

# МУЗЕЇ ХАРКОВА І ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

*звіт за результатами соціологічного дослідження*

**ХАРКІВ • 2017**

## ЗМІСТ

---

	<i>Стор.</i>
Інформація про дослідження	3
Соціально-демографічні характеристики опитаних	4
Розділ 1. Вільний час	7
Розділ 2. Відвідування музеїв	12
Розділ 3. Джерела інформації про музеї	17
Розділ 4. Додаткові послуги	19
Розділ 5. Зворотній зв'язок	22
Розділ 6. Бажані навички персоналу музеїв	24
Розділ 7. Поінформованість щодо заходів у харківських музеях	26
Розділ 8. Привабливість харківських музеїв	27

## ІНФОРМАЦІЯ ПРО ДОСЛІДЖЕННЯ

---

У червні-липні 2017 року оргкомітетом фестивалю ІнклюзіОН! було проведено дослідження громадської думки щодо зручності музейних просторів.

### ***Мета дослідження***

Пошук шляхів зробити музейні експозиції цікавими і доступними для харків'ян і гостей міста.

### ***Об'єкт дослідження***

Цільова аудиторія відвідувачів музеїв в місті Харкові та Харківській області.

### ***В ході дослідження вивчені і представлені:***

- Відвідування музеїв в структурі вільного часу; частота відвідування музеїв, бажані для відвідування музеї; місце музеїв у проведенні вільного часу зі своїми дітьми, частота відвідування музеїв з дітьми;
- Джерела інформації про час роботи музеїв, вартість квитків, можливості замовлення екскурсії та нові події у музеях (виставки, презентації, лекції, івенти);
- Додаткові послуги, які відвідувачі музеїв бажають отримувати;
- Зручні способи зворотнього зв'язку з музеями, можливість для відвідувачів впливати на зміст експозиції музеїв;
- Навички, якими має володіти персонал музеїв;
- Інформованість про заходи в харківських музеях, що допомагають людям з інвалідністю бути включеними до культурного життя, а також про заходи, що допомагають долучитися до культурного життя дітям.

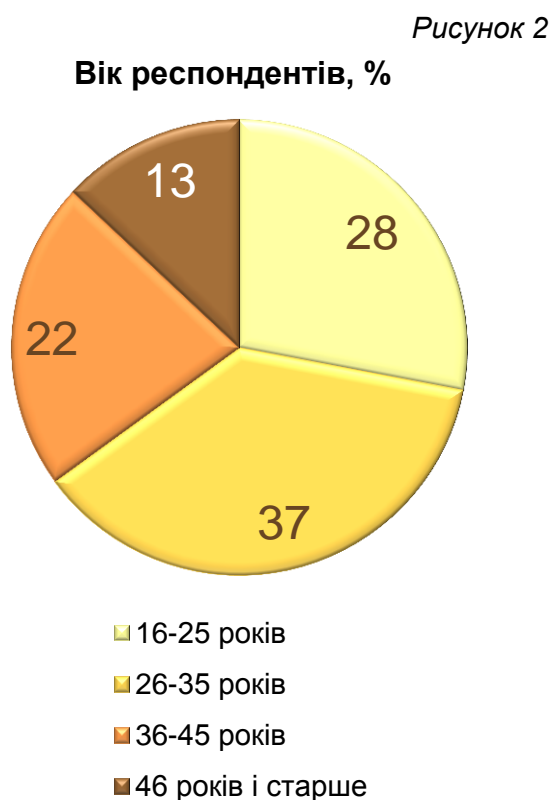
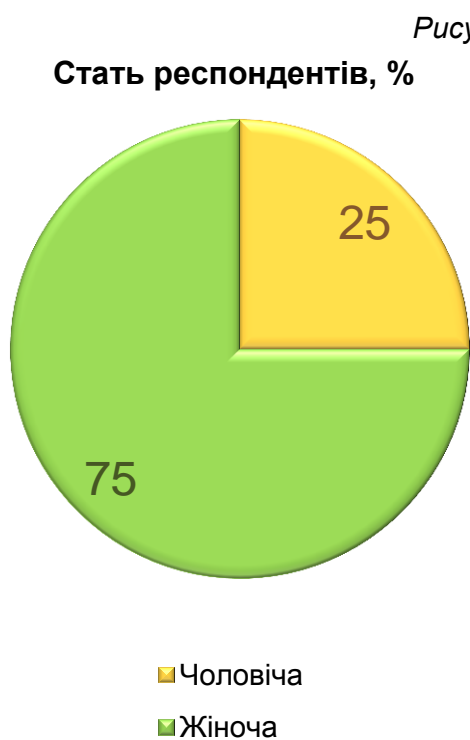
### ***Метод збору інформації***

Для реалізації поставлених завдань було використано метод стандартизованого опитування — онлайн-опитування цільової аудиторії відвідувачів музеїв з використанням платформи LimeSurvey. Всього опитано 536 респондентів.

## СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОПИТАНИХ

В ході проведення дослідження було опитано 536 респондентів. Практично всі опитані — міські мешканці (99%, причому 89% живуть в Харкові або в інших великих містах, 10% в невеликих містах або селищах міського типу). 91% опитаних — мешканці Харкова (84%) або Харківській області (7%). Решта 9% — це харків'яни, які живуть в даний час в інших областях України (Київська, Дніпропетровська, Донецька, Полтавська, Львівська, Закарпатська та ін.).

Більшість відвідувачів музеїв — жінки [Рисунок 1]. Аудиторія відвідувачів музеїв досить молода. Середній вік становить 33 роки, приблизно дві третини респондентів не молодше 22 і не старше 44 років [Рисунок 2]. Переважна більшість опитаних має вищу або незакінчену вищу освіту [Рисунок 3]. В основному відвідувачі музеїв визначають матеріальне становище своєї сім'ї досить високо (позиції «Взагалі грошей вистачає, але придбання товарів тривалого користування (телевізор, холодильник, меблі, інше) викликає труднощі» або «Забезпечені, але здійснити окремі покупки (квартира, автомобіль, інше) поки не в змозі») [Рисунок 4, Таблиця 1]. Діти у віці до 17 років є у 28% респондентів. Частіше за все опитані мають одного або двох дітей [Рисунок 5].



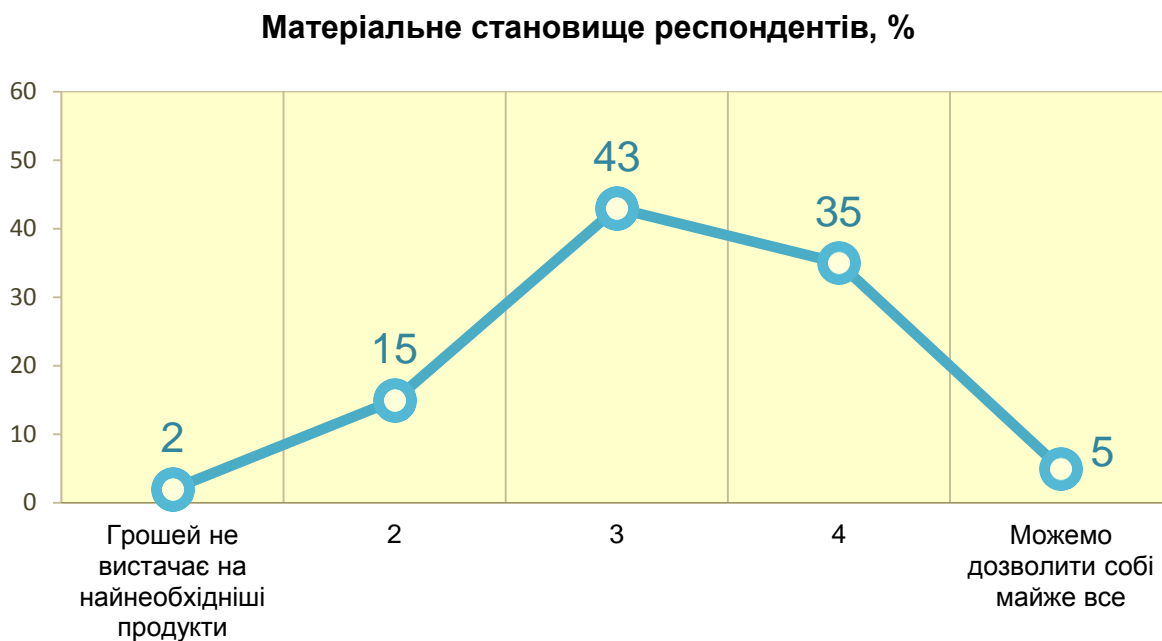
Масив: усі опитані (n=536)

Рисунок 3



Масив: усі опитані (n=536)

Рисунок 4



Масив: усі опитані (n=536)

Для зручного порівняння та аналізу респонденти згруповані на основі даних про матеріальний стан своєї родини так, як показано в Таблиці 1.

Таблиця 1

**Перекодування варіантів відповідей на питання  
«Як би ви оцінили теперішній матеріальний стан вашої родини?»**

Варіанти відповідей на питання: ЯК БИ ВИ ОЦІНИЛИ ТЕПЕРІШНІЙ МАТЕРІАЛЬНИЙ СТАН ВАШОЇ РОДИНИ?	%	Умовне найменування груп	%
Грошей не вистачає на найнеобхідніші продукти	2	<b>Малозабезпечені</b>	17
Всі гроші витрачаються на їжу та придбання необхідних дешевих речей	15		
Взагалі грошей вистачає, але придбання товарів тривалого користування (телевізор, холодильник, меблі, інше) викликає труднощі	43	<b>Середньозабезпечені</b>	43
Забезпечені, але здійснити окремі покупки (квартира, автомобіль, інше) поки не в змозі	35	<b>Забезпечені</b>	40
Можемо дозволити собі майже все	5		

Рисунок 5

**Наявність у респондента дітей у віці до 17 років, %**



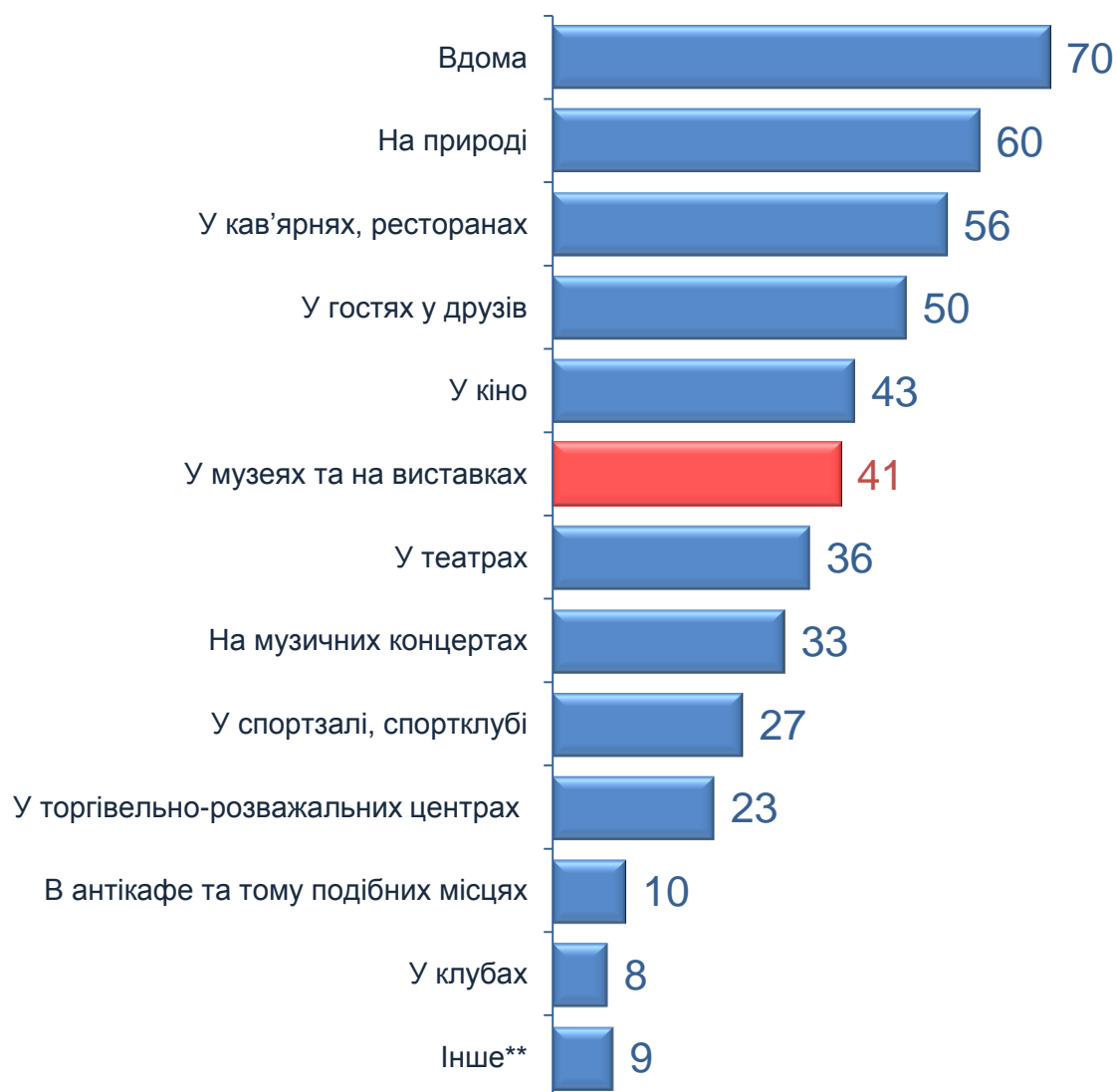
Масив: усі опитані (n=536)

## Розділ 1. ВІЛЬНИЙ ЧАС

Цільова аудиторія музеїв досить різноманітно проводить свій вільний час. Для великої частини опитаних (41%) відвідування музеїв і виставок — звичний спосіб проводити вільний час.

Рисунок 6

**«Як ви зазвичай проводите свій вільний час?», %\***



Масив: усі опитані (n=536)

\* Відповідаючи на ці запитання, можна було вибрати кілька варіантів відповіді, тому сума всіх відповідей більше 100%

\*\* Інше: прогулянки містом, мандри, спортивні заходи поза межами спортзалів та спортклубів (біг, футбол, велопоходи, тощо), у бібліотеці, волонтерство, тренінги і майстер-класи, відпочинок на дачі та ін.

Факторний аналіз показує, що можна говорити про три основні способи проводити вільний час: 1) заняття і відпочинок вдома, 2) розважальні заняття поза домом (шопінг, кафе, клуби, спорт, гості, кіно) та 3) культурні заходи (музеї, виставки, театри, концерти). На цій підставі можна стверджувати, що ті, хто часто відвідує музеї, також досить часто проводять свій вільний час в театрах або на музичних концертах.

Таблиця 2

**Факторний аналіз структури вільного часу  
потенційних відвідувачів музеїв\***

<b>«Як ви зазвичай проводите свій вільний час?»</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>
У музеях та на виставках	.794		
У театрах	.789		
На музичних концертах	.705		
У торговельно-розважальних центрах		.651	
У кав'ярнях, ресторанах		.651	
У клубах		.556	
У спортзалі, спортклубі		.544	
У гостях у друзів		.501	
У кіно		.465	
Вдома			.730

\* Достатня придатність даних для факторного аналізу (тест адекватності вибірки КМО дорівнює 0.77, тест Барлетта значущий на рівні <0.001). Факторизація методом головних компонент. Метод обертання: варимакс із нормалізацією Кайзера. Загальна пояснена дисперсія: 51.2%.



Молоде покоління (до 35 років) частіше проводить час, вибираючи розважальні заходи (шопінг, кафе, клуби, спорт, гості, кіно) або відвідуючи музичні концерти. Музеї або виставки викликають приблизно однаковий інтерес у людей різного віку [Таблиця 3].

Є помітні відмінності в структурі вільного часу тих, у кого є діти, і тих, у кого дітей немає або діти вже дорослі (старше 17 років). Опитані без дітей у віці до 17 років частіше відвідують магазини, кафе, спортзали, клуби і музичні концерти. Також опитані без дітей частіше ходять в музеї і на виставки — відмінності невеликі, але значущі (на рівні  $p < 0.01$ ). Ті, хто мають дітей, порівняно частіше ходять в театри [Рисунок 7].

Таблиця 3

**«Як ви зазвичай проводите свій вільний час?»,  
відповіді респондентів в залежності від віку, %\***

	16-25 років	26-35 років	36-45 років	46+ років
Вдома	74	69	73	63
На природі	55	66	59	57
У кав'ярнях, ресторанах	64	65	42	36
У гостях у друзів	55	54	48	31
У кіно	50	52	29	26
У музеях та на виставках	37	43	43	39
У театрах	37	35	33	44
На музичних концертах	35	38	27	25
У спортзалі, спортклубі	32	31	20	17
У торговельно-розважальних центрах	27	30	15	8
В антикафе та тому подібних місцях	13	14	7	1
У клубах	12	10	2	3
Інше	7	8	9	15

Масиви: опитані у віці 16-25 років (n=148), 26-35 років (n=198), 36-45 років (n=118), 46 років і старше (n=72)

\* Відповідаючи на ці запитання, можна було вибрати кілька варіантів відповіді, тому сума всіх відповідей більше 100%

## «Як ви зазвичай проводите свій вільний час?», %\*



Масиви: опитані, які мають дітей у віці до 17 років (n=153), опитані без дітей (n=383)

\* Відповідаючи на ці запитання, можна було вибрати кілька варіантів відповіді, тому сума всіх відповідей більше 100%

Відвідування музеїв і виставок не є найпопулярнішим, але все ж є досить поширеним заняттям для спільного проведення часу з дітьми. Половина тих, у кого є діти до 17 років, вважають, що з дітьми найкраще проводити час саме так.

Рисунок 8

**«Куди ви вважаєте за краще ходити з дітьми?», %\***



Масив: респонденти, які мають дітей у віці до 17 років (n=153)

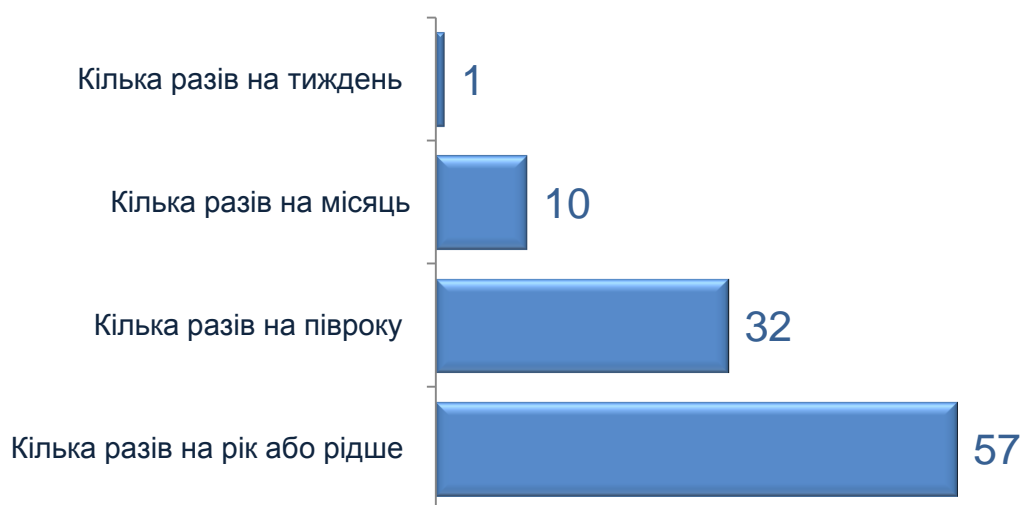
\* Відповідаючи на ці запитання, можна було вибрати кілька варіантів відповіді, тому сума всіх відповідей більше 100%

## Розділ 2. ВІДВІДУВАННЯ МУЗЕЇВ

Мало хто з опитаних відвідує музеї часто. Більшість це роблять кілька разів за півроку або рік (тобто приблизно раз в один, два або три місяці) [Рисунок 9]. Дещо частіше в музеях бувають жінки, а також ті, у кого немає дітей. Вік на частоту відвідування музеїв істотно не впливає, а ось матеріальний стан родини впливає досить помітно — малозабезпечені респонденти бувають в музеях помітно рідше [Таблиця 4, Таблиця 5]. Більшість тих, у кого є діти, відвідують музеї разом з дітьми (77%) зазвичай кілька разів на рік [Рисунок 10].

Рисунок 9

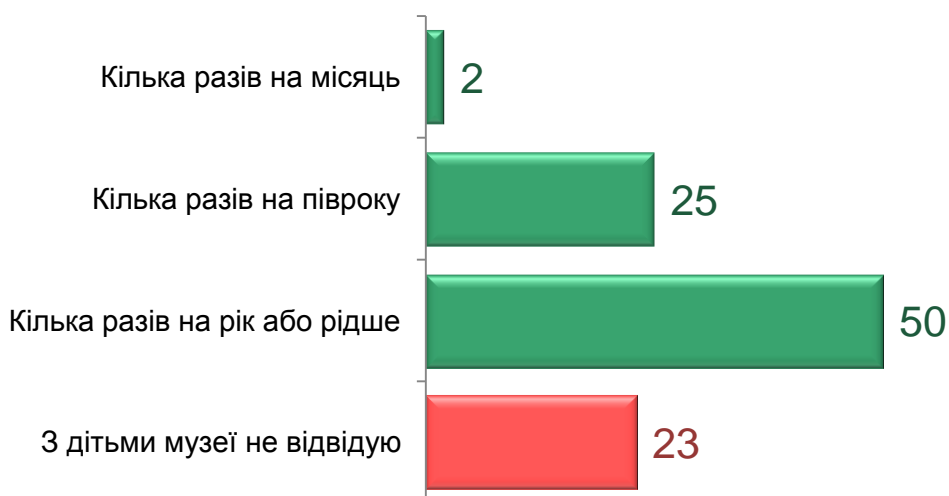
### «Як часто ви буваєте у музеях?», %\*



Масив: усі опитані, які відвідують музеї (n=531)

Рисунок 10

### «Як часто ви відвідуєте музеї з дітьми?», %



Масив: респонденти, які мають дітей у віці до 17 років (n=153)

**«Як часто ви буваєте у музеях?»,  
відповіді респондентів в залежності від статі та віку, %**

	СТАТЬ		ВІК			
	Ч	Ж	16-25 років	26-35 років	36-45 років	46+ років
Кілька разів на тиждень	2	1	1	2	1	1
Кілька разів на місяць	7	11	9	11	9	7
Кілька разів на півроку	28	33	33	33	30	31
Кілька разів на рік або рідше	63	55	57	54	60	61

Масиви: чоловіки (n=128) та жінки (n=403); опитані у віці 16-25 років (n=147), 26-35 років (n=195), 36-45 років (n=117), 46 років і старше (n=72)

**«Як часто ви буваєте у музеях?», відповіді респондентів  
в залежності від наявності дітей та матеріального становища, %**

	НАЯВНІСТЬ ДІТЕЙ		МАТЕРІАЛЬНЕ СТАНОВИЩЕ		
	Є ДІТИ У ВІЦІ ДО 17 РОКІВ	НЕМАЄ ДІТЕЙ У ВІЦІ ДО 17 РОКІВ	МАЛО-ЗАБЕЗПЕЧЕНІ	СЕРЕДНЬО-ЗАБЕЗПЕЧЕНІ	ЗАБЕЗПЕЧЕНІ
Кілька разів на тиждень	1	1	1	2	1
Кілька разів на місяць	7	11	7	9	11
Кілька разів на півроку	30	33	23	36	31
Кілька разів на рік або рідше	62	55	69	53	57

Масиви: опитані, які мають дітей у віці до 17 років (n=152), опитані, які визначають своє матеріальне становище як малозабезпечені (n=88), середньозабезпечені (n=230), забезпечені (n=213)

Більшість опитаних були в Історичному і Художньому музеї міста Харків. Багато хто відвідував Муніципальну галерею, Єрмілов центр і Музей природи. Рідше відвідуються музеї, які розташовані не в Харкові, а в інших населених пунктах Харківської області.

Рисунок 11

**«В яких музеях Харкова та Харківської області ви вже були?», %\***



Масив: усі опитані, які відвідують музеї (n=531)

\* Відповідаючи на ці запитання, можна було вибрати кілька варіантів відповіді, тому сума всіх відповідей більше 100%

\*\* Інше: музей гендерної культури, музей сексуальної культури народів світу, музей залізничного транспорту, морський музей, музей ляльок, музей прокуратури, музей релігій, музей ім. Шульженко, музей уфології, музей кофе, виставки у АВЕК, Художня галерея імені Генріха Семирадського, Бузок, Харківський Планетарій, Ландау центр, музей при психіатричній лікарні, музей сірників, галерея Come In, виставки у Lasaп, Гольфмузей, комплекси Шарівка, Натальївка та ін., музей бойового братерства у с. Соколово, тощо.

Молодь частіше за людей старшого віку буває в Єрмілов центрі. В більшості інших музеїв частіше бувають відвідувачі тридцяти -, сорокарічні або старше.

Ті, хто має дітей у віці до 17 років, порівняно частіше бувають в Музеї природи, проте рідше відвідують такі музеї як, наприклад, Єрмілов центр, Літературний музей або Сквородинівка.

Таблиця 6

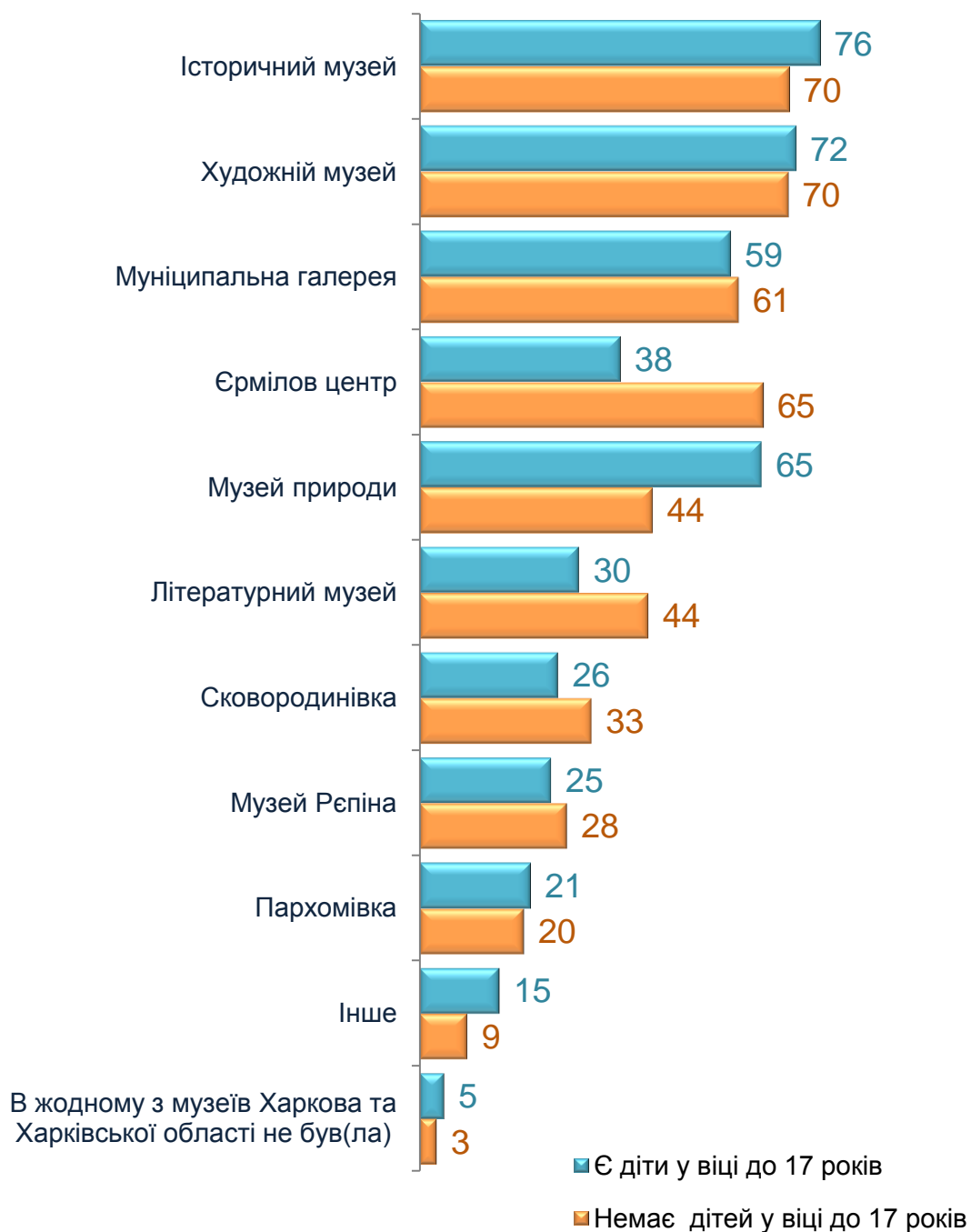
**«В яких музеях Харкова та Харківської області ви вже були?»,  
відповіді респондентів в залежності від віку, %\***

	16-25 років	26-35 років	36-45 років	46+ років
Історичний музей	64	69	80	85
Художній музей	54	74	79	81
Муніципальна галерея	44	62	67	78
Єрмілов центр	66	60	49	49
Музей природи	32	49	65	68
Літературний музей	35	44	33	49
Сквородинівка	29	33	29	33
Музей Рєпіна	23	26	28	38
Пархомівка	10	19	25	38
Інше	5	9	15	19
<i>В жодному з музеїв Харкова та Харківської області не був(ла)</i>	5	3	5	—

Масиви: опитані у віці 16-25 років (n=147), 26-35 років (n=195), 36-45 років (n=117), 46 років і старше (n=72)

\* Відповідаючи на ці запитання, можна було вибрати кілька варіантів відповіді, тому сума всіх відповідей більше 100%

**«В яких музеях Харкова та Харківської області ви вже були?»,  
відповіді респондентів в залежності від наявності дітей, %\***



Масиви: опитані, які мають дітей у віці до 17 років (n=152), опитані без дітей (n=379)

\* Відповідаючи на ці запитання, можна було вибрати кілька варіантів відповіді, тому сума всіх відповідей більше 100%



### Розділ 3. ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ ПРО МУЗЕЇ

Основним джерелом інформації про нові події у музеях (виставки, презентації, лекції, івенти) найчастіше є соціальні мережі та (або) «сарафанне радіо». Інші джерела інформації використовуються доволі рідко. Значущих відмінностей у відповідях чоловіків і жінок різного віку, різного матеріального становища, з дітьми або без дітей немає.

Рисунок 13

#### **«Як ви за звичай дізнаєтесь про нові події у музеях (виставки, презентації, лекції, івенти)?», %\***



Масив: усі опитані, які відвідують музеї (n=531)

\* Відповідаючи на ці запитання, можна було вибрати кілька варіантів відповіді, тому сума всіх відповідей більше 100%

Інформацію про музеї — про графік роботи, вартість квитків, можливість замовити екскурсію, тощо — опитані найчастіше отримують або на сайті музею, або на сторінці музею чи події в соціальних мережах. Ті ж самі джерела інформації про роботу музеїв є пріоритетними для опитаних з різними соціально-демографічними характеристиками.

Таким чином, основні джерела інформації про музеї і їх роботу знаходяться в Інтернеті. Часто потенційний відвідувач музею дізнається про цікаву подію і отримує всю необхідну інформацію виключно в соціальній мережі.

Рисунок 14

**«Звідки ви за звичай дізнаєтесь про час роботи музеїв, вартість квитків, можливості замовлення екскурсії?», %\***



Масив: усі опитані, які відвідують музеї (n=531)

\* Відповідаючи на ці запитання, можна було вибрати кілька варіантів відповіді, тому сума всіх відповідей більше 100%

## Розділ 4. ДОДАТКОВІ ПОСЛУГИ

У будь-якому музеї, на думку більшості потенційних відвідувачів, необхідна наявність туалету. Втім, як коментували деякі з респондентів: «Туалет — це не додаткова, а мінімально необхідна послуга». Багато хто погоджується зі зручністю розташування у музеї місць для відпочинку (стілець, дивани) і харчування (вода, кава, їжа), гардеробу, можливості придбати сувеніри.

Рисунок 15

**«Які додаткові послуги ви б бажали отримувати при відвідуванні музеїв», %\***



Масив: усі опитані, які відвідують музеї (n=531)

\* Відповідаючи на ці запитання, можна було вибрати кілька варіантів відповіді, тому сума всіх відповідей більше 100%

\*\* Інше: wi-fi, інтерактивність, інтерактивні експонати, «експонати, яких можна торкатись, або навіть грати ними», аудіогід, додаток для телефону, мапа музею. Умови для людей с інвалідністю: гід з навушниками для людей з вадами зору, гід-сурдоперекладач. Продаж книг, дисків, буклетів про музей та найцікавіші експонати. Розсилка з анонсом подій на місяць. Персональний екскурсовод. «Місце, де можна з'їсти свій бутерброд (як в музеях Швеції)». «Мені не вистачає інформації про експозицію, бо іноді не має можливості послухати екскурсовода. Я би скористувалася брошурою чи онлайн екскурсію». Велопарковка, тощо.

Пріоритети у всіх вікових групах розставлено приблизно однаково, але молодь (до 25 років) порівняно менш вимоглива, ніж відвідувачі музеїв старшого віку, практично у всьому, крім можливості перекусити або випити води / кави.

Таблиця 7

**«Які додаткові послуги ви б бажали отримувати при відвідуванні музеїв?»,  
відповіді респондентів в залежності від віку, %\***

	16-25 років	26-35 років	36-45 років	46+ років
Туалет	68	76	70	72
Стільці/дивани	48	53	56	58
Гардероб	40	47	48	47
Вода/кава/їжа	48	45	41	43
Сувеніри	31	48	46	35
Пандус/підйомник	23	42	31	31
Місце для активності дітей	12	43	43	26
Ліфт (якщо в музеї кілька поверхів)	24	28	26	31
Місце для сповивання дитини	10	19	15	11
Сушарка для парасольок	12	16	6	13
Інше	4	9	6	15

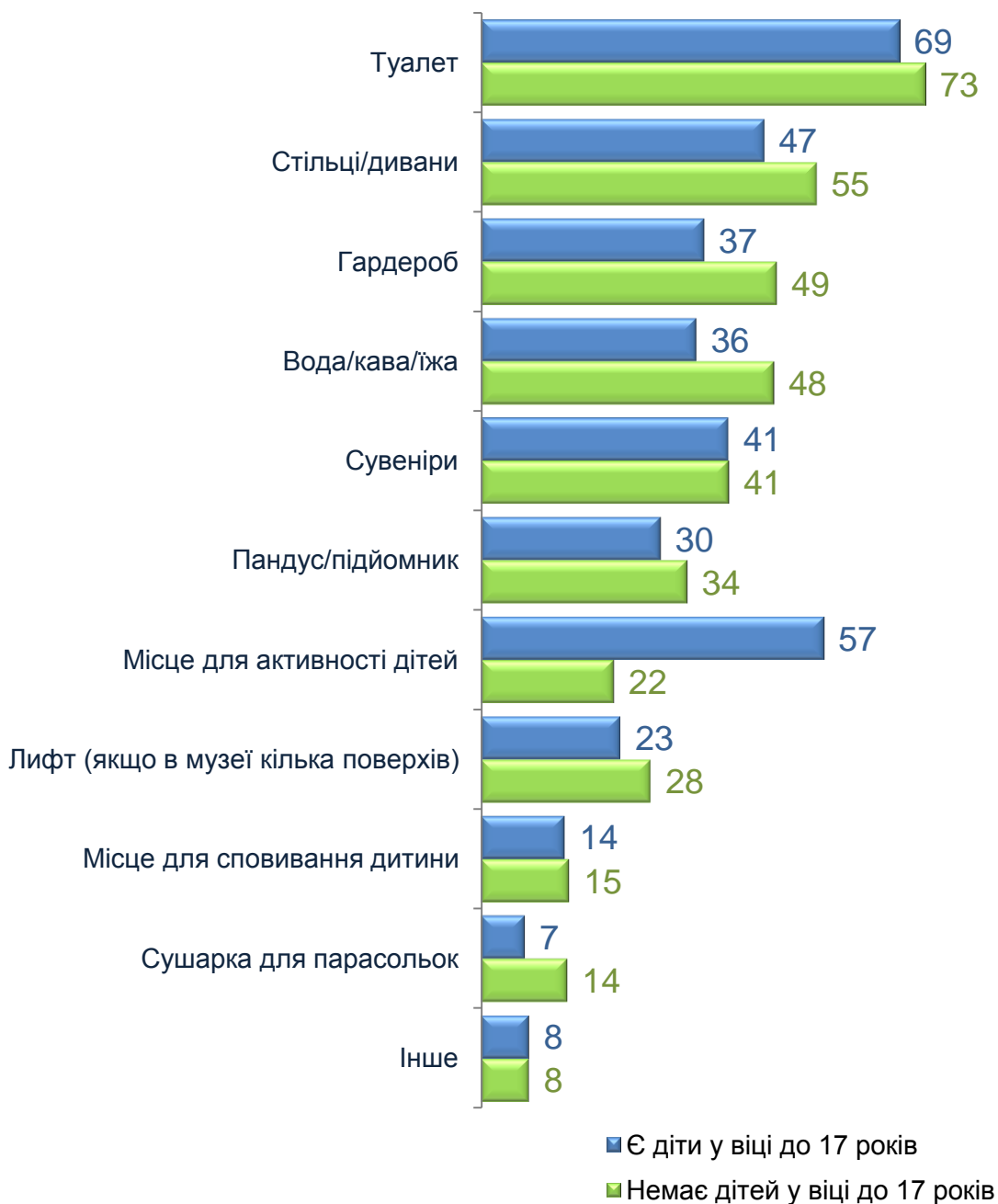
Масиви: опитані у віці 16-25 років (n=147), 26-35 років (n=195), 36-45 років (n=117), 46 років і старше (n=72)

\* Відповідаючи на ці запитання, можна було вибрати кілька варіантів відповіді, тому сума всіх відповідей більше 100%

Більшість відвідувачів музеїв, які мають дітей, хотіли б бачити в музеях місця для активності дітей. У той же час такі відвідувачі порівняно менше переймаються наявністю стільців, гардероба або можливістю придбати воду / каву / їжу.

Рисунок 16

**«Які додаткові послуги ви б бажали отримувати при відвідуванні музеїв?»,  
відповіді респондентів в залежності від наявності дітей, %\***



Масиви: опитані, які мають дітей у віці до 17 років (n=152), опитані без дітей (n=379)

\* Відповідаючи на ці запитання, можна було вибрати кілька варіантів відповіді, тому сума всіх відповідей більше 100%

## Розділ 5. ЗВОРОТНІЙ ЗВ'ЯЗОК

Відвідувачі музеїв охоче відкликаються на можливість поділитися з працівниками музеїв своїми враженнями. Більшості це більш зручно зробити в Інтернеті, залишивши коментар на сторінці музею в соціальній мережі або на сайті музею. В якості додаткових варіантів (відповіді «інше») також переважно пропонувалися варіанти електронного зворотного зв'язку.

Рисунок 17

**«У разі якщо б ви забажали поділитися із працівниками музею, який ви відвідали, своїми враженнями — подякувати або, навпаки, вказати на недоліки, як вам зручніше це зробити?», %\***



Масив: усі опитані, які відвідують музеї (n=531)

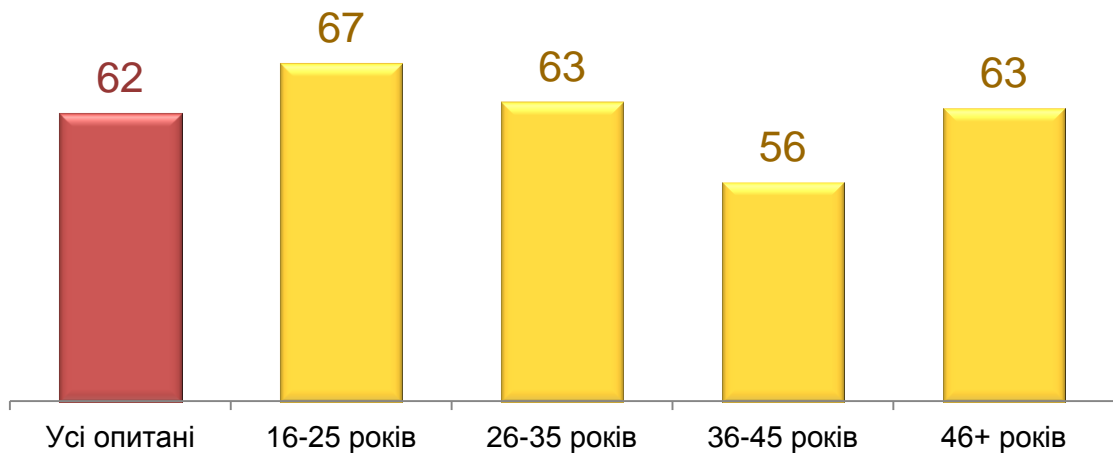
\* Відповідаючи на ці запитання, можна було вибрати кілька варіантів відповіді, тому сума всіх відповідей більше 100%

\*\* Інше: заповнити анкету або гугл-форму безпосередньо в музеї; зворотній зв'язок за допомогою додатка для смартфона; тощо.

Як приклад зворотного зв'язку відвідувачів з музеями можна розглядати можливість для відвідувачів впливати на зміст експозиції музеїв. Така можливість цікава для більшості опитаних (62%). Частіше за все це викликає інтерес у молодих (віком до 25 років) відвідувачів (67%).

Рисунок 18

**Відповіді «Так» на питання «Чи хотіли б ви мати можливість впливати на зміст експозиції музеїв?», %**



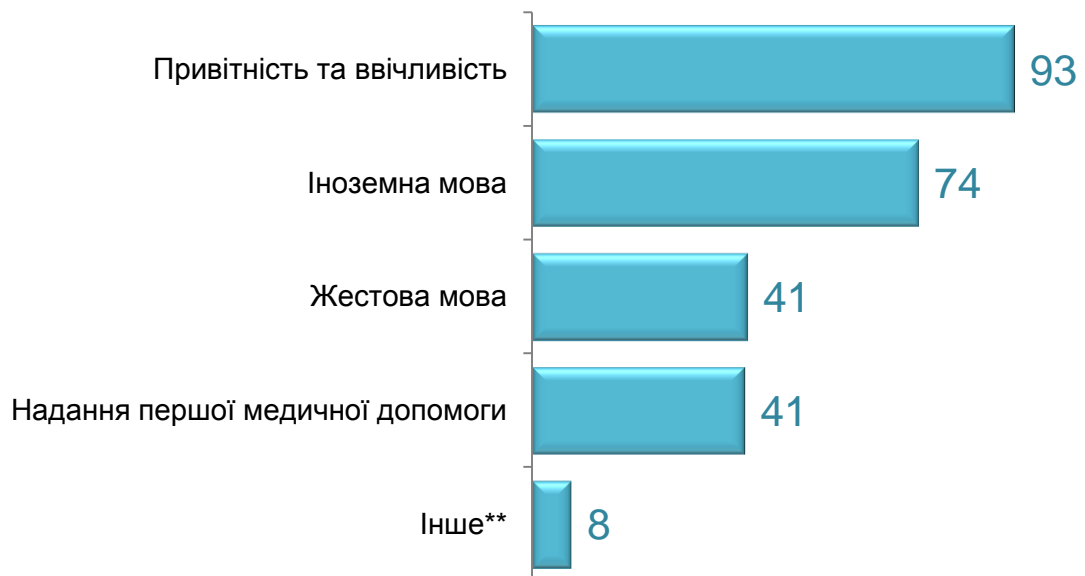
Масив: усі опитані, які відвідують музеї (n=531)

## Розділ 6. БАЖАНІ НАВИЧКИ ПЕРСОНАЛУ МУЗЕЇВ

Практично усі відвідувачі музеїв хотіли б зустрічати в музеях, перш за все, привітних і ввічливих працівників. Важливішим за інші додаткові навички є володіння іноземними мовами [Рисунок 19]. Володіння мовами є більш важливим для молодих людей. Крім того, молодь порівняно частіше погоджується з тим, що працівникам музеїв необхідно володіти навичками надання першої медичної допомоги і вміти спілкуватися мовою жестів [Таблиця 8]. Відвідувачі без дітей більш вимогливі щодо додаткових навичок працівників музеїв (крім ввічливості і привітності, які однаково важливі для всіх). У цьому опосередковано позначається вплив віку (серед молодих менше батьків) [Рисунок 20].

Рисунок 19

**«Якими навичками, на вашу думку, має володіти персонал музеїв?», %\***



Масив: усі опитані (n=536)

\* Відповідаючи на ці запитання, можна було вибрати кілька варіантів відповіді, тому сума всіх відповідей більше 100%

\*\* Інше: Компетентність (знання експозиції, профільна освіта, обізнаність, ерудиція, риторика). Комунікативні навички (відкритість, вміння зацікавити, «любить и гореть своей тематикой! быть в хорошем настроении», «нескучное выражение лица и нескучные экскурсии», емоційність, «ставлення до відвідувачів, як до бажаних», «вміння спілкуватись з дітьми, без гендерних та вікових стереотипів», тощо). Українська мова, «вільно переходити з української на російську і навпаки». Вільне володіння Інтернетом.



**«Якими навичками, на вашу думку, має володіти персонал музеїв?»,  
 відповіді респондентів в залежності від віку, %\***

	16-25 років	26-35 років	36-45 років	46+ років
Привітність та ввічливість	93	93	94	90
Іноземна мова	85	77	67	58
Жестова мова	48	39	36	44
Надання першої медичної допомоги	52	41	34	29
Інше	4	8	7	15

Масиви: опитані у віці 16-25 років (n=147), 26-35 років (n=195), 36-45 років (n=117), 46 років і старше (n=72)

Рисунок 20

**«Якими навичками, на вашу думку, має володіти персонал музеїв?»,  
 відповіді респондентів в залежності від наявності дітей, %\***



Масиви: опитані, які мають дітей у віці до 17 років (n=152), опитані без дітей (n=379)

\* Відповідаючи на ці запитання, можна було вибрати кілька варіантів відповіді, тому сума всіх відповідей більше 100%

## Розділ 7. ІНФОРМОВАНІСТЬ ЩОДО ЗАХОДІВ У ХАРКІВСЬКИХ МУЗЕЯХ

Про заходи у харківських музеях, що *допомагають людям з інвалідністю* бути включеними у культурне життя, знають лише 8% опитаних. Частіше за все респонденти згадували про такі заходи у Літературному музеї і Художньому музеї.\* Заходи у музеях, що *допомагають дітям* долучатися до культурного життя, є більш відомими (про це знає майже третина опитаних). Респонденти згадували дитячі заходи в багатьох харківських музеях.\*\*

Рисунок 21



Масив: усі опитані (n=536)

\* «Я знаю, в Художественном музее есть занятия (экскурсии) для людей с ментальными нарушениями». «У Художньому та Літературному музеях проводилися заходи для дітей з вадами зору». «У Літературному музеї були поетичні/літературні заходи для людей із вадами зору». «Проекти Літературного музею, спрямовані на соціалізацію незрячих людей (зокрема дітей), наприклад, фестиваль Віч-на-віч». «Проект для людей зі слабким зором у Літературному музеї». Тощо.

\*\* Шкільні екскурсії. Ландау-центр. Дитячі програми Літмузею, «тематичні виставки, інтерактивні ігри та майстер-класи (Літмузей, наприклад)», публічні читання в Літмузеї, проекти Літмузею типу «Книга», «Віч-на-віч», «Книжкова клумба», «Літмузей — різноманітні події (не вміститься все описати)». «У багатьох музеях, спорадично в муніципальній галереї як колаборація з ПлощАРТкою». «В подвале Муниципальной галереи проходит ПлощАРТка». Студія Aza Nizi Maза. Заходи від Сергія Жадана. Заходи в межах Ночі Музеїв, Ніч історії, Ніч науки. «Історичний музей — зустрічі, морський музей — доступні експонати, музей Ландау, музей ляльки у театрі ім. Афанасьєва». «Ермилов центр и Муниципалка периодически что-то подобное делают». «Дитячі виставки у художньому музеї». «Музей уфологии предлагает интереснейшие экскурсии для детей». «В художественном и историческом музее работали детские программы». «Мероприятия в АВЭКе, мир без темных красок в Муниципалке». Тощо.

## Розділ 8. ПРИВАБЛИВІСТЬ ХАРКІВСЬКИХ МУЗЕЇВ

Частіше за все харків'яни хочуть відвідати музеї, в яких найрідше бували — музеї, розташовані за межами мегаполісу. Втім, і харківські музеї є досить привабливими для відвідувачів.

Рисунок 22

### «До яких музеїв Харкова та Харківської області вам було б цікаво завітати?», %\*



Масив: усі опитані (n=536)

\* Відповідаючи на ці запитання, можна було вибрати кілька варіантів відповіді, тому сума всіх відповідей більше 100%

\*\* Інше: Шаровка, Ландау-центр, виставки Aza Nizi Maza, виставки в галереях, Музей невідкладної медичної допомоги на Полтавському шляху, Музей залізничного транспорту, Морський музей, музей керамічної плитки, музей пожежної техніки, музей ЮЖД, Генріха Семіградського, Слобожанська галерея, Гендерний музей, Музей археології та етнографії Слобідської України, Музей станції швидкої допомоги, Художньо-промисловий музей, Музей природи. «Кажуть, в університеті є цікавий музей». «Важко сказати точно. Зазвичай, хочеться йти в музей, коли там цікавий захід. Тобто приваблює поєднання експозицій (часом корисних, але не дуже захоплююче оформлених) і активності (майстер-класи, зустрічі з відомими людьми, фестивалі та ін.)».

Від 20% до 35% відвідувачів музеїв говорять, що їм цікаво було б відвідати музеї, де вони вже бували. Відвідувачі музеїв, розташованих в місті Харкові, найчастіше хочуть відвідати музеї в селі Пархомівка, в селі Сквородинівка, в місті Чугуїв (музей Рєпіна). Серед харківських музеїв найбільш привабливим для відвідувачів є Єрмілов центр.

Таблиця 9

**Привабливість музеїв Харкова і Харківської області  
для відвідувачів певних музеїв, %\***

ЦІКАВО ЗАВІТАТИ ДО НАСТУПНИХ МУЗЕЇВ	ВІДВІДУВАЧІ НАСТУПНИХ МУЗЕЇВ								
	Пархомівка	Сквородинівка	Єрмілов центр	Музей Рєпіна	Музей природи	Художній музей	Літературний музей	Муніципальна галерея	Історичний музей
Пархомівка	30	38	47	46	50	49	48	50	45
Сквородинівка	34	23	48	39	46	48	46	48	45
Єрмілов центр	46	43	35	46	42	40	41	37	39
Музей Рєпіна	36	34	41	21	36	40	38	39	39
Музей природи	37	37	38	36	29	37	39	38	37
Художній музей	41	37	36	37	37	31	39	37	34
Літературний музей	36	37	33	40	36	33	28	33	34
Муніципальна галерея	33	36	33	37	35	35	36	29	34
Історичний музей	27	31	35	36	33	31	35	32	25
Інші музеї	15	9	8	8	9	8	10	9	7
Важко сказати точно	17	19	14	12	17	18	16	18	17
<i>Число опитаних</i>	<i>107</i>	<i>164</i>	<i>306</i>	<i>144</i>	<i>267</i>	<i>375</i>	<i>211</i>	<i>320</i>	<i>383</i>