, что-то в нем менять, добавлять, получать дополнительную информацию и управлять пространством посредством интерактивных элементов и мультимедийных технологий.

Источники

1. Грачева Е. С., Муханова С. А. Музей как социокультурное явление современного общества // Вестник СГТУ. 2009. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/muzey-kak-sotsiokulturnoe-yavlenie-sovremennogo-obschestva> (дата обращения: 12.11.2024).
2. Касторнов Ю. А. Развитие креативности у посетителей в современном музее // Вестник науки. 2023. №6 (63). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-kreativnosti-u-posetiteley-v-sovremennom-muzee> (дата обращения: 12.11.2024).
3. Моряхина К. В. Исследование посетителя музеев г. Перми // Вестник МАЭ. 2019. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-posetitelya-muzeev-g-permi> (дата обращения: 12.11.2024).
4. Ушкарев А. А. Аудитория художественных музеев: история и методология изучения в России // Культура и искусство. 2017. №7. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/auditoriya-hudozhestvennyh-muzeev-istoriya-i-metodologiya-izucheniya-v-rossii> (дата обращения: 12.11.2024).

5.

Электронный ресурсы

- A. Отчет Петростата «Статистика труда» от 24.12.2024 WEB:
<https://78.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D1%82%D1%80%D1%83%D0%B4%D0%B0%20%D0%B2%20%D0%A1%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D1%82-%D0%9F%D0%B5%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B1%D1%83%D1%80%D0%B3%D0%B5%2011.pdf>(дата обращения: 03.12.2024).
- B. Официальная группа Петростат Вконтакте <https://vk.com/78rosstat> (дата обращения: 18.11.2024).
- C. Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга WEB:
<https://www.gov.spb.ru/helper/tarif/tarify-2024/>(дата обращения: 03.12.2024).
- D. Официальный сайт ГБНОУ СПб ГДТЮ Аничков дворец WEB:
<https://anichkov.ru/page/museum/> (дата обращения: 10.11.2024).
- E. Официальный сайт Государственного мемориального музея Оборона и блокады Ленинграда WEB: <https://blokadamus.ru/>(дата обращения: 25.11.2024).
- F. Официальный сайт ЕМИСС Доля музеев, имеющих сайт в сети Интернет в общем количестве музеев Российской Федерации WEB:
<https://www.fedstat.ru/indicator/43949>(дата обращения: 01.12.2024).
- G. Официальный сайт Межгосударственного статистического комитета содружеств независимых государств WEB: <https://new.cisstat.org/cis-stat-home> (дата обращения: 20.11.2024).
- H. Соловьев А. Потребительская корзина: что входит, сколько стоит и зачем нужна // Журнал Тьнкофф. 2024 WEB: <https://journal.tinkoff.ru/basket-of-goods/> (дата обращения: 03.12.2024).

Приложение А

Папка с дополнительными материалами <https://disk.yandex.ru/d/aqnQQBNQRR794w>