

**ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ИНТЕРНЕТ-СЕРВИСОВ
ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМИ УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ
«МОГИЛЕВСКАЯ ОБЛАСТНАЯ БИБЛИОТЕКА
ИМ. В.И. ЛЕНИНА»:
ПО ИТОГАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

*Юхновец Татьяна Степановна,
Белорусский государственный университет культуры и искусств,
Минск, Беларусь
yukhnovets55@mail.ru*

*Юрковец Виктория Сергеевна,
Белорусский государственный университет культуры и искусств,
Минск, Беларусь
lovefull8192@mail.ru*

Представлены основные результаты социологического исследования (анкетирования), проведённого с целью оценки востребованности Интернет-сервисов пользователями Учреждения культуры «Могилевская областная библиотека им. В.И. Ленина». Полученные данные об информационных интересах / потребностях пользователей могут быть использованы при разработке стратегий позиционирования Библиотеки в Интернет-пространстве и повышения эффективности создания и использования электронных информационных ресурсов и сервисов.

Ключевые слова: Интернет-сервис, электронный продукт, веб-сайт, востребованность Интернет-сервисов.

**THE USER DEMAND FOR INTERNET SERVICES
IN THE CULTURAL INSTITUTION «MOGILEV REGIONAL
LIBRARY NAMED AFTER V.I. LENIN»: REGARDING
THE RESULTS OF A SOCIOLOGICAL RESEARCH**

*Tatyana Yukhnovets,
Belarusian state University of Culture and Arts,
Minsk, Belarus
yukhnovets55@mail.ru*

Victoria Yurkovets,
Belarusian state University of Culture and Arts,
Minsk, Belarus
lovefull8192@mail.ru

The main results of a sociological study (survey) carried out to access the user demand for the Internet services in the cultural institution «Mogilev regional library named after V. I. Lenin» were presented. The obtained data about the information interests / needs of users can be used to develop strategies for positioning the Library in the online space and improve the efficiency of creation and use of electronic information resources.

Keywords: Internet service, electronic product, website, demand for online services.

Приоритетами в деятельности учреждения культуры «Могилевская областная библиотека им. В.И. Ленина» (далее – Библиотека) являются максимально полное удовлетворение информационных потребностей пользователей и обеспечение свободного доступа к информационным ресурсам. Для оценки востребованности Интернет-сервисов реальными пользователями Библиотеки нами было проведено социологическое исследование (методом анкетирования). Период проведения анкетирования – с 9 по 27 декабря 2015 г.

Задачами проведения анкетирования стали:

- определение наиболее востребованных электронных продуктов и услуг Библиотеки;
- выявление Интернет-сервисов для продвижения электронных продуктов и услуг Библиотеки;
- определение особенностей использования Интернет-сервисов в зависимости от возраста и пола пользователей;
- определение степени удовлетворенности пользователей содержанием и структурой веб-сайта Библиотеки.

Выборочная совокупность исследования составила 50 человек. Возраст пользователей, принимавших участие в анкетировании, – от 14 до 40 и более лет. 40% (20 чел.) респондентов – это пользователи в возрасте от 20 до 30 лет; 24% (12чел.) – старше 40 лет; 22% (11чел.) – от 30 до 40 лет; 14% (7 чел.) – от 14 до 20 лет. То есть основную группу опрашиваемых составили пользователи 20–30 лет.

Респонденты мужского пола составили 38% (19 чел.), женского – 62% (31 чел.).

В анкету вошло 12 открытых, закрытых и полузакрытых вопросов.

Ответы на вопрос **«Как часто Вы пользуетесь Интернетом?»** распределились следующим образом: практически каждый день – 60%; несколько раз в неделю – 12%; как правило, 1 раз в неделю – 4%; несколько раз в месяц – 18%; не пользуюсь – 6%. Эти результаты свидетельствуют о том, что подавляющее большинство пользователей Библиотеки активно используют сеть Интернет. Самыми активными оказались респонденты в возрасте 20–30 лет: 70% из них обращаются к Интернету практически каждый день. Респонденты этой возрастной группы представлены студентами учреждений образования, информационные интересы которых напрямую связаны с сетью Интернет. Исходя из половой принадлежности респондентов, Интернетом чаще пользуются представители женского пола: 71% от общего числа опрошенных женщин пользуются Интернетом каждый день. Удельный вес мужчин такого же порядка – 42%. Отсюда можно сделать вывод, что женщины используют сеть Интернет чаще мужчин. Одним из факторов, обусловивших такую тенденцию, является низкий уровень трудовой занятости женщин в связи с их нахождением в декретном отпуске и/или ведением ими домашнего хозяйства.

Для ответа на вопрос **«Имеете ли Вы опыт использования библиотечных веб-сайтов?»** было предложено три варианта ответа: да, нет, даже не знал(а) об их существовании. Выяснилось, что 70% пользователей имеют опыт использования библиотечных веб-сайтов; 20% – не имеют опыта; 10% – не знали об их существовании. Следовательно, большинство пользователей знакомо с виртуальным библиотечным обслуживанием и используют этот сервис. Однако 20% респондентов, которые не использовали веб-сайты библиотек, указывают на необходимость проведения планомерной работы по их информированию и обучению работе с библиотечными Интернет-ресурсами. Таким образом, Библиотека должна уделять больше внимания этим направлениям своей деятельности и возможно выработать новые механизмы их реализации.

Из 70% опрошенных, имеющих опыт использования библиотечных веб-сайтов, наибольший удельный вес составили респонденты в возрасте 20–30 лет (43%), а наименьший – респонденты в

возрасте 14–20 лет (6%). Из 20% опрошенных, которые не использовали веб-сайты, 40% составили пользователи в возрасте 20–30 лет и 30% – в возрасте старше 40 лет. Среди 10% респондентов, которые не знали о существовании библиотечных веб-сайтов, наибольший удельный вес составили пользователи в возрасте 14–20 лет – 60% (см. Рисунок 1):

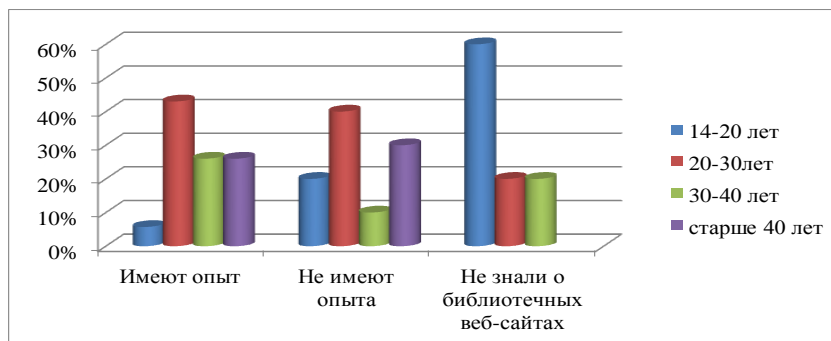


Рисунок 1 – Опыт респондентов по использованию библиотечных веб-сайтов (по возрастному признаку)

Из диаграммы видно, что среди пользователей в возрасте старше 40 лет нет неосведомленных о функционировании библиотечных веб-сайтов. Критическим, на наш взгляд, является показатель неосведомленности о веб-сайтах среди пользователей 14–20 лет – 60%. Такое положение в определенной степени можно объяснить низкоэффективной работой библиотек учреждений общего, среднего специального и высшего образования по продвижению своих ресурсов и услуг и популяризации веб-сайтов. По половой принадлежности самыми опытными пользователями в преобладающем большинстве оказались женщины – 74,3%; более 50% мужчин не используют сайты библиотек.

На вопрос «Знакомы ли Вы с веб-сайтом нашей библиотеки?» 68% респондентов ответили положительно. Из них наибольшее количество (28%) составили пользователи в возрасте 20–30 лет, наименьшее (6%) – пользователи в возрасте 14–20 лет. В то же время из респондентов, ответивших отрицательно, наибольшее количество (12%) составили пользователи в возрасте 20–30 лет. Данные показатели позволяют положительно оценить работу Библиотеки по повышению уровня использования библиотечных онлайн-ресурсов, в том числе собственной генерации. Группу респондентов, знако-

мых с веб-сайтом Библиотеки, составили 26 женщин (52%) и 8 мужчин (16%).

Показательна диаграмма по результатам ответов респондентов на вопрос «**Как часто Вы посещаете веб-сайт нашей библиотеки?»** (см. Рисунок 2):

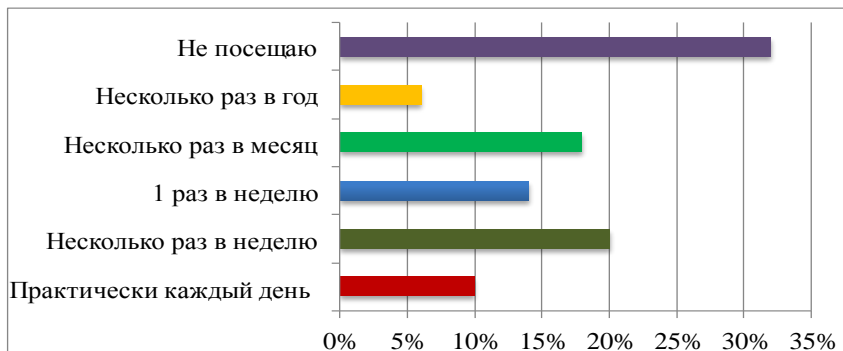


Рисунок 2 – Ответы респондентов на вопрос «Как часто Вы посещаете веб-сайт нашей библиотеки?»

Такое распределение ответов респондентов позволяет сделать вывод о том, что для 68% респондентов веб-сайт Библиотеки представляет интерес и необходим им для удовлетворения информационных потребностей и запросов: ознакомившись с сайтом, они продолжают его посещать, но с разной периодичностью. Вместе с тем, треть респондентов вообще не использует сайт Библиотеки для получения необходимой информации, из них 58% принадлежат к молодёжной группе в возрасте от 14 до 20 лет.

Изучение зависимости частоты посещения сайта Библиотеки от возраста и пола респондентов показало, что возрастные группы 14–20 лет, 20–30 лет, 30–40 лет и старше 40 лет имеют различные жизненные режимы и приоритеты, которые формируют их информационные интересы/потребности и соответственно влияют на частоту посещения веб-сайта Библиотеки и использование Интернет-ресурсов в целом. Кроме того, более активно используют информационные возможности веб-сайта представители женского пола: 100 % респондентов посещают веб-сайт практически каждый день; в то же время, 56% мужчин не посещают сайт Библиотеки вообще.

Библиотека предоставляет на своем сайте для пользователей достаточно большой спектр информационных продуктов и услуг. Для выявления наиболее востребованных из них в анкету был включен вопрос «**Какими библиотечными электронными продуктами и услугами Вы пользуетесь?**». Респондентам предлагалось выбрать из перечня вариантов ответов удовлетворяющий их ответ или несколько вариантов ответов. Результаты наглядно демонстрирует *Рисунок 7*:

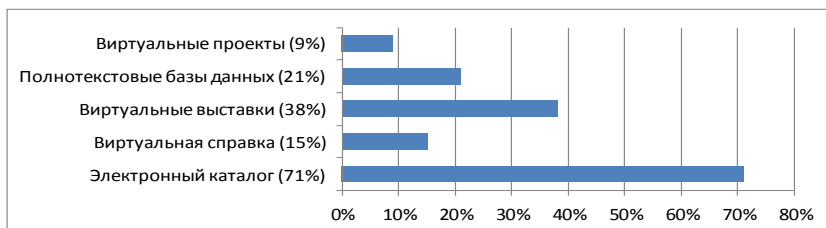


Рисунок 7 – Ответы респондентов на вопрос «Какими библиотечными электронными ресурсами и услугами Вы пользуетесь?»

Таким образом, наиболее востребованным электронным библиотечным сервисом у пользователей Библиотеки является электронный каталог. Второе место в этом ряду занимают виртуальные выставки, третье – полнотекстовые базы данных. Слабым сегментом в системе электронных продуктов и услуг оказалась электронная доставка документов, что позволяет предположить наличие технико-технологических барьеров и / или низкий уровень информирования пользователей об этой информационной услуге. Кроме того, немалое количество респондентов (32%) вообще не пользуется электронными продуктами и услугами Библиотеки.

Для того чтобы оценить востребованность блога LIBRARIUM и аккаунтов Библиотеки на YouTube.com, Picasa.com, Facebook.com, Twitter.com, пользователям был задан вопрос «**Подписчиком каких страниц нашей библиотеки в Интернете Вы являетесь?**». Респондентам предлагалось выбрать из перечня вариантов ответов удовлетворяющий их вариант или несколько вариантов. Анализ полученных результатов показал, что 60% опрошенных не являются подписчиками ни одной из этих страниц, остальные респонденты – подписчики Интернет-страниц (40%) распределились следующим образом:

- 35% – подписчики блога Librarium;
- 25% – подписчики веб-страницы Библиотеки на YouTube.com;
- 10% – подписчики веб-страницы Библиотеки на Picasa.com;
- 20% – подписчики веб-страницы Библиотеки на Facebook.com;
- 10% – подписчики новостей Библиотеки в Twitter.com.

Таким образом, наиболее востребованным веб-ресурсом Библиотеки является блог LIBRARIUM, причем, 57% его подписчиков – это пользователи в возрасте 20–30 лет. Второе место в этом ряду занимает веб-страница Библиотеки на канале YouTube.com, большинство подписчиков (40%) которой – это респонденты в возрасте 30–40 лет; третье место – веб-страница в социальной сети Facebook.com. Основную группу подписчиков (75%) веб-страницы в Facebook.com составила молодёжь в возрасте 14–20 лет. Среди не подписанных на веб-страницы Библиотеки 34% – это респонденты в возрасте 20–30 лет и 31% – респонденты в возрасте старше 40 лет. Кроме того, следует отметить, что 71% подписчиков блога LIBRARIUM и 75% подписчиков веб-страницы в Facebook являются представителями женского пола, а среди подписчиков веб-страницы на канале YouTube.com 60% составляют мужчины. Полученный рейтинг востребованности веб-страниц Библиотеки, на наш взгляд, в определенной степени обусловлен рейтингом общемировой популярности выделенных Интернет-сервисов.

Наши респонденты отметили, что хотели бы видеть библиотеку в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники.ru» и «Instagram», являющихся в русскоязычном сегменте Интернета наиболее популярными Интернет-сервисами. Следует заметить, что в «ВКонтакте» Библиотека создала группу «Юношеский отдел МОБ им. В.И. Ленина», количество участников которой достигает в настоящее время около 100 человек и представлено пользователями юношеского отдела Библиотеки.

Значимым для оценки деятельности Библиотеки по созданию и развитию собственных онлайн-ресурсов стал вопрос **«Удовлетворены ли Вы содержанием веб-сайта нашей библиотеки?»**. Оказалось, что 66% респондентов в целом удовлетворены информационным наполнением сайта Библиотеки (совокупность ответов

«вполне удовлетворен» и «пожалуй, удовлетворен»). Неудовлетворительных ответов о веб-сайте Библиотеки среди опрошенных пользователей не было, хотя 32% затруднились ответить на данный вопрос. Таким образом, можно предположить, что веб-сайт Могилевской областной библиотеки представляет собой информационно насыщенный ресурс, имеет четкую организационную структуру и соответствует информационным интересам и потребностям пользователей.

Вместе с тем, наши респонденты предложили размещать на сайте библиотеки обзоры книжных новинок (25%), литературные и книжные новости (14%), рейтинги книг (36%, пользователи старше 40 лет), информацию о викторинах и конкурсах (27%), лауреатах литературных премий (7%). К сожалению, есть и равнодушные, незаинтересованные пользователи (преимущественно представители мужского пола): 8% респондентов не смогли предложить идей для информационного наполнения сайта Библиотеки и ответили: «Мне все равно», «Не имеет для меня значения», «Не заходил»; 4% респондентов ответили «Всего достаточно». Последнее указывает, на наш взгляд, на необходимость разработки новых структурных элементов веб-сайта Библиотеки и проведения мониторинговых исследований его использования.

Наиболее приоритетными Интернет-сервисами для получения информации о Библиотеке для мужчин не зависимо от возраста являются социальные сети (44%) и электронная почта (36%), а для женщин – веб-сайт (83%) и блог (100%).

Таким образом, результаты проведенного исследования позволяют нам сделать следующие выводы:

1. Интернет занимает значимое место в жизни современного общества, поэтому Библиотеке следует уделять особое внимание организации взаимодействия своих пользователей с Интернет-сервисами и обеспечению свободного и мобильного доступа к онлайн-ресурсам.

2. Большинство респондентов активно используют онлайн-ресурсы Библиотеки, предоставляемые посредством Интернет-сервисов.

3. Выбор электронных продуктов и услуг во многом зависит от возрастных предпочтений и половой принадлежности пользова-

телей. В зависимости от этих факторов формируется их жизненный режим, приоритеты и информационные интересы/потребности.

4. Наличие Интернет-страниц Библиотеки формирует у пользователей её положительный образ и обеспечивает возможность привлечения к её деятельности общественное внимание.

5. Наиболее приоритетными для пользователей Интернет-сервисами, обеспечивающими возможность доступа к новостям Могилевской областной библиотеки, являются веб-сайт и социальные сети.

6. Наиболее востребованными пользователями электронными сервисами Библиотеки являются электронный каталог и виртуальные выставки.

7. Веб-сайт Библиотеки требует обновления и расширения своего информационного и сервисного наполнения в соответствии с запросами пользователей.

Сделанные выводы могут служить основанием для разработки стратегии позиционирования Библиотеки в Интернет-пространстве и выработки рекомендаций, направленных на повышение эффективности использования её электронных информационных ресурсов и услуг.