



**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»**

Факультет коммуникаций, медиа и дизайна  
Департамент медиа

**Рабочая программа дисциплины  
«Анализ аудитории культурного проекта»**

для образовательной программы «Трансмедийное производство в цифровых индустриях»  
направления подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации»  
уровень магистр

Разработчик(и) программы  
Максимова А.С., [alice.mcximove@gmail.com](mailto:alice.mcximove@gmail.com)

Одобрена на заседании департамента медиа  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 г.  
Руководитель департамента  
И.В. Кирия

Утверждена Академическим советом образовательной программы  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2018 г., № протокола \_\_\_\_\_

Академический руководитель образовательной программы  
А.А. Новикова

Москва, 2018

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета  
и другими вузами без разрешения подразделения-разработчика программы.*

## 1 Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает требования к образовательным результатам и результатам обучения студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих дисциплину «Анализ аудитории культурного проекта», учебных ассистентов и студентов направления подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации», подготовки магистра, обучающихся по образовательной программе «Трансмедийное производство в цифровых индустриях».

Программа учебной дисциплины разработана в соответствии с:

- Образовательным стандартом НИУ ВШЭ  
<https://www.hse.ru/data/2018/01/29/1163669019/42.04.05%20%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8.pdf>;
- Образовательной программой «Трансмедийное производство в цифровых индустриях» по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации».
- Объединенным учебным планом университета по образовательной программе «Трансмедийное производство в цифровых индустриях», утвержденным в 2018 г.

## 2 Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Анализ аудитории культурного проекта» является обучение студентов роли изучения посетителей в работе культурного учреждения, методологии проведения таких исследований и способам интеграции их результатов в развитие культурных проектов.

Понимание структуры аудитории, ее запросов – важнейшая часть функционирования музея, обеспечивающая успешную коммуникацию между культурным агентом и посетителем. Необходимо знать, удастся ли привлечь тех, для кого создаются проекты, что люди думают об их темах, понимают ли содержание и считывают ли заложенные кураторами сообщения, какой эффект имеет посещение или опыт пользования. При планировании экспозиций, программ и мероприятий в музее одним из ключевых элементов разработки проекта является предварительная оценка уровня интереса и знаний предполагаемой аудитории о теме, изучение когнитивных и аффективных реакций посетителей, их поведения в пространстве музея, оценка удовлетворенности посещением.

Магистерская программа готовит специалистов для учреждений культуры; предполагается, что в своей дальнейшей работе студенты смогут применять знания и навыки, полученные в рамках курса. Вне зависимости от того, будут ли они проводить исследование аудитории собственными силами, с участием других музейных сотрудников, с привлечением сторонней исследовательской или консалтинговой компании, важно, чтобы они понимали, для чего музею необходимо изучать своих посетителей, какие исследовательские стратегии можно выбрать, как использовать полученные выводы в музейной практике. Курс позволяет научиться оценивать возможности и ограничения тех или иных методов исследования (массовый опрос в формате личного интервью, онлайн-опрос, наблюдение, фокус группа, глубинное интервью, анализ сообщений в СМИ, интернете, книг отзывов). На примерах успешных зарубежных культурных проектов и российских кейсах студенты смогут понять, в каких ситуациях и на каких стадиях разработки культурного проекта могут быть инициированы исследования, к каким результатам они приводят и как могут помочь в планировании и развитии культурных проектов.

В рамках курса предполагается выполнение практических заданий, что позволяет научиться формулировать задачи, составлять программу исследования, собирать данные, подготовить и представить отчет по результатам исследования, предложить рекомендации музею на основании полученных выводов о проблемах и характеристиках аудитории.

### 3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

- Понимать цель проведения исследований аудитории;
- Уметь спланировать исследование, поставить адекватные задачи, презентовать и внедрять результаты исследований в работу культурных учреждений;
- Знать основные методы и приемы в исследованиях аудитории.

В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

Компетенция	Код по НИУ	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
понимает основные процессы и тенденции, протекающие в современной культуре, умеет проанализировать культурные явления в широком социальном и историческом контексте	ПК-1	Понимает и может объяснить роль аудитории в современном музее, знает основные проблемы и вызовы, стоящие перед современным музеем, может интерпретировать полученные в результате изучения посетителей данные и делать выводы	Лекции, практические задания, дискуссии на семинарах, подготовка группового исследовательского проекта
владение иностранным языком на уровне необходимом для решения профессиональных задач	ПК-5	Использует английский язык для работы с первоисточниками, поиска информации, анализа вторичной литературы (отчетов по исследованиям, проведенным в зарубежных музеях)	Самостоятельное чтение текстов из списка обязательной и дополнительной литературы, обсуждение текстов на семинарах, поиск литературы для группового проекта
имеет навык научной презентации научной деятельности	ПК-7	Владеет навыками презентации научной деятельности, может представить результаты самостоятельно проведенного исследования или выполненного практического задания	Групповые презентации самостоятельно выполненных проектов
владеет способностью строить межличностные и межкультурные коммуникации; владеет навыками и приемами современного профессионального общения, включая информационные технологии	ПК-9	Демонстрирует способность подготовить коллективную работу, вести переговоры с заказчиком (музеем), представить результаты исследования заказчику; применяет навыки работы с компьютером и интернетом для подготовки к занятиям	Реализация группового исследовательского проекта, подготовка презентации группового исследовательского проекта, дискуссии на семинарах
владеет навыками поиска, упорядочивания и обработки информации из различных источников в социокультурной сфере, обладает компетенциями анализа, структурирования, обоснованного и наглядного изложения обработанной информации	ПК-14	Демонстрирует способность самостоятельно разработать программу исследования, провести кабинетное исследование и сделать обзор существующих работ по определенной теме, владеет навыками сбора и анализа данных в рамках исследования аудитории, систематизации информации	Подготовка группового исследовательского проекта, самостоятельное освоение литературы, практические задания

## 4 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- Музей как конструктор: основные функции и смыслы;
- Современная музеология
- История и теория медиа
- Проектный семинар.

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- обладает культурой мышления, речи и письма, способен к поиску, выбору и структурированию информации, постановке целей и выбору релевантных средств ее достижения (ОК-1);
- умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, использовать в коммуникации компьютерные средства визуальной репрезентации (ОК-2);
- готов к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способен находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- владение культурой мышления, способность в письменной и устной речи правильно и убедительно оформить результаты мыслительной деятельности, владение различными жанрами письменной речи (ИК-1);
- умение использовать в социальной, познавательной и профессиональной сферах деятельности навыков работы с персональным компьютером, программным обеспечением, сетевыми ресурсами, умение пользоваться базами данных (ИК-2).

## 5 Тематический план учебной дисциплины

### 1 модуль

№	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы			Самостоятельная работа
			Лекции	Семинары	Практические занятия	
		114	12	20	0	82
1.	<b>Виды и роль исследований аудитории культурных проектов.</b>	22	2	4	0	16
2.	<b>История культурных аудиторий и их изучения.</b>	16	2	2	0	12
3.	<b>Методология исследования аудитории. Постановка задач. Разработка дизайна исследования. Этика.</b>	20	2	4	0	14
4.	<b>Качественные исследования аудитории.</b>	20	2	4	0	14
5.	<b>Количественные исследования аудитории.</b>	20	2	4	0	14
6.	<b>Анализ и презентация результатов. Формулировка выводов и рекомендаций.</b>	16	2	2	0	12

## 6 Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	1 год				Параметры
		1	2	3	4	
Текущий	Эссе			X		
Итоговый	Экзамен			X	Подготовка коллективной презентации по итогам эмпирического самостоятельно реализованного исследования	

### 6.1 Критерии оценки знаний, навыков

Оценка за семинары ставится с учетом посещаемости, активности участия в дискуссиях, обоснованности ответов и использования при аргументации пройденного материала и освоенной специальной лексики.

Формой промежуточного контроля является эссе, сдаваемое после окончания первого модуля. Эссе представляет собой индивидуальную письменную исследовательскую работу (объем – 1,5-2 тыс. слов) на тему, связанную с изучением аудитории культурных учреждений, поведения посетителей и культурного потребления. В нем должна быть постановка проблемы и ее краткий анализ на основе вторичных источников – аналитических отчетов, научных статей и монографий, статистических данных, и т.д. Эта форма задания предвещает итоговый групповой проект, в ходе которого студенты могут использовать свои наработки и продолжать изучать тему, которой было посвящено их эссе.

Критерии оценивания эссе:

1. Наличие четкой, содержательной постановки проблемы;
2. Структурированность и последовательность рассуждений;
3. Использование релевантных источников, аналитический подход к источникам;
4. Способность решить заявленную проблему;
5. Корректное оформление ссылок.

В качестве оценки за экзамен выступает оценка за результаты группового проекта – исследования аудитории одного из музеев Москвы. Исследовательский проект предполагает разработку полноценной программы исследования, обоснования необходимости исследования и двух эмпирических частей (одна реализуется с использованием количественной стратегии, другая – с использованием качественной), по которым собираются и анализируются данные, формулируются выводы и рекомендации для музея.

При оценке итоговых групповых презентаций преподаватель руководствуется следующими критериями:

1. Владение профессиональной лексикой и демонстрация знаний методов изучения посетителей, умение обосновать выбранную стратегию исследования и пояснить ее возможности и ограничения.
2. Качество собранных данных и уровень их анализа (необходимо руководствоваться не здравым смыслом, а пройденными концепциями, пользоваться сформулированными заранее обоснованными гипотезами).
3. Полнота описания программы исследования и исследовательского процесса.
4. Качество и убедительность презентации результатов исследования, адекватность предложенных на основе выводов рекомендаций.

В процессе презентации должен быть отражен вклад каждого участника группы, обозначено, кто за что отвечал и какую часть работы выполнил. После презентации происходит коллективное обсуждение: участники других групп задают свои вопросы и комментируют выступление коллег. Преподавателю сдается файл презентации в формате .ppt и текст-отчет о проведенном исследовании с указанием вклада каждого участника проектной группы; также оценивается устное выступление и участие в обсуждении чужих проектов.

Оценки по всем формам текущего контроля выставляются по 10-ти балльной шкале.

## 7 Содержание дисциплины

<p><b>Тема 1.</b></p> <p><b>Значение исследований аудитории.</b> Ориентированность на аудиторию. Понятие адвоката аудитории. Посетитель как равноправный участник коммуникации. Посетитель и пользователь как клиент. Современные тенденции изучения аудитории. Производство смыслов.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Hooper-Greenhill E.</i> Studying Visitors // A Companion to Museum Studies / Ed. by S. Macdonald. Blackwell Publishing, 2006.</li><li>• <i>Macdonald S.</i> (ed.) The Politics of Display. <i>Museums, science, culture.</i> Routledge: London and New York, 1998.</li></ul>
<p><b>Тема 2.</b></p> <p><b>История культурных аудиторий и их изучения.</b> Изменение представлений о роли аудитории. Развитие исследований аудитории в России и за рубежом. Концепции культурного потребления. Ключевые понятия и теоретические ресурсы для описания практик участия, музейного опыта, динамики посещения, причин посещения.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Максимова А.</i> Концептуальные и методологические вопросы изучения посетителей музеев // Социология: Методология, методы, математическое моделирование. 2014. № №39. С. 157-188.</li></ul>
<p><b>Тема 3.</b></p> <p><b>Методология исследования посетителей.</b> Программа исследования. Задачи. Гипотезы. Выбор стратегии исследования. Количественные и качественные исследования. Типы исследования в зависимости от стадии реализации музейного проекта. Этические проблемы изучения аудитории: анонимность, Big Data, информированное согласие, работа с детьми.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Сас Я.</i> Исследования посетителей как ключевой инструмент для управления музеем // Музей. 2015. № 8. С. 19–22.</li></ul>
<p><b>Тема 4. Количественные исследования посетителей.</b> Учет посетителей. Опросы. Правила составления анкеты. Типы вопросов. Типы шкал. Кодировка открытых вопросов. Размер выборки, ошибка выборки, квоты, понятие репрезентативности. Правила проведения опроса посетителей. Обработка результатов опроса.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>Козиев В.Н., Петрунина Л.Я.</i> Динамика посещаемости художественных музеев (1985 - 2006) // Социологические исследования. 2008. № 10. С. 104–113.</li></ul>
<p><b>Тема 5.</b></p> <p><b>Качественные исследования посетителей.</b> Особенности проведения качественных исследований посетителей. Фокус-группы. Интервью. Правила проведения фокус-групп и глубинных интервью. Составление гайда. Анализ письменных источников. Наблюдение. Набор респондентов для участия в исследовании. Интерпретация результатов.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <i>von Lehn D.</i> Embodying Experience: A Video-based Examination of Visitors' Conduct and Interaction in Museums // European Journal of Marketing. 2006. Vol. 40. P. 1340–1359</li><li>• <i>Macdonald S.</i> Accessing Audiences: Visiting Visitor Books // Museum and Society. 2005. Vol. 3, No. 3. P. 119–36.</li></ul>
<p><b>Тема 6.</b></p> <p><b>Презентация результатов исследования и место исследований в жизненном цикле культурного проекта.</b> Формулировка рекомендаций. Подготовка и презентация отчета по резуль-</p>

татам исследования. Организационные способы встраивания исследований аудитории в работу культурного учреждения.

Кроме того, на семинарах будет обсуждаться ход реализации групповых исследовательских проектов. Будут представляться промежуточные результаты – программа исследования (цель, задачи, гипотезы), исследовательская стратегия, черновой вариант гайда, бланка наблюдения, анкеты, ход взаимодействия с сотрудниками музея, в котором проводится исследование, первые собранные данные и проблемы со сбором данных. Регулярно будут организовываться консультации по методам, необходимым для проведения исследования.

## **8 Образовательные технологии**

Курс делает акцент на знакомство с проблематикой и освоение навыков проведения исследований аудитории через выполнение практических заданий, разбор реальных кейсов исследований российских и зарубежных музеев и взаимодействие с музеями Москвы для реализации студенческих групповых исследовательских проектов. Часть курса посвящена подробному разбору того, каким образом разные культурные учреждения интегрируют изучение аудитории в работу и развитие: для каких задач используются такие исследования, как они проводятся, как они могут повлиять на решения при организации мероприятий и экспозиций. Также предполагается, что каждый слушатель курса будет вовлечен в подготовку отчетной практической работы: эмпирического исследования аудитории одного из московских музеев с целью решения проблем в коммуникации, посещаемости или удовлетворенности посетителей.

В конце курса всем слушателям предлагается заполнить анкету для оценки курса, выявления его достоинств и недостатков с точки зрения студентов, возможных улучшений. Опрос будет проводиться анонимно в электронном виде.

## **9 Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента**

### **Тематика заданий текущего контроля**

Темы для текущего контроля совпадают с темами семинарских занятий.

### **Вопросы для оценки качества освоения дисциплины**

1. На что необходимо обращать внимание при составлении анкеты? Какова ее структура? Каких ошибок важно не допустить?
2. Какие этические требования необходимо соблюсти при проведении наблюдения в залах музея?
3. В планах музея, где вы работаете, открытие новой выставки, посвященной интернет-коммуникациям: ее задача – показать, как меняется производство, распространение и восприятие информации в цифровую эпоху. Какие опасения могут возникнуть касательно интереса к ней и реакции посетителей? Что можно проверить и узнать заранее? Кратко сформулируйте возможную стратегию предварительного оценочного исследования.
4. Какие данные о посетителях в любом случае собираются музеем или производятся посетителями самостоятельно (не нужно проводить специального исследования, чтобы собрать их, они доступны)? Как их можно использовать для понимания аудитории?
5. Для каких целей музеи могут задействовать технологию онлайн-опроса? Каковы ее недостатки и преимущества?
6. Каким образом можно изучить мнения посетителей о сувенирной продукции музея?
7. Что такое трекинг? Приведите пример задач, для которых использование этого метода было бы подходящей исследовательской стратегией. Как можно использовать результаты такого исследования?
8. Для каких задач используется метод глубинного интервью?

9. Как узнать, насколько человек удовлетворен посещением музея? Какие вопросы для этого ему стоит и не стоит задавать?
10. Как установить контакт с респондентом? Почему люди хотят/не хотят отвечать на вопросы? Как можно превратить исследование в диалог/игру? Какой эффект это может иметь для качества данных?

## 10 Порядок формирования оценок по дисциплине

Преподаватель оценивает работу студентов на семинарских занятиях: участие в выполнении практических заданий, в обсуждении примеров и текстов. Оценки за работу на семинарских занятиях преподаватель выставляет в рабочую ведомость. Накопленная оценка по 10-ти балльной шкале за работу на семинарских занятиях определяется перед итоговым контролем –  $O_{\text{аудиторная}}$ .

Преподаватель оценивает работу студентов с помощью эссе, которое сдается в середине курса. Оценку за эссе преподаватель выставляет в рабочую ведомость –  $O_{\text{эссе}}$ .

Накопленная оценка по 10-ти балльной шкале определяется перед итоговым контролем.

Результирующая оценка за итоговый контроль в форме зачета выставляется по следующей формуле, где  $0,4 \cdot O_{\text{исследовать проект}}$  – оценка за презентацию результатов группового исследовательского проекта, выступающую в роли итоговой экзаменационной работы по курсу:

$$O_{\text{накопленная}} = 0,5 \cdot O_{\text{аудиторная}} + 0,5 \cdot O_{\text{эссе}}$$

$$O_{\text{итоговая}} = 0,5 \cdot O_{\text{накопленная}} + 0,5 \cdot O_{\text{экз}}$$

Способ округления накопленной оценки промежуточного (итогового) контроля в форме зачета – арифметический.

В диплом ставится оценка за итоговый контроль, которая является результирующей оценкой по учебной дисциплине.

## 11 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 11.1 Базовый учебник

Базового учебника по данной дисциплине нет.

### 11.2 Основная литература

1. Максимова А.С., Рюмина С.А., Лобанова Л.В. Руководство по исследованиям посетителей музея. М.: Политехнический музей, 2016. <URL> <https://polymus.ru/ru/library/download/PM-MGT.pdf/>
2. Hooper-Greenhill E. Museums and Their Visitors. London: Routledge, 1994.

### 11.3 Дополнительная литература

1. DiMaggio P. “Audience Studies of the Performing Arts and Museums: A Critical Review”. Research Division Report, no. 9. Available at: <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED163553.pdf> (accessed 20.03.2015).
2. Falk J., Dierking L. Learning from Museums: Visitor Experiences and the Making of Meaning. AltaMira Press, 2000.
3. Heath C., vom Lehn D. “Configuring ‘Interactivity’: Enhancing Engagement in Science Centres and Museums”, *Social Studies of Science*, 2008, vol. 38, no 1, p. 63–91
4. Hooper-Greenhill E. Studying Visitors // A Companion to Museum Studies / Ed. by S. Macdonald. Blackwell Publishing, 2006.



5. *Macdonald S.* Accessing Audiences: Visiting Visitor Books // *Museum and Society*. 2005. Vol. 3, No. 3. P. 119–36.
6. *Serrell B.* Paying Attention: The Duration and Allocation of Visitors' Time in Museum Exhibitions // *Curator: The Museum Journal*. 1997. Vol. 40. Iss. 2. P. 108–125.
7. *vom Lehn D.* Embodying Experience: A Video-based Examination of Visitors' Conduct and Interaction in Museums // *European Journal of Marketing*. 2006. Vol. 40. P. 1340–1359.
8. *Yalowitz S., Bronnenkant K.* Timing and Tracking: Unlocking Visitor Behavior // *Visitor Studies*. 2009. No. 12(1). P. 47–64.
9. *Дубин Б.* Архив и высказывание. К социологии музея в современной России // *Вестник общественного мнения*. 2011. No 3 (109). С. 106–109.
10. *Козиев В.Н., Петрунина Л.Я.* Динамика посещаемости художественных музеев (1985 - 2006) // *Социологические исследования*. 2008. No 10. С. 104–113.
11. *Козиев В.Н., Потюкова Е.В.* Музей и общество. СПб.: Алетейя, 2015.
12. *Максимова А.* Концептуальные и методологические вопросы изучения посетителей музеев // *Социология: Методология, методы, математическое моделирование*. 2014. № №39. С. 157-188
13. *Максимова А.* Поведение посетителей: пространственный и темпоральный анализ // *Музей*. 2015. № 8. С. 25-28.
14. *Петрунина Л.Я.* Публика художественных музеев // *Социологические исследования*. 2010. No 10. С. 63–74.
15. *Сас Я.* Исследования посетителей как ключевой инструмент для управления музеем // *Музей*. 2015. № 8. С. 19-22.
16. *Серрел Б.* Исследование мнения посетителей на стадии подготовки выставки / реферат по материалам XIII главы книги Б. Серрел “Exhibit Labels. An Interpretive Approach” («Выставочные этикетки: интерпретативный подход»). Московский институт социально-культурных программ. <URL> <http://www.miscp.ru/assets/docs/research-tips-for-museums.pdf>