Исследовательская группа Социологической клиники прикладных исследований Санкт-Петербургского государственного университета

Прикладное социологическое исследование для государственного музея-заповедника «Петергоф»

Отчет

Санкт-Петербург

2022

Оглавление

Оглавление **1**

ВВЕДЕНИЕ: **4**

Постановка проблемы исследования: **4**

Цели: **5**

Задачи: **5**

Объект исследования: **6**

Предмет исследования: **6**

Методология исследования: **6**

Метод сбора данных: 6

Процедура сбора данных: 6

Характеристика выборочной совокупности: 7

Ограничения исследования: **8**

Состав исследовательской группы: **8**

РЕЗУЛЬТАТЫ: **9**

Блок 1. Характеристика музеев-участников Ассамблеи петровских музеев. **9**

1.1. Организационные характеристики участников Ассамблеи петровских музеев. 9

1.2. Выставочная и вневыставочная деятельность музеев-участников Ассамблеи Петровских музеев. 15

Блок 2. Музеи как участники Ассамблеи петровских музеев. **21**

2.1. Музейные практики в рамках Ассамблеи петровских музеев. 21

2.2. Ожидания музеев-участников Ассамблеи от сотрудничества. 27

2.3. Перспектива сотрудничества музеев в рамках Ассамблеи. 30

2.4. Музейные практики групп музеев, входящих в состав участников Ассамблеи петровских музеев. 33

ВЫВОДЫ: **3**

РЕКОМЕНДАЦИИ: **42**

ПРИЛОЖЕНИЕ: **44**

ВВЕДЕНИЕ:

Постановка проблемы исследования:

Государственный музей-заповедник «Петергоф», заложенный более 300 лет назад и служивший загородной резиденцией Петра I, в наши дни объединяет парково-дворцовый комплекс, 32 музея и более 150 фонтанов. Наряду с широко известными дворцами-музеями на территории ГМЗ также осуществляют деятельность музеи разных масштабов. Территории музея-заповедника и значительное количество расположенных на них музеев позволяют реализовывать проекты, способствующие равномерному развитию всех направлений музейной деятельности. Современные музеи стремятся не только организовывать в своих стенах выставки и представление постоянной экспозиции, но и массовые праздники, интерактивные занятия. В разных городах России открываются выставочные проекты Петергофа, в свою очередь на территории ГМЗ отмечаются праздники и устраиваются различные культурные тематические выставки и мероприятия.

В 2019 году Министерством культуры Российской Федерации был разработан Общероссийский федеральный план мероприятий по подготовке празднования 350-летия со дня рождения Петра I, что является в настоящее время одним из направлений работы. Одним из знаковых событий, приуроченных к юбилею, стало основание Ассамблеи петровских музеев России — инициативного объединения российских музеев различных уровней, которое возглавила Елена Яковлевна Кальницкая, генеральный директор ГМЗ «Петергоф». В настоящий момент Ассамблея объединяет 113 музеев из 33 регионов России. В рамках деятельности Ассамблеи запланировано создание выставочных проектов и организация тематических мероприятий различного масштаба. Заказчик видит одну из важнейших миссий Ассамблеи в формировании знаний об историко-культурном наследии Петра I и его эпохи.

Сетевой характер коммуникации музеев-участников является отличительной чертой Ассамблеи петровских музеев. В сетевых партнерских организациях циркулируют преимущественно разноплановые информационные потоки, а не вертикальные управленческие сигналы. В частности, организационная структура Ассамблеи петровских музеев не обеспечивается документами, определяющие

принципы коммуникации между музеями и их посетителями. Такой характер организации может приводить к рассогласованным действиям и решениям внутри объединения. В силу разнообразного состава участников Ассамблеи и отсутствия документов, регламентирующих взаимодействие с аудиторией, у Заказчика отсутствует представление, что и как транслируют музеи-участники о историко-культурном наследии Петра I и его эпохе. Соответственно, данное исследование включает следующий исследовательский вопрос: какие практики репрезентации реализуются музеями-участниками для создания знаний о историко-культурном наследии Петра I и его эпохе?

В исследовании под практиками репрезентации понимается репертуар действий музеев-участников по осмыслению и представлению историко-культурного наследии Петра I и его эпохи перед аудиторией посетителей. Таким образом, в настоящее время Заказчик столкнулся с недостатком информации о репрезентации историко-культурного наследия Петра I и его эпохе музеями входящих в состав Ассамблеи. В результате, это становится барьером для целостного позиционирования и планирования совместной деятельности. Получение данной информации поможет оптимизировать работу по продвижения Ассамблеи как организации, формирующей знания о Петре I и его эпохе.

Так, выделена следующая **проблема исследования**:

Недостаток информации о практиках репрезентации музеев-участников Ассамблеи петровских музеев.

Цели:

1. Выявить практики репрезентации музеев-участников Ассамблеи петровских музеев;
2. Разработать рекомендации по оптимизации взаимодействия ГМЗ Петергоф с музеями-участниками Ассамблеи петровских музеев.

Задачи:

1. Определить профильные группы музеев-участников Ассамблеи петровских музеев;

2. Выявить способы использования экспозиционного фонда членами Ассамблеи петровских музеев для освещения историко-культурного наследия Петра I и его эпохи;
3. Определить типы просветительских мероприятий участников Ассамблеи петровских музеев для освещения историко-культурного наследия Петра I и его эпохи;
4. Выявить особенности использования различных каналов коммуникации участниками Ассамблеи петровских музеев для взаимодействия с аудиторией;
5. Выявить отношение участников Ассамблеи петровских музеев к ней;
6. Определить ожидания музеев-участников от членства в Ассамблеи петровских музеев;
7. Предложить пути оптимизации работы Ассамблеи петровских музеев на основании выявленных практик самопрезентации музеев-участников.

Объект исследования:

Сотрудники музеев-участников Ассамблеи петровских музеев.

Предмет исследования:

Мнение сотрудников музеев-участников Ассамблеи петровских музеев об их практиках репрезентации музеев-участников Ассамблеи петровских музеев.

Методология исследования:

Метод сбора данных:

Для определения мнений сотрудников музеев, входящих в Ассамблею петровских музеев, относительно поставленных исследовательских вопросов, был использован метод онлайн-анкетирования.

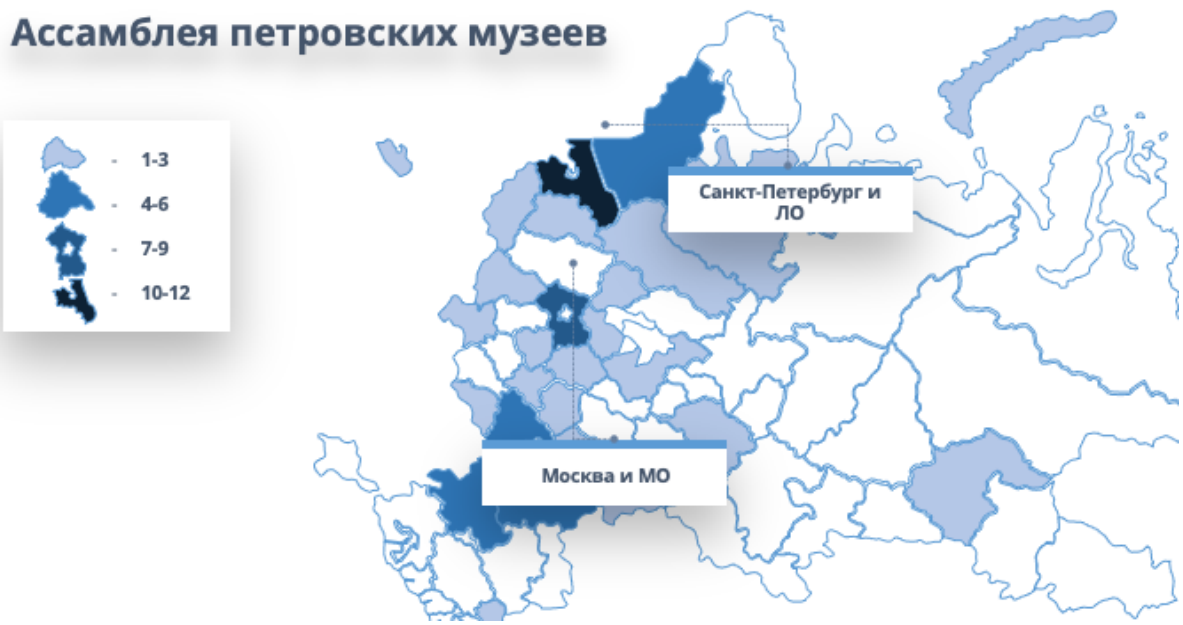
Процедура сбора данных:

По договоренности с Заказчиком, ссылка на анкету была распространена среди сотрудников музеев-участников Ассамблеи петровских музеев с помощью

email-рассылки, реализованной Заказчиком. Анкета была размещена на платформе для онлайн-исследований «Анкетолог». Помимо email-рассылки были произведены телефонные звонки с напоминанием о важности участия в исследовании, что оказалось эффективным способом информирования.

Характеристика выборочной совокупности:

Выборочная совокупность была сплошной, то есть рассылка осуществлялась всем участникам Ассамблеи петровских музеев. От каждого музея в онлайн-анкетировании приняли участие сотрудники, занимающие различные должности: руководители (48,3%), административный персонал (13,3%), научные сотрудники (8,3%), кураторы выставок (1,7%), специалисты по связям с общественностью (1,7%) и сотрудники, занимающие иную должностную позицию (26,7%). В результате было опрошено 75 респондентов, которые представляют 67 музеев, состав которых можно видеть в Таблице 1 (см. Приложения). В обобщенном виде территориальное распределение представлено ниже:



Список музеев, чьи сотрудники не приняли участие в анкетировании также представлен в Приложении в таблице 3.

Ограничения исследования:

1. В связи с тем, что анкетный опрос проводился и распространялся ГМЗ «Петергоф», занимающим ведущую роль в Ассамблее, респонденты могли давать социально-одобряемые ответы на отдельные вопросы анкеты;
2. Результаты и выводы настоящего исследования применимы прежде всего в отношении музеев, чьи сотрудники приняли участие в анкетном опросе, и могут недостаточно точно экстраполироваться на музеи, не попавшие в итоговую выборку, так как каждый музей является уникальной организацией со своими особенностями и характеристиками.

Состав исследовательской группы:

1. Татулян Арина Сергеевна, 4 курс, бакалавриат — руководитель исследовательской группы;
2. Кручинина Полина Михайловна, 3 курс, бакалавриат — заместитель руководителя исследовательской группы;
3. Бабаров Николай Александрович, 1 курс, магистратура;
4. Близинцова Олеся Юрьевна, 2 курс, бакалавриат;
5. Бучникова Екатерина Дмитриевна, 2 курс, бакалавриат;
6. Глотова Вероника Александровна, 2 курс, бакалавриат;
7. Нечаева Виктория Владимировна, 1 курс, бакалавриат;
8. Овцына Лидия Алексеевна, 1 курс, бакалавриат.
9. Прудяк Валентин Владимирович, 1 курс, магистратура;
10. Сафонов Иван Евгеньевич, 2 курс, магистратура;
11. Татарникова Екатерина Игоревна, 3 курс, бакалавриат;
12. Усманова Камила Равшановна, 1 курс, бакалавриат;
13. Шаповалова Анна Андреевна, 1 курс, бакалавриат.

Куратор исследования — Булычёв Алексей Александрович, специалист Социологической клиники прикладных исследований СПбГУ.

Научный руководитель исследования — Кандидат социологических наук, доцент кафедры прикладной и отраслевой социологии СПбГУ Русакова Майя Михайлова.

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Блок 1. Характеристика музеев-участников Ассамблеи петровских музеев.

1.1. Организационные характеристики участников Ассамблеи петровских музеев.

Музей — является институтом, который сохраняет и транслирует собрание артефактов, имеющих художественную, культурную, историческую или научную значимость. Сегодня существует большое разнообразие музейных институций. Их различия основаны на широком перечне аспектов: организационной структуре, реализуемых практиках и технологиях, а также тематическом направлении. Это предоставляет возможность понимать музей как гибкую форму организации, имеющей высокий потенциал к наличию уникальных характеристик. Внутренняя структура музеев является полифункциональной, что выражается в многообразии паттернов распределения ответственности и полномочий организационных единиц. В свою очередь, современная музеальная деятельность включает широкий перечень практик и технологий актуализации знаний у аудитории посетителей. И наконец, музеи обладают возможностью к неограниченному определению собственной тематической специализации. Однако большое разнообразие встречающееся среди институций создаёт затруднения в осмыслении и систематизации их работы в контексте музейного сотрудничества. Таким образом, различия организационных структур, диверсификация практик и неограниченный тематический репертуар музеев актуализирует проблему устойчивого развития музейных объединений.

Ассамблея петровских музеев насчитывает 113 участников. Для изучения данной группы необходимо выявить организационные характеристики музеев, что внесет вклад в понимание сходств и различий между институциями. Для реализации данной задачи был инициирован анализ географического распределения музеев, времени их основания, статуса культурной значимости, тематической специализации, количества сотрудников, источников финансирования и годовой посещаемости.

Для описания музеев, входящих в состав Ассамблеи петровских музеев, респондентам был задан ряд вопросов, характеризующих их учреждение. Так, первый вопрос касался года основания. Временной охват по основанию музеев начинается с 1703 года и заканчивается 2020 годом. Числовой ряд, характеризующий время основания музеев, был разделен на четыре периода. Временные периоды были созданы

на основании выделения квартальных интервалов: **Q1** — 1703-1917 гг, **Q2** — 1918-1950 гг, **Q3** — 1951-1979 гг, **Q4** — 1980-2020 гг. Также было подсчитано количество музеев, возникших в каждом временном периоде. Таким образом, Ассамблея петровских музеев состоит как из недавно созданных учреждений, так и музеев с длинной историей.

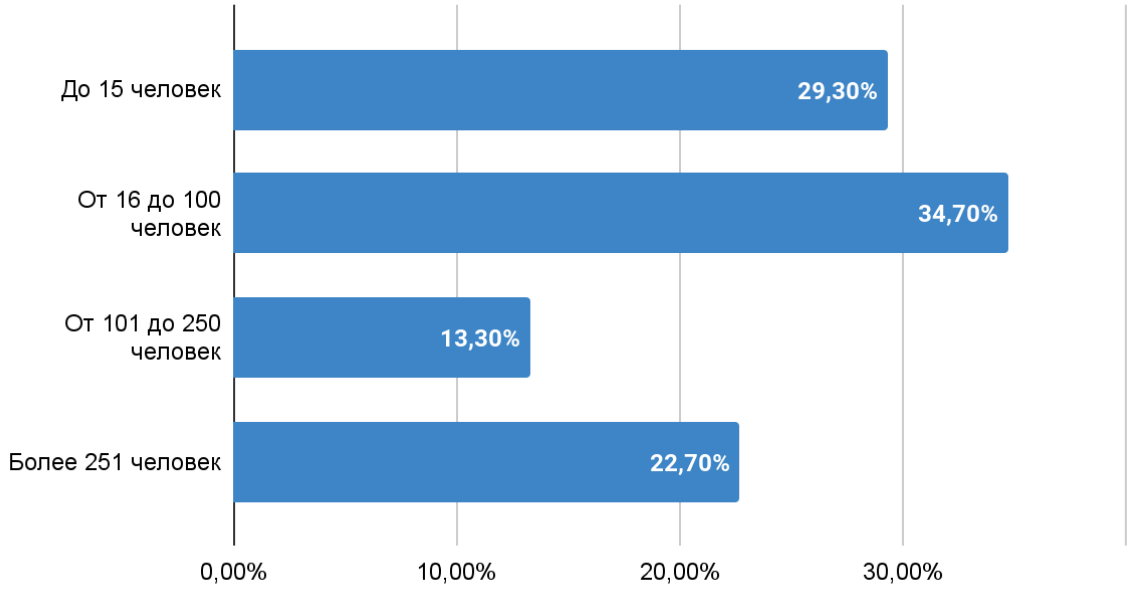
Локализация участников Ассамблеи петровских музеев сконцентрирована на западной части территории России. География музеев охватывает 30 субъектов Российской Федерации, куда входит 25 областей, 3 республики и 2 города федерального значения. Наибольшее количество участников расположено в пределах Санкт-Петербурга и Ленинградской области — 12 музеев. В свою очередь, наиболее часто встречающееся количество институций в пределах территории субъектов РФ — 1 музей. Существуют 11 областей и 2 республики, которые насчитывают по одному музею в пределах своей территории. В среднем каждая область в выборке насчитывает от 1 до 3 музеев. Так, территории были классифицированы на низкое (1 музей), среднее (от 2 до 5 музеев) и высокое (от 6 музеев) присутствие участников Петровской ассамблеи. Как показывает рисунок ниже («Распределение и количество музеев») петровская Ассамблея имеет большой географический масштаб, функционируя в самых разных субъектах РФ. Но также распределение музеев по субъектам РФ нельзя назвать равномерным, поскольку, с одной стороны, в пределах большинства территорий существует только 1 музей, с другой — есть субъекты выделяющийся из

общей выборки высокой концентрацией участников ассамблеи (Ленинградская и Московская область).

Особенность Ассамблеи также выражается в присутствии участников, имеющих разные категории культурной значимости. Среди музеев, принявших участие в прохождении опроса, 29,3% — музеи федерального значения, 37,3% — музеи регионального значения, 32% — музей местного значения. Наличие музейных институций с разными статусами культурной значимости характеризует ассамблею как гибкое объединение, способное агрегировать организации с разными ресурсными возможностями.

Также, многообразие состава участников Ассамблеи выражается в том, что музеи отличаются по годовой посещаемости и количеству сотрудников. Численность сотрудников музеев составляет 29,3% — до 15 человек, **34,7%** — от 16 до 100 человек, 13,3% — от 101 до 250 человек, 22,7% — более 251 человек.

График 2.
Сколько сотрудников работает в музее?

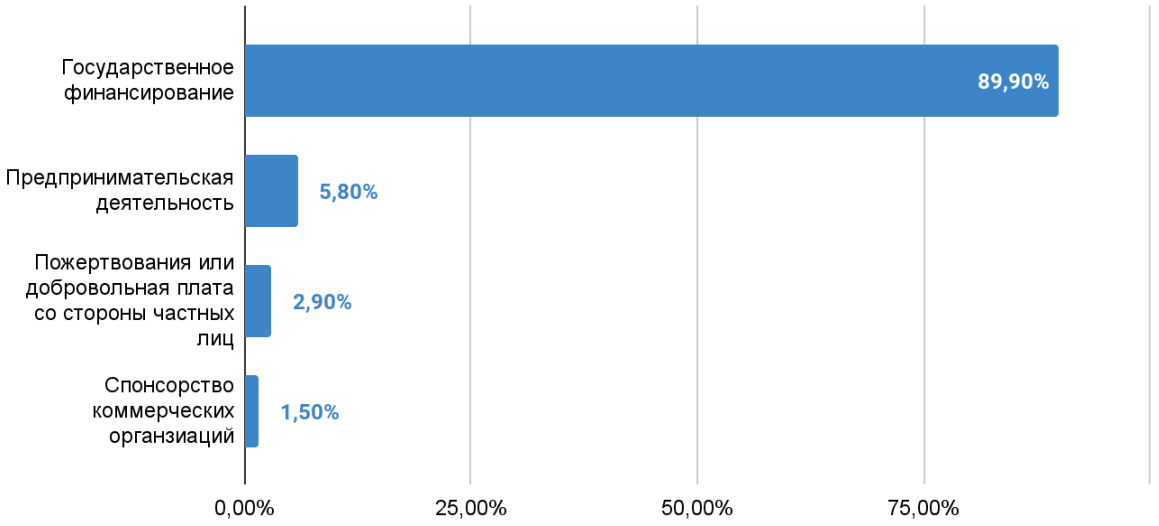


Численность сотрудников является показательной для определения масштаба организационной структуры. Большинство опрашиваемых музеев является малыми и микроорганизациями, тем не менее, в Ассамблее представлены как организации среднего уровня, так и крупного. В свою очередь, музеи с разным масштабом организационной структуры имеют разное количество посетителей. Было выделено

наиболее типичное количество посетителей в год (значение моды) среди музеев с разным масштабом организационной структуры: 1) микромузеи — от 10 тыс. до 50 тыс.; 2) малые музеи — от 50 тыс. до 100 тыс.; 3) средние — от 100 тыс. до 500 тыс.; 4) средние музеи — от 500 тыс. до 1 млн.; 5) крупные музеи — более 1 млн.

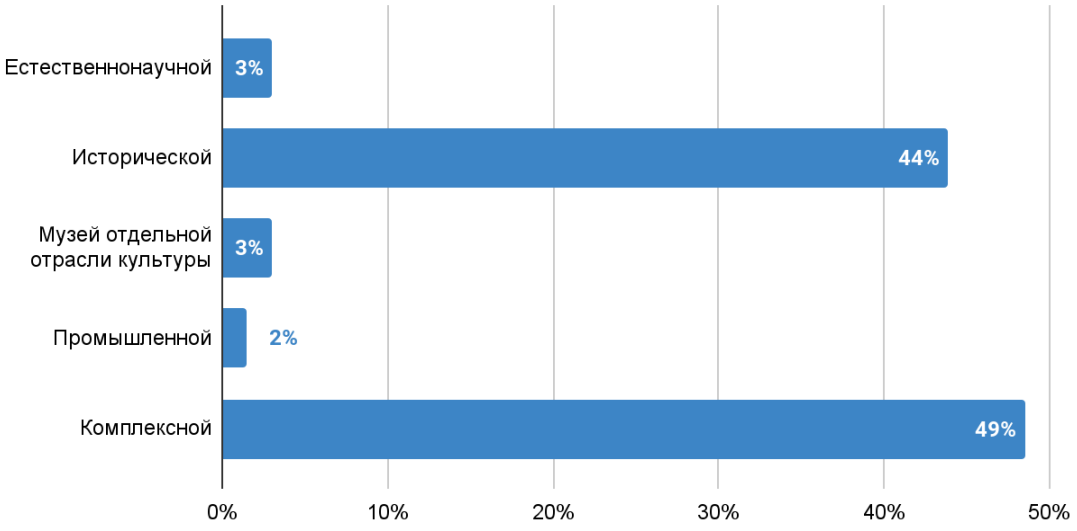
Но также были обнаружены характеристики, которые являются общими для музеев с разными культурными статусами, организационной структурой и количеством посетителей. У подавляющего большинства респондентов (89,9%) основным источником финансирования музейной организации выступает государственное бюджетирование, в то время как у 5,8% — предпринимательская деятельность музея, при этом у 2,9% — пожертвования или добровольная плата со стороны частных лиц, у 1,5% — спонсорство коммерческих организаций.

График 3.
Какой основной источник финансирования музейной организации?



Респондентам было предложено отметить, какой тематический репертуар соотносится с их учреждением. Ответы распределились следующим образом: **48,5%** — комплексные музеи, 44% — исторические, 3% — естественнонаучные, 3% — музей отдельной отрасли культуры, 1,5% промышленный. В частности, внутри исторического тематического направления были выделены специализации: общеисторический — 43,9%; военно-исторический — 19,5%, археологический — 7,3%; Этнографический — 7,3%; краевой — 22%.

График 4.
В рамках какой профильной группы музей организует свою деятельность?



Таким образом, большая часть музеев-участников одновременно охватывает широкий спектр тематических направлений работы, поскольку входит в комплексную группу. Данный фактор свидетельствует о широком тематическом репертуаре музеев в отношении репрезентации Петровского наследия.

1.2. Выставочная и вневыставочная деятельность музеев-участников Ассамблеи Петровских музеев.

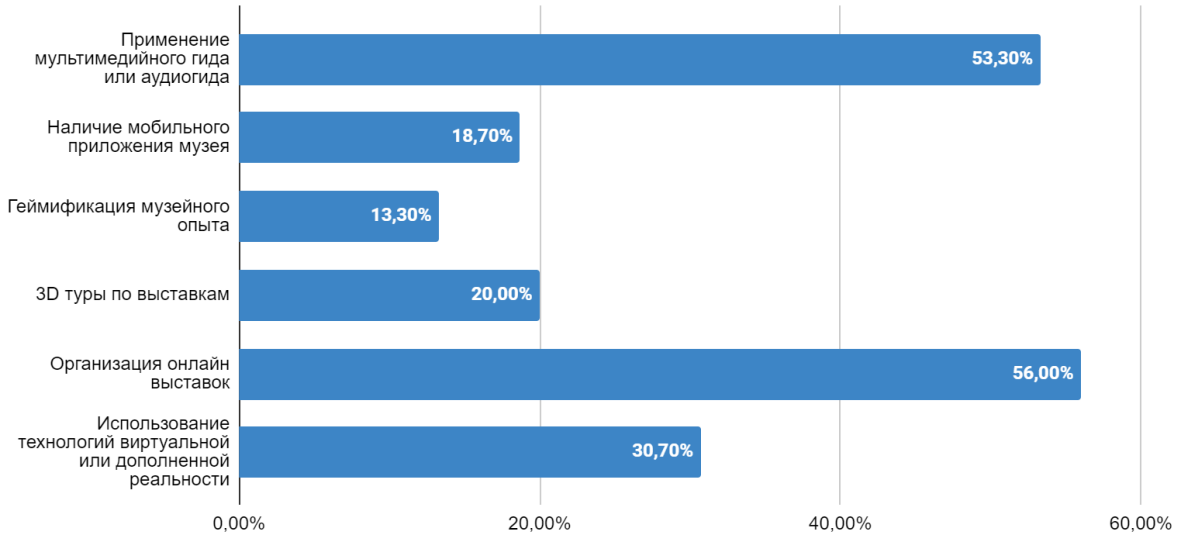
В рамках анкетного опроса респондентам предлагалось ответить на вопросы в отношении деятельности их музеев. Так, первый вопрос касался выставочных практик — постоянных и временных экспозиций.

В большинстве музеев **(94,6%)** представлена одна или несколько постоянных экспозиций, в 6,8% опрошенных музеев — только постоянная экспозиция. При этом в большинстве случаев постоянные экспозиции посвящены этнографическим и краеведческим темам — истории, культуре и природе населенного пункта или района. Часть музеев рассказывает об истории отдельных объектов культуры и зданий, памятников архитектуры. И только в некоторых музеях представлены отдельные тематические экспозиции, например, в отношении военных событий, знаковых исторических личностей, узких направлений культуры и истории.

Наличие временных выставок было отмечено в **93,4%** случаев. Среди них 5,4% ограничиваются временными выставками. За последний год в 7% случаев была проведена одна временная выставка, в 15% — от двух до пяти, в 12,3% — от шести до десяти. При этом в большинстве музеев (**69,9%**) было организовано более десяти временных выставок. Таким образом, временные экспозиции являются неотъемлемой частью деятельности музеев, входящих в состав Ассамблеи. Данный фактор свидетельствует о высоком потенциале организации временных выставок уже в рамках работы Ассамблеи, так как ее участники имеют большой опыт в данном направлении.

При этом в рамках экспозиционной деятельности музеи используют различные цифровые технологии. Самым популярным путем применения цифровых технологий в музеях оказались организация онлайн-выставок **(29,2%)** и применение мультимедийных или аудио-гидов **(27,8%)**. В меньшей степени распространены такие способы как технологии виртуальной или дополненной VR реальности — 16%, 3D-туры по выставкам — 10,4%, мобильное приложение музея — 9,7%, геймификация музейного опыта — 6,9%. Вариант использования искусственного интеллекта оказался не актуален ни для одного из опрошенных музеев.

График 5.
Как применяются цифровые технологии в выставочной деятельности музея?

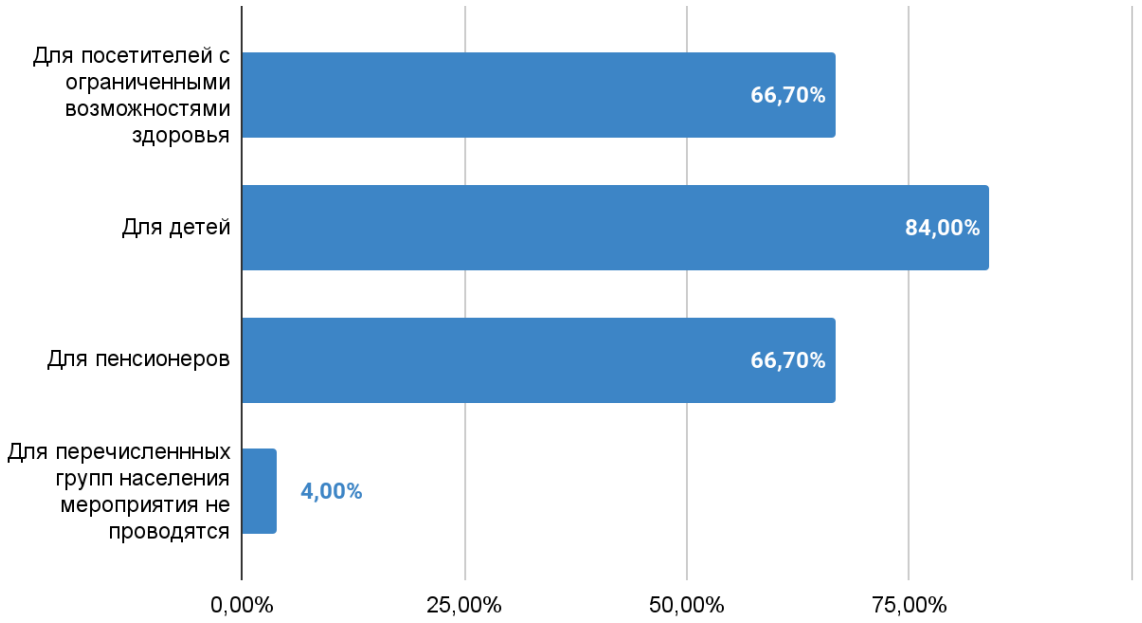


Таким образом, цифровой канал взаимодействия с аудиторией является дополнительным путем репрезентации Петровского наследия в рамках работы Ассамблеи. В частности, организация совместных выставок несколькими музеями-участниками может стать реализуемым направлением работы.

Помимо экспозиционной деятельности музеи-участники Ассамблеи также занимаются проведением дополнительных мероприятий, среди которых большую часть составляют мастер-классы — 26,1%, 23,9% музеев организуют образовательные лекции, 23,1% — научные семинары и конференции, 15,8% разрабатывают образовательные материалы, 11,1% организуют кинопоказы. Так, вневыставочная деятельность музеев-участников представляет собой широкий спектр форматов, опыт организации которых может быть использован и в реализации мероприятий в рамках работы Ассамблеи.

Стоит отметить, что в число вневыставочных мероприятий входят мероприятия, направленные на определенные группы посетителей. Так, в равной степени (76,9%) музеи организуют мероприятия для посетителей с ограниченными возможностями и для пенсионеров; 96,9% музеев занимаются организацией мероприятий для детей и только 4,6% музеев для перечисленных групп посетителей мероприятия не организуют.

График 6.
Для каких групп посетителей в музее организуются мероприятия?



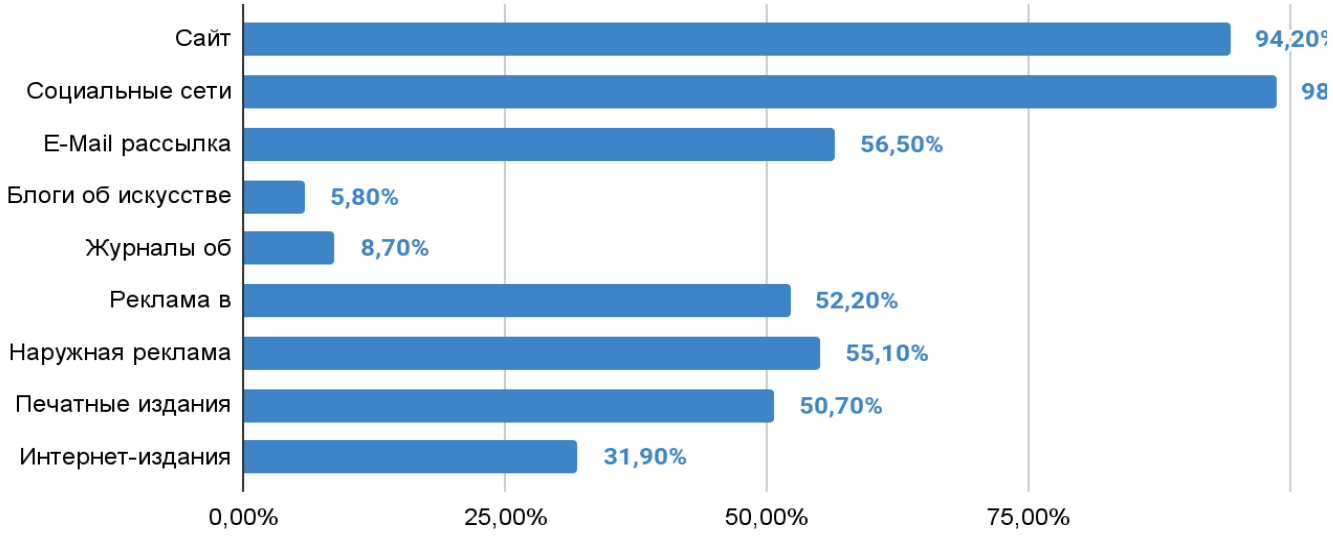
Таким образом, практически все музеи-участники Ассамблеи стремятся к организации доступной среды для разных типов аудитории. Это свидетельствует об опыте работы музеев с различными группами посетителей и о стремлении музеев-участников стать местом их привлечения, что стоит учитывать при разработке мероприятий в рамках работы Ассамблеи.

Также стоит отметить, что часть музеев реализует на своей территории дополнительный сервис — магазины (20,6%) и кафе (17,6%). Подобный сервис может стать дополнительной площадкой для повышения узнаваемости бренда Ассамблеи, и в отдельности для репрезентации личности Петра I, например, с помощью размещения и продажи сувенирной продукции.

Для взаимодействий с аудиторией чаще всего музеи-участники Ассамблеи используют сайты — **94,2%** и социальные сети — **98,6%**, Email-рассылку используют 56,5%, наружную рекламу — 55,1%, рекламу в социальных сетях — 52,2% и печатные издания (газеты, журналы) — 50,7%. 31,9% музеев предпочитают использовать интернет-издания и только 5,8% прибегают к блогам об искусстве, 8,7% — к журналам об искусстве. Музеи-участники используют большой спектр каналов коммуникации и прибегают к разным вариациям их комбинирования, что создает синергетический

эффект, позволяющий им присутствовать в информационном поле аудитории. Таким образом, можно отметить тенденцию использования онлайн коммуникации с аудиторией музеями-участниками Ассамблеи. Так как в основном музеи привыкли коммуницировать с аудиторией в онлайн формате, стоит продолжить использовать именно этот формат.

График 7.
Какие каналы коммуникации использует музей для взаимодействия с аудиторией?



Музеи-участники Ассамблеи петровских музеев занимают активную позицию в реализации своей деятельности. Респондентам было предложено определить, в чем заключается уникальность работы музеев, сотрудниками которых являются респонденты. Было получено 69 ответов Так, уникальность музеев-участников Ассамблеи большинство респондентов видят в представленных экспозициях, которые заключает в себе эксклюзивность, богатство экспозиционного фонда, а также его разнообразие.

«Музей обладает раритетными коллекциями, связанными со значимыми государственными и общественными деятелями страны»

«В фондах музея хранится почти 1,5 миллиона экспонатов, отражающих историю города на Неве с момента его основания до наших дней. Материалы фондов живописи и графики, декоративно-прикладного искусства, археологии и архитектурных деталей, костюма и ткани, науки и техники, стекла и фарфора, нумизматики, оружия, фотографии, фонда историко-бытовой коллекции и других иллюстрируют историю города на Неве с момента его основания до наших дней»

«В музее представлено 90% подлинных экспонатов начиная с XVI века»

Реже при ответе на данный вопрос были упомянуты современные форматы организации выставок и мероприятий (например, интерактивность и мультимедийность), некоторые респонденты выделяли конкретные объекты экспозиции или коллекции. Также упоминалась уникальность статуса музея или его тематика. Следующими по популярности были ответы про территориальное расположение музеев в исторических зданиях или местностях, иногда акцентировалось внимание на исторической связи с Петром I:

«На юге России и Кавказа это единственное место связанное с личностью Императора Петра I»

«Старейший провинциальный музей России, единственное место в регионе, связанное с Петром I. Хранитель уникальной по своей величине и разнообразию петровской коллекции конца XVII века, в т.ч. бота "Фортуна" — единственного сохранившегося судна Потешной флотилии. Усадьба изначально создавалась как музей памяти деяний Петра Великого»

Реже всего респонденты называли уникальными качествами музеев доступность для различных социальных групп, проводимую научную работу и их значимость как культурных центров. Таким образом, главным объектом, вокруг которого выстраивается работа в музеях, является их экспозиционный фонд, в котором и заключается их уникальность.

Кроме того, респондентам было предложено рассказать о наиболее значимом для музея проведенном дополнительном мероприятии. При ответе на данный вопрос респонденты чаще всего выделяли проведение досуговых мероприятий — фестивалей, концертов, мастер классов, игр.

«Городской студенческий фестиваль " Живые картины"»
«Фестиваль "Осада Азова"»

«Историко-культурный фестиваль "Российскому флоту быть!" проводится традиционно в день ВМФ»

На втором месте по популярности проведение мероприятий экскурсионно-просветительского характера, например, проведение выставок, межрегиональных чтений.

«С 2020 года Брянский краеведческий музей запустил научно-просветительский проект "Лекционные четверги в краеведческом музее"»

«9 июня 2022 года открылась выставка "От плота до линейного корабля", приуроченная к юбилею Петра I и посвященная деятельности государя на Воронежской земле»

«Серия планшетных выставок "Петровские крепости"»

Менее упоминаемая научно-исследовательская деятельность, заключающаяся в проведении форумов, научных конференций, чтений с последующей публикацией научных статей. Не так часто музеи проводят творческие мероприятия — театрализованные и художественные встречи. Реже всего музеи проводили мероприятия, связанные с работой с музейным фондом.

Несмотря на активность музеев в отношении их деятельности, респонденты отметили наличие ряда проблем, существующих на сегодняшний день. В их числе финансовые трудности (66%), трудности, связанные с кадровыми вопросами (29%). С правовыми трудностями и трудностями в коммуникации с властью столкнулись два музея. Исследовательская группа предполагает, что наличие выделенных проблем может являться препятствием для продуктивной деятельности музеев в рамках работы Ассамблеи, тот вопрос может требовать дальнейшего углубленного изучения.

Блок 2. Музеи как участники Ассамблеи петровских музеев.

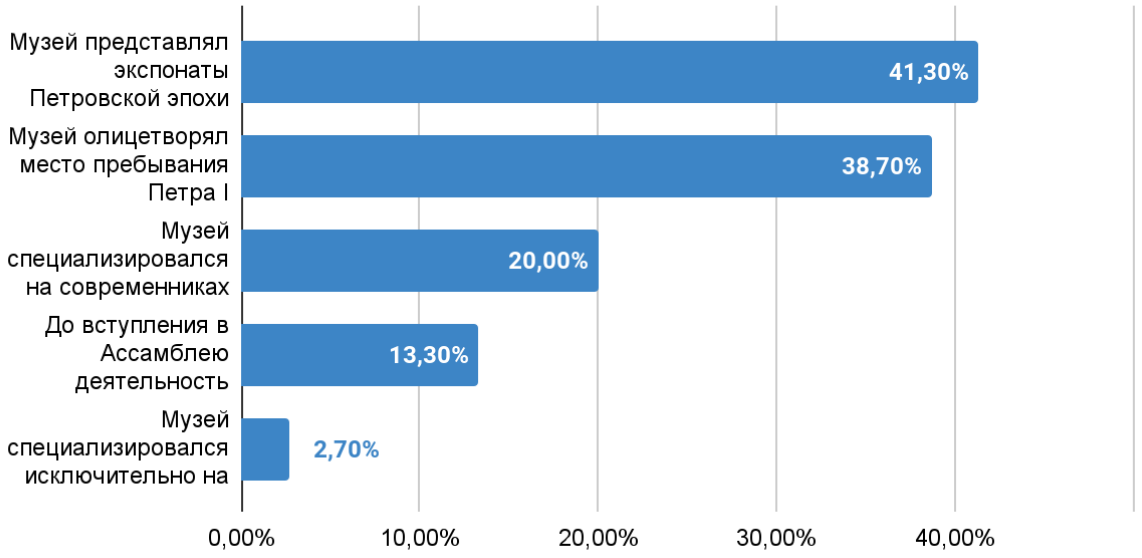
Ассамблея петровских музеев ставит перед собой ряд задач, в числе которых содействие полной реализации потенциала регионов в сфере туризма на базе исторического и культурного наследия «петровской» эпохи с учётом современных музейных и туристических практик. Для разработки и реализации стратегии эффективного обмена и систематизации опыта, проведения совместных мероприятий, формирования интереса в личности и эпохе Петра I необходимо понимание музейных практик среди участников Ассамблеи. Под музейными практиками понимаются способы репрезентации музейного экспозиционного фонда, его состав в отношении тематики Петра I, а также включенность в совместные проекты Ассамблеи, каналы коммуникации с аудиторией, а также способы вневыставочной коммуникации с ней.

2.1. Музейные практики в рамках Ассамблеи петровских музеев.

Для выявления продолжительности работы музеев в рамках Ассамблеи петровских музеев респондентам был задан вопрос о периоде вступления в объединение. Так, самым ранним предложенным в анкете вариантом стала весна 2021 года — тогда было впервые объявлено о создании Ассамблеи. В результате наиболее популярным периодом для вступления в Ассамблею является осень 2021 года (**36,7%** о такой возможности — информация об этом музеями-участниками была получена из разных каналов. Наиболее часто выбираемым каналом стал вариант, связанный с получением предложения о вступлении от ГМЗ «Петергоф»,(**50,8%**), далее — предложение от государственным ведомств (36,1%), от музейного сообщества (11,5%), получение информации из СМИ и интернет-источники (1,5%). В настоящее время наиболее эффективным каналом выступает прямое приглашение от ГМЗ «Петергоф».

При этом до вступления в Ассамблею музеи-участники имели разное отношение к тематике личности и эпохи Петра I. Так, на вопрос о том, как деятельность музея была связана с петровским наследием до вступления в Ассамблею, ответы распределились следующим образом: **41,3%** — музей представлял экспонаты Петровской эпохи, 38,7% — музей олицетворял место пребывания Петра I, 20% — музей специализировался на современниках Петра I, 13,3% — до вступления в Ассамблею деятельность музея не была связана с Петром I, 2,7% — музей специализировался исключительно на личности Петра I.

График 8.
Как деятельность Вашего музея была связана с Петровским наследием до вступления в Ассамблею?



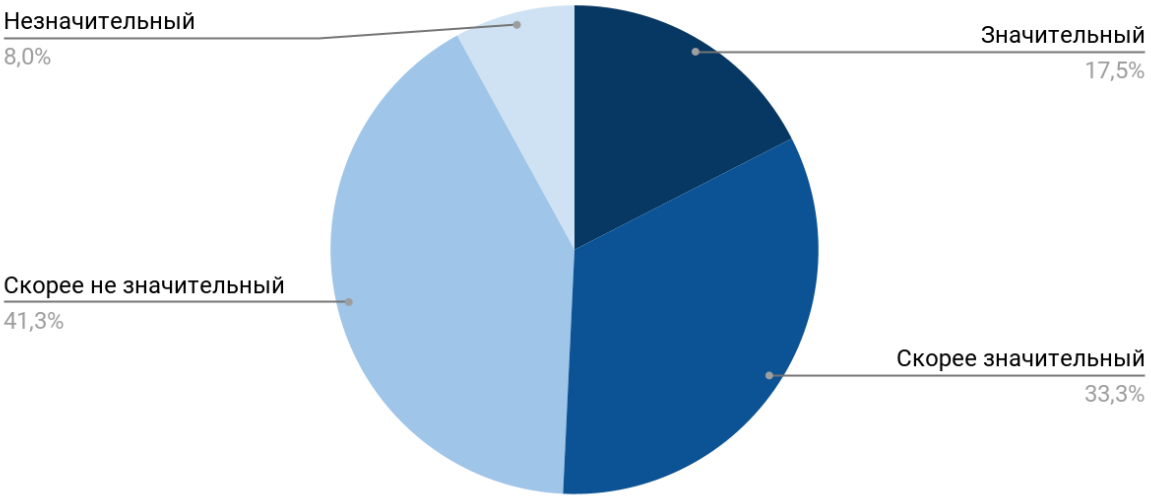
Таким образом, в подавляющем большинстве случаев участники до вступления располагали экспонатами, связанными с тематическим направлением Ассамблеи. В ряде случаев создание Ассамблеи способствовало популяризации тематик, связанных с личностью Петра I в музеях, деятельность которых до вступления в объединение не была связана с петровской эпохой.

Так, одной из форм участия в работе Ассамблеи является проведение мероприятий, связанных с тематикой эпохи Петра I. Все музеи, за исключением одного, не связывавшие свою деятельность с Петром I до вступления в Ассамблею, в настоящее время запланировали проведение конкретных мероприятий разных форматов: выставочные проекты, издание монографии, организация лекций и интерактивных программ. Два музея из числа музеев, не связывавших свою деятельность с Петровской эпохой до вступления в Ассамблею, отметили, что после вступления в объединение не рассказывают ни об одной из сфер, относящихся к Петровской эпохе, однако проводят мероприятия интерактивного формата и ведут просветительскую деятельность в рамках работы Ассамблеи. Стоит отметить, что три музей, не связывавших свою деятельность с эпохой Петра I, на момент проведения сбора данных еще не провели ни одного мероприятия в рамках деятельности Ассамблеи, что может говорить о недостаточной вовлеченности в работу объединения.

Так, музеи в настоящее время характеризуются разной степенью включенности в работу Ассамблеи: 17,5% респондентов отмечают, что их вклад в работу Ассамблеи является значительным, **33,3%** — скорее значительным, 41,3% — скорее не значительным, 8% — незначительным. Таким образом, мнения в отношении вклада музеев разделились практически поровну.

Состояние музеев, в котором они находятся в настоящее время, также является важным критерием, составляющим оценку вклада в работу Ассамблеи. Ответы были распределены следующим образом: 20% — музей находится в состоянии процветания, **68,3%** — имеет ряд позитивных тенденций, 5% — работает без изменений, 4% — имеет ряд негативных тенденций. При этом никто из опрошенных не отметил, что музей находится в состоянии полного упадка. Стоит также отметить, что оценка своего вклада в работу Ассамблеи зависит от самооценки текущего состояния музея. Так, музеи, оценивающие свой статус как состояние процветания, оценивают вклад в работу Ассамблеи как значительный, а музеи, которые отмечают ряд негативных тенденций в работе музея, отмечают и незначительный вклад.

График 9.
Как вы оцениваете вклад музея в работу Ассамблеи петровских музеев России?



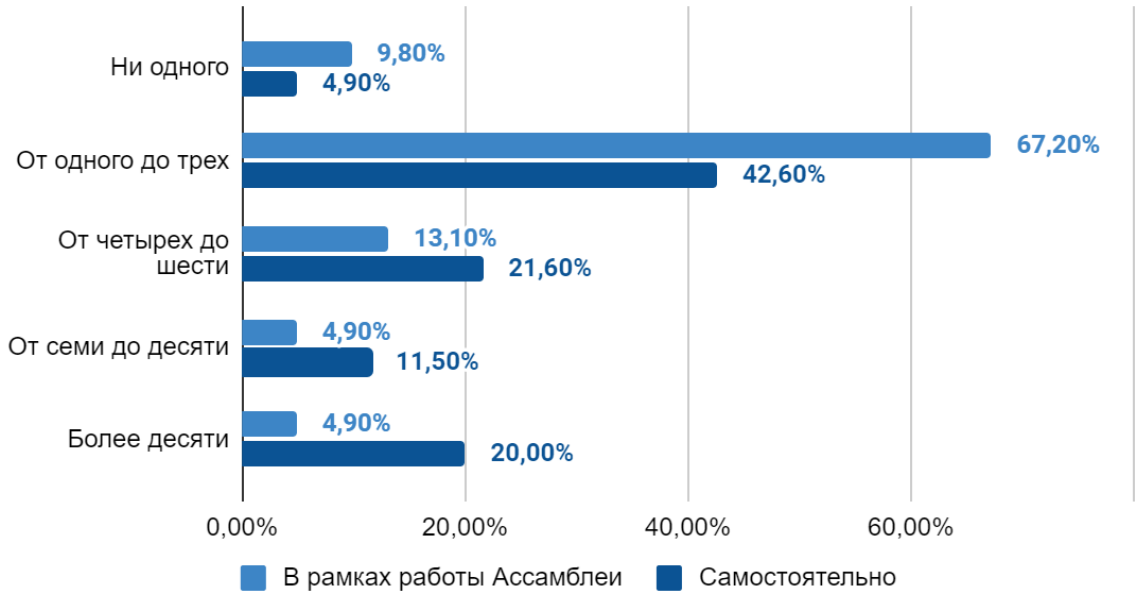
При этом наиболее часто встречаемый ответ среди тех, чей вклад оценивается как значительный, относительно количества проведенных мероприятий в рамках работы Ассамблеи — от одного до трех. Среди тех, кто оценивает свой вклад как незначительный, наиболее частым количеством проведенных мероприятий является то же количество мероприятий, от одного до трех. Таким образом, среди музейных

работников наблюдается разность взглядов на то, что является результатом активного подхода к участию в работе Ассамблеи. Данный фактор свидетельствует о необходимости разработки разных стратегий организации работы музеев в рамках Ассамблеи.

При этом распределение от одного до трех проведенных мероприятий — является наиболее распространенным среди всех музеев (**67,2%**), далее по частоте от четырех до шести мероприятий (13,1%), ни одного мероприятия (9,8%), от семи до десяти (4,9%), более десяти (4,9%).

Стоит отметить, что, согласно ответам респондентов, самостоятельно проведенных мероприятий, посвященных юбилею Петра I, насчитывается большее количество, чем проведенных в рамках Ассамблеи. Так, ни одного мероприятия не провели 4,9%, от одного до трех — **42,6%**, от четырех до шести 21,3%, от семи до десяти — 11,5%, более десяти — 20%.

График 10.
Сколько мероприятия было проведено?

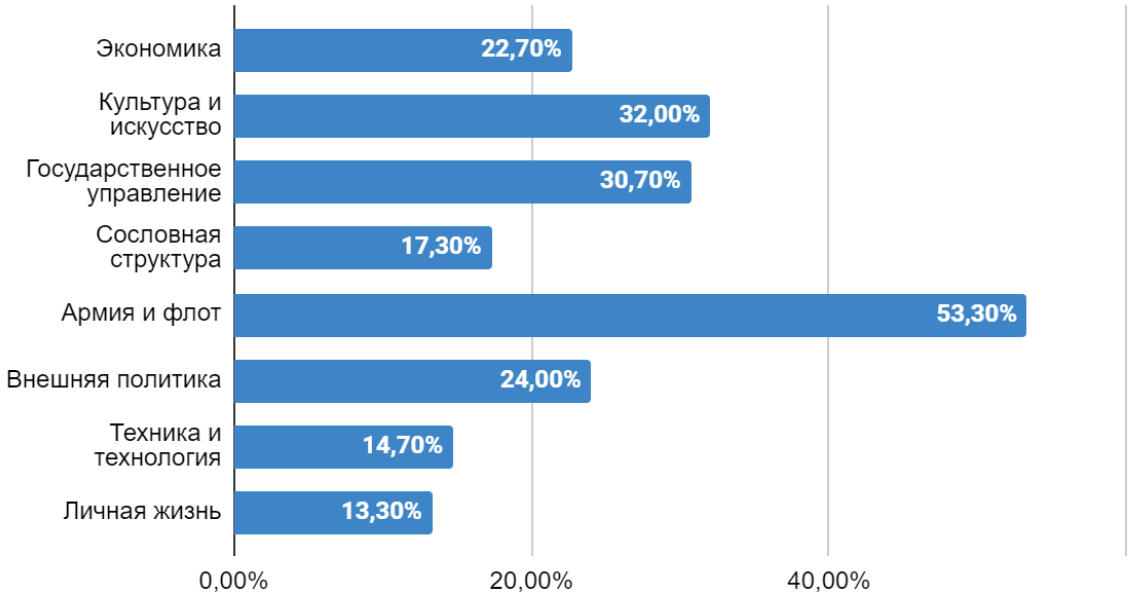


Музеи-участники приняли активное участие в освещении юбилея Петра I, в рамках проведения мероприятий, и при этом не рассматривали Ассамблею в качестве главной структуры, в рамках которой должна осуществляться данная работа. В большей степени музеи ориентировались на свои идеи и возможности в проведении мероприятий.

При этом мероприятия, организованные как в рамках работы Ассамблеи, так и в рамках самостоятельной работы, предполагали разный формат. Наиболее распространенным является выставочно-экспозиционная деятельность (**62,7%**), далее — просветительская деятельность (54,7%), научно-исследовательская деятельность (30,7%) и интерактивные мероприятия (28%).

Мероприятия, посвященные личности Петра I, характеризуются разнообразием освещаемых сфер. Так, про экономику Петровского периода рассказывают в рамках своей работы 22,7%, про культуру и искусство — 32%, государственное управление — 30,7%, про сословную структуру — 17,3%, про армию и флот — **53,3%**, про внешнюю политику — 24%, про технику и технологии — 14,7%, про личную жизнь — 13,3%.

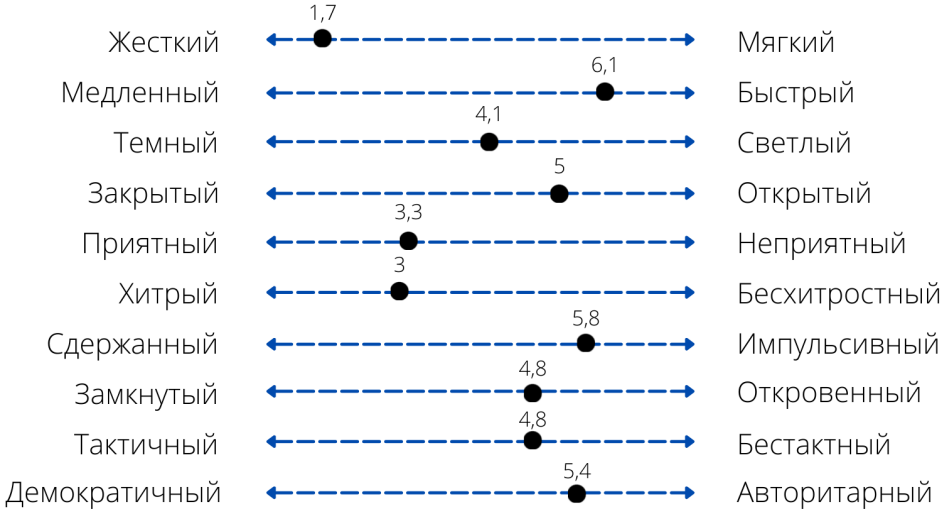
График 11.
О каких сферах, относящихся к Петровской эпохе, рассказывает музей?



Несмотря на уже прошедший юбилей Петра I, музеи планируют и продолжают проведение мероприятий. Так, треть музеев планируют проведение выставочных мероприятий (временных, фотовыставок, выездных и виртуальных). Еще треть респондентов отметили запланированное проведение интерактивных занятий, конференций, лекций, концертов, фестивалей, марафонов и тематических встреч. Небольшая часть (6,25%) респондентов отмечают, что в рамках Ассамблеи не планировали проведение мероприятий.

Для выявления того, как сотрудники музеев-участников Ассамблеи видят личностные качества Петра I, был использован метод семантического дифференциала. Респонденты оценивали личность Петра I по ряду противоположных полюсов, которые заданы десятью парами вербальных антонимов (добрый-злой, сдержанный-импульсивный, демократический-авторитарный и т.д.). Каждая пара вербального антонима соотносится с определенной группой характеристик: 1) характерологические качества; 2) социальные; 3) нейтральные относительно социальных явлений.

График 12.
Какими личностными качествами обладал Петр I? Оцените каждую позицию от 1 до 7



Наиболее выраженные качества, которые сотрудники музеев закрепляют за личностью Петра I — жесткость, быстроту, импульсивность и авторитарность. Примечательно, что между обнаруженными ранее кластерами отсутствуют значимые различия в оценке личности Петра. Вероятно, это свидетельствует о наличии консенсуальных представлений о Петре среди музейных работников, чьи музеи входят в Ассамблею.

2.2. Ожидания музеев-участников Ассамблеи от сотрудничества.

Музейные практики в отношении работы Ассамблеи напрямую зависят от ожиданий участников, а также от задач, решаемых ими вступлением в Ассамблею. В ходе прохождения анкетного опроса респондентам было предложено обозначить задачи, которые решает музей, вступлением в Ассамблею; ожидания от вступления в Ассамблею, а также оценить изменения, которые произошли, в связи со вступлением в Ассамблею.

Так, среди задач, решаемых музеями вступлением в Ассамблею петровских музеев, респонденты чаще всего называли выстраивание и укрепление партнерских отношений с музеями-участниками различного масштаба деятельности, популяризацию личности Петра I и наследия его эпохи, а также повышение узнаваемости самого музея в общероссийском масштабе.

«Участие дает возможность популяризировать и презентовать наш музей на крупных площадках. Это возможность межмузейного сотрудничества и реализации важных проектов.»

Реже опрошенные упоминали среди поставленных задач обмен опытом с коллегами, привлечение аудитории, повышение туристической привлекательности музея, просвещение аудитории относительно деятельности Петра I в данном регионе. Таким образом, задачи музеев, которые они стремятся решить вступлением в Ассамблею, соответствуют официальным, заявленным при создании объединения, что является положительным аспектом во взаимодействии музеев в рамках совместной работы.

«Вступление в АПМР является возможностью широко заявить принадлежность музея к ранней истории Санкт-Петербурга и получить возможность тематического обмена с коллегами из других организаций по петровской теме и ее трансляции.»

Также сотрудникам музеев-участников было предложено оценить ожидания музеев относительно результатов от вступления в Ассамблею. Так, расширение аудитории музея, а также рекламное продвижение в половине случаев является приоритетным ожиданием от вступления в Ассамблею петровских музеев.

Ответы в отношении выстраивания и укрепления партнерских отношений с музеями-участниками Ассамблеи разделились — наблюдается как группа, для которой

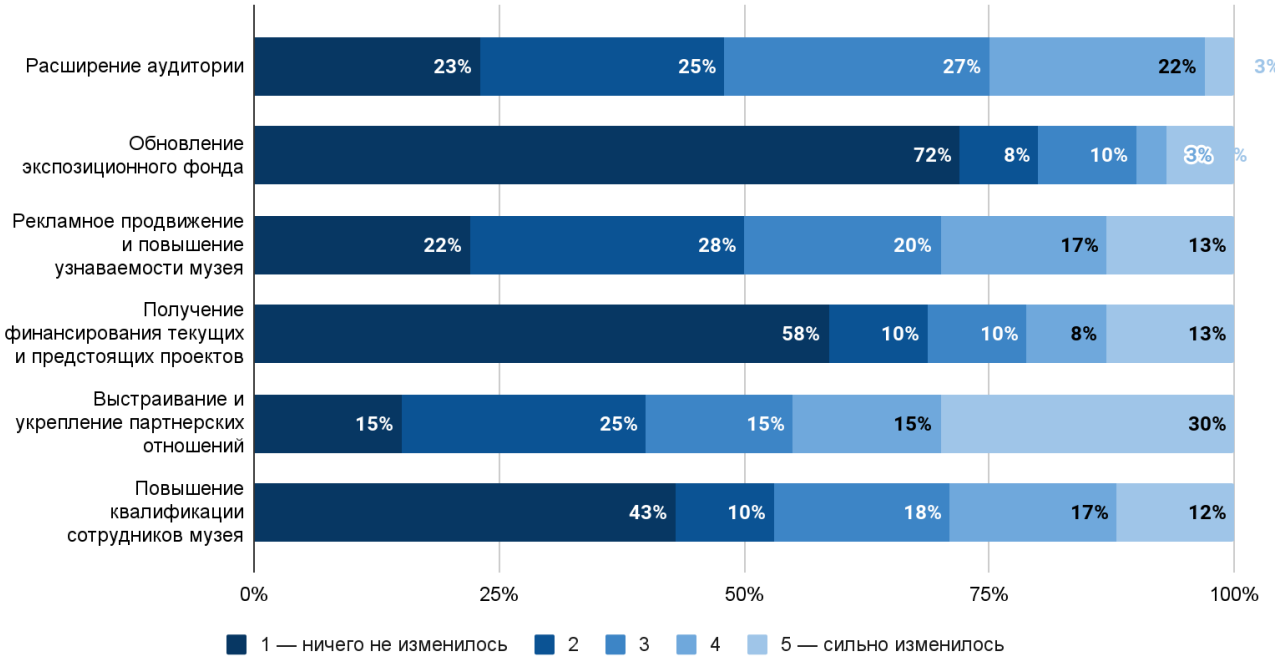
это является основным ожиданиям, так и группа тех, кто не определяет данный фактор как основной. Таким образом, в основном музеи-участники Ассамблеи, вступая в объединение, рассматривали его в первую очередь как канал продвижения.

Получение финансирования текущих и предстоящих проектов, а также повышение квалификации сотрудников музея в ходе подготовки и организации мероприятий в основном не является соответствующим ожиданием. Обновление экспозиционного фонда в большинстве случаев является наименее соответствующим ожиданием.

Таким образом, основными ожиданиями от участия в деятельности Ассамблеи являются повышение узнаваемости и расширение аудитории. Респонденты в основном не рассматривают участие в деятельности Ассамблеи как источник материальных ресурсов — финансовых или предметов экспозиций.

Далее респондентам было предложено оценить, как изменились некоторые аспекты работы музеев, в связи со вступлением в Ассамблею. Так, в половине случаев расширение аудитории и рекламное продвижение имеет место в связи со вступлением в Ассамблею. Обновление экспозиционного фонда не произошло в 80% случаев, получение финансирования текущих и предстоящих мероприятий — в 70,5%, повышение квалификации сотрудников в ходе подготовки и реализации мероприятий в рамках Ассамблеи Петровских музеев — в 57,4%. Выстраивание и укрепление партнерских отношений наиболее часто выделяется, как сфера, в которой наблюдаются позитивные тенденции и происходят положительные изменения (42,3%).

График 13.
Произошедшие изменения в связи со вступлением в Ассамблею



Таким образом, можно говорить об успешной реализации одной из основных задач Ассамблеи — укреплении межмузейной коммуникации. Также ожидания музеев в основном оправдываются, что может положительно влиять на их мотивацию к работе в рамках Ассамблеи и продолжению сотрудничества. Повышение уровня лояльности и вовлеченности участников в инициирование и реализацию совместных проектов может быть достигнуто за счет дополнительного принятия мер, направленных на рекламное продвижение музеев, а также активное позиционирование Ассамблеи и ее участников.

2.3. Перспектива сотрудничества музеев в рамках Ассамблеи.

После оценки соответствия ожиданиям и произошедшим изменениям сотрудники музеев также выразили свою позицию в отношении продолжения сотрудничества. Ни один сотрудник, принявший участие в прохождении анкеты, не выбрал вариант, связанный с отсутствием намерения сотрудничать дальше. Большинство опрошенных (83,61%) планируют продолжить сотрудничество без изменений формата, 16,39% — при изменении формата сотрудничества.

Респонденты выделили следующие изменения, которые бы они хотели видеть: организация совместных проектов и мероприятий в рамках Ассамблеи, обмен выставками и экспозициями, более тесное сотрудничество (взаимодействие) с музеями-участниками Ассамблеи, изменение формата взаимодействия на онлайн-формат (среди музеев, находящихся удаленно), выделение финансирования проектов, поездок в другие музеи и на конференции, обмен опытом между музеями, информационная поддержка мероприятий, а также встречи по обмену предложениями и опытом работы.

«Очень хочется, чтобы был разработан курс повышения квалификации в формате стажировок, который охватывал бы большое количество Петровских музеев из различных населенных пунктов»

«В рамках сотрудничества выделять определенные даты и полностью посвящать их отдельным музеям Ассамблеи. Так, чтобы какое-то время быть в центре внимания, а потом следить за коллегами»

Для наиболее эффективной аккумуляции ресурсов в отношении запросов участников важно понимать их потребности, связанные с коммуникацией в рамках Ассамблеи.

Уровень взаимодействия с другими участниками:

Так, музеи заинтересованы в проведении совместных форматов в большинстве случаев (83,3%) как с музеями своего региона, так и с музеями других регионов. Исключительно с музеями других регионов хотели бы сотрудничать 11,7%, с музеями своего региона — 5%.

Взаимодействие с другими участниками в зависимости от их тематики работы:

С точки зрения взаимодействия музеев по тематическим направлениям их деятельности, большая часть (88%) респондентов отметили желание сотрудничать с музеями со схожей тематикой. В сотрудничестве с музеями с несхожими тематиками музеи заинтересованы и не заинтересованы практически в равной степени (43% и 37% соответственно). При этом также стоит отметить, что 95% респондентов отрицательно ответили на утверждение об отсутствии необходимости взаимодействия с музеями-участниками Ассамблеи. Стоит также отметить, что готовы сотрудничать со всеми музеями те, кто оценивают свой вклад в работу Ассамблеи как значительный, в то время как музеи, оценивающие свой вклад как незначительный, реже стремятся с сотрудничеству со всеми.

Формат встреч в рамках Ассамблеи:

Для понимания того, как наиболее эффективно выстроить коммуникацию с музеями-участниками, в рамках работы Ассамблеи, был задан вопрос в отношении предпочтительного формата встреч. Так, большая часть (56,7%) респондентов склоняются ко мнению, что собрания и встречи должны организовываться по мере возникновения информационного повода, а не на регулярной основе (40%). Срединный ответ выбрали 3,3% респондентов.

При этом 36,7% респондентов предпочтут дистанционный формат встреч, 35% — очный, 28,3% выбрали срединный ответ, то есть в равной степени предпочтут и онлайн, и офлайн-формат.

Стоит также отметить, что в качестве обратной связи по итогам прохождения анкеты, участники оставили ряд рекомендаций для дальнейших форматов совместной работы в рамках Ассамблеи. Так, было предложено создание сборника научных статей, организация тематических встреч ассамблеи, а также расширение контактов с участниками, в том числе через социальные сети и мессенджеры.

«Программа встреч должна быть более насыщенной с посещением большего количества культурных объектов и населенных пунктов, хотя бы 2-3 дня»

«Хочется повышения коммуникации , активизировать чат, можно создать общий канал для обмена видео и другой информации по новинкам, находкам и достижениям участников Ассамблеи»

О вовлеченности участников опроса в активную коммуникацию с коллегами и стремлении к обмену опытом свидетельствовали и отдельные комментарии к анкете:

«На прошлой неделе сотрудники нашего музея в ходе экспедиции в один из карьеров области обнаружили раковины брахиопод и фрагменты стигмарий. Для нас это важно и мы хотим этим поделиться)))»

Также музеи выражают благодарность за сотрудничество с Ассамблеей петровских музеев. Выражения благодарности, оставленные респондентами в анкете, не выделяли конкретных аспектов работы Ассамблеи, а указывали на в целом позитивные впечатления от предоставленных возможностей сотрудничества в рамках объединения.

2.4. Музейные практики групп музеев, входящих в состав участников Ассамблеи петровских музеев.

Эффективное выстраивание работы со всеми участниками Ассамблеи требует разных подходов в работе с ними, так как музеи-участники разнообразны — они обладают разным опытом музейного дела, разным количеством ресурсов для реализации проектов, разными структурными характеристиками. Детальная работа с группам участников может стать решением, которое обеспечит устойчивое развитие музейного объединения.

Так, на основании кластерного анализа анализа — метода, позволяющего классифицировать объекты в зависимости от их характеристик, было выделено три группы музеев. В число главных компонентов, определяющих внутреннюю структуру выборки вошли годовая посещаемость, количество работников, а также категория культурной значимости. Так, наиболее многочисленной группой (46,4%) является кластер 1, характеризующийся следующими значениями: музей местного значения, до 15 сотрудников, годовая посещаемость от 10 до 50 тыс человек. Следующая группа — кластер 2 (30,4%). Данная группа может быть охарактеризована как группа, объединяющая музеи регионального значения, где работает от 16 до 100 сотрудников, годовая посещаемость — от 100 до 250 тыс. человек. Кластер 3 — крупные музеи (23,2%), которые имеют статус музеев федерального значения, где работает более 250 человек, а годовая посещаемость — от 500 тыс до 1 млн человек.

Распределение организационных характеристик в трёх группах музеев

	Кластер 1 (46,7%)	**Кластер 2 (30,4%)**	**Кластер 3 (23, 2%)**
Культурное значение	музей местного значения	регионального значения	федеральные музеи
Количество сотрудников	до 15 сотрудников	от 16 до 100 сотрудников	более 250 человек
Количество посетителей в год	от 10 до 50 тыс человек	от 100 до 250 тыс. человек	от 500 тыс до 1 млн человек

Также был проведен анализ в отношении каждой группы по вопросам, задаваемым в анкете. Различия в количественном и процентном распределении представлены в Графике 13 и Таблице 2. Описание особенностей каждой группы представлено после таблицы.

Таблица 2.

	Кластер 1	**Кластер 2**	**Кластер 3**
Применение цифровых технологий			
Применение мультимедийного гида или аудиогида	27,5% (11)	40% (16)	32,5% (13)
Наличие мобильного приложения музея	21,4% (3)	35,7% (5)	42,9% (6)
Геймификация музейного опыта	44,4% (4)	33,3% (3)	22,2% (2)
3D-туры по выставкам	14,3% (2)	71,4% (10)	14,3% (2)
Организация онлайн выставок	25% (10)	30% (12)	45% (18)
Использование технологий виртуальной или дополненной реальности в выставках (VR/AR)	33,3% (5)	42,9% (9)	23,8% (7)
Использование искусственного интеллекта (AI)	0% (0)	0% (0)	0% (0)
Дополнительный сервис			
Кафе	27,6% (8)	27,6% (8)	44,8% (13)
Магазины	13,6% (3)	27,3% (6)	59,1% (13)
Кинотеатры	50% (2)	25% (1)	25% (1)
Лектории	28,6% (8)	42,9% (12)	28,6% (8)
Мастер-классы/воркшопы	31,6% (12)	31,6% (12)	36,8% (14)
На территории музея не реализуется	78,6% (11)	21,4% (3)	0% (0)

Каналы коммуникации с аудиторией			
Сайт	41% (25)	34,4% (21)	24,6% (15)
Социальные сети	43,8% (28)	32,8% (21)	23,4% (15)
E-mail рассылки	40,5% (18)	35,1% (13)	24,3% (9)
Блоги об искусстве	50% (2)	25% (1)	25% (1)
Журналы об искусстве	50% (3)	16,7% (1)	33,3% (2)
Реклама в социальных сетях	38,2% (13)	35,3% (12)	26,5% (9)
Наружная реклама	37,8% (14)	37,8% (14)	24,3% (9)
Печатные издания	50% (17)	26,5% (9)	23,5% (8)
Интернет-издания	31,8% (7)	40,9% (9)	27,3% (6)
Вневыставочные мероприятия			
Кинопоказы	56% (14)	24% (6)	20% (5)
Образовательные лекции	40,4% (21)	36,5% (19)	23,1% (12)
Мастер-классы	37,9% (22)	36,2% (21)	25,9% (15)
Создание образовательных материалов (статей, подкастов)	41,7% (15)	30,6% (11)	27,8% (10)
Научные семинары/конференции	35,8% (19)	35,8% (19)	28,3% (15)
Группы посетителей, для которых организуются мероприятия			
Для посетителей с ограниченными возможностями здоровья	41,2% (21)	33,3% (17)	25,5% (13)
Для детей	45,3% (29)	32,8% (21)	21,9% (14)
Для пенсионеров	44% (22)	32% (16)	24% (12)
Для перечисленных групп посетителей мероприятия не организуются	0% (0)	0% (0)	100% (2)

Кластер 1:

- ➔ Чаще остальных групп музеев ориентированы на реализацию и проведение мероприятий для детей, пенсионеров и посетителей с ограниченными возможностями здоровья;
- ➔ Чаще остальных групп музеев проводят широкий спектр вневыставочных мероприятий. Это может быть связано с ограниченностью экспозиционного

фонда музея и стремлением компенсации за счет предложения других досуговых практик посетителям;

- ➔ Чаще остальных групп музеев используют большой перечень каналов коммуникации, что может объясняться большей потребностью к рекламному продвижению бренда музея;
- ➔ Чаще, чем музеи кластера 2, не имеют дополнительного сервиса на территории музея;
- ➔ Чаще отмечают геймификацию музейного опыта, однако характеризуются более редким применением цифровых технологий, чем музей 2 и 3 кластеров;
- ➔ Чаще остальных групп музеев ожидают получения финансирования в рамках работы Ассамблеи;
- ➔ Чаще остальных групп музеев ожидают от вступления в Ассамблею обновления экспозиционного фонда, повышения квалификации сотрудников в ходе подготовки совместных проектов;
- ➔ Чаще, чем музеи кластера 3, согласны с утверждением о приросте аудитории, как результате вступления в Ассамблею;
- ➔ Чаще олицетворяют место пребывания Петра I или специализируются на его современниках, в отличие от кластера 3;
- ➔ Чаще сталкиваются только с финансовыми трудностями, чем с кадровыми, в отличие от музеев кластера 3;

Кластер 2:

- ➔ Чаще, чем музеи кластера 3, организуют мероприятия для детей, пенсионеров и посетителей с ограниченными возможностями здоровья;
- ➔ Чаще, чем музеи кластера 3, организуют и проводят вневыставочные мероприятия;
- ➔ Чаще, чем музеи кластера 3, используют используют большое количество каналов коммуникации, при этом чаще, чем большие и малые в том числе используют Интернет-издания;

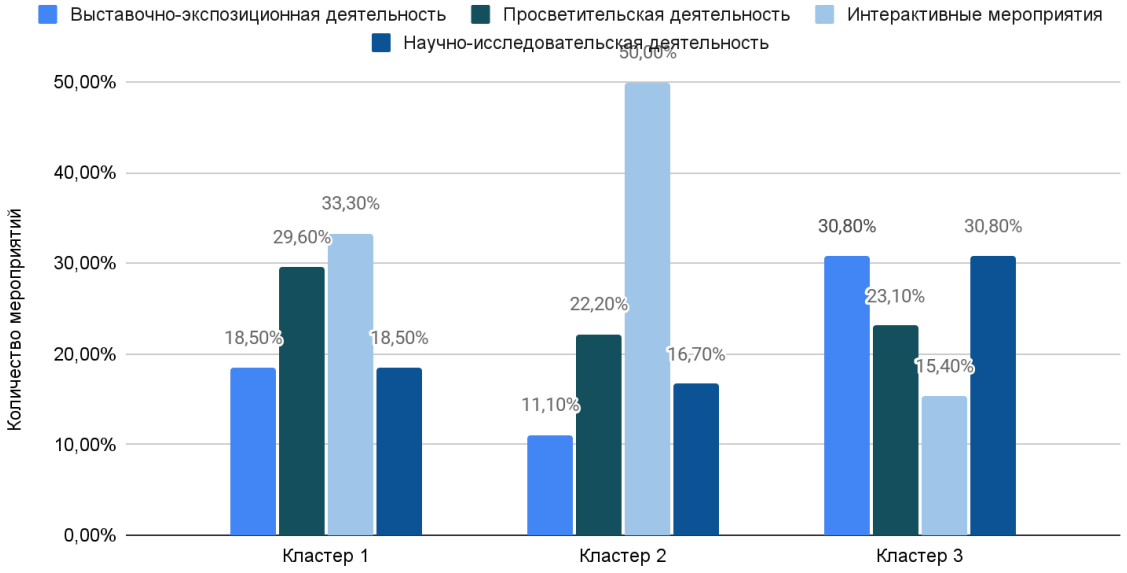
- ➔ Чаще остальных групп музеев характеризуются наличием и использованием лектория на территории музея;
- ➔ Чаще остальных групп музеев используют в экспозиционной деятельности следующие цифровые технологии: 3D-туры по выставкам, технологий виртуальной или дополненной реальности в выставках (VR/AR), применение мультимедийного или аудиогида. Данный фактор может свидетельствовать о стремлении привлечения большего числа посетителей (в чем, например, не нуждаются большие музеи), и наличия ресурсов для реализации данных инструментов, в отличие от малых музеев;
- ➔ Чаще, чем музеи кластера 3, согласны с утверждением о приросте аудитории, как результате вступления в Ассамблею;
- ➔ Чаще олицетворяют место пребывания Петра I или специализируются на его современниках, в отличие от кластера 3;
- ➔ Чаще сталкиваются только с финансовыми трудностями, чем с кадровыми, в отличие от музеев кластера 3;

Кластер 3:

- ➔ Чаще остальных групп музеев характеризуются наличием мобильного приложения музея, а также чаще проводят онлайн-выставки;
- ➔ Располагают на своей территории магазинами и кафе чаще, чем малые и средние музеи;
- ➔ Реже остальных групп музеев прибегают к использованию как наружней рекламы, так и рекламы в социальных сетях. Также реже используют сторонние каналы информирования аудитории (различные издания), в большей степени сконцентрированы на собственных каналаха коммуникации (сайт, страницы в социальных сетях);
- ➔ Реже остальных групп музеев проводят вневыставочные мероприятия;
- ➔ Реже остальных групп музеев организуют мероприятия для детей, пенсионеров и посетителей с ограниченными возможностями здоровья;

- ➔ Воспринимают членство в Ассамблее как менее значимое с точки зрения получения каких-либо выгод и ресурсов, в отличие от музеев, относящихся к кластерам 1 и 2;
- ➔ Выстраивание и укрепление партнерских отношений с музеями-участниками реже отмечается участниками данной группы как ожидание;
- ➔ Чаще сталкиваются с финансовыми и кадровыми трудностями, в отличие от 1 и 2 кластера;
- ➔ Чаще располагают экспозициями, относящимися непосредственно к личности Петра I, в отличие от 1 и 2 кластера.

График 14. В каком формате проводятся мероприятия в рамках участия в Ассамлее петровских музеев в Вашем музее?



Для дальнейшего планирования проведения мероприятий в рамках деятельности Ассамблеи также важно определить, как музеи действуют на текущем этапе работы объединения. Ответы респондентов относительно форматов проведения мероприятий в музеях в рамках работы Ассамблеи распределились следующим образом: наиболее характерными для кластера 1 и кластера 2 являются интерактивные мероприятия. Так, ровно половина музеев, относящихся к кластеру 2 выбирают такой формат для своих мероприятий. Следующим по популярности форматом для музеев как кластера 1, так и кластера 2 является просветительская деятельность, это может быть связано с наличием в музеях лекториев и ресурсов для проведения

вневыставочных мероприятий, характерных для данных групп музеев. Также наименее распространенным среди музеев данных групп форматом мероприятий выступает выставочно-экспозиционная деятельность, что может быть следствием небольшого количества экспонатов, связанных с эпохой Петра I и, с другой стороны, предпосылкой к формированию ожидания обновления экспозиционного фонда от вступления в Ассамблею.

Стоит отметить, что в музеях, относящихся к кластеру 3, наблюдается отличная от остальных групп ситуация. Так, наиболее популярные форматы мероприятий в рамках работы Ассамблеи в данных музеях — выставочно-экспозиционная (30,8%) и научно-исследовательская деятельность (30,8%). Широкое распространение именно таких форматов мероприятий в данной группе музеев может быть связано с более широким экспозиционным фондом и развитым финансированием, а также бóльшим владением экспонатами, относящимися непосредственно к личности Петра I.

ВЫВОДЫ:

О музеях:

1. Музеи, чьи сотрудники приняли участие в анкетировании, являются активно-действующими институциями, их работа направлена на реализацию широкого перечня мероприятий для разных групп людей;

2. Значимой формой проводимых мероприятий для сотрудников, принявших участие в анкетировании, являются досуговые мероприятия. Это может быть обусловлено редкостью их проведения на фоне выставочной деятельности;

3. Музеи, чьи сотрудники приняли участие в анкетировании, можно охарактеризовать как музеи с доступной средой — в своей деятельности они ориентированы на такие социальные группы как люди с ограниченными возможностями здоровья, пенсионеры, дети;

4. Музеи, чьи сотрудники приняли участие в анкетировании, имеют потенциал стать третьим местом для своих посетителей. Предпосылкой к этому является наличие широкого перечня мероприятий вневыставочных форматов у участников Ассамблеи, поскольку данные форматы потенциально могут быть источником формирования рекреационно-досуговой деятельности посетителей музеев;

5. Сотрудники, которые приняли участие в анкетировании видят ключевой аспект уникальности музея в численном и качественном составе экспозиционного фонда;

6. Несмотря на активную реализацию музеями Ассамблеи разных видов деятельности, сотрудники сталкиваются с рядом трудностей. Главные барьеры для эффективной реализации работы музеев: финансовые трудности, трудности, связанные с кадровыми вопросами.

Об Ассамблее петровских музеев:

1. Сотрудники музеев-участников Ассамблеи петровских музеев высоко оценивают возможность работы и сотрудничества в рамках данной структуры;

2. Музеи-участники заинтересованы в продолжении сотрудничества в рамках Ассамблеи — высокая оценка музеями-участниками Ассамблеи влияет на их намерение и стремление к продолжению сотрудничества;

3. Ассамблея петровских музеев рассматривается ее участниками как структура, способствующая формированию профессионального музейного сообщества;

4. Рекламное продвижение и расширение аудитории воспринимается музеями-участниками как один из результатов вступления в Ассамблею и осуществления деятельности в рамках ее работы;

5. Музеи, входящие в состав участников Ассамблеи петровских музеев неоднородны, они обладают набором уникальных характеристик, в числе которых: продолжительность работы, территориальная принадлежность, культурное значение;

6. Музеи-участники Ассамблеи представлены тремя кластерами, которые обладают характерными особенностями, предполагающими разные подходы в работе с каждым из них;

7. Оценка вклада музея в работу Ассамблеи петровских музеев связана с оценкой текущего состояния музея. Те музеи, что отмечали наличие негативных тенденций и низкое количество мероприятий, также оценивали свой вклад в работу Ассамблеи на низком уровне. И, напротив, музеи с отсутствием проблем и высоким количеством мероприятий отмечали свой высокий вклад в Ассамблею;

8. Построение эффективной системы коммуникации между музеями является главным желаемым изменением для сотрудников музеев. Сотрудники Ассамблеи Петровских музеев заинтересованы в построении коммуникации между музеями внутри Ассамблеи — наличие эффективной коммуникации способствует реализации совместных проектов и мероприятий, а также обмену положительным опытом между сотрудниками;

9. Проведение регулярных встреч по мере возникновения рабочих вопросов в смешанном формате (онлайн/офлайн) — оптимальный способ коммуникации с участниками Ассамблеи;

10. Музеи-участники располагают широким перечнем различных инструментов, применяемых и дополняющих экспозиционную деятельность, что может быть использовано для реализации проектов, в рамках работы Ассамблеи

РЕКОМЕНДАЦИИ:

1. Рассмотреть возможность развития Ассамблеи как музейного сообщества, включающего в себя разнообразные виды коммуникации между участниками, разработку устойчивого позиционирования и стратегическое планирование выставочных проектов и мероприятий;

2. Повысить интенсивность и содержательность коммуникации музеев-участников Ассамблеи, исходя из их запросов и по мере возникновения информационных поводов;

3. Ввести практику сбора предложений и пожеланий музеев-участников Ассамблеи в отношении планирования совместных мероприятий и формата их проведения. Так, основным запросом относительно желаемых изменений в сотрудничестве является организация совместных выставок проектов музеями-участникам, как в онлайн- так и офлайн форматах;

4. При реализации проектов и поддержании работы Ассамблеи учитывать индивидуальные особенности групп музеев, входящих в состав Ассамблеи, а также их потребности и ожидания от участия:

    a. Кластер 1: рекламное продвижение, расширение аудитории, финансовая поддержка для проведения мероприятий, повышение квалификации сотрудников — стремятся к расширению и улучшению работы, но сталкиваются с нехваткой собственных ресурсов;

    b. Кластер 2: рекламное продвижение, расширение аудитории — музеи из данного числа обладают ресурсами для проведения большого количества вневыставочных мероприятий, а также ресурсами для технологического оснащения выставочных проектов, однако в настоящее время нуждаются в информационной поддержке и освещении деятельности, которую осуществляют;

    c. Кластер 3: обмен опытом с другими участниками — поиск новых решений для реализации выставочной и вневыставочной деятельности.

5. Продолжить исследования в отношении работы Ассамблеи, в частности, уделить внимание организационно-сетевому анализу музейного объединения.

Это позволит построить модель взаимодействия музеев — взаимосвязи между музеями, их отношения, а также информационные потоки внутри Ассамблеи.

ПРИЛОЖЕНИЕ:

Таблица 1:

Название музея	Географическая принадлежность
Брянский государственный краеведческий музей	г. Брянск
Государственный историко-литературный музей-заповедник А.С.Пушкина	пос. Большие Вяземы
Музейный комплекс «Дом Петра I в Дербенте»	г. Дербент
Музей Мирового океана Министерства культуры Российской Федерации	г. Калининград
Краеведческий музей городского округа Клин	г/о Клин
Муниципальное учреждение культуры Егорьевский историко-художественный музей	г/о Егорьевск
Муниципальное учреждение культуры Елатомский краеведческий музей	пгт Елатьма
Таганрогский государственный литературный и историко-архитектурный музей-заповедник	г. Таганрог
Государственный музей-заповедник «Кузьминки-Люблино»	г. Москва
Тульский областной краеведческий музей	г. Тула
Выборгский объединенный музей-заповедник	г. Выборг
Центральный музей связи имени А.С. Попова	г. Санкт-Петербург
Павловский районный краеведческий музей	г. Павловск
Саратовский областной музей краеведения	г. Саратов
Краеведческий музей города Великие Луки	г. Великие Луки
Белгородский государственный историко-краеведческий музей	г. Белгород
Музейный Центр г. Сегежи	г. Сегежа
Воронежский историко-туристический центр «Петровские корабли»	г. Воронеж

Название музея	Географическая принадлежность
Историко-этнографический и архитектурный музей-заповедник «Старая Сарепта»	г. Волгоград
Государственный музей-заповедник «Сталинградская битва»	г. Волгоград
Музейный комплекс Петровского муниципального района	г. Петровск
Саратовский государственный художественный музей имени А.Н.Радищева	г. Саратов
ГБУК Самарский областной историко-краеведческий музей им. П.В. Алабина	г. Самара
Азовский историко-археологический и палеонтологический музей-заповедник	г. Азов
Государственный музей-заповедник «Куликово поле»	г. Тула
Музей-усадьба «Ботик Петра I»	Веськовский с/о, м "Ботик"
Новгородский государственный объединенный музей-заповедник	г. Великий Новгород г. Боровичи г. Валдай г. Старая Русса г. Чудово с.Кончанско-Суворовское
Кирилло-Белозерский музей-заповедник	г. Кириллов
Смоленский государственный музей-заповедник	г. Смоленск
Краеведческий музей городского округа Сызрань	г. Сызрань
Государственный Владимиро-Суздальский музей-заповедник	Владимир
Военно-медицинский музей	г. Санкт-Петербург
Нижегородский государственный историко-архитектурный музей-заповедник	г. Нижний Новгород
Каргопольский историко-архитектурный и художественный музей	г. Каргополь

Название музея	Географическая принадлежность
Московский государственный объединенный музей-заповедник	г. Москва
Музей-заповедник «Кижи»	г. Петрозаводск
Военно-исторический музей артиллерии, инженерных войск и войск связи	г. Санкт-Петербург
Касимовский историко-культурный музей-заповедник	г. Касимов
Государственный музей истории Санкт-Петербурга	г. Санкт-Петербург
Государственный музейно-выставочный центр РОСФОТО	г. Санкт-Петербург
Галерея промышленной истории	г. Петрозаводск
Старочеркасский музей-заповедник	ст-ца Старочеркасская
Санкт-Петербургский государственный музей театрального и музыкального искусства	г. Санкт-Петербург
Лыткаринский историко-краеведческий музей	г. Лыткарино
Смоленская крепость	г. Смоленск
Медвежьегорский районный музей	г. Медвежьегорск
Музей истории Кронштадта	г. Кронштадт
Александровский художественно-краеведческий музей	г. Александров
Дмитровский Историко-Этнографический Музей	г. Дмитровск
Воронежский областной краеведческий музей	г. Воронеж
Болховский краеведческий музей	г. Болхов
Новохоперский краеведческий музей	г. Новохоперск
Липецкий историко-культурный музей	г. Липецк
Музейное агентство Ленинградской области	г. Санкт-Петербург
Сергиевский историко-краеведческий музей	с. Сергиевск
Музейно-туристический центр городского округа Клин	г. Клин
Музейный Центр города Сегежи	г. Сегежа

Название музея	Географическая принадлежность
Российский Государственный музей арктики и Антарктики	г. Санкт-Петербург
Музей Природы и Человека	г. Ханты-Мансийск
Таганрогский художественный музей	г. Таганрог
Тамбовский областной краеведческий музей	г. Тамбов
Серпуховский историко-художественный музей	г. Серпухов
Санкт-Петербургский государственный университет	г. Санкт-Петербург
Северный морской музей	г. Архангельск
Государственный музей-заповедник А.С. Пушкина «Михайловское»	пгт Пушкинские Горы
Национальный музей Республики Татарстан	г. Казань
Михайловский исторический музей	г. Михайлов

Таблица 3:

Название музея	Географическая принадлежность
Научно-исследовательский музей при Российской академии художеств	г. Санкт-Петербург
Музейный комплекс Петровского муниципального района	г. Петровск
Музейное объединение «Музей Москвы»	г. Москва
Музей-заповедник «Дмитровский кремль»	г. Дмитров
Музей истории Лефортово	г. Москва
Музей истории Холмского района	г. Холм
Астраханский государственный музей-заповедник	г. Астрахань

Архангельский краеведческий музей	г. Архангельск
Борисоглебский историко-художественный музей	г. Борисоглебск
Ботанический сад Петра Великого	г. Санкт-Петербург
Бутурлиновский народный краеведческий музей	г. Бутурлиновка
Валуйский историко-художественный музей	г. Валуйки
Волгоградский областной краеведческий музей	г. Волгоград
Вологодский государственный музей-заповедник	г. Вологда
Выставочный центр «Эрмитаж-Выборг»	г. Выборг
Государственный историко-культурный музей-заповедник «Московский Кремль»	г. Москва
Государственный исторический музей	г. Москва
Государственный музей городской скульптуры	г. Санкт-Петербург
Государственный музей художественной культуры Новгородской земли	г. Великий Новгород
Государственный музей-заповедник «Царское Село»	г. Санкт-Петербург
Государственный музей-памятник «Исаакиевский собор»	г. Санкт-Петербург
Государственный Русский музей	г. Санкт-Петербург
Государственный Эрмитаж	г. Санкт-Петербург
Историко-культурный центр «Дворцовый комплекс Ольденбургских»	поселок городского типа Рамонь
Историко-мемориальный музей Демидовых	г. Тула
Калининградский музей изобразительных искусств	г. Калиниград
Липецкий областной краеведческий музей	г. Липецк

Музей «Марциальные воды»	поселок Марциальные воды
Музей «Промышленная усадьба дворян Мосоловых»	г. Дубна
Музей антропологии и этнографии имени Петра Великого (Кунсткамера)	Санкт-Петербург
Музей архитектурной художественной керамики «Керамарх»	г. Санкт-Петербург
Музей изобразительных искусств Республики Карелия	г. Петрозаводск
Национальный музей Республики Карелия	г. Петрозаводск
Музей-усадьба «Кусково»	г. Москва
Омский историко-краеведческий музей	г. Омск
Оренбургский областной музей изобразительных искусств	г. Оренбург
Острогожский историко-художественный музей имени И.Н. Крамского	г. Острогожск
Переславль-Залесский государственный историко-архитектурный и художественный музей-заповедник	г. Переславль-Залесский
Пермская государственная художественная галерея	г. Пермь
Псково-Изборский объединенный музей-заповедник	г. Псков
Сергиево-Посадский музей-заповедник	г. Сергиев Посад
Солецкий краеведческий музей	г. Сольцы
Сольвычегодский историко-художественный музей	г. Сольвычегодск
Тульский государственный музей оружия	г. Тула
Тульский музей изобразительных искусств	г. Тула
Усадьба «Лопасня-Зачатьевское»	г. Чехов
Хвалынский краеведческий музей	г. Хвалынск

Центральный военно-морской музей имени императора Петра Великого	г. Санкт-Петербург
Чаплыгинский краеведческий музей	г. Чаплыгин

Добрый день!
ГМЗ «Петергоф» совместно со студентами Социологической клиники прикладных исследований СПбГУ проводит исследование, посвященное работе Ассамблеи петровских музеев России.

Прохождение анкеты займет не более 15 минут, а Ваши ответы помогут улучшить работу Ассамблеи.

Анкетирование конфиденциальное, то есть Ваши персональные данные останутся засекреченными в общем массиве данных.

Начнём! Расскажите, пожалуйста о музее, в котором Вы работаете

Вопрос 1. Название Вашей музейной организации:

_____

Вопрос 2. В каком населенном пункте расположен музей?

_____

Вопрос 3. Какую должностную позицию Вы занимаете?
Если ваши должностные обязанности сочетают в себе более одного варианта ответа, перечислите их в варианте «Другое»

1. Руководитель
2. Куратор выставок
3. Научный сотрудник
4. Специалист по связям с общественностью
5. Экскурсовод
6. Административный персонал
7. Другое _____

Вопрос 4. В каком году основан музей?

_____

Вопрос 5. К какой категории культурной значимости относится музей?

1. Музей федерального значения
2. Музей регионального значения
3. Музей местного значения
4. Музей особо ценный объект культурного наследия
5. Музей, входящий в список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО

Вопрос 6. Сколько сотрудников работает в музее?

1. До 15 человек
2. От 16 до 100 человек
3. От 101 до 250 человек
4. Более 250 человек

Вопрос 7: Продолжите фразу: "В настоящее время музей…:"

1. Находится в состоянии полного упадка
2. Имеет ряд негативных тенденций
3. Работает без изменений
4. Имеет ряд позитивных тенденций
5. Находится в состоянии процветания

Вопрос 8. В рамках какой профильной группы музей организует свою деятельность?

1. Естественнонаучной (*к вопросу 9.1.)*
2. Исторической (*к вопросу 9.2.)*
3. Музей отдельной отрасли культуры (к вопросу 9.3)
4. Промышленной (*к вопросу 9.4*)
5. Комплексной
6. Другое _____

Вопрос 9.1 Пожалуйста, отметьте варианты совпадающие с тематическим направлением музея в естественнонаучной профильной группы:

1. Зоологический
2. Ботанический
3. Геологический
4. Другое _____

Вопрос 9.2 Пожалуйста, отметьте варианты совпадающие с тематическим направлением музея в исторической профильной группе:

1. Общеисторический
2. Военно-исторический
3. Археологический
4. Этнографический
5. Краевой

6. Другое _____

Вопрос 9.3 Пожалуйста, отметьте отрасль культуры связанную с тематическим направлением музея:

1. Художественная
2. Архитектурная
3. Литературная
4. Музыкально-театральная
5. Другое _____

Вопрос 9.4 Пожалуйста, отметьте вариант совпадающий с тематическим направлением музея в промышленной профильной группе

1. Музей торговли, промышленности и ремесел
2. Музеи техники
3. Музей предприятий
4. Другое _____

Вопрос 10. Расскажите, пожалуйста, о представленных видах музейных экспозиций:

	Да	Нет
В музее представлена постоянная экспозиция?		
В музее представлена выставка (временная экспозиция)?		

Для тех, кто выбрал выше да в постоянной

Вопрос 11. Чему посвящена постоянная экспозиция музея?

Пожалуйста, дайте краткий ответ

_____

Для тех, кто выбрал да во временной

Вопрос 12. Укажите количество выставок (временных экспозиций), представленных в музее в течение 2021 года

1. Одна
2. От двух до пяти
3. От шести до десяти
4. Более восьми

Вопрос 13. Как применяются цифровые технологии в выставочной деятельности музея?

Выберите все подходящие варианты

1. Применение мультимедийного гида или аудиогида
2. Наличие мобильного приложения музея
3. Геймификация музейного опыта
4. 3D-туры по выставкам
5. Организация онлайн выставок
6. Использование технологий виртуальной или дополненной реальности в выставках (VR/AR)
7. Использование искусственного интеллекта (AI)
8. Другое _____

Вопрос 14. Какой основной источник финансирования музейной организации?

1. Государственное бюджетирование
2. Спонсорство коммерческих организаций
3. Предпринимательская деятельность музея
4. Пожертвования или добровольная плата со стороны частных лиц

Вопрос 15. Какой дополнительный сервис реализуется на территории музейной организации?
Выберите все подходящие варианты

1. Кафе
2. Магазины
3. Кинотеатры
4. Лектории
5. Мастер-классы/воркшопы
6. На территории музея не реализуется дополнительный сервис
7. Другое _____

Вопрос 16. Какие вневыставочные мероприятия организуются музеем?
Выберите все подходящие варианты

1. Кинопоказы
2. Образовательные лекции
3. Мастер-классы
4. Создание образовательных материалов (статей, подкастов)
5. Научные семинары/конференции
6. Получение грантов и премий
7. Другое _____

Вопрос 16.1 Пожалуйста, расскажите немного о наиболее значимом для музея дополнительном мероприятии

_____

Вопрос 17. Для каких групп посетителей в музее организуются мероприятия?
Выберите все подходящие варианты

1. Для посетителей с ограниченными возможностями здоровья
2. Для детей
3. Для пенсионеров
4. Для перечисленных групп посетителей мероприятия не организуются
5. Другое_____

Вопрос 18. Какие каналы коммуникации использует музей для взаимодействия с аудиторией?
Выберите все подходящие варианты

1. Сайт
2. Социальные сети
3. E-mail рассылка
4. Блоги об искусстве
5. Журналы об искусстве
6. Реклама в социальных сетях
7. Наружная реклама
8. Печатные издания (газеты, журналы)
9. Интернет-издания
10. Другое: _____

Вопрос 19. Какая годовая посещаемость музея?

1. Менее 2 тыс. человек
2. От 2 тыс. до 10 тыс. человек
3. От 10 тыс. до 50 тыс. человек
4. От 100 тыс. до 250 тыс. человек
5. От 250 тыс. до 500 тыс. человек
6. От 500 тыс. до 1 млн. человек
7. Более 1 млн. человек
8. Затрудняюсь ответить

Вопрос 20. Выделите ключевой барьер, с которым сейчас сталкивается музей:

1. Финансовые трудности
2. Кадровые трудности
3. Правовые трудности
4. Трудности в коммуникации со властью
5. Другое: _____

Вопрос 21. Скажите, пожалуйста, в чем вам видится уникальность музея, в котором Вы работаете?

_____

Вопрос 22. Кто составляет бóльшую часть аудитории музея?

1. Туристы
2. Местные жители
3. Туристы и местные жители в равной степени
4. Другое: _____
5. Затрудняюсь ответить

Ассамблея Петровских музеев России — инициативное объединение российских музеев, занимающихся популяризацией наследия Петра Великого. Далее мы бы хотели узнать от Вас больше об опыте работы с Петровской Ассамблеей…

Вопрос 22. Какую задачу решает музей вступлением в Петровскую Ассамблею?

_____

Вопрос 23. Как Вы оцениваете вклад музея в работу Петровской Ассамблеи?

1. Значительный
2. Скорее значительный
3. Скорее не значительный
4. Незначительный

Вопрос 24. Когда Вы вступили в Ассамблею петровских музеев?

1. Весна 2021
2. Лето 2021
3. Осень 2021
4. Зима 2021-2022
5. Весна 2022

Вопрос 25. Ниже представлены возможные ожидания музеев от вступления в Петровскую Ассамблею. Расставьте в порядке, который соответствует вашим ожиданиям:

1. Расширение аудитории
2. Обновление экспозиционного фонда
3. Рекламное продвижение и повышение узнаваемости музея
4. Получение финансирования текущих и предстоящих проектов
5. Выстраивание и укрепление партнерских отношений с музеями-участниками Ассамблеи
6. Повышение квалификации сотрудников музея в ходе подготовки и организации мероприятий в рамках Ассамблеи

Вопрос 26. Как деятельность Вашего музея была связана с Петровским наследием до вступления в Ассамблею?

Выберите все подходящие варианты

1. Музей специализировался исключительно на личности Петра I
2. Музей представлял экспонаты Петровской эпохи
3. Музей олицетворял место пребывания Петра I
4. Музей специализировался на современниках Петра I (личностях петровской эпохи)
5. До вступления в Ассамблею деятельность музея не была связана с Петром I

Вопрос 27. О каких сферах, относящихся к Петровской эпохе, рассказывает музей?

Выберите все подходящие варианты

1. Экономика
2. Культура и искусство
3. Государственное управление
4. Сословная структура
5. Армия и флот
6. Внешняя политика
7. Техника и технология
8. Личная жизнь
9. Другое _____

Вопрос 28: Оцените, как изменились аспекты работы вашего музея в связи со вступлением в Петровскую Ассамблею по шкале от 1 до 5, где 1 — ничего не изменилось, 5 — сильно изменилось:

	1	**2**	**3**	**4**	**5**
Расширение аудитории					
Обновление экспозиционного фонда					
Рекламное продвижение и повышение узнаваемости музея					
Получение финансирования текущих и предстоящих проектов					
Выстраивание и укрепление партнерских отношений с					

музеями-участниками Ассамблеи					
Повышение квалификации сотрудников музея в ходе подготовки и организации мероприятий в рамках Ассамблеи					

Вопрос 29. Как Вы узнали про организацию Петровской Ассамблеи?

1. Было получено предложение о вступлении от ГМЗ «Петергоф»
2. От государственных ведомств
3. От музейного сообщества
4. СМИ и интернет-источники
5. Другое: _____

Вопрос 30: Выберите подходящий вариант ответа:

	Сколько мероприятий <u>в рамках работы Петровской Ассамблеи было проведено музеем</u>?	**Сколько мероприятий, посвященных юбилею Петра, <u>было проведено музеем самостоятельно?</u>**
Ни одного		
От одного до трех		
От четырех до шести		
От семи до десяти		
Более десяти		

Вопрос 31. В каком формате проводятся мероприятия в рамках участия в Петровской Ассамблее в Вашем музее?

1. Выставочно-экспозиционная деятельность
2. Просветительская деятельность
3. Интерактивные мероприятия
4. Научно-исследовательская деятельность

Вопрос 32. Какие мероприятия в рамках Петровской Ассамблеи Вы еще не запланировали, но представляете для себя возможным провести?

_____

Вопрос 33. Насколько Вы удовлетворены опытом коммуникации с ГМЗ «Петергоф» в рамках работы Петровской Ассамблеи?

1. Полностью удовлетворены
2. Скорее удовлетворены
3. Скорее не удовлетворены
4. Полностью не удовлетворены

Вопрос 34. Взаимодействуете ли Вы с другими музеями-участниками Петровской Ассамблеи, кроме ГМЗ «Петергоф»?

1. Да
2. Нет

Вопрос 35. Рассматриваете ли Вы возможность продолжения сотрудничества с музеями-участниками в рамках Петровской Ассамблеи?

1. Да, без изменений формата сотрудничества
2. Да, но при изменении формата сотрудничества *(фильтр)*
3. Нет *(фильтр)*

Вопрос 35.1. Для тех, кому другие условия. Что бы Вы хотели изменить в формате сотрудничества?

_____

Вопрос 35.2. Для тех, кто нет. По каким причинам Вы не рассматриваете возможность продолжения сотрудничества с музеями-участниками в рамках Петровской Ассамблеи?

_____

Вопрос 36. Оцените, насколько каждое из утверждений ниже соответствует вашим представлениям о взаимодействии вашего музея с музеями-участниками петровской Ассамблеи, кроме ГМЗ «Петергоф», по шкале от 1 до 5, где 1 — полностью не согласен(-на), 5 — полностью согласен(-на)

	1	2	3	4	5
Наш музей заинтересован в выстраивании взаимодействия с абсолютно всеми					

музеями-участниками петровской Ассамблеи					
Наш музей заинтересован в построении коммуникации с музеями-участниками, схожими с нашим по тематике					
Музею необходимо построить эффективную коммуникацию с несхожими с нашим по тематике					
На данный момент мы не видим необходимости во взаимодействии с музеями-участниками					

Вопрос 37. С музеями какого масштаба Вы бы хотели сотрудничать в рамках Петровской Ассамблеи?

1. С музеями своего региона
2. С музеями других регионов
3. И с теми, и с другими

Вопрос 38. Какие форматы коммуникации с музеями-участниками Петровской Ассамблеи для вас предпочтительны?

Собрания должны проводиться исключительно по мере необходимости	**+3**	**+2**	**+1**	**0**	**+1**	**+2**	**+3**	Собрания должны проводиться регулярно, даже если острой необходимости нет
Все собрания должны проводиться дистанционно	**+3**	**+2**	**+1**	**0**	**+1**	**+2**	**+3**	Все собрания должны проводиться очно

Перейдем к вопросам про отношение музея, в котором Вы работаете, к личности Петра 1

Вопрос 39. Как лично вы оцениваете вклад Петра I в историю России? Дайте ответ по шкале от 1 до 7, где 1 — определенно отрицательное, а 7 — определенно положительное.

Определенно отрицательно	1	2	3	4	5	6	7	Определенно положительно

Вопрос 40. Как Вы считаете, какими личностными качествами обладал Петр I? Оцените каждую позицию от 7 до 1

Жесткий	7	6	5	4	3	2	1	Мягкий
Медленный	7	6	5	4	3	2	1	Быстрый
Темный	7	6	5	4	3	2	1	Светлый
Закрытый	7	6	5	4	3	2	1	Открытый
Приятный	7	6	5	4	3	2	1	Неприятный
Хитрый	7	6	5	4	3	2	1	Бесхитростный
Сдержанный	7	6	5	4	3	2	1	Импульсивный
Замкнутый	7	6	5	4	3	2	1	Откровенный
Тактичный	7	6	5	4	3	2	1	Бестактный
Демократичный	7	6	5	4	3	2	1	Авторитарный

Вопрос 41. И напоследок, если мы забыли спросить Вас о чем-то важном, что вы бы хотели рассказать, то поделитесь с нами, пожалуйста:
Необязательный вопрос

_____

Спасибо большое за Ваши ответы!

До новых встреч на мероприятиях в рамках Петровской Ассамблеи!

Кейсы:

Каждый музей способен обладать рядом уникальных характеристик. Это вносит вклад в возникновение разнообразных форм музеальных институций. На этом основании исследовательская группа приняла решение дополнить описание музеев отдельными случаями, содержащих уникальные истории участников Ассамблеи.

Одним из первых критериев отбора кейсов из общей выборки был связан с источником финансирования, поскольку в данном вопросе большинство музеев имело государственное бюджетирование. В это же время существует небольшое количество музеев-участников, поддерживаемых пожертвованиями или частными инвестициями.

В качестве примера выступает МБУ «Дмитровский Историко-Этнографический Музей», находящийся в г. Дмитровске Орловской области. Основанный в 1977 г., музей относится к категории местного назначения. Персонал музея насчитывает до 15 человек, а годовая посещаемость не превышает 2 тысячи человек, что позволяет сделать выводы о малом размере организации музея. В выставочной деятельности не применяются цифровые технологии, а также на территории музея не реализуется дополнительный сервис. Несмотря на описанные особенности, интересным оказывается ответ респондента о том, что в данный момент музей «имеет ряд позитивных тенденций», а среди трудностей не выделяются финансовые, которые наиболее часто характерны для музеев с государственным бюджетированием. В качестве присущих уникальных черт респондент отмечает, что музей является единственным в районе и городе, что делает выставочные экспозиции, посвященные В.С.Калинникову, особенными и аутентичными.

Следующий критерий отбора кейсов — была ли связана деятельность музея с Петром I до вступления в Ассамблею петровских музеев. В качестве примера возможно описание деятельности МУК «Елатомский краеведческий музей». Музей является малой организацией местного значения с персоналом до 15 человек. В музее регулярно организуются кинопоказы, мастер-классы и воркшопы, а уникальной особенностью руководитель выделяет живой и современный характер музея, фактически являющегося культурным центром п.Елатьма Елатомского уезда с населением 3 тысячи человек. Вступлением в Ассамблею музей решает проблему популяризации территории и привлечения туристов из других регионов страны. При этом, в рамках работы Ассамблеи музеем не было проведено ни одного мероприятия, но было несколько мероприятий, посвященных юбилею Петра I, проведенных самостоятельно. В качестве

ключевого положительного изменения после вступления респондентом отмечается получение финансирования текущих и предстоящих проектов. Сам музей оценивает свой вклад в работу Ассамблеи как значительный. Продолжение взаимодействия с музеями-участниками в рамках Ассамблеи рассматривается, но при условии изменения его формата. В качестве рекомендации музей выделяет рассмотрение возможности создания курсов повышения квалификации.

«Очень хочется, чтобы был разработан курс повышения квалификации в формате стажировок, который охватывал бы большое количество Петровских музеев из различных населенных пунктов. Главное, чтобы была возможность пройти такую стажировку за счет государственного финансирования. Провинциальные музеи не все могут себе позволить оплатить обучение, проживание, билеты и питание»

При сравнительном рассмотрении было выявлено, что некоторое количество музеев оказались лидерами по количеству проведенных мероприятий, приуроченных к работе Ассамблеи петровских музеев. Так, например, ГБУК «Белгородский государственный историко-краеведческий музей» провел более 10 подобных мероприятий. Музей является объектом регионального значения и насчитывает до 100 сотрудников. Отмечается, что на текущий момент музей имеет ряд позитивных тенденций и применяет такие цифровые технологии, как мобильное приложение музея, мультимедийные гиды, онлайн выставки и дополненная реальность. Несмотря на годовую посещаемость от 100 до 250 тысяч человек, музей имеет ряд финансовых трудностей. В качестве уникальной особенности респондент выделяет фондовые коллекции музея. До вступления в Ассамблею музей олицетворял места пребывания Петра I, а вступлением в Ассамблею планировалось решить проблему расширения аудитории, что и было достигнуто наравне с обновлением экспозиционного фонда, получением дополнительного финансирования проектов, выстраиванием партнерских отношений. Вклад в работу Ассамблеи музей оценивает, как значительный.

Еще одним критерием, по которому отбирались кейсы стал канал получения информации о создании Ассамблеи — от музейного сообщества, а не от ГМЗ «Петергоф». Так, в число музеев, относящихся к данной категории, причисляется ФГУК «Музей Мирового океана» Министерства культуры Российской Федерации, работа которого посвящена истории изучения и освоения Мирового океана, истории судостроения, а также российского флота.

Музей расположен в Калининграде, основан в 1990 году, является крупной организацией, количество сотрудников которой превышает 250 человек с годовой посещаемостью более 1 млн. человек.

Музей регулярно проводит как вневыставочные мероприятия, так и временные выставки, помимо представления постоянной экспозиции. Так, в числе наиболее значимых проведенных мероприятий выделяются лекции, организуемые в рамках работы клубов: «Клуб путешественников», «Клуб друзей географии», Петровской ассамблеи, Водной Ассамблеи, а также празднование Дня селедки.

Стоит отметить и активное участие в работе Ассамблеи — музеем отмечается проведение от семи до десяти проведенных мероприятий. Задача, решаемая музеев, вступлением в Ассамблею — создание в регионе Петровского центра:

«На этой земле Петр Первый в общей сложности был 9 раз. В состав музея входят городские Фридрихсбургские ворота — единственно сохранившаяся часть Фридрихсбургской крепости. в которой русский царь совершенствовался в артиллерийском искусстве и где получил аттестат "огнестрельного мастера" в 1697 году. Задача Петровского центра — связать единым петровским маршрутом музейные объекты, усилить туристическую привлекательность региона»

В настоящее время музей полностью удовлетворен коммуникацией, в рамках работы Ассамблеи, и остается активно настроенным на продолжение работы:

«Мы постарались все запланировать и планируем все провести»