

ИТОГОВЫЙ ОТЧЁТ

ИНТЕРНЕТ - ИССЛЕДОВАНИЯ «ИМИДЖ БИБЛИОТЕКИ»

IV КВАРТАЛ 2014 г.

Цель исследования - получение информации о библиотечной среде в том виде, в каком она отражается в сознании пользователей, для формирования новой политики библиотечного развития в городе Вилючинске, отвечающей современным требованиям.

Задачи:

- выявить место библиотеки в жизни горожан;
- проанализировать мнение разных групп читателей о внешнем виде здания библиотеки, её интерьеров с позиции удобства и комфорта;
- получить сведения прогностического характера по совершенствованию библиотечного обслуживания городского населения;
- определить приоритеты в деятельности библиотеки на перспективу.

Метод:

Для проведения исследования был использован метод **интернет – анкетирования, посредством многоаспектной анкеты**, состоящей из вступительных, открытых и закрытых вопросов, т.е. респондентам предлагалось не только выбрать ответ из предложенных вариантов, но и зафиксировать своё мнение в свободной форме. Заключительным этапом исследования является **анализ документальных источников**.

Объект исследования – читатели библиотек «Централизованной библиотечной системы» города Вилючинска Камчатского края. В мониторинге общественного мнения приняло участие 25 респондентов. Для первого опыта проведения интернет-опроса - это не плохой результат. Но, всё же – выборку положено считать нерепрезентативной, т.к. она не является микромоделью генеральной совокупности. Исходя из этого факта последует корректировка выводов.

Предмет исследования – Имидж библиотеки.

Сроки проведения: IV квартал 2014 года (октябрь, ноябрь, декабрь).

Место проведения: интернет-сайт Муниципального бюджетного учреждения культуры « Централизованной библиотечной системы» города Вилючинска Камчатского края: / www.villib.ru

Социологическое исследование охватило разнообразный спектр проблем библиотечной среды, и включало ряд информационных вопросов, отражающих общее восприятие читателями библиотеки в целом, отдельных объектов и явлений, а так же предложений пользователей по улучшению её Имиджа. **А Имидж (Образ) учреждения культуры - это сформированная в общественном сознании совокупность его характеристик: не только видимых (внешних), но и невидимых (идеальных).**

АНАЛИЗ АНКЕТИРОВАНИЯ ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ГЛАВНЫЕ ВЫВОДЫ

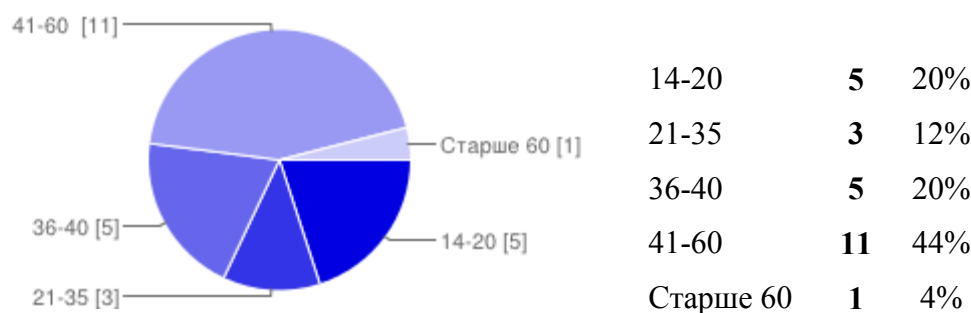
Способ исследования – «интернет-опрос» выявил проблему слабой информированности населения о существовании сайта библиотеки. Так как в интернет-опросе приняли участие всего лишь 25 человек... это очень мало, к сожалению... и всё же, исходя из того, что имеем, подведём итоги, и сделаем соответствующие выводы.

1. Первый блок вопросов – вступительный. Используем так называемую «паспортничку» для знакомства с желающими ответить на вопросы анкеты.

Среди опрошенных преобладали люди зрелого возраста, и, в равных частях – среднего (от 36 до 40 лет), и учащаяся молодёжь (от 14 до 20 лет – (диаграмма 1)).

Диаграмма 1

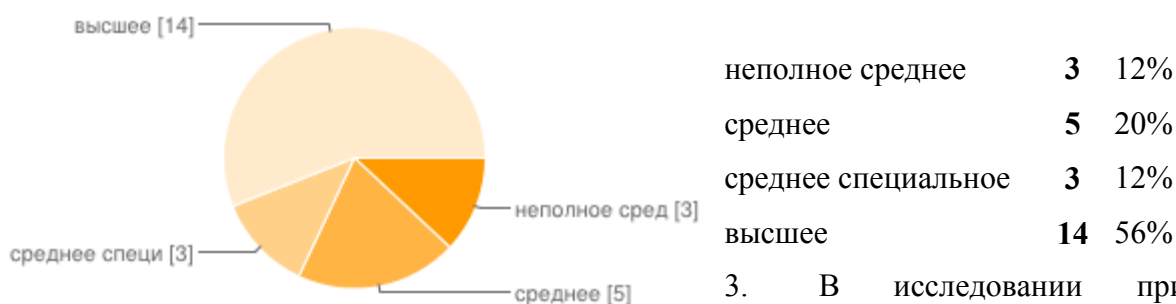
Укажите, пожалуйста, Ваш возраст



2. По образовательному уровню большинство респондентов – с высшим образованием (диаграмма 2), и это – радует!

Укажите, пожалуйста, ваше образование

Диаграмма 2



3. В исследовании приняли участие в основном респонденты женского пола, мужчины составили лишь одну четверть (диаграмма 3).

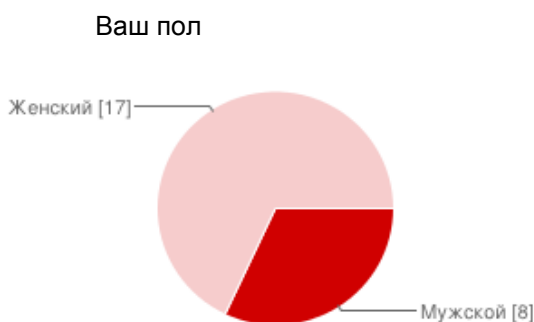


Диаграмма 3

Мужской	8	32%
Женский	17	68%

Таким образом, анализ структуры читательской аудитории свидетельствует о том, что наиболее активными посетителями сайта являются респонденты женского пола, зрелого возраста, с высшим образованием.

4. Вопросом «Какое из учреждений культуры нашего города вы посещаете чаще всего?» продолжается анкета исследования. Среди различных культурно-досуговых учреждений большинство опрошенных предпочли библиотеку (диаграмма 4). Это демонстрирует высокий уровень авторитета библиотеки в городе.

Диаграмма 4

Какое из учреждений культуры нашего города Вы посещаете чаще всего?

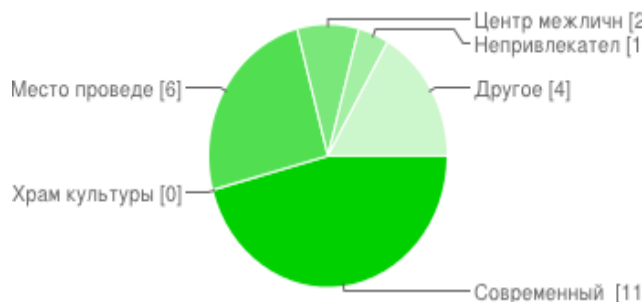


Центр культуры и досуга (ДК "Меридиан", ДОФ)	10	40%
Библиотека	21	84%
Краеведческий музей	4	16%
Художественная школа	1	4%
Музыкальная школа	0	0%

5. Для большинства респондентов (44%) библиотека – это современный информационный центр. «Деловой» спрос на информацию является основным мотивом обращения жителей города в учреждение культуры, но книги, чтение – не единственное, что привлекает горожан в библиотеке. 24% считают её местом проведения досуга, где можно культурно отдохнуть и получить новые знания на мероприятиях (диаграмма 5).

Лично для Вас библиотека - это:

Диаграмма 5



Современный информационный центр	11	44%
Храм культуры	0	0%
Место проведения досуга	6	24%
Центр межличностного общения	2	8%
Непривлекательное скучное заведение	1	4%
Другое	4	16%

6. Какие недостатки Вы видите во внешнем виде фасада и дизайне интерьеров библиотеки?

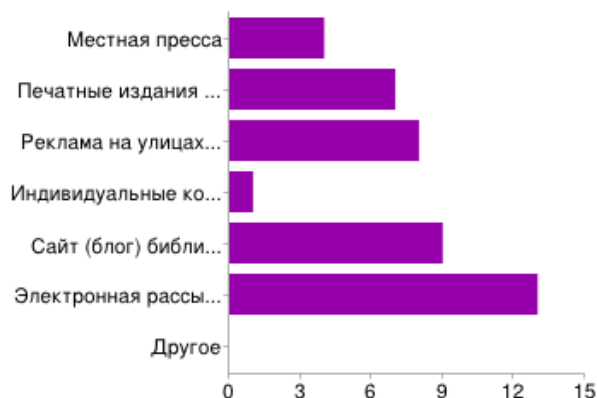
По данным исследования, жители города видят недостатки во внешнем виде фасада Центральной городской библиотеки по адресу улица Приморская 6. Утверждают, что он «серенький, мрачненький», «здание непривлекательное, обшарпанное», «травмоопасное крыльцо зимой и летом», предлагают заменить витражи, желают ярких красок в оформлении здания, сетуя на долгую зиму.

О дизайне интерьеров мнения разнятся: одни говорят об отсутствии такого понятия, как «дизайн», другие – довольны, третьи советуют «в читальном зале поставить диван и мягкие кресла для удобства чтения и возможно, даже, подключить торшер, в холле 2 этажа - телевизор, а первого этажа - куллер с кофе, журнальный столик, пару кресел у входа, информант на стене с последней информацией в крае, мире и стране»... четвертые мечтают о том, чтобы здание выглядело посовременнее. Множество сошло во мнении о неудобстве расположения библиотечного филиала №1 по улице Нахимова 16. На самом деле, количество читателей может быть увеличено, если библиотеку перенести в другой район, но это мероприятие требует больших материальных затрат, поэтому гораздо важнее сейчас постараться решить простые вопросы.

7. Как показало исследование, половина опрошенных (52%) считают, что им нужна информация о литературе (см диаграмму 6). Наиболее предпочтительными формами получения информации жители города считают электронные рассылки, сайт и блог библиотеки, страницы в социальных сетях, далее следуют рекламные объявления на улицах города, печатные издания в виде брошюр и буклетов, местная пресса (16%).

Каким образом Вам удобно получать информацию от библиотеки?

Диаграмма 6



Местная пресса	4	16%
Печатные издания библиотеки (брошюры, буклеты, флаеры)	7	28%
Реклама на улицах города (афиши)	8	32%
Индивидуальные консультации и приглашения по телефону	1	4%
Сайт (блог) библиотеки, страница в социальной сети	9	36%
Электронная рассылка (Sms, E-mail)	13	52%
Другое	0	0%

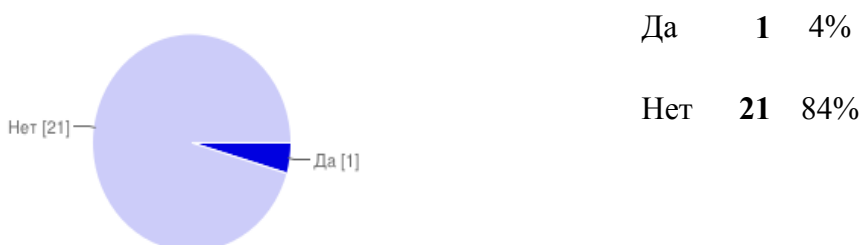
Исходя из потребностей пользователей, в будущем следует больше уделять внимание индивидуальному информированию читателей по выбранной теме, посредством электронной рассылки (Sms, E-mail).

8. В пиар практике известно, что имя – это одна из важнейших характеристик бренда, так как при успешной деятельности её носителя оно создаёт прочные ассоциации с положительным имиджем, например, эту мысль подтверждает одна из библиотек города Вилючинска, филиал №6, которая носит неофициальное название «Забота». Она не только так зовётся среди людей, но и помимо своего предназначения дарит душевное тепло и заботу своим посетителям в лице добрых, участливых и внимательных сотрудников. Поэтому специалисты по связям с общественностью озаботились необходимостью уходить от безликих «номерных» обозначений библиотек. Первая попытка не увенчалась успехом, предложений было мало, но всё же - были: «Лучший друг», «Время, вперёд!», «Библиотечный центр». И на этом останавливаться не стоит, будем пытаться и в дальнейшем пробуждать читательскую фантазию.

9. А вот чтобы библиотека носила Имя достойного Вилючинца, пожелали всего лишь 4% ответивших, в нашем случае – 1 человек!

Хотелось бы Вам, чтобы библиотека нашего города носила имя жителя Вилючинска, внесшего значительный вклад в развитие города?

Диаграмма 7



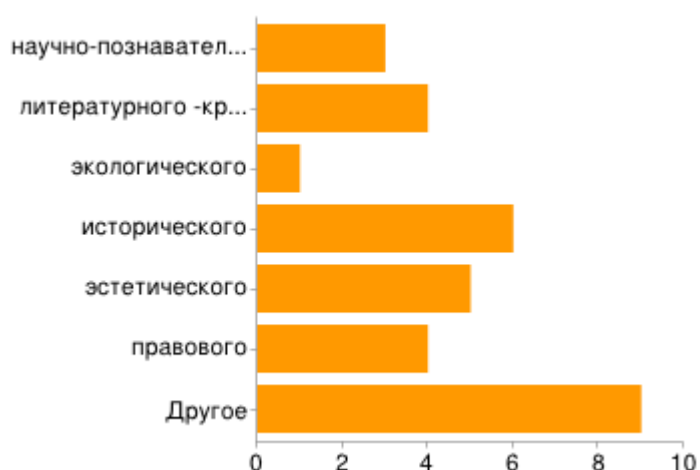
Если Вы выбрали вариант "Да" в предыдущем вопросе, предложите свою кандидатуру

Ответов на этот вопрос пока нет.

10. Важную роль в процессе развития творческой самореализации личности респонденты отводят клубам по интересам и любительским объединениям при библиотеках. Спектр желаний посетить тот или иной клуб достаточно широк (диаграмма 8).

Диаграмма 8

Участником какого клуба при библиотеке Вы хотели бы стать?



научно-познавательного	3	12%
литературно-краеведческого	4	16%

экологического	1	4%
исторического	6	24%
эстетического	5	20%
правового	4	16%
Другое	9	36%

Интерес горожан к истории и краеведению заставляет нас задуматься о создании в библиотеках краеведческих любительских объединений, которые уделяли бы должное внимание возрождению культурно-исторического наследия малой Родины и воспитывали уважение к истории, любовь к родной земле. Так же необходимо вести активную и разнообразную досуговую деятельность, выбирая наиболее актуальные и интересные темы по запросам (эстетика, право, наука...), используя нестандартные формы подачи материала и организации аудитории.

11. Заключительным вопросом в анкете стал вопрос **«Библиотека будущего в Вашем представлении?»**. Среди них отметили следующие ответы:

- «Библиотека будущего – это технически-оснащённый культурный и информационный центр».
- «...Это стильный дизайн интерьеров, современная техническая оснащённость залов, с кондиционерами и лёгкой музыкой в фойе...»
- «...wi-fi, кафе, диванчики и книги, книги, книги...»
- «...современная, красочная...»
- «...у пользователя должен быть выбор: печатные, электронные, аудиокниги, что-то новое, чтобы библиотека осталась центром общения и получения информации...».

Следует заметить, что в последние годы требования горожан к внешнему виду библиотек резко повысились, что диктует необходимость произвести ремонт, обновить интерьеры с целью приведения их облика в соответствие с социально-культурным назначением. Комфорт и современность сделают наши библиотеки привлекательными для множества новых читателей, что будет способствовать хорошей организации досуга горожан и снижению уровня негативных явлений в городе.

Своеобразный диалог библиотекаря и читателей представил модель Улучшенной библиотеки. Получилось многоаспектное учреждение культуры, сочетающее функции информационного центра с «живыми» книгами, современными технологиями и уютного места для общения. Её главными достоинствами являются: открытость, доступность, комфорт. Её постоянная работа - работа над усовершенствованием Имиджа библиотек, развитие, направленное на максимально-полное и оперативное удовлетворение читательских потребностей Вилючинцев.

Подготовила библиотекарь 2 категории
А. Комарова