

УДК 316.7:028.5 (045)

М.А. Полищук

**МЕСТО ИЖЕВСКИХ БИБЛИОТЕК В ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО ГОРОЖАНИНА
(ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)**

Современная российская муниципальная библиотека в последнее время переживает кризис: в бюджете практически нет финансов на пополнение литературных фондов, а информация быстро устаревает. Для того чтобы целенаправленно расходовать имеющиеся средства, библиотеки сегодня обращаются к социологическим исследованиям. Представляемая статья является выдержками из отчета о социологическом исследовании, проведенном на базе библиотек г. Ижевска. Библиотека рассматривается как организация, которая занимает определенное место в жизни горожанина. Социологическое исследование должно было определить, насколько важно современному человеку посещать библиотеку, а также, какие свои потребности он при это может удовлетворить. Основной идеей изучения стала возможность привлечения внимания массового читателя к тому, что библиотека может ему предложить как «третье место» в его повседневной жизни.

Ключевые слова: библиотека, библиотечное обслуживание, читатель, читательские предпочтения.

В последнее время публичные библиотеки выступают как «Третье Место» (Third Place), то есть некое дополнительное пространство, не являющееся местом проживания или работы, но открывающее возможности самореализации человека, его неформального общения и взаимодействия вне дома и работы¹.

Цель исследования – выявить пути и методы, которые помогут библиотеке стать привлекательной для горожан, не являющихся ее посетителями.

Задачи исследования:

- 1) определить степень ценности библиотеки для горожан, ее не посещающих;
- 2) проанализировать потребности потенциальных пользователей в помощи библиотеки;
- 3) изучить потребности не-посетителей библиотеки, для расширения деятельности библиотек.

Объекты исследования:

- 1) реальные пользователи библиотеки в возрасте от 15 лет (см. отчет по блоку «Посетители библиотек») и
- 2) потенциальные посетители в возрасте от 15 лет.

Предмет данного блока исследования – потребности потенциальных посетителей библиотек.

Методы исследования: анкетирование, электронное интервьюирование.

Выборка – случайная. Запланированный объем выборки – 408 человек: 204 реальных и 204 потенциальных посетителей библиотеки. На данном этапе было опрошено 232 посетителя и 149 не посещающих.

Исследование проводилось в 2015 г. в 2 этапа: весна-лето – опрос посетителей; лето – опрос горожан за пределами библиотек.

	Посетители библиотек		Потенциальные пользователи	
	Мужчины (102)	Женщины (102)	Мужчины (102)	Женщины (102)
15-30 лет (молодежь)	34	34	34	34
31-54 лет (средний возраст)	34	34	34	34
55 лет и старше (старший возраст)	34	34	34	34

Для данной статьи выбрано описание второго блока: потенциальные пользователи библиотеками. Среди опрошенных, как правило, преобладают женщины (табл. 1).

¹ См., напр., Засыпкина В. Библиотека в роли «третьего места». URL: <http://www.nlr.ru/prof/publ/bibliograf/2012/bd09.pdf> (дата обращения: 9.02.2015).

Таблица 1

Пол респондента

Женский	74,5 %
Мужской	25,5 %

Большинство респондентов составили молодежь и люди среднего возраста, что для работы библиотек важно, поскольку эти категории читателей все реже посещают библиотеки, и необходимо выяснить, что необходимо сделать, чтобы нужно сделать, чтобы библиотека стала для них привлекательной (см. таблицу 2).

Таблица 2

Возраст респондента

От 15 до 30 лет	46,3 %
От 31 до 54 лет	43,0 %
От 55 лет и старше	10,7 %

Уровень ценности библиотеки для потенциальных пользователей

Первой задачей для нашего исследования стало определение рейтинга ценностей для не-посетителей библиотек. В современном мире основной ценностью становится время вообще и свободное время – в частности.

Для начала посмотрим, насколько не-посетители заинтересованы в существовании библиотек вообще. Как видно из табл. 3, почти треть из них готова свободное время отдать хобби (куда входит, в том числе чтение, но не в библиотеке). Чуть меньшее количество респондентов отправилось бы на прогулку или в путешествие. Почти одинаковое их количество встретило бы с друзьями или пошло в библиотеку.

Таблица 3

Если бы появилось свободное время, то респондент

заялся бы своим хобби	28,8 %
отправился на прогулку / в путешествие	25,4 %
пообщался с друзьями	15,4 %
пошел в библиотеку	14,6 %
пошел в кино, театр, кафе	10,0 %
отправился по магазинам	2,9 %
всем перечисленным	0,8 %
сидел бы в Интернете; лежал бы на правом боку и думал; спал бы	по 0,4 %
затрудняюсь ответить	0,8 %

Рассмотрим более подробно социально-демографические признаки респондентов, выбравших те или иные варианты ответов.

Займутся в свободное время своим хобби лица обоего пола, хотя, мужчины чуть с большим интересом, чем женщины, выбрали этот вариант ответа. Хотели бы уделить время своему хобби люди младшего возраста. *Отправиться бы на прогулку или в путешествие* в первую очередь мужчины, особенно среднего возраста. *Пообщались бы с друзьями* и мужчины, и женщины старшей возрастной категории. *Пойдут в библиотеку* женщины от 55 и старше.

Почему же наши горожане не проявляют активность в посещении библиотек?

Сами респонденты считают, что у сегодняшних горожан нет в этом потребности вообще или нет времени. Есть опасение, что время будет потрачено зря, так как заранее известно, что в библиотеке

ке не будет нужной книги. Отметим, что Интернет, как явный конкурент библиотеки в поиске информации, отмечен только каждым 11-м респондентом. Замечено, что улучшилась психологическая атмосфера в библиотеках, тогда как в предыдущих исследованиях респонденты часто жаловались на плохое обслуживание и низкое качество предоставляемых в библиотеке услуг. Неоднократные уточнения к этому вопросу свидетельствовали о том, что библиотеке абсолютно необходима внятная реклама об ее услугах (более подробно см. табл. 4).

Таблица 4

Почему горожане стали реже посещать библиотеки

нет потребности/интереса	36,0 %
нет времени	17,8 %
отсутствие нужных книг	13,7 %
есть Интернет	7,6 %
неудобный график работы библиотек; низкое качество предоставляемых услуг	по 6,1 %
есть электронные книги	5,1 %
строгие правила пользования	1,5 %
низкий уровень обслуживания; им лень	по 1,0 %
идя мимо библиотеки, человек должен понимать, что это библиотека; поменялась система ценностей; пользуются своей библиотекой; не знают, что в библиотеке можно не только читать	по 0,5 %
затрудняюсь ответить	2,0 %

Рассмотрим более подробно социально-демографические характеристики респондентов, выбравших эти варианты ответов.

В *отсутствии интереса к библиотеке* обвиняют горожан и мужчины, и женщины, причем, в большей степени – представительницы старшего возраста. У горожан *не хватает времени* на поход в библиотеки, с точки зрения женщин старшего возраста. *Отсутствие в библиотеках нужных книг* – позиция представителей обоего пола старшего возраста.

Хотя в этом блоке исследования опрашивались люди за пределами библиотеки, мы предположили, что изредка они их посещают. Как видно из табл. 5, значительное большинство посещает ее по нескольку раз в месяц. На втором месте те, кто приходит в библиотеку несколько раз в год. На третьем – посещающие раз в полугодие. Не ходит в библиотеку каждый 4-й опрошенный.

Таблица 5

Частота посещения библиотеки респондентом

несколько раз в месяц	34,2 %
несколько раз в год	13,4 %
несколько раз в полугодие	12,8 %
несколько раз в неделю	4,0 %
каждый день	0,7 %
не посещаю библиотеки	24,8 %

Рассмотрим более подробно социально-демографические признаки респондентов, выбравших эти варианты ответов.

Несколько раз в месяц приходят в библиотеку женщины старшего возраста. *Несколько раз в год* – мужчины и женщины младшего возраста. Заглядывают в библиотеку *несколько раз в полгода* мужчины старшего возраста. *Не посещают библиотеку* мужчины среднего возраста (что, кстати, регулярно отмечалось при проведении подобных социологических исследований).

Потребности потенциальных пользователей в услугах библиотеки

Давайте выясним, каковы запросы сегодняшних потенциальных посетителей библиотек.

Из табл. 6 мы видим, что потенциальные посетители готовы были бы приходить на разные мастер-классы и психологические тренинги, получить доступ к Интернет/электронным библиотекам, участвовать в просмотре кинофильмов, посещать курсы иностранных языков и экспонирование авторских работ.

Таблица 6

Необходимые дополнительные услуги в библиотеке

различные мастер-классы	17,9 %
психологические тренинги	13,3 %
доступ к Интернет/электронным библиотекам	13,0 %
просмотр кинофильмов	11,6 %
курсы иностранных языков; экспонирование авторских работ	по 9,8 %
обучение компьютерной грамотности	6,6 %
юридические консультации	6,1 %
коворкинг	4,6 %
разработка авторских сценариев, афиш	3,2 %
игротеки	0,6 %
йога; бесплатный доступ к абонементу; доступ к диссертациям; лектории; место для проведения мероприятия; детские интеллектуальные игры; всё перечисленное; затрудняюсь ответить	по 0,3 %
никакие	1,2 %

Рассмотрим более подробно социально-демографические признаки респондентов, выбравших эти варианты ответов. В различных мастер-классах особенно заинтересованы женщины младшего и старшего возрастов.

Психологические тренинги заинтересовали бы мужчин и женщин младшего возраста. Доступ к Интернет/электронным библиотекам был бы интересен мужчинам среднего возраста. Просмотр кинофильмов был бы полезен мужчинам и женщинам старшего возраста. Курсы иностранных языков посещали бы мужчины и женщины младшего возраста.

Экспонирование авторских работ привлекло бы внимание женщин среднего возраста.

Как известно, библиотека – не только место хранения и использования книг и других доступных всем документов, но и пространство, в котором регулярно проводятся различные мероприятия. Нам хотелось узнать, какие библиотечные события могли бы заинтересовать потенциальных посетителей.

В табл. 7 представлена информация о предпочтениях респондентов. Безусловными лидерами стали бы встречи с интересными людьми. В 1,5 раза меньшее число респондентов выбирает презентации книг и авторов. На третьем и четвертом местах – дискуссионные и литературные клубы, а также проводимые в библиотеке концерты. Отметим, что не хотят участвовать ни в чем из библиотечных мероприятий всего 0,3 % респондентов.

Каковы же социально-демографические признаки респондентов, выбравших эти варианты ответов?

На встречах с интересными людьми готовы побывать мужчины и женщины среднего и старшего возрастов. Презентации книг и авторов были бы интересны, в первую очередь, женщинам старшего возраста. Дискуссионные и литературные клубы посещали бы в первую очередь мужчины, причем, чем старше респондент, тем больше ему хотелось бы самому участвовать в таком мероприятии. Концерты посетили бы респонденты обоего пола младшего возраста.

Таблица 7

Какие библиотечные мероприятия посетили бы

встречи с интересными людьми	26,7 %
презентации книг, авторов	17,8 %
дискуссионные, литературные клубы	13,9 %
концерты	11,4 %
квесты	8,6 %
театрализованные представления	7,2 %
флешмобы, акции	5,8 %
турниры по настольным играм	5,0 %
кукольные спектакли	2,8 %
клубы по интересам; «Стратегический чай»; никакие	По 0,3 %

Потребности потенциальных посетителей, удовлетворение которых поможет расширить деятельность библиотек

Еще одна задача данного исследования – выявить интерес потенциальных пользователей в их самореализации в работе библиотек.

Как видно из табл. 8, почти треть опрошенных не готова самостоятельно проводить в библиотеке какие-либо мероприятия. Среди остальных ответов преобладают «мастер-классы», «клубы по интересам», «обучающие семинары, тренинги», «презентации своего творчества» «развивающие занятия для детей».

Таблица 8

Какие мероприятия Вы организовали бы в библиотеке, реализуя хобби, интерес, возможности

мастер-классы	16,5 %
клубы по интересам	14,8 %
обучающие семинары, тренинги	12,5 %
презентации своего творчества	11,4 %
развивающие занятия для детей	10,8 %
литературные чтения	1,1 %
театральные представления; лекции по ЗОЖ; организация арт-пространства (напр., Сахар-Space); обучение написанию книг; всё перечисленное	По 0,6 %
затрудняюсь ответить	1,7 %
никакие	28,4 %

Рассмотрим более подробно социально-демографические признаки респондентов, выбравших эти варианты ответов.

Свою помощь в проведении *мастер-классов* предлагают женщины младшего и среднего возрастов. *Клубы по интересам* готовы возглавить мужчины младшего и среднего возрастов. На *обучающие семинары и тренинги* пригласили бы в библиотеку мужчины младшего возраста. *Презентации своего творчества* хотели бы провести мужчины от 55 лет и старше. *Развивающие занятия с детьми* могут вести женщины младшего и среднего возраста.

Давайте посмотрим, в какое время потенциальные пользователи библиотек готовы их посещать. Как видно из табл. 9.1. и 9.2, в буднее время большинство респондентов готово приходить по вечерам. На втором месте те, кто может прийти во второй половине дня, на третьем – в первой поло-

вине дня. Подобные ответы получены и по выходным дням, хотя есть и несущественное процентное отличие у первых двух позиций. Работать библиотекам «в ночное время» никто не предлагал.

Таблица 9.1

Наиболее удобное время посещения библиотеки в будни

18.00–21.00	40,9 %
14.00–18.00	34,2 %
10.00–14.00	6,0 %
9.00–20.00	2,7 %
17.00–19.00	1,3 %
14.00–00.00	0,7 %
12.00–21.00	0,7 %
в любое время	4,7 %
затрудняюсь ответить	0,7 %
не буду посещать в будние дни	8,1 %

Таблица 9.2

Наиболее удобное время посещения библиотеки в выходные

14.00–18.00	30,2 %
18.00–21.00	26,2 %
10.00–14.00	10,1 %
11.00–18.00	1,3 %
17.00–19.00	1,3 %
14.00–20.00	0,7 %
в любое время	7,4 %
затрудняюсь ответить	0,7 %
не буду посещать в выходные дни	22,1 %

Каковы социально-демографические признаки респондентов, выбравших эти варианты ответов?

В будние дни с 18.00–21.00 в библиотеку пришли бы мужчины младшего возраста; с 14.00–18.00 – женщины старшего возраста. В выходные с 14.00–18.00 посетили бы библиотеку мужчины от 55 и более лет; с 18.00–21.00 – мужчины младшего возраста.

Для эффективного проведения мероприятий библиотеке нужно, чтобы основные посетители заранее были оповещены. Как видно из табл. 10, большинство потенциальных посетителей хотели бы получать такую информацию в социальных сетях, на сайте библиотеки, при помощи электронной рассылки, телефона и sms.

Таблица 10

Удобный канал получения информации о проводимых библиотекой мероприятиях

социальные сети	27,1 %
сайт библиотеки	18,2 %
рассылка по e-mail	18,2 %
Телефон, sms	12,7 %
объявления на подъезде	6,4 %
СМИ; библиотекари	по 5,9 %
мне не нужна такая информация	5,5 %

Рассмотрим более подробно социально-демографические признаки респондентов, выбравших эти варианты ответов.

Социальные сети рассматривают как источник библиотечной информации женщины и мужчины младшего возраста. На *сайте библиотеки* согласны искать информацию о мероприятиях, проводимых в библиотеках, мужчины и женщины среднего возраста. *Рассылка информации о библиотечных мероприятиях по e-mail* устроила бы мужчин среднего и младшего возрастов. *По телефону и с помощью sms* готовы получать информацию мужчины старшего возраста.

Выводы

1. Степень ценности библиотеки у ее потенциальных пользователей. При наличии свободного времени большинство опрошенных занялось бы своим хобби, отправилось на прогулку или в путешествие, пообщалось бы с друзьями или пошло бы в библиотеку. По мнению респондентов, у сегодняшних горожан нет потребности в походе в библиотеку вообще или нет времени для этого. Сами респонденты посещают библиотеку несколько раз в месяц или не посещают вообще

2. Потребности потенциальных пользователей в услугах библиотеки. Респонденты согласны посещать разные мастер-классы в библиотеке, осуществлять обучение компьютерной грамотности, им нужен доступ к Интернет/электронным библиотекам, курсы иностранных языков, психологические тренинги, юридические консультации, просмотр кинофильмов. Особый интерес был бы проявлен к встречам с замечательными людьми, презентациям книг и авторов, к проводимым в библиотеке концертам, а также к дискуссионным и литературным клубам.

3. Потребности потенциальных посетителей, удовлетворение которых поможет расширить деятельность библиотек. Большинство опрошенных не готово самостоятельно проводить в библиотеке какие-либо мероприятия. Среди остальных ответов преобладают «мастер-классы», «клубы по интересам», «обучающие семинары, тренинги», «презентации своего творчества», «развивающие занятия для детей». В будни и в выходные дни большинство потенциальных читателей готово приходить в библиотеки во второй половине дня. Большинство посетителей хотело бы узнавать информацию о библиотечных мероприятиях в социальных сетях, на сайте библиотеки, через электронную рассылку, с помощью телефон и sms.

Рекомендации

1. Обеспечить качественное информирование реальных и потенциальных посетителей библиотек о проводимых мероприятиях с указанием точного времени, даты и кратким описанием события. В одном из предыдущих исследований респонденты жаловались, что пришли на мероприятие, которое не соответствовало их полу и возрасту.

2. Создать базу данных посетителей, желающих знать о мероприятиях, проводимых в библиотеке (с их адресами, телефонами и т.п.).

3. Исходя из запросов посетителей в конкретной библиотеке, проводить те мероприятия, которые были заказаны. При этом предлагать и варианты, так как читатели не всегда в курсе, что в библиотеке происходит вообще что-то, кроме выдачи книг.

4. Сообщать посетителям о мероприятиях, проводимых в других библиотеках города.

5. Приглашать к участию в проведении мероприятий читателей-активистов.

6. Рекламировать планы работы библиотеки не только на стенах (или даже внутри), а во внешней среде: через СМИ и активных читателей-волонтеров, на различных мероприятиях, проводимых за пределами библиотек.

7. Заняться ребрендингом библиотек: из «пыльного книгохранилища» перейти в состояние «библиотека – модное место» (что рекомендовали и сами респонденты в данном блоке исследования).

8. В работе с потенциальными посетителями библиотек активнее использовать электронные ресурсы: сайты библиотек, социальные сети.

M.A. Polishchuk

A LIBRARY'S PLACE IN THE CITIZENS LIFE (BY RESULTS OF SOCIOLOGICAL RESEARCH)

Modern Russian municipal library slumps now: in the budget there is no finance for updating literary funds, and information is getting out of date very rapidly. In order to purposefully spend the available funds, libraries today are turning to sociological research. This article includes excerpts from the report on sociological study conducted on the basis of libraries of Izhevsk. A library is seen as an organization that occupies a definite place in the life of a citizen. Sociological research was to see how important it is for a modern man to visit the library and what needs it can meet. The basic idea was to attract the attention of the reader to the fact that the library can be offered as a "third place" in his daily life.

Keywords: library, library services, reader, reader's preferences.

Полищук Мария Александровна,
кандидат философских наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
426034, Россия, г. Ижевск, ул. Университетская, 1 (корп. 6)
E-mail: zarceM@yandex.ru

Polishchuk M.A.,
Candidate of Philosophy, Associate Professor
Udmurt State University
426034, Russia, Izhevsk, Universitetskaya st., 1/6
E-mail: zarceM@yandex.ru