



Российская государственная библиотека для молодёжи
Сектор социологических исследований

О молодёжной аудитории (или аудиториях) современной библиотеки: некоторые цифры и размышления

- Маргарита Михайловна Самохина,
канд. социологических наук
 - margarita@library.ru

Ассоциации со словом «библиотека»

Ответы школьников и студентов

Липецк, 2009. Исследование Е.И.Гоковой, опрос в учебных заведениях

| <i>Возраст</i> | <i>Ассоциации</i> |
|----------------|--|
| 10 лет | Здание со стеллажами, полками, столами и работниками – библиотекарями. Книги, журналы, газеты, учебники. |
| 13 лет | Здание со стеллажами и книгами. Дом знаний, учёба, чтение. |
| 16 лет | Читательский билет, абонемент, картотека, библиотекарь. Виды изданий, литература, книги. Чтение. Спокойствие, тишина. |
| 20 лет | Читательский билет, каталог, читальный зал, абонемент, картотека, хранилище, библиотекарь. Спокойствие, тишина. Читатели–студенты, очереди. Книги, журналы. Поиск информации. |

Факторы комфортности библиотеки

2011. Ответы посетителей библиотек

Ижевск, Сыктывкар, Нижний Новгород, Нижегородская область

| | |
|---|-------------|
| Хорошие фонды, есть материалы на все вкусы | 65,9 |
| Можно взять на дом сразу много материалов | 58,8 |
| Создана спокойная обстановка для работы, никто не мешает | 49,4 |
| Материалы можно взять на долгий срок | 42,3 |
| Библиотекари доброжелательны к молодым, понимают их интересы | 40,4 |
| Библиотека открыта до позднего вечера | 27,6 |
| Библиотека открыта с раннего утра | 16,5 |
| Есть интересные молодёжные программы | 8,2 |
| Есть специальная молодёжная зона | 7,1 |
| Есть места, где можно пообщаться, пошуметь | 6,9 |
| Можно участвовать в принятии решений, с мнением молодёжи считаются | 6,3 |

Нужные библиотечные услуги

2011. Ответы посетителей библиотек

Ижевск, Сыктывкар, Нижний Новгород, Нижегородская область

| | |
|---|-------------|
| Выдача литературы и других материалов на дом | 75,1 |
| Ксерокопирование материалов | 32,1 |
| Консультации библиотекарей, библиографов | 31,2 |
| Возможность работать в помещении библиотеки с библиотечными или собственными материалами | 28,9 |
| Интернет | 26,2 |
| Презентация новых поступлений (выставки, просмотры) | 19,7 |
| Курсы по изучению языка, компьютера и т.п. | 15,3 |
| Литературные и музыкальные вечера, встречи с интересными людьми, клубы и т.п. | 14,1 |
| Психологическое консультирование | 6,9 |

По данным этого исследования (<http://kot-semen.livejournal.com/38807.html>)

а также других исследований, объектом которых являются молодые люди, пришедшие в библиотеку за материалами и информацией

- Главным фактором, определяющим отношение молодого пользователя к библиотеке, стимулирующим обращение в библиотеку, является богатство и разнообразие её фондов: именно хороший фонд выходит на первое место как показатель комфортности и именно о его недостатках вспоминают, говоря о какой-то неудовлетворённости работой библиотеки. В качестве важной характеристики хорошего фонда выступает его современность, наличие и быстрое поступление новинок.
 - Используются, в основном, печатные источники – и прежде всего книги, с которыми работают фактически все респонденты. Именно с книгой библиотека ассоциируется в сознании молодых людей, именно с печатными материалами чаще всего связано их обращение в библиотеку и их реальное библиотечное поведение.
 - О значимости библиотечного доступа в Интернет, об использовании здесь Интернет-ресурсов так или иначе говорит примерно каждый четвёртый респондент, о возможной нужности соответствующих библиотечных услуг в будущем – каждый третий.
-

- Итак, с одной стороны, наш жизненный и профессиональный опыт доказывает, что при поиске информации молодые люди всё больше ориентируются на Интернет, на электронные, а не на печатные тексты. С другой стороны, видим, что библиотечное поведение молодых пользователей выглядит совсем по-другому. Возникает два (по крайней мере) предположения о специфике библиотечной молодёжной аудитории и о вариантах её развития и модификации.
- Первое предположение: библиотечным Интернетом активно пользуются лишь те, у кого его нет дома (в учебном заведении, на работе). Оно может быть подтверждено, например, интересным наблюдением: для респондентов, имеющих ридеры (и с большой вероятностью – домашний Интернет), библиотечный Интернет оказался гораздо менее значимым, чем для тех, у кого ридеров нет. Вероятно, востребованность этой услуги будет снижаться с расширением личных технологических возможностей пользователей.
- Другое предположение: молодые люди, ориентированные на электронные, а не печатные источники информации, ушли и продолжают уходить из библиотеки (а новые, младшие, туда уже не записываются). Молодая библиотечная аудитория не только сужается, но и «отстаёт от современности». Ситуация, при которой в сознании молодых библиотека ассоциируется прежде всего с печатными источниками информации, – закрепляется.

- В целом данные исследования демонстрируют нам традиционную молодую (в основном, учащуюся) библиотечную аудиторию, для которой библиотека – это прежде всего возможность получения на дом печатных документов.
- Сокращение контингента библиотечных пользователей связано сегодня именно с объективным уменьшением этой аудитории, главной причиной которого становится уход в Интернет и вообще рост значимости электронных текстов.
- При этом внедрение современных электронных технологий само по себе будет приводить новых и удерживать прежних посетителей лишь постольку и пока, поскольку и пока эти молодые люди не имеют возможностей пользоваться соответствующими технологиями вне библиотеки.
- С другой стороны, результаты исследования указывают на значимость помощи библиотекаря, его рекомендаций. Можно предположить, что именно деятельность компетентного библиотекаря-библиографа – традиционное и виртуальное обслуживание, создание собственных ресурсов, организация мероприятий – является сегодня и продолжит быть важнейшим ресурсом развития библиотеки.

Декларируемые задачи библиотеки и соответствующие им форматы взаимодействия с аудиторией

| <i>Декларируемые задачи</i> | <i>Роль библиотекаря</i> | <i>Роль аудитории</i> |
|--|--|--|
| Предоставление материалов | Исполнитель заказа, «обслуживатель» | Пользователи, клиенты, заказчики, потребители |
| Предоставление информации | Информатор, исполнитель заказа | |
| Навигация по материалам и источникам | Эксперт, профессионал | Пользователи, «свободные ученики» |
| Отбор, рекомендация материалов | Эксперт, авторитет | «Свободные ученики», «ориентируемые» |
| Просвещение | Просветитель, авторитет | «Свободные ученики» |
| Воспитание | Воспитатель, авторитет | Воспитуемые |
| Организация досуга (интеллектуального) | Организатор досуга. Эксперт, авторитет | «Потребители». Участники мероприятий. Соорганизаторы |
| Общение | Организатор и участник общения, собеседник | Участники общения, собеседники. Соорганизаторы |

Три молодёжные аудитории современной библиотеки

- Первый тип – те, кто приходит (сам!) за материалами и информацией. По отношению к этой аудитории библиотекарь может выступать как исполнитель заказа, информатор, эксперт.
- Второй тип – аудитории, организуемые самой библиотекой. Они могут создаваться на период короткий (отдельные мероприятия), более длительный (циклы мероприятий, например лектории), достаточно долгий (клубы). Однако в любом случае их структура, содержание их деятельности определяется, в основном, активностью библиотеки. Значимость личностных и групповых потребностей аудитории этого типа в той или иной информации, личностных и групповых интересов, личностной и групповой активности может быть различной и меняться в процессе «жизни» аудитории. Но ведущей стороной остается библиотека. Библиотекарь может выступать как организатор, просветитель.
- Третий тип – молодёжные аудитории, активные в своей культурной деятельности и функционирующие совместно с библиотекой и на ее территории. Значимость ролей организатора и эксперта здесь может варьироваться в зависимости от активности самой аудитории.

Детская библиотека — это...

Ответы посетителей массовых каникулярных мероприятий

Саров, Центральная детская библиотека, 2011

(<http://kot-semen.livejournal.com/39440.html>)

| | Младшие школьники | 5–11 классы. |
|---|-------------------|--------------|
| Дом книг | 13 | 19,6 |
| Досуг, отдых («место, где можно отдохнуть, интересно провести время») | 41 | 45 |
| Информационный центр | 45 | 35 |

Востребованность библиотечных материалов и информации: аудитории и их динамика

- **«Бедные»**
(малообеспеченная семья, небольшая зарплата, нет технических возможностей выхода в Интернет и т.д.)
- **«Продвинутые»** (активно ищут печатную и/или электронную информацию, любят читать, занимаются наукой и т.д.)
- **«Привыкшие»** (имеют большой библиотечный стаж, привыкли пользоваться услугами библиотеки и т.д.)
- **Аудитория стабильна по величине** (действуют разнонаправленные факторы).
- **Аудитория уменьшается, но в определённой степени это зависит от ресурсов библиотеки** (фонд – как новинки, так и старые книги, техническая оснащённость, компетентность персонала и т.д.). **Частично виртуализируется.**
- **Аудитория уменьшается** (приходит новое поколение, «интернетизированное» с детства). **Частично виртуализируется.**

Навигация, отбор, рекомендация материалов и источников:

«воспринимающие» аудитории и их динамика

- Представители тех же групп, но ориентирующиеся в первую очередь на компетентность персонала и лишь затем на фонд и другие ресурсы.
- Группы «по интересам» (добровольные участники небольших мероприятий, активисты, члены библиотечных клубов, кружков и т.д.)
- «Доверяющие» (прислушивающиеся к советам конкретного библиотекаря)
- Аудитория уменьшается, но в определённой степени её динамика зависит от компетентности персонала и от других ресурсов библиотеки. Частично аудитория виртуализируется.
- Величина аудитории зависит от компетентности, креативности, коммуникационных навыков персонала, а также от материальных и технологических возможностей библиотеки. В принципе аудитория может виртуализироваться.
- Их всегда немного. Аудитория может виртуализироваться.

Просвещение (и воспитание?)

- «Доверяющие»
 - Всегда небольшая аудитория. Может виртуализироваться.
- Группы «по интересам»
 - Реальное воздействие библиотеки может определяться рядом связанных друг с другом факторов. В частности:
 - вписанность тематики и «языка» мероприятий в реальные интересы и жизненные практики аудитории (знание аудитории);
 - компетентность (знание предмета);
 - авторитет библиотеки и/или отдельных сотрудников у посетителей мероприятий и/или у лидеров групп;
 - «внешность» библиотеки (эстетика, технологии и т.д.).
- Аудитория библиотечных мероприятий (?)

Библиотека как место досуга (индивидуального и группового)

- «Бедные»
(заинтересованные в бесплатных услугах)
- «Привыкшие»
- Группы «по интересам»
- Аудитория библиотечных мероприятий (?)
- Привлекательность библиотеки может определяться рядом связанных друг с другом факторов.
В частности:
 - материальные и технологические возможности библиотеки по организации современных форм досуга;
 - современный дизайн библиотеки;
 - вписанность тематики и «языка» мероприятий в реальные интересы и жизненные практики молодёжной аудитории;
 - предложение новых, неожиданных, оригинальных форм;
 - привлечение молодых в качестве организаторов, соорганизаторов мероприятий.

Спасибо за внимание!

- Маргарита Михайловна Самохина
 - margarita@library.ru
 - <http://kot-semen.livejournal.com/>
-