

# ИТОГОВЫЙ ОТЧЁТ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ на тему «Качество библиотечной полиграфической продукции»



Исследование проводили специалисты МБУК ЦБС г. Вилючинска во II-м квартале 2019 г.

Опрос респондентов проводился в период с 6 мая по 10 июня 2019 г. года с **целью** выявления удовлетворённости посетителей библиотеки качеством выпускаемой библиотеками города полиграфической продукции.

Полиграфическая продукция библиотеки – прежде всего афиши, различные объявления, проспекты, буклеты, закладки, визитки и памятки, воспроизведенные печатным способом. Это одно из самых эффективных и распространенных в библиотечной сфере средств визуальной рекламы, содержащих в привлекательной форме сведения о мероприятиях библиотеки, структуре и составе ее фондов, ассортименте предлагаемых бесплатных и платных услуг, собственной продукции в виде изданий, баз данных и т. д.



Мы знаем о том, что современное общество отличается повышенным уровнем визуального восприятия. Психологи называют подростков поколением

«бегущей картинке», причем ярко раскрашенной на экране. Именно поэтому рекламная продукция в виде афиш, плакатов, буклетов, проспектов и т. д. требует к себе очень внимательного отношения. И не секрет, что при создании библиотечной печатной продукции многие сотрудники сталкиваются с определенными трудностями.

Выделяют 4 этапа воздействия рекламы:

- привлечь внимание;
- убедить в необходимости воспользоваться определённым предложением;
- запомнить основную мысль;
- прибегнуть к рекомендации (принять участие в мероприятии, посетить библиотеку и т.п.)



Все вышеназванные факторы определяют **актуальность** проведённого опроса, **задачами** которого стали:

- определение наиболее популярного вида библиотечной печатной продукции среди пользователей библиотек;
- выявление тех элементов, на которые прежде всего обращают внимание респонденты в печатной рекламе;
- изучение мнения пользователей о качестве библиотечной полиграфической продукции.

В социологическом исследовании приняли участие 125 взрослых пользователей библиотек.

Опрос проводился во всех структурных подразделениях МБУК ЦБС **методом анкетирования**. Анкета включала в себя пять вопросов, четыре из которых предлагали готовые варианты ответов. Анкетирование проводилось в письменном виде, анонимно.

**Предметом исследования** стала оценка качества библиотечной полиграфической продукции.

**Место обработки заполненных анкет:** библиотека-филиал № 1 МБУК ЦБС.

**Количество обработанных анкет – 110.**

## Анализ и основные результаты исследования

Прежде всего было важно выяснить, какие виды библиотечной печатной продукции известны нашим респондентам. Ответы на этот вопрос распределились следующим образом (можно было отметить несколько продуктов):

- лидирующие позиции занимают афиши и объявления библиотек – с ними знакомы 84 человека из общего числа опрошенных (76 %);

- далее с большим отрывом следуют рекламные флаеры – их отметили 32 человека (29 %), закладки и памятки – 29 человек (26 %), визитки – 22 человека (20 %) и различные проспекты, буклеты – 17 человек (15 %).

Более наглядно полученные результаты демонстрирует диаграмма.

Диаграмма № 1.



Важным моментом для нас является тот, что так или иначе пользователи библиотек знакомы со всеми видами выпускаемой печатной продукции.

Следующим в анкете был вопрос о том, на что прежде всего обращают внимание наши читатели в печатных продуктах, что является для них приоритетным? Дизайн, грамотный текст или собственно содержащаяся в продукте информация?

В результате полученных ответов выстроился следующий рейтинг (см. Диаграмму № 2):

- более чем половина опрошенных (74 человека, что составляет 68 % от общего числа респондентов) отметили, что во всех образцах печатной продукции – афишах, объявлениях, закладках и пр. – их интересует прежде всего та

информация, которую содержит продукт, что является вполне логичным и закономерным;

- почти половина опрошенных (50 человек, 46 % опрошенных) обращают внимание на дизайн и цветовую гамму печатного продукта, считая это важным;

- чуть меньшее количество участников опроса (37 человек, что составляет 34 % от общего числа респондентов) отметили, что для них важна грамотность текста, содержащегося в продукции;

- почти четверть опрошенных (25 человек, 23 %) отмечают качество исполнения (аккуратность, чёткость печати и т.д.) продукции.

*Диаграмма № 2.*



Таким образом, можно сделать вывод о том, что после собственно содержания важными являются все элементы формы: дизайн, цветовая гамма продукта, грамотное и качественное его исполнение.

К сожалению, практически никто из респондентов не смог назвать те печатные материалы, которые ему особенно запомнились: на этот вопрос были даны единичные ответы об афишах отдельных мероприятий. На основании этих ответов не представляется возможным сделать какие-либо выводы.

С точки зрения участников опроса, качество полиграфических материалов библиотеки за последний год в целом улучшилось – такой ответ дали 64 человека, что составляет большинство (58 % опрошенных). Мнения остальных респондентов разделились примерно пополам: 24 человека (22 % опрошенных) затруднились определить, в какую сторону изменилось за последний год качество

библиотечной печатной продукции, почти столько же – 22 человека (20 %) – отметили, что качество осталось на прежнем уровне.



Также 92 % участников опроса оценивают качество наших полиграфических материалов как отличное (43 человека, 39 %) и хорошее (58 человек, 53 %). По этому пункту затруднились с ответом всего 8 человек, что составляет 7 % респондентов, и один человек отметил качество продукции как удовлетворительное.

Таким образом, 93 % респондентов удовлетворены качеством работы библиотеки в этой области.

Общие выводы по результатам проведённого исследования:

- печатная продукция была и остаётся одним из самых доступных способов информирования пользователей о библиотеке, её деятельности, мероприятиях и услугах;
- к наиболее распространенным и известным потребителям печатным продуктам относятся афиши библиотеки;
- сотрудники, работающие над выпуском печатных продуктов, должны заботиться о презентабельности выпускаемых материалов – это касается и содержания, и оформления продукции.

*Мария Батова, главный библиотекарь по обслуживанию пользователей  
библиотеки-филиала № 1 МБУК ЦБС*