

ОТЧЕТ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Тема: Восприятие классического искусства и музейных пространств молодежью г. Москвы.

Дата проведения: Апрель 2026 г.

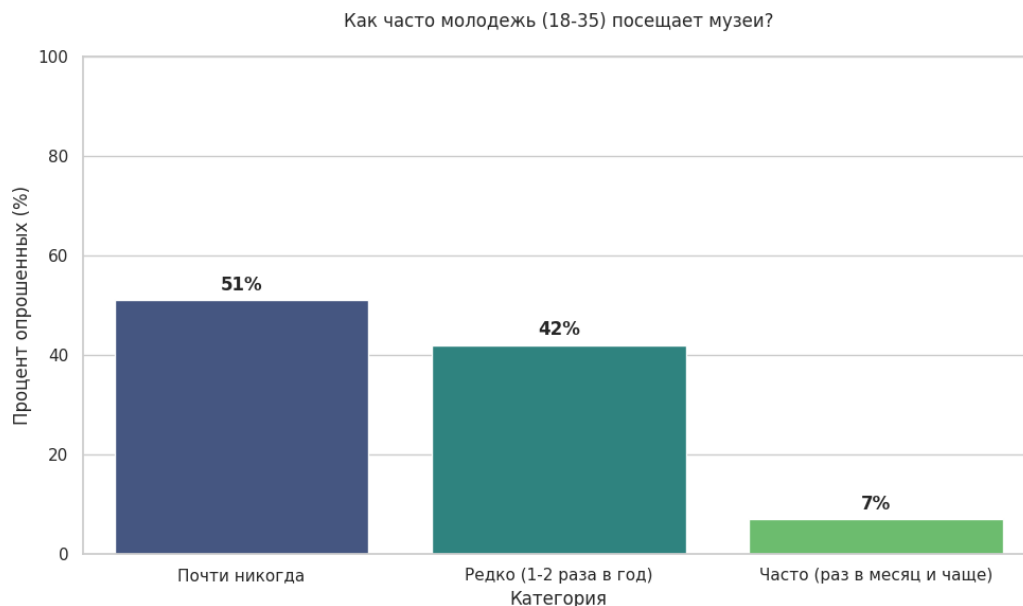
Выборка: 100 респондентов в возрасте от 18 до 35 лет.

1. Аннотация исследования

Целью данного опроса было выявление барьеров, препятствующих посещению классических художественных музеев молодежью, а также определение наиболее востребованных форматов подачи культурного контента. Исследование подтверждает гипотезу о высоком запросе на цифровизацию.

2. Ключевые показатели вовлеченности

Согласно полученным данным, традиционные институции культуры не справляются с удержанием внимания молодой аудитории: **42%** опрошенных посещают музеи редко (1-2 раза в год) или почти никогда (**51%**). Лишь **7%** респондентов являются лояльной аудиторией, посещающей выставки ежемесячно.



3. Анализ предпочтений и барьеров

При выборе формата досуга молодежь отдает предпочтение современным формам взаимодействия: **53% респондентов** выбирают альтернативные форматы: мультимедиа (**34%**), театрализованные выставки (**12%**) и иммерсивные шоу (**7%**).

Традиционный формат удерживает 47%, однако даже эта группа отмечает необходимость изменения языка коммуникации.



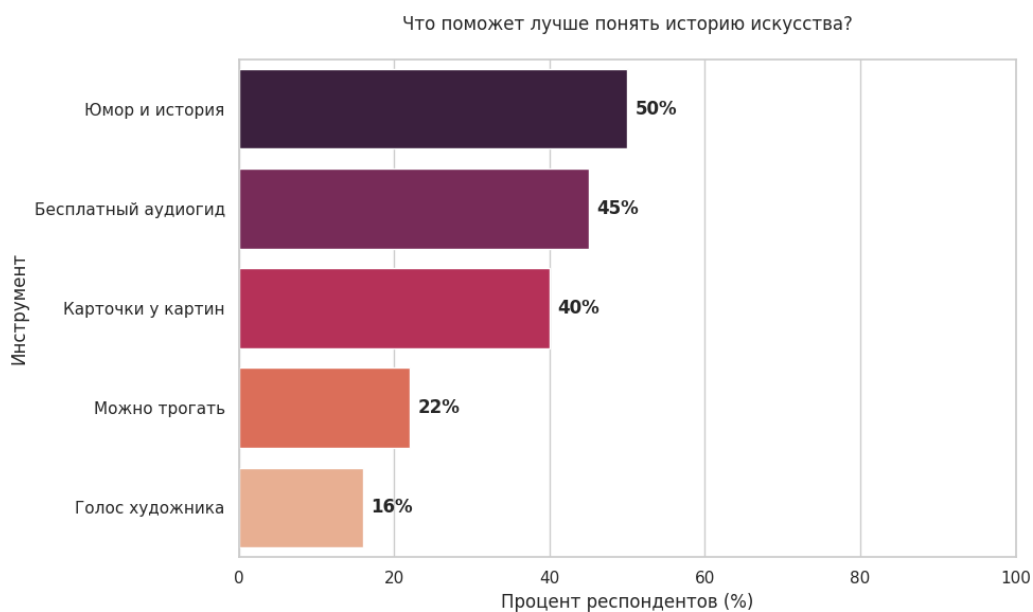
4. Запрос на интерактив и «цифровизацию»

Особое внимание стоит уделить инструментам, которые делают искусство понятным. Наибольший отклик получили:

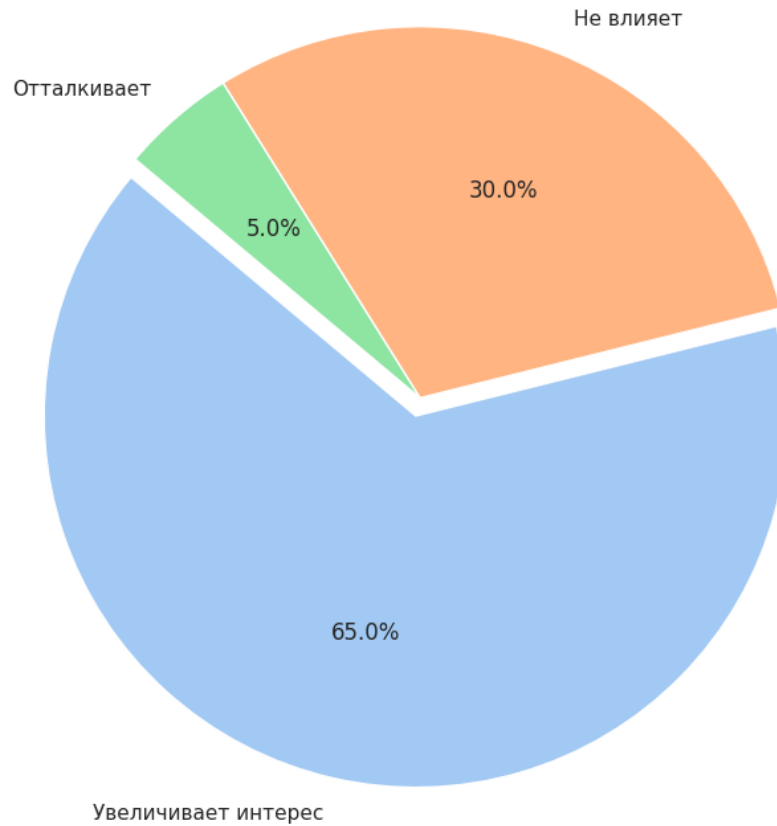
Эмоциональная подача: 50% респондентов нуждаются в «легком юморе» и сторителлинге.

Доступность: 45% голосуют за бесплатные аудиогиды на простом, «человеческом» языке.

Технологичность: 65% опрошенных прямо подтвердили, что наличие цифрового формата (анимация, видео-арт, ИИ) значительно повышает их интерес к музею и желание его посетить.



Влияние цифровых форматов
на желание посетить музей



5. Итоговое резюме и рекомендации

Таким образом, данные опроса подтверждают, что проект «Ни в какие рамки» является прямым ответом на запрос молодежи г. Москвы.

Мы предлагаем именно те инструменты (юмор, мультимедиа, цифровизация), которые, согласно аналитике, способны превратить **93% пассивной аудитории** в активных участников культурного процесса.