

# ИТОГОВЫЙ ОТЧЁТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ «ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БИБЛИОТЕКИ»

Исследование проводили специалисты библиотеки-филиала № 1 г. Вилючинска во II-м квартале 2016 г.

**Целью** данного исследования было получение информации о том, как оценивают горожане работу библиотеки в целом, знают ли они о существовании сайта МБУК ЦБС, страничек библиотеки в социальных сетях и что могут предложить для совершенствования нашей деятельности. Мониторинг общественного мнения важен для библиотечных специалистов, т.к. позволяет в дальнейшем планировать работу с учётом интересов и потребностей пользователей.

## **Задачи исследования:**

- ✓ изучить структуру аудитории, принявшей участие в опросе, выявить реальных и потенциальных пользователей библиотечных услуг, их интересы и предпочтения;
- ✓ определить степень информированности опрашиваемых о деятельности библиотеки в Интернет-пространстве (библиотечный сайт, страницы в соцсетях);
- ✓ получить общую картину удовлетворенности-неудовлетворенности пользователей работой библиотеки и её услугами;
- ✓ проанализировать конкретные предложения по развитию и продвижению библиотечных услуг в нашем городе.

В данном социологическом исследовании использовался **метод** опроса – *анкетирование*, т.е. заполнение респондентами бланков, включающих в себя набор вопросов. По формам контакта опрос опосредованный (через раздачу анкет респондентам), письменный, выборочный (участвовали представители отдельных целевых аудиторий), анонимный.

**Объект исследования** – горожане, работающие и обучающиеся в учреждениях города (жилого р-на Рыбачий).

**Предмет исследования** – деятельность библиотеки.

**Сроки проведения:** II-й квартал 2016 г. (май – июнь).

**Место проведения:** анкеты были распространены для заполнения сотрудниками библиотеки по следующим учреждениям нашего города – Дом детского творчества, войсковая часть 62695, МУП «Жилремсервис», СОШ № 2, 3. Обработка заполненных анкет проводилась в библиотеке-филиале № 1.

**Число распространённых анкет** – 120.

**Число анкет**, пригодных для дальнейшей обработки – 75 (часть анкет не вернулась, часть была заполнена частично).

**Заключительный этап** исследования включает обобщение данных, в том числе в виде диаграмм, их объяснение и истолкование, а также получение практических выводов и рекомендаций.

## Анализ и основные результаты исследования

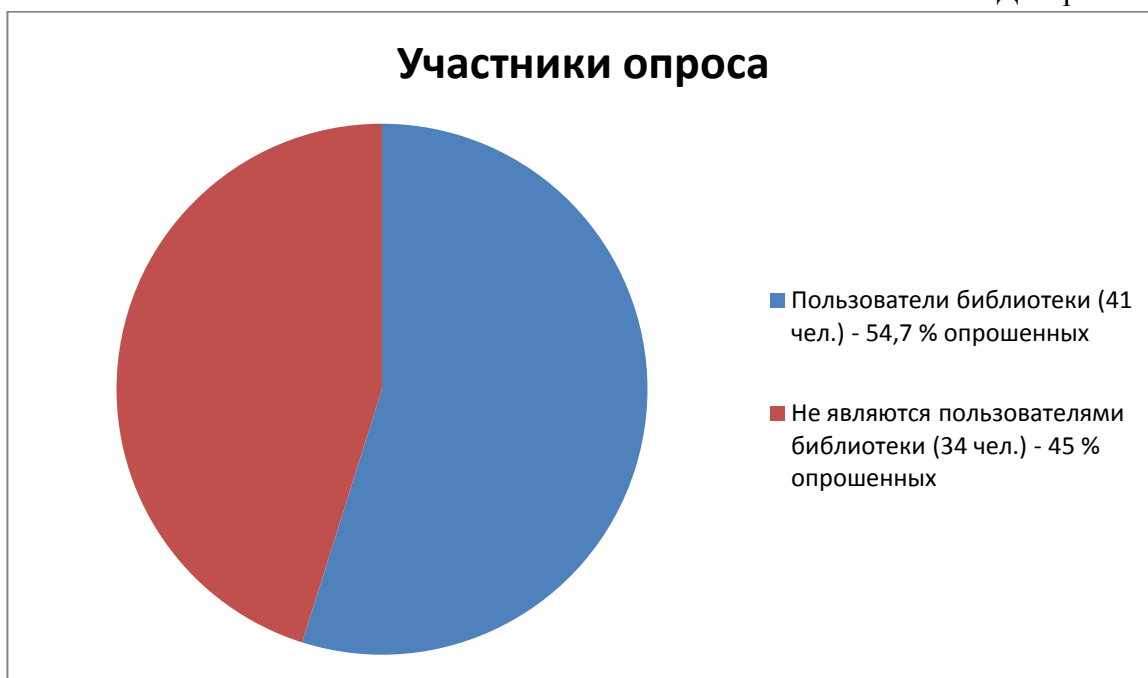
Опрос намеренно проводился вне стен библиотеки. Анкеты распространялись по учреждениям, с тем, чтобы выявить:

- а) степень охвата библиотечным обслуживанием работающих и обучающихся в различных учреждениях жилого района Рыбачий;
- б) оценку деятельности библиотеки извне, т.е. не только наших пользователей, но и тех респондентов, которые не посещают библиотеку.

### 1. Участники опроса

Данное исследование можно считать *пилотным*, т.е. это первый опыт проведения опроса за пределами библиотеки, в дальнейшем мы планируем более широкий охват различных аудиторий по городу. Пока же, учитывая сотрудничество библиотеки практически со всеми учреждениями, принявшими участие в опросе, мы получили картинку, которая свидетельствует о хорошем охвате населения библиотечным обслуживанием: из 75 опрошенных (по разным организациям) пользователями библиотеки являются 41 человек – почти 55 %. Эти данные приведены в диаграмме 1.

Диаграмма 1.



При этом стоит пояснить формулировку вопроса анкеты:

*Являетесь ли Вы читателем нашей библиотеки?*

- мы употребили в данном вопросе слово «читатель» как наиболее понятное респондентам, в отличие от используемого в профессиональной библиотечной среде термина «пользователь»;
- следует учитывать также то, что библиотекари и наши участники опроса по-разному понимают значение слов «читатель»/«пользователь». Для участников опроса читатель – это тот, кто пользуется книжным фондом библиотеки, - читает книги и периодику. Мы же считаем читателями / пользователями библиотеки также посетителей электронного читального зала (где пользователь физически не расписывается в формуляре читателя, однако такой формуляр на него заводится и в библиотечной статистике он проводится как пользователь) и посетителей мероприятий библиотеки (на

которых также оформляются формуляры, но при этом такой посетитель не отождествляет себя с читателем).

Данное пояснение необходимо при анализе ответов на некоторые дальнейшие вопросы анкеты (см. далее).

## 2. Возраст участников

В практике социологических исследований обычно применяют такую шкалу: возраст (полных лет):

- 18–24;
- 25–39;
- 40–54;
- 55 лет и старше.

Мы использовали иное деление по возрастным группам, принятое в нашей библиотечной практике (см. диаграмму 2).

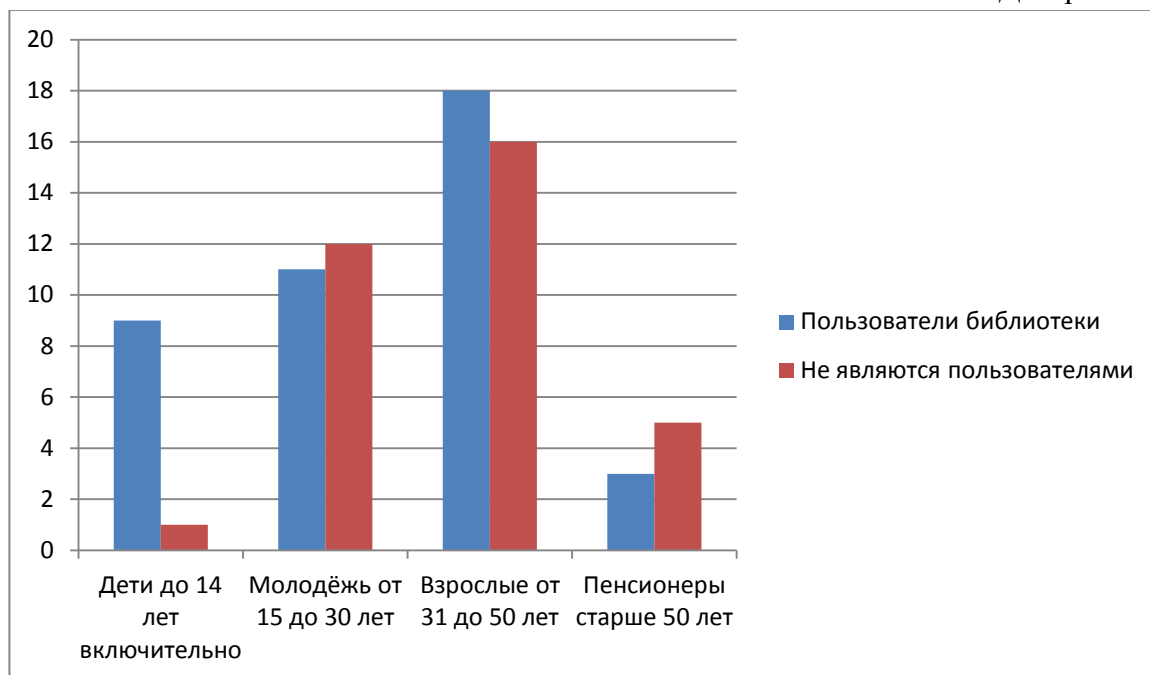
Диаграмма 2.



Наш опрос был рассчитан и проводился среди взрослых участников. В целом, возрастной состав респондентов приближен по своему процентному соотношению к категориям населения, на которых мы рассчитываем в своей деятельности, т.е. с точки зрения возрастного состава опрошенных выборку можно считать оптимальной.

При проведении анкетирования мы не задавали вопрос, касающийся разделения на мужскую и женскую аудитории, - этого не требовалось в рамках данного исследования. Однако мы можем высказать обоснованное предположение (основываясь на опыте других социологических исследований), что наибольшую активность, как обычно, проявили женщины.

Проанализировав приведённые ответы респондентов, можно посмотреть, как распределились по возрастным группам те, кто посещают библиотеку (пользователи), и те, кто не являются (или не считают себя – то, о чём мы говорили выше) нашими читателями. Эти данные представлены в диаграмме 3.



Как видим, среди основных групп участников опроса (взрослой и молодёжной аудитории) к услугам библиотеки обращается примерно половина опрошенных. Из участников-детей библиотеку посещают практически все.

### 3. Ожидания от посещения библиотеки

Этот вопрос анкеты был сформулирован следующим образом:

*Ваши ожидания от посещения библиотеки чаще всего не оправдываются, если:*

- потрачено много времени на получение нужной информации;
- нет в наличии нужной книги, журнала;
- не найдена информация по определенной теме / нет информации в достаточном объеме;
- другое.

Мы предположили, что у всех участников опроса, вне зависимости от того, посещают ли они нашу библиотеку или нет, есть определённые ожидания от посещения библиотеки, и имеется также опыт «не оправдавшихся ожиданий». Этот вопрос освещает те негативные факторы, которые нам необходимо преодолевать в нашей работе. Итак, что же в первую очередь разочаровывает реальных и потенциальных пользователей при посещении библиотеки? Ответы см. в диаграмме 4.



Ответы по данному вопросу требуют дополнительных пояснений:

- ✓ более четверти опрошенных – 20 человек – ничего не ответили на вопрос, некоторые (из числа наших пользователей), не отметив ни один из предложенных вариантов, писали следующие комментарии: «всё отлично», «ожидания оправдываются», «всегда оправдываются», «всё нравится», «не разочарован», «всё хорошо». Возможно, кто-то из не ответивших просто не смог сформулировать свой ответ, или же тоже ни разу не был разочарован при посещении библиотеки, – мы можем только предполагать;
- ✓ из 11 человек, отметивших вариант «другое», только двое написали свои комментарии по данной позиции: «всё можно найти в Интернете» и «не хватает времени ходить в библиотеку». Что разочаровывает при посещении библиотеки остальных, мы опять-таки можем только догадываться.

Подавляющее же большинство не оправдавшихся ожиданий горожан (23 ответа, из них 15 от читателей нашей библиотеки) связаны с отсутствием в фонде нужных книг и журналов, достаточное количество опрошенных (12 человек, из них 9 наших читателей) отметили также отсутствие или недостаточный объём необходимой информации, которую они рассчитывали получить при посещении библиотеки. Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что в глазах населения библиотека остаётся в первую очередь информационно-образовательным учреждением, которое достаточно часто посещают с определёнными конкретными запросами.

Вообще же, эта тема – чего ждут люди от посещения библиотеки, как мы видим, вполне может стать предметом отдельного подробного исследования, выводы по которому наверняка будут полезны как самим библиотекарям, так и методистам и комплектаторам.

#### 4. Знаете ли Вы о сайте библиотеки?

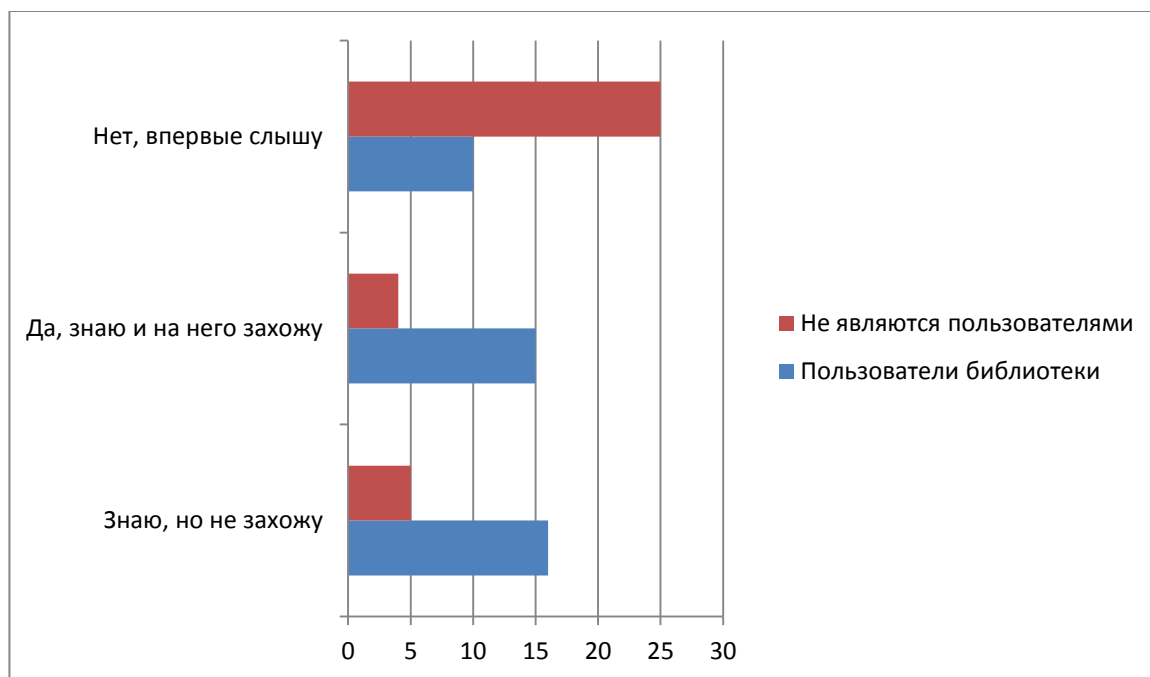
В этом вопросе было предложено отметить следующие варианты ответа:

- нет, впервые слышу;
- да, знаю и на него захожу;
- знаю, но не захожу.

Нам важно было выяснить, а знают ли о библиотечном сайте в городе (к слову сказать, в Вилючинске не так много организаций, чьи сайты столь наполнены и обновляются так же часто, как сайт нашей библиотеки!)? И для того, чтобы проанализировать ответы респондентов, мы вновь распределим полученные результаты по группам читатели / НЕчитатели.

Диаграмма 5.

### Знаете ли Вы о сайте библиотеки?



Полученные результаты нас, несомненно, огорчают: 73 % из тех респондентов, которые не являются нашими пользователями, не знают о существовании библиотечного сайта (хотя теперь-то уж, благодаря опросу, надеемся, что знают! И, может быть, даже заглянут из любопытства?); 15 % знают, но не заходят; и лишь 12 % опрошенных из этой категории и знают, и посещают наш сайт (надеемся, что и пользуются той информацией, которая на нём размещается).

Из наших пользователей впервые услышали о сайте библиотеки 24 % опрошенных (и это тоже довольно много...), а те, кто знают о villib.ru, разделились примерно пополам: 37 % посещают наш сайт и 39 % на него не заходят.

И таким образом, мы видим, что работы по популяризации библиотечного сайта, по привлечению на него наших горожан предстоит ещё очень-очень много... А следующий вопрос анкеты касается библиотечных страничек в популярных социальных сетях – давайте посмотрим результаты по этому направлению нашей деятельности.

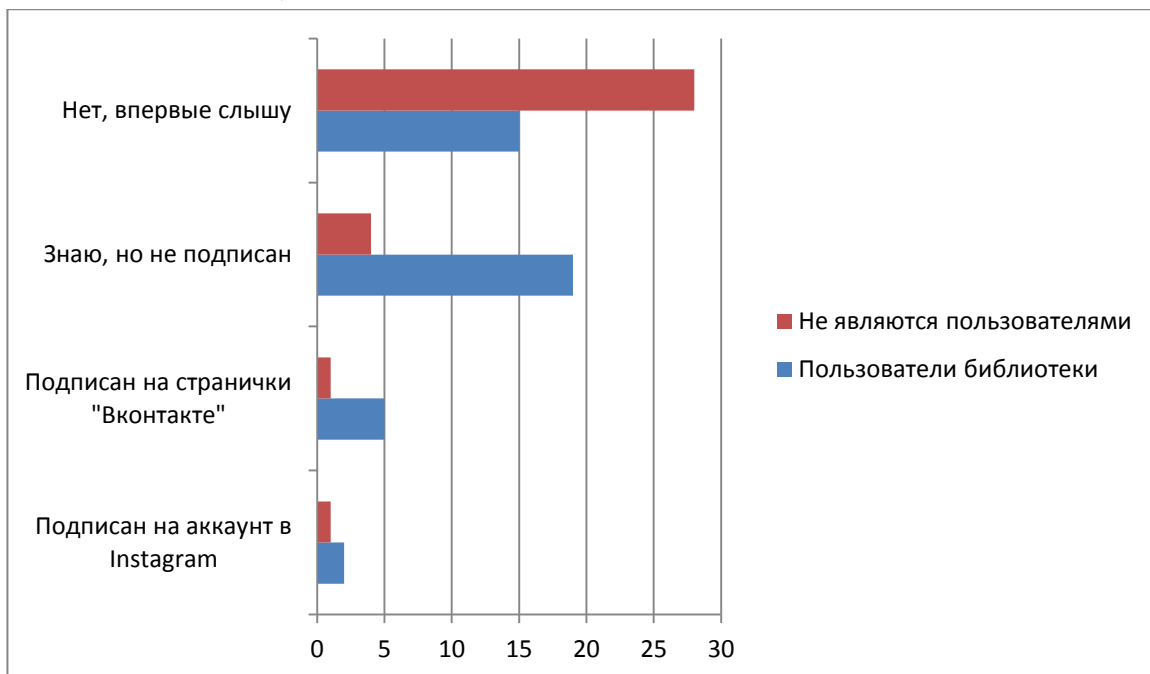
## 5. Знаете ли Вы о страничках библиотеки в социальных сетях?

При положительном ответе на этот вопрос мы попросили респондентов также отметить те наши странички, подписчиками которых они являются.

Диаграмма 6.

### **Знаете ли Вы о страничках библиотеки в социальных сетях?**

#### **Если да, то подписчиками каких вы являетесь?**



Что ж, по социальным сетям картинка получилась ещё более удручающей: 37 % наших пользователей и 82 % прочих опрошенных впервые узнали о существовании библиотечных аккаунтов только из нашей анкеты! 46 % пользователей и 12 % НЕчитателей знают, но не подписаны (хотя тут причины могут быть самыми разными: кто-то не заходит в социальные сети, кто-то не вступает в группы и сообщества. Тем не менее, эти люди – наши потенциальные подписчики, и мы должны об этом помнить.)

Как известно, любые исследования проводятся для того, чтобы прийти к определённым выводам и выявить те моменты, которые требуется скорректировать в нашей работе. Полученные ответы на предыдущие 2 вопроса открывают нам те направления, которые мы должны активно разрабатывать, чтобы делать наш сайт и группы востребованными, информативными и интересными. Но поясним также, что библиотека появилась в виртуальном пространстве не так давно: библиотечные странички и группы в социальных сетях открылись чуть более года назад (а страничка нашего структурного подразделения – филиала № 1 – всего несколько месяцев назад)! Сайту библиотеки – 6 лет, но активно он стал пополняться в последние 2-3 года. Так что делаем выводы и работаем в заданном направлении.

Следующий вопрос анкеты касается увлечений и предпочтений участников опроса, т.к. от этого зависит и наш путь развития.

## 6. Чем Вы обычно занимаетесь в свободное время?

Здесь можно было отметить несколько вариантов ответа. Смотрим диаграмму!



И если мы хотели выстроить для себя рейтинг самого популярного времяпровождения людей, то, как мы видим из приведённых ответов, удалось нам это не вполне. Как написал в комментариях один из участников опроса, наши горожане занимаются «всем по чуть-чуть», в равном количестве предпочитая Интернет, просмотр телевизора, чтение и прогулки (по 37 ответов). Чуть меньшее количество предпочтений отдано хобби (28 ответов) и занятиям спортом (23 ответа). Менее всего ответов (9) по пункту «другое», почти все с пояснениями: «занимаюсь музыкой», «дрессирую собаку», «хожу на кружки», «играю в компьютерные игры» (2 ответа), «свободного времени почти нет, служу».

Кстати, примечателен тот факт, что как бы много ни говорили о том, что Интернет убивает и прогулки, и общение, и чтение, по приведённым ответам наших респондентов мы делаем вывод, что это не так! (Хотя, возможно, это связано с региональным фактором: дорогим и медленным камчатским Интернетом). А в целом, можно сразу же начать разрабатывать новые исследования, касающиеся подробностей досуговых занятий наших горожан: что именно ищут в Интернете? Какие сайты наиболее популярны? Что предпочитают из телепередач и фильмов, какие книги читают, каким хобби занимаются? Всё это, безусловно, важно знать библиотекарям для установления лучших контактов и связей с общественностью.

#### 7. Оцените работу библиотеки в последний год

Этот вопрос, безусловно, прежде всего адресовался нашим пользователям, ответы которых распределились следующим образом (см. диаграмму 8).





Самая важная часть нашей работы – то, как нас оценивают пользователи, замечают ли они перемены в нашей деятельности, знают ли о наших достижениях и успехах? И, как мы видим, знают и замечают: почти  $\frac{3}{4}$  опрошенных из числа читателей отмечают в нашей работе за последний год изменения к лучшему. Чуть более четверти пользователей не смогли дать ответа на этот вопрос или же не увидели никаких изменений (суммарно 27 %), но главным для нас является тот факт, что ни один из респондентов не отметил вариант «хуже» (0 ответов). А это значит, работаем мы не зря!

Что касается ответов тех опрошенных, которые не являются нашими читателями, то логично было бы предположить, что их мнения по данному вопросу будут целиком в рубрике «не могу ответить», однако это не так. 21 человек (62 %) действительно выбрали вышеуказанный вариант ответа, 12 человек (35 %) отметили вариант «лучше», 1 человек – «не могу ответить». Здесь см. пояснения к вопросу 1 (выше).

**8. Что бы Вы в первую очередь предложили библиотеке для её развития и продвижения?**

Нам было очень важно получить от респондентов их ответы на этот, последний вопрос анкеты. Учитывая наш предыдущий опыт опросов, мы исключили в анкете вариант «другое» (обычно, даже если респонденты его отмечают, конкретных предложений не пишут), а предложили следующие позиции:

- проводить больше мероприятий с целью привлечения читателей;
- давать больше рекламы о своей деятельности, услугах;
- активно и оперативно пополнять фонд новинками книжного рынка;
- участвовать в масштабных городских акциях;
- проводить нетрадиционные акции, такие как Ночь искусств, Библионочь, молодёжные флешмобы, Библиотека под открытым небом, Игротека в библиотеке и др.

Вопрос предполагал только один вариант ответа, однако часть респондентов отметила несколько позиций.



Итак, мы видим, что от нас хотят больше мероприятий, в частности, нетрадиционных акций (их пока было немного, но, видимо, они запомнились нашим горожанам, по крайней мере, о них слышали) и больше рекламы о том, как мы работаем, что предлагаем и пр. Интересно, что не так много голосов было отдано за оперативное пополнение фонда, хотя понятно, что и эта задача является для нас одной из приоритетных.

А главный **ВЫВОД** по нашему исследованию таков, что библиотека нужна нашим горожанам не просто как книгохранилище, но как информационный и досуговый библиотечный центр, куда приходят за книгами, а также за общением и культурным времяпровождением. Нужны наши мероприятия, нужны активные публикации о нас и нашей работе – всё это не остаётся без внимания населения. А хорошее библиотечное обслуживание и качественные интересные мероприятия немыслимы без обратной связи с жителями нашего города.

И другие **выводы** (в том числе общего характера):

- ✓ развивать библиотечный сайт, активно его рекламировать, знакомить пользователей с его возможностями;
- ✓ продолжать работу с социальными сетями;
- ✓ продумать цикл мероприятий – виртуальных экскурсий (как вариант) по сайту и страничкам библиотеки, с целью их рекламы и привлечения новых участников и посетителей;
- ✓ продолжать исследовательскую деятельность.

В общем, не останавливаться на достигнутом, не почивать на лаврах и работать по принципу Льюиса Кэрролла: «Нужно бежать со всех ног, чтобы только оставаться на месте, а чтобы куда-то попасть, надо бежать как минимум вдвое быстрее» («Алиса в Стране Чудес»).

С огромной благодарностью ко всем участникам нашего опроса,

главный библиотекарь по обслуживанию пользователей библиотеки-филиала № 1

Мария Батова.