

## **ВЗГЛЯД МОЛОДЕЖИ НА БИБЛИОТЕКИ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ (результаты исследования)**

*Людмила Дмитриевна Корешкова*

*Томская областная детско-юношеская библиотека*

Исследовательская деятельность является важной составной частью деятельности библиотек. Вопрос внедрять маркетинговые методы или нет, давно уже не стоит; вопрос в том, как это лучше сделать. Маркетинговый анализ позволяет выявить сильные и слабые стороны деятельности, чтобы сделать библиотеку современным центром интеллектуального досуга, комфортной средой для реализации творческих способностей.

Томская областная детско-юношеская библиотека не только принимает участие во всероссийских и региональных исследованиях и мониторингах, но и самостоятельно инициирует проведение различных исследований локального характера. В 2006-2008 гг. нами проводилось исследование «Детское и юношеское чтение - потенциал развития общества», которое состояло из трех этапов: «Исследование детского чтения», «Что и как читают подростки», «Читательские предпочтения молодежи Томской области».

В 2013 году Томской областной детско-юношеской библиотекой было проведено исследование «Взгляд молодежи на библиотеки Томской области», цель которого - изучение соответствия комплекса библиотечных услуг ожиданиям и потребностям молодежи. Перспективная цель - формирование в сознании молодого поколения положительного имиджа библиотеки.

В ходе исследования решались следующие задачи:

- Изучение спроса на услуги, предоставляемые публичными библиотеками Томской области;
- Выявление причин неудовлетворенности читателей работой библиотек;
- Определение требований пользователей к культуре обслуживания в библиотеках.

Целевая группа исследования - пользователи библиотек области молодежной категории в возрасте от 16 до 24 лет. Эта возрастная категория объектом исследования была выбрана не случайно. Ведь именно молодежная аудитория является катализатором всего нового и остро реагирует на услуги, потерявшие актуальность, кроме того, молодежь сейчас более просвещена в юридическом плане и поэтому предъявляет более высокие требования к культуре обслуживания.

Методом исследования было выбрано анкетирование. В центральных и сельских библиотеках районов Томской области было проведено анкетирование молодых читателей, в ходе которого опрошено 450 человек, кроме того 50 человек опрошено в Томской областной детско-юношеской библиотеке - итого в исследовании приняли участие 500 респондентов.

С помощью вопросов анкеты мы постарались определить степень удовлетворенности населения качеством услуг, предоставляемых библиотеками.

Первым вопросом исследования стал пункт, как молодежь определяет место и роль библиотеки. На вопрос «Библиотека это?» предлагалось три варианта ответа:

- а) Информационный центр;
- б) Культурно-досуговый центр;
- в) Свой вариант.

Вариант «Информационный центр» выбрали 61% респондентов, 38% считают библиотеку культурно-досуговым центром. Свой вариант ответа дали 1% опрошенных. Встречались следующие варианты: «Информационный центр и Культурно-досуговый центр одновременно», «Машина времени», способная посредством книг перемещать не только в пространстве и во времени, но и совершенно в другие миры», «Информационно-развлекательный центр, призванный привлекать людей всех возрастных категорий» и другие.

При ответе на вопрос «Как часто Вы посещаете библиотеку?» получены следующие результаты:

- а) 1 раз в неделю - 33%;
- б) 1 раз в месяц - 39%;
- г) 1 раз в год - 11%;
- д) свой вариант отметили 17% опрошенных.

Встречались такие ответы, как «читаю регулярно, но не всегда библиотечные книги», «как получается, но стараюсь как можно чаще», «когда чувствую необходимость», «когда нужны учебники», «чаще раза в неделю», «как прочитаю книги».

На вопрос «Устраивает ли Вас расписание работы библиотеки?»

- «Да» ответили 76% опрошенных;
- «Нет» ответили 12%;
- «Не всегда» ответили 12%.

Были ответы: «Продлить время работы библиотеки», «Сделать работу библиотеки круглосуточной», «Возврат книг круглосуточно», «Чтобы библиотека работала и в субботу».

Таким образом, можно сделать вывод, что молодых читателей не совсем устраивает режим работы библиотек и это подтвердили 24% респондентов. Молодежь предпочитает, чтобы библиотека дольше работала в вечернее время, есть и сторонники круглосуточной работы библиотек. Предложение ввести услугу «Возврат книг круглосуточно» говорит о том, что наши читатели знакомы с информацией о том, что во многих зарубежных, а теперь уже и в крупных российских библиотеках у входа стоят автоматы самообслуживания, где читатель может вернуть книги и в то время, когда библиотека закрыта.

На вопрос «Легко ли и быстро Вы ориентируетесь в пространстве библиотеки? Если нет, то какая дополнительная информация необходима?» получены следующие ответы:

- «Да» - 80%
- «Нет» - 12%
- Свой ответ дали 8% опрошенных.

Наиболее часто читатели отмечали необходимость наличия в библиотеке указателей и карты расположения отделов библиотеки. Зысказывались пожелания, чтобы библиотека имела более

современную, интересно оформленную вывеску. Показателен такой ответ «Я ориентируюсь легко, но для человека, который приходит в библиотеку впервые, нужно сделать дополнительные указатели».

То, что 20% опрошенных испытывают трудности с ориентированием в помещении библиотеки, дает основание для корректировки размещения рекламной информации в библиотеке. Что для нас - сотрудников библиотек очевидно, у читателей, особенно впервые пришедших в библиотеку, может вызывать затруднения.

Пункт анкеты «Соответствует ли книжный фонд Вашим запросам?» дал такие результаты:

- «Да» ответили 42% респондентов;
- «Нет» - 23%;
- «Не всегда» - 35%.

Получается, что большая часть - 58% респондентов не удовлетворена состоянием книжного фонда библиотек. Участники анкетирования писали, что не хватает современной литературы для молодежи, молодежных журналов, мало современной технической литературы, произведений авторов - лауреатов литературных премий.

Ответы на вопрос «Где Вы берете книги для чтения?» показали, что лидерство библиотек постепенно утрачивается. Несмотря на то, что 48% респондентов указали, что берут книги в библиотеке, уже наметились новые тенденции. В век новых технологий и свободного доступа к Интернет ресурсам все большее количество (30%) читателей скачивает книги в Интернете. 10% опрошенных берут книги для чтения у друзей. 1% опрошенных указал свою «домашнюю библиотеку» в качестве источника книг для чтения.

Покупают книги 11% респондентов. Здесь нужно отметить распространение услуг книжных Интернет-магазинов («Лабиринт», [Read.ru](http://Read.ru) и других), где цены более демократичные, доступная доставка и всегда можно найти интересные новинки. Кроме того, на таких ресурсах есть раздел «Отзывы», где можно познакомиться с

мнением других читателей об интересующем вас издании и высказать свое.

Веб-сайт является важной составляющей деятельности современной библиотеки. Он дает новые возможности взаимодействия с целевой аудиторией - читателями. Вопрос

• «Посещаете ли Вы Сайт библиотеки, какими виртуальными услугами пользуетесь?» дал следующие результаты:

- Новости - 30%
- Электронный каталог - 26%
- Электронная библиотека - 21 %
- Свой вариант:
  - не посещаю - 21 %
  - нет сайта - 1%
  - продление книг 1%

Вопрос «Каких услуг в библиотеке лично Вам недостает?» почему-то вызвал затруднения. 20% ответили, что их все устраивает, а 56% респондентов не дали ответа.

Свой вариант ответа дали 24% опрошенных. Читатели сельских библиотек ответили, что им не хватает компьютеров для пользователей, доступа в Интернет, отмечали отсутствие в библиотеках ксерокса и принтера.

Также наиболее часто встречались следующие ответы:

- не хватает курсов «WEB разработки»;
- хотелось бы «музыки» (не совсем понятно, что имелось в виду - выдача на дом музыкальных дисков или же звучание музыки в библиотеке);
- не хватает «библиотечного кафе»;
- фильмотеки;
- настольных игр;
- услуги прослушивания винилов;
- места для общения;
- нет кулера с водой;
- хочется больше конкурсов;
- чаще интересных мероприятий;

- проведения Библионочи почаще;
- курсов по подготовке к экзаменам.

Таким образом, молодежь хочет видеть библиотеку комплексным культурно-досуговым центром с широким спектром предоставляемых услуг. А пожелания, чтобы в библиотеке имелось небольшое кафе, место для общения с друзьями, где можно послушать музыку и поиграть в настольные игры, говорят о том, что для молодежи библиотека привлекательна в качестве «третьего места». Для молодого читателя библиотека востребована именно в этом формате, и перед библиотечными специалистами стоит задача - сделать библиотеки популярным местом, куда бы стремилась молодежь.

Вопрос «Пользуетесь ли Вы платными услугами библиотеки?» (ксерокопирование, распечатка файлов, работа на ПК в интернет, брошюрование, сканирование и т.д.) дал следующие результаты:

- «Да» - 40%
- «Нет» - 56%
- Свой вариант - 4%

В качестве своего варианта чаще всего указывалось:

- иногда пользуюсь
- нет таких услуг в библиотеке.

Судя по перечню, который читатели указали при ответе на вопрос «Каких услуг в библиотеке лично Вам недостает?», дополнительные услуги востребованы пользователями, но техническое оснащение библиотек, особенно сельских, не позволяет получить их в полной мере.

На вопрос «Принимаете ли Вы участие в библиотечных мероприятиях?» (творческие конкурсы, акции, литературные вечера, открытые чтения и другие)

- «Да» ответили 46%
- «Нет» ответили 52%
- Свой вариант ответа дали 2% респондентов: «только вместе с классом», «хотелось бы, но не участвую», «очень редко».

Выяснилось, что меньше половины опрошенных в возрасте 6-24 лет участвуют в библиотечных мероприятиях. Это объясняется тем, что детей привлечь к участию в различных конкурсах, акциях, играх и викторинах гораздо проще. Подростки и молодежь более обособлены, их заинтересовать гораздо сложнее и библиотекарям нужно приложить немало усилий и мастерства, чтобы вовлечь молодежную аудиторию в участие в конкурсах, литературных зечерах, викторинах. Молодежь привлекают новые форматы мероприятий: флеш-мобы, создание бук-трейлеров, рекламных роликов, и некоторые библиотеки с успехом этим занимаются. В этом плане показателен интерес молодежи к такой форме библиотечного мероприятия, как «Библионочь» (или Библиосумерки).

На вопрос «Чувствуете ли Вы себя комфортно и свободно в библиотеке? Если нет, напишите, что этому мешает?» положительно ответили 92% респондентов. «Нет» сказали 6% опрошенных, 2% дали свой вариант ответа («шумно в читальном зале», «маленькое помещение библиотеки»).

Следующий вопрос «Оцените культуру обслуживания читателей в библиотеке» также не вызвал затруднений. 68% респондентов оценили культуру обслуживания в библиотеке на «Отлично». Оценку «Хорошо» поставили 30% опрошенных, «Удовлетворительно» - 2%, «Неудовлетворительно» - 1 человек.

Результаты опроса демонстрируют, что одними из значимых ожиданий читателей являются: улучшение состояния книжного фонда, доступный Интернет, современная и действенная реклама библиотеки и книги. Библиотеки должны стать открытыми для людей, привлекательными и интересными.

Исследование выявило важность наличия современных услуг, в свою очередь влияющих на качество библиотечного обслуживания. Это говорит о тенденциях обновления традиционной деятельности библиотек и приобретения ими нового современного социалального статуса - информационного центра с современными технологическими возможностями. Отсюда - ожидания возможного

роста уровня технической оснащенности, доступности сети Интернет.

Итоги проведенного исследования позволяют сделать ряд выводов:

- Библиотека должна проводить постоянный мониторинг услуг: анализировать потребности пользователей, оперативно реагировать на их изменения, постоянно следить за тем, что нужно изменить, подкрепить рекламой.
- Библиотекари должны быть готовыми к оказанию платных услуг профессионально и качественно, способными создать собственный информационный продукт.
- Нужно учитывать изменения потребностей пользователей и тенденции в области информационного обслуживания.

Чтобы стать востребованной в современных условиях, библиотека должна отвечать следующим требованиям:

- Первое и самое главное - обновление библиотечных фондов;
- Современное архитектурно-дизайнерское решение помещений, система разветвленной информационной навигации;
- Пересмотр перечня платных услуг в соответствии с запросами пользователей;
- Клиентоориентированность.

У современных библиотек множество конкурентов:

- Интернет и социальные сети;
- Электронные книги и мобильные устройства для чтения;
- Книжные магазины, где можно в комфортных условиях, сидя на диване, ознакомиться с книгой;
- Кафе и антикафе;
- Супермаркеты, где есть и кинотеатры, и выставочные площадки, и кафе;
- Интернет-магазины;
- Общественный транспорт;



- Другие учреждения культуры (музеи, кинотеатры, концертные залы, театры).

Кроме того, есть различные молодежные объединения, занимающиеся буккроссингом и книгообменом.

Поэтому, чтобы молодежь пришла в библиотеку, там должно быть лучше, интереснее и комфортнее, чем в других местах. Отношение к каждому, кто перешагнул порог библиотеки, должно стать персонифицированным. Каждый должен стать любимым клиентом! А чтобы этого добиться, нужно постоянно изучать потребности настоящих и потенциальных пользователей с помощью различных опросов, мониторингов и маркетинговых исследований.