

Потапова М.В., Иевлева Н.В.

ПОТЕНЦИАЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ ХУДОЖЕСТВЕННОГО МУЗЕЯ:
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
(ПО МАТЕРИАЛАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ)

Потапова, Марина Васильевна — кандидат философских наук, независимый исследователь, Россия, Санкт-Петербург, marinnna@mail.ru; Иевлева, Наталья Викторовна — независимый исследователь, Россия, Санкт-Петербург, yevleva@yandex.ru.

Изучение потенциальной целевой аудитории музея позволяет увидеть как перспективы его развития, так и возможное изменение его традиционного значения в жизни общества. Представлен анализ результатов сравнительных социологических исследований потенциальной молодежной аудитории традиционного художественного музея — студентов вузов Санкт-Петербурга. Выявлена тенденция снижения интереса к традиционному художественному музею среди широкой студенческой аудитории, связанная с происходящими масштабными социальными процессами — переходу к информационному обществу. Высказано предположение о том, что при сохранении такой тенденции в отдаленной перспективе у традиционного художественного музея может произойти «сжатие» аудитории до достаточно узкого слоя элитарной публики.

Ключевые слова: потенциальная аудитория художественного музея, посетители музея, социология в музее, студенты в музее

POTENTIAL AUDIENCE FOR THE ART MUSEUM:
PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT
(BASED UPON SOCIOLOGICAL STUDIES)

Potapova, Marina Vasilievna—Candidate of Science in Philosophy, the Independent Researcher, Russian Federation, Saint-Petersburg, marinnna@mail.ru; Ievleva, Natalia Victorovna—the Independent Researcher, Russian Federation, Saint-Petersburg, yevleva@yandex.ru.

Studying of a potential targeted audience of art museums allows not only to assess possible avenues of their subsequent development but also permits to foresee putative changes in their traditional place in society. This paper presents the analysis of the results of comparative sociological studies of potential youth audience (students of Saint Petersburg higher educational institutions) of a traditional art museum. Results show a wanting of interest in the traditional art museum on the part of wide student public due to sweeping social processes, i.e., the shift to information society. It can be supposed that should this trend continue there might occur a substantial narrowing of the potential audience of the traditional art museum leaving it with only the core elite audience.

Key words: a potential targeted audience of art museums, audience of the traditional art museum, sociological studies of art museum, students in the museum.

В условиях культуры цифрового общества музеи, консервативные по своей природе, вынуждены отвечать на вызовы времени и изменять методы работы буквально во всех направлениях своей деятельности. Музеи активно осваивают высокотехнологические

информационные системы — занимаются оцифровкой фондов хранения и созданием электронных баз данных, обращаются к Интернет-ресурсам и современным мультимедийным технологиям при организации экспозиций и выставок. В нынешнем году создан Совет по цифровому развитию при ИКОМ России с целью оказания консультативной и методической помощи сотрудникам музеев и содействия в повышении их цифровой грамотности. Растет число научных работ, посвященных необходимости преобразования музейной деятельности для поддержания общественной значимости музея в современной культуре. Период карантина в условиях пандемии, когда музеи почти полностью закрыты для посетителей, оказался естественным экспериментом, который показал насколько активна и разнообразна по формам и тематике может быть работа музеев в онлайн режиме: виртуальные выставки и экскурсии, фильмы, прямые трансляции, интервью, материалы к памятным датам и юбилеям, викторины, игры, загадки, мастер-классы, словом, мероприятия самых разных направлений в самой современной форме. Просто триумфальное шествие экранной культуры! Работа с публикой и музейные экспонаты представлены в аудиовизуальном и динамичном виде в полном соответствии с основными ценностями культурной среды информационного общества, в котором сами материальные объекты оказываются не столь значимы в сравнении с информацией и знаниями о них.

Но при этих неизбежных изменениях каково же будущее традиционных музеев, сохраняющих и представляющих культурные ценности именно в их материальном воплощении? Не растворятся ли они в виртуальном пространстве? Какова судьба художественных музеев, изобразительного искусства? Высказываются мнения о том, что технологический прогресс позволит качественно воспроизводить художественные произведения, ничуть не утрачивая при этом уникальность оригинала.

Очевидно, будущее музеев зависит от будущих посетителей, от их интересов и потребности прийти в тот или иной музей, потому что не существует музея без публики. В известной мере публика создает музей, но не музей публику. Иначе говоря, если есть общественная потребность в той культурной нише, которую представляет музей, то этот музей будет востребован.

Однако вопросы и возникающие при этом проблемы преобразования музеев в условиях информационного общества относятся почти исключительно к использованию информационных технологий и практически не касаются изучения посетителей, т.е. тех людей, которые собственно и составляют это общество.

Между тем принципы новой организации социальных и культурных процессов в информационном обществе (виртуальность, плюрализм, сетевое взаимодействие) кардинально меняют способ бытия человека в мире и вызывают к жизни новые ценности, новое мировоззрение, новый тип личности.

Стратегия развития музея должна учитывать ценности своей целевой аудитории. Каждый работающий музей имеет свою аудиторию и, соответственно, разные музеи имеют разную естественную целевую аудиторию, т.е. аудиторию тех посетителей, у которых есть потребность приходить в этот музей, и они приходят в него самостоятельно, по собственному желанию.

Целевая аудитория художественного музея достаточно изучена. Результаты фундаментального исследования этой аудитории французского социолога П. Бурдьё¹, проведенного уже более полувека тому назад и изложенные в книге «Любовь к искусству», никак не

¹ Bourdieu P., Darbel A. L'amour de l'art: Les musées d'art européens et leur public. Paris, 1969. 251 p.

опровергнуты, напротив, подтверждены последующими исследованиями как за рубежом, так и в России.

На протяжении многих лет социологические исследования публики регулярно проводились в Русском музее². Среди работ последних лет — проведен сравнительный анализ социально-демографического профиля музейной аудитории и социальной структуры российского общества³. Отдельные исследования проводились и в других крупнейших музеях (Эрмитаже, Третьяковской галерее).

Данные, полученные в разное время, аналогичны, и со всей очевидностью убеждают в том, что естественная целевая аудитория художественного музея — это в основном достаточно обеспеченные люди, обладающие относительно высокими социальным статусом, уровнем культуры и образования. Это означает, что интерес к искусству в большей степени характерен для людей с высоким уровнем образования, социальной ответственности и активности.

Подавляющее большинство посетителей художественного музея имеют высшее и неоконченное высшее образование, т.е. могут быть отнесены к привилегированному слою цифрового общества, в котором сейчас крайне возрастает ценность высшего образования, поскольку знания и информация являются основой его организации. Каким будет следующее поколение этого социального слоя, людей, которые рождены в цифровую эпоху и выросли, используя информационно-коммуникационные технологии в своей повседневной жизни? Каково будет их отношение к искусству, к художественному музею? Очевидно, что в настоящее время это люди, которые еще только получают высшее образование, т.е. студенты вузов.

В Государственном Русском музее неоднократно проводились социологические исследования студентов вузов Санкт-Петербурга с целью выяснения их отношения к искусству и музею. Последнее исследование по репрезентативной выборке вузов разного профиля проведено в 2018 г.⁴

Сбор данных проводился методом анкетного опроса.

Полученные результаты показали, что более или менее устойчивый интерес к искусству, представленному в художественных музеях, галереях и выставочных залах, имеют не более 15–20 % студентов. При этом 30–40 % студентов демонстрируют ситуативное поведение (случайный, эпизодический интерес), и это дает основание полагать, что они могут считаться потенциальной аудиторией, которую возможно заинтересовать и привлечь в художественный музей. Остальные 30–40 % молодых людей не проявили никакой заметной заинтересованности.

В социологии давно известным фактом является то, что среди интересов студенческой молодежи в сфере художественной культуры изобразительное искусство занимает последнее место после музыки, кино, литературы и театра. Учитывая это обстоятельство, полученные результаты недавнего опроса не выглядят неожиданными.

² *Иевлева Н.В., Потапова М.В.* Музей и публика. СПб., 2014.

³ *Потапова М.В., Иевлева Н.В.* Востребованность художественного музея среди населения страны // Музей. Памятник. Наследие. 2018. № 1 (3). С. 23–33.

⁴ Выборка отразила основное процентное соотношение профессиональных профилей среди студентов города по четырем основным направлениям:

- технический и технологический профиль образования — 38,0 %;
- гуманитарный профиль — 29,0 %;
- экономический профиль — 23,0 %;
- естественнонаучный профиль — 10,0 %.

Однако неутешительна картина данных по посещаемости музеев, полученных в исследованиях, проводимых в разные годы среди студентов города по аналогичным методикам и потому сопоставимых⁵. В последние десятилетия посещаемость петербургскими студентами крупнейших музеев страны—Эрмитажа и Русского музея—неуклонно падает.

Таблица 1

**Ответы на вопрос «Бываете ли Вы в художественных музеях?»
по результатам четырех опросов студентов Санкт-Петербурга в разные годы
(% от всей выборки)**

Музей	1995 г.	2000 г.	2011 г.	2018 г.
<i>Эрмитаж</i>				
Не был(а)	2,0	2,0	6,0	7,0
Был(а) один раз	7,5	4,0	16,0	19,0
Был(а) несколько раз	88,5	93,0	78,0	73,0
Нет ответа	2,0	1,0	—	1,0
<i>Русский музей</i>				
Не был(а)	4,0	8,0	19,0	25,0
Был(а) один раз	15,0	17,0	21,0	29,0
Был(а) несколько раз	78,0	71,0	60,0	44,0
Нет ответа	3,0	4,0	—	2,0

Ниже представлены для наглядности в виде графика данные из таблицы по посещаемости Русского музея по результатам исследований за четыре года.

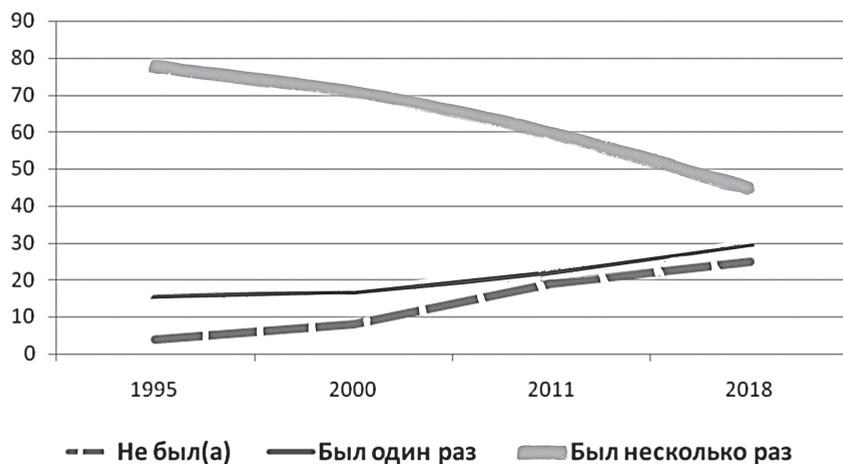


Рис. 1 Посещаемость Русского музея
по результатам исследований за четыре года

Приведенные данные весьма красноречиво свидетельствуют о постепенном угасании интереса широкой студенческой молодежи к искусству и, соответственно, художественному

⁵ Ведомственный архив Государственного Русского музея. Ф. ГРМ (1). Оп. ОСПИ. ВХ в фонде ведомственного архива. «Художественный музей и студенты. Опрос студентов в 10 вузах СПб об отношении к художественной культуре», 2018. 11 л.

музею. Так, увеличивается число тех, кто никогда не был в Русском музее. Возрастает количество тех, кто был там всего один раз за счет заметного снижения (с 78 % до 44 %) побывавших в нем несколько раз. По Эрмитажу тренд изменения посещаемости также отмечен, хотя и не такой яркий: немного увеличилось число тех, кто в нем не бывал, заметно возросло тех, кто побывал всего один раз (с 7,5 до 19 %) за счет снижения числа тех ребят, которые посетили его несколько раз (с 88 % в 1995 г. до 73 % в 2018 г.).

Но что же говорят сами студенты? В анкету были включены открытые вопросы, позволяющие выразить свое мнение в свободной форме.

Большинство студентов признают и отмечают важность Эрмитажа и Русского музея в отечественной культуре. Для молодых людей эти музеи являются, прежде всего, ценностью исторической, в них можно получить как знания, так и непосредственные впечатления об историческом прошлом, погрузиться в мир истории, расширить свой кругозор. Меньше высказываний о том, что художественный музей—это культурный центр, где можно насладиться искусством, просто хорошо провести время и отдохнуть.

Лишь около 9 % студентов отметили, что Русский музей актуален и необходим для современной молодежи. Ценности истории, истории искусства, хотя и уважаемые, не являются приоритетными в студенческой среде, а музей—это прошлое, которое сейчас не актуально в их жизни, и ведущий бренд Русского музея и Эрмитажа—«история, классика, традиции», видимо, сам по себе не привлекает.

Крайняя степень такого отношения современных студентов к традиционному музею выражена в негативных оценках,—их немного, около 7 %, но они достаточно выразительны: «это уже история», «стагнация», Русский музей «устарел», «место, в которое молодежь ходит исключительно в составе школьных/вузовских экскурсий». Эрмитаж «интересен, но атмосфера напоминает кладбище», «переполненный китайцами и неудобный для вдумчивого посещения музеем», «первый час еще интересен, а потом скучно и хочется уйти поскорее», «недостаточно интерактивен» и т.п.

Среди всей студенческой аудитории совсем небольшая группа молодых людей (13 %) продемонстрировала интерес к истории и классическому искусству⁶, их ответы на вопросы анкеты показали хорошее знание Эрмитажа и Русского музея, они регулярно бывают в этих музеях, а также в других выставочных залах и галереях. Многие из них в детстве посещали художественные кружки или художественную школу. В сфере их интересов не только классическое искусство, но и классическая музыка, литература, театр. Эту группу составляют в основном студенты-гуманитарии, преимущественно девушки, которые родились и выросли в Санкт-Петербурге.

Примечательно, что в предыдущем опросе 2011 г. было выявлено ровно такое же количество студентов, заинтересованных в посещении Эрмитажа и Русского музея—именно 13 %. Доля верных почитателей изобразительного искусства в студенческой среде остается в последние годы постоянной, в то время как в целом, в широкой аудитории студентов наблюдается тенденция снижения интереса к искусству и к художественному музею.

По сравнению с предыдущим опросом стало значительно больше тех, кто вообще не ответил на открытые вопросы анкеты об Эрмитаже и Русском музее. Количество таких не-ответов повысилось весьма существенно с 25–30 % в 2011 г. до 40–45 % в 2018 г. Эта впечатляющая разница является важным показателем возрастания числа молодых людей,

⁶ Тут стоит отметить, что в опросе не принимали участие студенты профильных художественных вузов.

которые не хотят отвечать или не знают, что ответить, которым эти музеи мало знакомы или вовсе незнакомы, иначе говоря, их отношение или равнодушное, или отрицательное.

Вместе с тем данные опроса 2018 г. показали, что известную конкуренцию традиционному музею среди студенческой молодежи, интересующейся искусством, представляют галереи и выставочные залы современного искусства.

В анкете студентов просили вспомнить и отметить последнее посещение какого-либо музея или выставки примерно в течение года. Почти половина—45 %—не смогли этого сделать, 55 % назвали какую-либо выставку или музей, которое они посетили. Оказалось, что выставки современного искусства посетили большее число студентов, чем Эрмитаж и Русский музей.

Выставки современного искусства посетили 12,6 % всех студентов (22,6 % от числа тех, кто ответил на этот вопрос), Эрмитаж—11,2 % (20 % от числа тех, кто ответил на этот вопрос), Русский музей—8,4 % (15 % от числа тех, кто ответил на этот вопрос).

Среди выставок современного искусства студенты чаще всего посещали галерею «Эрарта», а также ЦВЗ «Манеж», Люмьер-Холл, Музей Фаберже.

Полученные данные не вызывают удивления, по результатам социологических исследований, проводимых в разное время и в разных музеях, одной из особенностей публики на выставках современного искусства является высокая доля молодежи⁷. Современное искусство привлекает молодых, оно чрезвычайно разнообразно и вплетено в текущую жизнь. В отличие от традиционного искусства оно может быть игровым, ироничным, часто непривычным и непредсказуемым, может вызывать недоумение и вопросы, оно вовлекает зрителя в художественную реальность (перформансы, инсталляции, акции), делает его соучастником художественного события. К тому же, в современном искусстве становится все больше цифровых и мультимедийных объектов, более понятных и интересных для современных молодых людей—активных пользователей интернета.

Всеобъемлющий виртуальный мир интернета, который предлагает разнообразные способы проведения досуга и предоставляет широкие возможности получения богатой текстовой и визуальной информации по искусству, сказывается и на актуальных практиках посещения художественных музеев.

В анкете задавались вопросы о восприятии студентами размещенных в интернете произведениях искусства. Суждения молодых людей о виртуальном мире и музее весьма информативны: 21 % (каждый пятый), считает, что—«искусство уже существует и развивается в виртуальном мире, реальные произведения в реальном музее—это уже история». В опросе 2011 г. такое мнение высказывали лишь 8 % студентов.

Стремительное развитие интернета в последние годы, увлеченность динамичной, яркой жизнью в виртуальном мире, очевидно, способствуют снижению интереса молодежи к традиционному художественному музею, к подлинности и реальности художественного предмета, равно как и к художественному наследию в других видах искусства.

В анкете студентов просили отметить несколько своих любимых произведений или авторов в области кино, литературы, музыки. В сравнении с опросом 2011 г. получено значительно меньше ответов на эти вопросы, т.е. меньшее количество студентов смогли назвать свои конкретные предпочтения по всем предложенным пунктам, а названные предпочтения были менее разнообразны. Приведем некоторые данные.

⁷ См.: *Иевлева Н.В., Потапова М.В.* Музей и публика; «Что-то новое и необычное»: аудитория современного искусства в крупных городах России». Екатеринбург, 2018.

Таблица 2

**Сравнительные данные количества ответов на вопрос
«Напишите, пожалуйста, несколько Ваших любимых произведений и авторов
в этих видах искусства (если есть такие произведения или авторы)»
по результатам двух опросов студентов Санкт-Петербурга (% от всей выборки)**

Варианты ответов	2011 г.	2018 г.
<i>Кино</i>		
Отечественное	25,8	17,8
Зарубежное	48,4	39,7
<i>Литература</i>		
Отечественная	65,0	51,7
Зарубежная	51,6	46,6
<i>Музыка</i>		
Русская классика филармоническая	11,8	7,1
Отечественная нефилармоническая	12,6	11,2
Зарубежная классика филармоническая	30,5	17,7
Зарубежная нефилармоническая музыка	30,8	13,0

Разница в количестве названных предпочтений весьма внушительна, и эти простые статистические данные наводят на тревожные размышления о тенденции снижения уровня культурного развития учащейся молодежи. Разумеется, эта проблема требует специального исследования, но несомненные истоки ее видятся в происходящих в обществе социальных трансформациях, коснувшихся самым существенным образом системы среднего и высшего образования.

Реформа высшего образования ориентирована на получение студентами узкопрофессиональных умений и знаний. Новые федеральные стандарты высшего образования заменили понятия «образование» и «воспитание» понятием «компетенции». Во всех негуманитарных вузах существенно сокращены гуманитарные дисциплины, сокращено количество лекционных занятий в пользу возросшего объема самостоятельной работы студентов.

По существу, происходит отрыв образования негуманитарного профиля от гуманитарного знания. Эта ситуация отражена в результатах опроса 2018 г. Студенты, которые не проявили сколь-нибудь заметного интереса к искусству, художественному музею и к любым художественным выставкам, обучаются преимущественно в технических и иных вузах негуманитарного профиля. Они меньше интересуются литературой, театром, классической музыкой.

Заинтересованные в посещении художественных музеев и галерей студенты проявляют разносторонний интерес и в других видах искусства, они ходят в театры и на концерты, ценят художественную литературу, и вообще демонстрируют большую осведомленность в сфере художественной культуры по сравнению с другими группами студентов.

Заинтересованной молодежи больше всего в группе с гуманитарным образованием. В других группах тоже есть такие люди, но их намного меньше.

Казалось бы, что различия, связанные с профилем образования, вполне ожидаемы, люди, чья профессия не связана с художественной культурой, меньше ей и интересуются. Однако, все проведенные опросы свидетельствуют о том, что большая часть

публики художественного музея—посетители, имеющие негуманитарное образование. Большая часть вузов Санкт-Петербурга—негуманитарные вузы. Поэтому система образования в вузах, ограничивающая гуманитарное знание, способствует ослаблению интереса широкой студенческой аудитории к искусству и художественному музею и является для музея тревожным симптомом.

Вполне ожидаемы возражения сотрудников крупных художественных музеев, в которых доля молодежи среди посетителей в последние годы довольно представительна и не вызывает у них тревоги. Хотя в региональных музеях ситуация совсем иная, но, к примеру, на основной экспозиции Русского музея эта доля составляет около 20 %⁸. К тому же и в Русском музее, и в Эрмитаже успешно работают студенческие клубы, и количество желающих заниматься в них не сокращается.

В действительности опросы студенческой молодежи Санкт-Петербурга показывают, что доля студентов, заинтересованных в посещении традиционного художественного музея, в последнее десятилетие остается неизменной—13 %, тогда как в широкой студенческой среде наблюдается явная тенденция угасания этого интереса. Происходящие в обществе социальные процессы убеждают в том, что эта тенденция будет усиливаться, и тогда, вероятно, художественные музеи станут посещать преимущественно элитарная публика, и они в еще большей мере превратятся в институты социального неравенства, т.е. встанут на путь, ведущий к началу своего развития, когда широкой популярности среди населения эти учреждения еще не имели.

Список литературы

Иевлева Н.В., Потанова М.В. Музей и публика. СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена, 2014. 270 с.

Козиев В.Н. Школьники, учителя, студенты в Государственном Русском музее (результаты социологических опросов) // Художественный музей в образовательном процессе. СПб.: Специальная литература, 1998. С. 95–126.

Потанова М.В., Иевлева Н.В. Востребованность художественного музея среди населения страны // Музей. Памятник. Наследие. 2018. № 1 (3). С. 23–33.

«Что-то новое и необычное»: аудитория современного искусства в крупных городах России». Екатеринбург: Екатеринбургская академия современного искусства, 2018. 400 с.

Bourdieu P., Darbel A. L'amour de l'art: Les muses d'art europens et leur public. Paris: Ed. de Minuit, 1969. 251 p.

References

Bourdieu, P., Darbel, A. *L'amour de l'art: Les muses d'art europens et leur public*. Paris: Ed. de Minuit, 1969. 251 p. (in Fr.).

Ievleva, N.V., Potanova, M.V. *Muzej i publika* [Museum and public]. Saint-Petersburg: RGPU im. A.I. Gercena Publ., 2014. 270 p. (In Rus.).

Koziev, V.N. Shkolniki, uchitelja, studenty v Gosudarstvennom Russkom muzee (rezultaty sociologicheskikh oprosov) [A schoolchildren, teachers, students in the State Russian museum (results of sociological surveys)], in *Hudozhestvenny muzej v obrazovatelnom prozesse*. Saint-Petersburg: Specialnaya literatura Press, 1998. P. 95–126. (In Rus.).

⁸ *Козиев В.Н.* Школьники, учителя, студенты в Государственном Русском музее (результаты социологических опросов) // Художественный музей в образовательном процессе. СПб., 1998. С. 95–126.

Potapova, M.V., Ievleva, N.V., Vostrebovannost chudoshestvennogo muzeja sredi nasele-nija strany [Relevance of art museum for contemporary Russian population], in *Muzey. Pami-atnic. Nasledie*. 2018. Vol. 1 (3). P. 23–33. (In Rus.).

«*Chto-to novoe i neobychoe*»: auditorija sovremennogo iskusstva v krupnyh gorodah Ros-sii [“Something new and bizzare”: the audience of contemporary art in the big Russian cit-ies]. Ekaterinburg: Ekaterinburgskaya akademia sovremennogo iskusstva Press, 2018. 400 p. (In Rus.).