АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ АНКЕТИРОВАНИЯ
проекта «Живая механика Кулибина»

Обоснование актуальности и общественной значимости проекта

Захарченко Н.В.,
зам. директора НГОУНБ по развитию и социокультурной деятельности
Тарасова Г.С.,
гл. хранитель фондов НГОУНБ

Проект «Живая механика Кулибина» объединяет рассказ об инженерном наследии И. П. Кулибина с презентацией реставрационной работы над редкими и ценными документами. Предварительным основанием проекта стало предположение о том, что имя Кулибина широко известно, но знание аудитории о его изобретениях остаётся поверхностным, а редкие издания и механические решения той эпохи недоступны массовому зрителю. Проверить это предположение и получить опору для содержательного проектирования было призвано анкетирование, проведенное в ноябре 2026 года среди посетителей госпаблика НГОУНБ в социальной сети «ВКонтакте» и представителей профессионального библиотечно-культурного сообщества Нижегородской области.

Исследование решало три задачи: оценить текущий уровень осведомлённости аудитории о личности и изобретениях Кулибина; выявить наиболее востребованные форматы выставки и лектория; подтвердить общественную значимость проекта эмпирическими данными. Ниже результаты представлены по блокам, в конце исследования приведены выводы об актуальности и общественной значимости проекта.

КЛЮЧЕВЫЕ ЦИФРЫ ОПРОСА

Показатель	**Значение**
Число респондентов	300 человек
Готовы посетить экскурсию по выставке	98%
Стремятся узнать, как устроены изобретения	67%
Интересуются реставрационной тематикой	78%

Считают важным рассказывать молодому поколению об изобретателях	100%
Средняя оценка важности сохранения книжных памятников	5 баллов из 5
Правильно указали место и год рождения Кулибина	98%

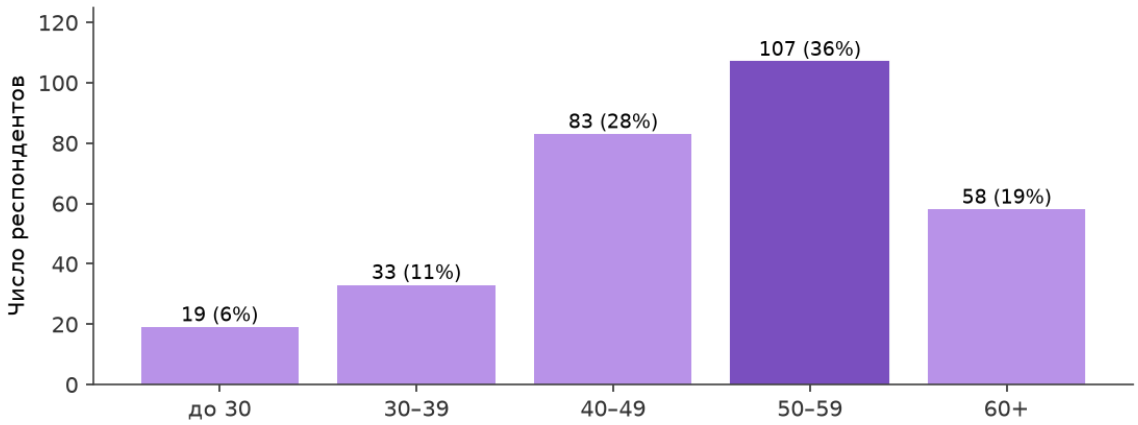
1. Методика и выборка

Опрос проводился онлайн (сервис Яндекс Формы) в ноябре 2026 года. Получено 300 валидных анкет. Анкета включала 11 вопросов: социально-демографический блок (возраст, сфера деятельности), блок осведомлённости о личности и изобретениях И. П. Кулибина, блок спроса на форматы выставки и лектория, открытый вопрос о содержании экспозиции и два вопроса о ценностных установках.

2. Портрет аудитории

Возраст респондентов – от 18 до 77 лет, средний – 49 лет. Ядро выборки составляют люди зрелого возраста: 190 человек (63%) – в диапазоне 40–59 лет. Молодёжь до 30 лет представлена 19 респондентами (6%).

Рис. 2. Возрастная структура респондентов (N = 300)



По сферам деятельности доминируют специалисты гуманитарного профиля – 201 человек (67%). В блоке «другое» представлены уточнения «библиотекарь», «специалист культуры» (ок. 30 анкет) – профессиональная библиотечно-культурная среда Нижегородской области. Технические специалисты, студенты и работники естественно-научной сферы представлены точечно.

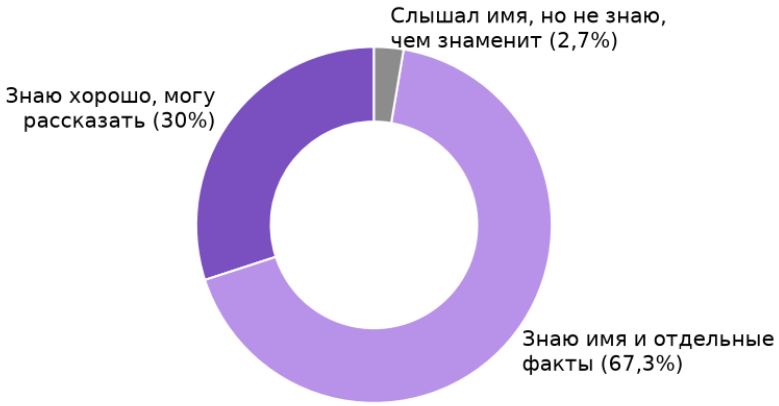
Сфера деятельности	Человек	Доля
Специалист в гуманитарной сфере	201	68%
Другое (в т.ч. библиотекари, работники культуры)	46	15%
Пенсионер	27	9%
Специалист в технической сфере	10	3%
Учащийся, студент	10	3%
Специалист в естественно-научной сфере	6	2%

Выборка отражает мнение не случайной публики, а профессионального культурного сообщества – тех, кто в перспективе станет партнёрами, трансляторами и «агентами влияния» проекта. Это усиливает ценность данных как подтверждения экспертной востребованности.

3. Осведомлённость аудитории о Кулибине

Имя И. П. Кулибина знакомо практически всем респондентам: только 8 человек (3%) ответили, что слышали имя, но не знают, чем он знаменит.

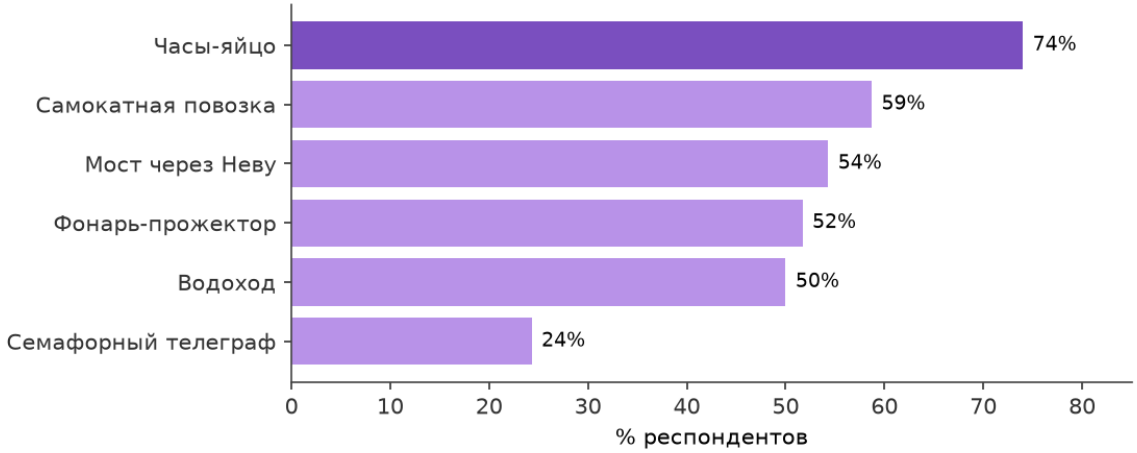
Рис. 3. Уровень осведомлённости об Иване Кулибине



При этом глубина знания средняя: в среднем респондент называет 3 изобретения из шести предложенных. Логика накопления знания работает корректно: в группе «знаю хорошо» называют в среднем 4 изобретений, в группе «знаю имя и отдельные факты» – 2. Ни один респондент из групп «знаю

хорошо» и «знаю имя» не оставил блок изобретений пустым, что подтверждает добросовестность заполнения.

Рис. 4. Известность изобретений Кулибина (мультивыбор)



Изобретение	Узнали	Доля
Часы-яйцо	222	74%
Самокатная повозка	176	59%
Мост через Неву	163	54%
Фонарь-прожектор	155	52%
Водоход	150	50%
Семафорный телеграф	73	24%
Не знаю ни одного	20	7%

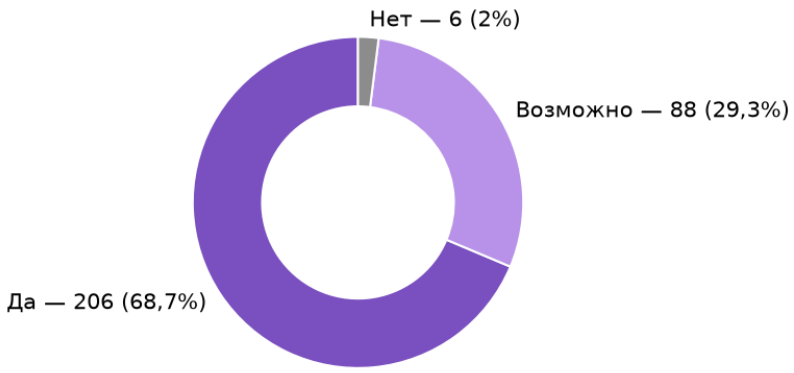
Отчётливо виден «эффект хрестоматийности»: часы-яйцо как школьный канон знают три четверти респондентов, а семафорный телеграф – лишь четверть. Это прямое подтверждение содержательного потенциала выставки: блок малоизвестных изобретений создаёт эффект открытия даже для аудитории, считающей себя знатоками. Запрос на это прозвучал и в открытых ответах: «перечислить все изобретения Кулибина, в т. ч. малоизвестные».

Проверочный вопрос «Где и когда родился Иван Кулибин?» показал высокий уровень базовой эрудиции: 295 из 300 (98 %) указали верный ответ – 1735 год, Нижний Новгород. Для проекта это аргумент в пользу «локальной гордости»: аудитория знает, что Кулибин – свой, нижегородский герой.

4. Востребованность форматов выставки

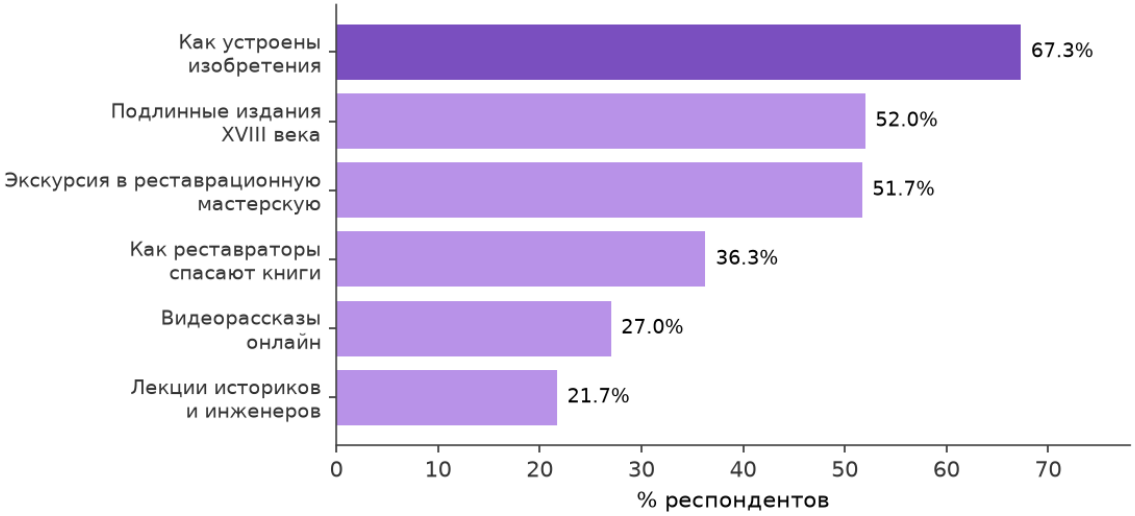
Готовность посетить экскурсию по выставке в НГОУНБ близка к максимальной: 206 человек (69%) ответили «да», 88 (29%) – «возможно», лишь 6 (2%) – «нет». Суммарный потенциал охвата – 98%.

Рис. 8. Готовность посетить экскурсию по выставке



Среди конкретных форматов устойчиво лидирует тема механики изобретений: 202 человека (67%) хотят узнать, как устроены изобретения Кулибина. Реставрационный блок в целом затрагивает 78% респондентов: подлинные издания XVIII века выбрали 156 человек, экскурсию в реставрационную мастерскую – 155, рассказ о том, как реставраторы спасают книги, – 109.

Рис. 5. Наиболее интересные форматы выставки (мультивыбор)

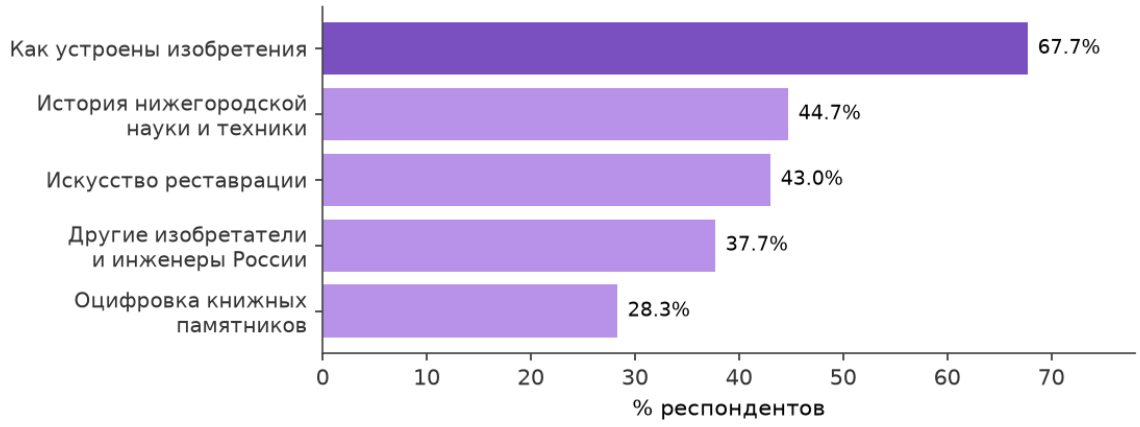


Ключевой вывод блока: сочетание «изобретения + живая реставрация» – уникальное предложение проекта. Ни одна обычная книжная выставка не даёт посетителю одновременно понять инженерную логику XVIII века и увидеть

своими глазами, как возвращают к жизни подлинные книги той эпохи. Именно эта связка и собирает рекордные 78% интереса.

Темы лекториев повторяют ту же содержательную ось: лидирует «как устроены изобретения Кулибина» (68%), далее идут история нижегородской науки и техники (45%) и искусство реставрации (43%). Единая линия «механика» проходит через все блоки анкеты – это целостная содержательная концепция проекта.

Рис. 6. Интерес к темам лекториев (мультивыбор)



Формат / тема	Выбрали	Доля
Узнать, как устроены изобретения	202	67%
Увидеть подлинные издания XVIII века	156	52%
Экскурсия в реставрационную мастерскую	155	52%
Узнать, как реставраторы спасают книги	109	36%
Видеорассказы онлайн	81	27%
Лекции историков науки и инженеров	65	22%

Доля осторожного ответа «возможно» резко различается по возрастам: среди 60+ она достигает 45%, среди молодёжи до 30 лет – всего 5%. Можно сделать вывод, что молодым респондентам нужна не классическая экскурсия-лекция, а интерактив и цифровые форматы – что согласуется с устойчивым запросом на видеорассказы (27%) и совпадает с миссией проекта по вовлечению детей и молодёжи.

5. Голоса аудитории: открытые ответы

В открытом вопросе «Что обязательно показать на выставке?» ответили все 300 респондентов (один человек мог назвать несколько тем, поэтому суммарное число упоминаний превышает число анкет). Тематика ответов даёт ясную картину ожиданий:



Рис. 9. Тематизация свободных ответов (N = 300)

Тема	Упоминаний
Биография и путь мастера	153
Изобретения, модели, реконструкции, «как это работает»	48
Книги, издания, реставрация	37
Связь с современностью (прототипы нынешней техники, ИИ)	24
Документы, архивы, чертежи	14
Видео и фотографии	8

Абсолютный лидер – история человека: аудитория просит показать путь мастера, а не только изобретения. На втором месте – запрос на наглядную механику. Характерные цитаты респондентов:

- «Лучше показать не только “чудо-изобретения”, но и путь мастера: как самоучка из Нижнего Новгорода придумывал устройства…»
- «То, что ярко раскрывает его как “русского Леонардо” – изобретателя, который опережал своё время»

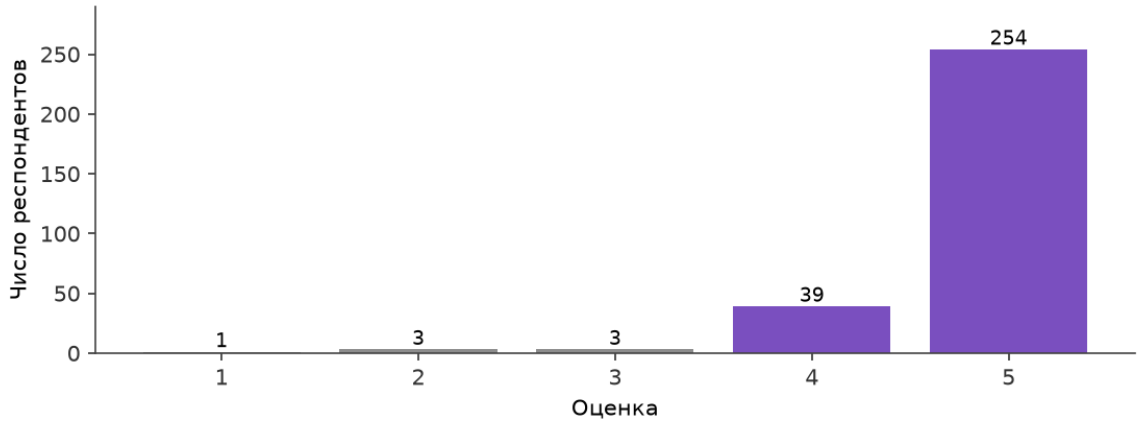
- «Подлинники прижизненных книг Кулибина – как выглядели до и после реставрации»
- «Факты из его детства как привязка к истории Нижегородского края и региональной культуре»
- «Информация о том, какие изобретения мастера послужили прототипами современной техники»

6. Ценности и установки аудитории

Вопрос «Считаете ли Вы важным рассказывать молодому поколению о российских изобретателях и инженерной истории?» не получил ни одного ответа «нет»: 269 человек (90%) ответили «да», 30 (10%) – «скорее да». Консенсус аудитории вокруг миссии проекта – практически полный.

Оценка важности проектов, сохраняющих книжные памятники, по пятибалльной шкале дала средний балл 5. Оценки «4» и «5» поставили 293 человека (98%).

Рис. 7. Важность проектов по сохранению книжных памятников (1–5)



ВЫВОДЫ ОБ АКТУАЛЬНОСТИ И ЗНАЧИМОСТИ ПРОЕКТА

Проведённое анкетирование даёт эмпирическое обоснование актуальности проекта «Живая механика Кулибина» по трём основаниям.

Проект отвечает на реальный, а не гипотетический запрос. 98% опрошенных готовы посетить выставку, 78% интересуются реставрационной тематикой в той или иной форме, а тема «как устроены изобретения» собирает 67% голосов. Аудитория не только декларирует интерес, но и конкретно формулирует

ожидания: биографические факты и путь мастера, подлинники «до и после реставрации», история изобретений, опередивших время.

Проект закрывает содержательную лакуну, которую анкетирование выявило непосредственно: при почти стопроцентной узнаваемости имени Кулибина глубина знания невелика (3 изобретения из 6), а семафорный телеграф знают лишь 24%. Выставка работает именно с этой зоной – переходит от хрестоматийного образа к целостной картине инженерного наследия, создавая эффект открытия для всех сегментов аудитории.

Проект опирается на устойчивую ценностную базу региона. 100% опрошенных признают важность передачи инженерной истории молодому поколению, средняя оценка значимости сохранения книжных памятников – 5 баллов из 5. Почти вся аудитория (99%) знает, что Кулибин родился в Нижнем Новгороде в 1735 году, – проект напрямую работает с локальной идентичностью.

Результаты анкетирования подтверждают критерий общественной значимости и актуальности: проблема (недоступность редких изданий и поверхностное знание инженерного наследия) подтверждена данными, решение (выставка + реставрация + оцифровка + интерактив) востребовано целевой группой, а профессиональное сообщество области – готовая база партнёрской поддержки и дальнейшего тиражирования.