

*Підсумки обласного етапу Всеукраїнського соціологічного дослідження*

***«Молодіжна бібліотека: популярність, репутація, бренд»***

*проведеного на базі*

***Вінницької обласної бібліотеки для юнацтва***

 Учасником обласного етапу Всеукраїнського соціологічного дослідження, що проходило на базі Вінницької обласної бібліотеки для юнацтва стали 100 респондентів, користувачів бібліотеки, з них 38 (38%) осіб чоловічої статі, 62 (62%) жіночої.

 За *віковими особливостями* респонденти розподілилися так: 14 -19 р. - 67 (67%); 20-24 р. - 16 (16%); 25-35 р. - 17 (17%).

 Із загальної кількості опитаних 75 (75%) - проживають в місті, 14 (14%) - в сільській місцевості, 11 (11%)- в селищі міського типу.

 На запитання *оцінити рівень популярності юнацької бібліотеки за 10 бальною шкалою* *(де 1– непопулярна, а 10 – дуже популярна).* Низькі бали з 1по 4 не виставив жоден учасник дослідження. На 5 балів оцінили 8 (8%) учасників, на 6 - 12 (12%), на 7 – 1(13%), на 8 – 20 (20%), на 9 - 12 (12%). Найвищу оцінку 10 балів поставили 35 (35%) опитуваних.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| - | - | - | - | 8 (8%) | 12 (12%) | 13 (13%) | 20 (20%) | 12 (12%) | 35 (35%) |

 82 (82%) респондентів знають те що в Україні функціонує мережа юнацьких бібліотек і тільки 18 (18%) про те не знають.

 Відповіді на запитання *«Скільки Ваших знайомих/рідних/друзів користуються юнацькою бібліотекою»* дали змогу дізнатися про популярність книгозбірні.

 Як виявилося тільки в 6 (6%) опитаних немає знайомих, друзів чи рідних які користуються послугами бібліотеки, один в 5 (5%), два – в 16 (16%), три – в 13 (13%), чотири – в 8 (18%). Радує те, що в 52 (52%) респондентів користувачами бібліотеки є 5 і більше знайомих.

 Питання *«Звідки Ви дізнались про нашу бібліотеку»* дало змогу вияснити, що більша половина, а це 57 (57%) дізналися про книгозбірню за порадою знайомих, рідних, друзів, 25 (25%) - за порадою колег, вчителів, 10 (10%) - через мережу Інтернет, випадково знайшли - 8 (8%).Користувачі не дізнавалися про установу через листівки, банери, засоби масової інформаціїтаза порадою самих бібліотекарів.

 На запитання *«Чи подобається Вам нинішній логотип нашої бібліотеки?»* позитивну відповідь дали 68 (68%), негативну - 12 (12%), 20 (20%) - його не помічали.

 Питання *«Як Ви гадаєте, чи впливає назва бібліотеки на її популярність?».* Так – вважають 55 (55%), ні - 45 (45%).

 Важким для респондентів виявилося питання *«Яку б назву Ви запропонували для нашої бібліотеки?*». Тільки 24 (24%) відповіли на дане запитання, 76 (76%) не відповіли на дане питання. Були запропоновані такі назви:молодіжна**,** книгоград**,** бібліотека нових знань, бібліотека майбутнього, інформаційний центр. 10 (10%) опитуваних, які відповіли на питання, залишили б цю назву.

 Відповідаючи на питання *«Чи впливає професіоналізм працівників бібліотеки на рівень її популярності?*». 88 (88%) впевнені, що бібліотечні працівники повинні бути професіоналами, і тільки 12 (12%) вважають це необов’язковим.

 Результати відповідей на питання *«Що перше Вам спадає на думку, коли Ви чуєте про юнацьку бібліотеку?»* дало змогу дізнатися, що користувачі асоціюють бібліотеку з: «Місцем для читання молодіжних книг», «Великим вибором цікавих книг, журналів», «Корисна інформація, та нові знання», «Гарні відчуття зустрічі з привітними працівниками», «Цікавий заклад який можна відвідати в зручний час», «Комфортне спілкування з однолітками», «Доступ до мережі Інтернет». Проте тільки 48 (48%) опитуваних дали відповідь на дане запитання, а 52 (52%) не відповіли.

 На питання «*Чи траплялись у бібліотеці випадки, заходи тощо, про які Ви розповідали своїм друзям?* *(Якщо так, вкажіть їх, будь ласка)*?»

 Так відповіли – 62 респондентів (62%), ні – 38 (38%). Найбільше запам’яталися нашим користувачам зустрічі з поетами і письменниками, майстер-класи, флешмоб, книжкові виставки, родинні читання, народознавчі свята, засідання клубу за інтересами, патріотичні уроки, бібліоніч, конкурси.

Висновки

 В ході дослідження було виявлено, що популярність юнацької бібліотеки не залежить від її назви. Читачі йдуть в бібліотеку з гарно укомплектованим книжковим фондом, де хороша передплата періодичних видань, де є можливість доступу до мережі Інтернет, де вони мають змогу спілкуватися з однолітками, де їм затишно, комфортно. Бібліотека для юнацтва популярна серед молоді, адже всі учасники поставили позитивні оцінки, а 35 (35%) найвищий бал – 10.

 Бібліотека набула особливої ваги у соціально-культурній сфері міста. Її послугами користується значна частина юнаків і дівчат, які популяризують її серед своїх друзів, знайомих, рідних. Вони разом відвідують бібліотеку і користуються її послугами.

 Важливим є професіоналізм і компетентність бібліотекаря. Саме від цих якостей в багато в чому залежить і відвідування користувачами установи, задоволення її роботою. Імідж кожної бібліотеки створюється її кадрами, головними якостями яких повинні бути не тільки професіоналізм та інтелект, але і креативність, красномовство, працездатність, винахідливість, невпинний пошук нових ідей тощо. Адже імідж бібліотекаря – це вміння імпонувати читачеві, повноцінно та якісно задовольняти його запити, тому більшість опитуваних професіоналізм ставлять на високий рівень.

 Основним засобом створення та підтримання іміджу є фірмовий стиль, який включає в себе і фірмовий знак – логотип. Більше 30% опитаних дали або негативну оцінку логотипу бібліотеки, або взагалі його не помічали. Можна зробити висновок, що потрібно популяризувати логотип розміщуючи його на друкованій та сувенірній продукції - листівках, календарях, буклетах, конвертах, закладках для книг. Це буде справляти позитивне враження на користувачів бібліотеки.

 Респонденти, у своїй більшості, користуються бібліотеками, але чи є вони саме юнацькими відповісти не можуть. Для них не є головним назва бібліотеки.

 Формувати позитивний імідж бібліотеки допомагають і масові заходи, які проводяться в установі і за її межами адже багато заходів залишають в молоді потребу поділитися враженнями з однолітками.

 В подальшому для зміцнення свого іміджу бібліотека має позиціонувати себе як соціально активна установа і її діяльність повинна бути спрямована на задоволення потреб користувачів і громади.