



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/>
-