

Национальная библиотека Республики Саха (Якутия)
Отдел мониторинга и развития библиотечного дела в РС (Я)

ПРОВЕДЕНИЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В БИБЛИОТЕКЕ

Якутск

2013

УДК 023: 303.425(571.56)

ББК 78.342(2Рос.Яку)

П75

Составитель А. Ф. Неустроева

**Проведение социологического исследования в библиотеке/ Нац. б-ка
Респ. Саха (Якутия), Отд. мониторинга и развития библиотечного дела в РС (Я) ;
[сост. А.Ф. Неустроева].- Якутск : НБ РС (Я), 2013. - 20 с.**

П75

УДК 023: 303.425(571.56)

ББК 78.342(2Рос.Яку)

С Неустроева А. Ф., составление, 2013

С НБ РС(Я), 2013

Изменение общественно-экономической ситуации в стране, стремительная информатизация общества, крушение многих казавшихся незыблемыми ценностей, резкое изменение в образе жизни людей не могут не отражаться в деятельности библиотек, в читательских вкусах, запросах и предпочтениях. Необходимость в более тщательной работе с посетителями, в расширении как их круга, так и сферы предоставляемых библиотекой услуг приводит работников библиотек к осознанию необходимости более пристального изучения роли библиотеки в жизни общества, исследования динамики читательского поведения и потребностей. Для этого предлагаем Вам, сельским библиотекарям, проводить опрос своего населения. Образно говоря, будете ли вы плыть по течению, влекомые к тому или иному берегу, на поверхность или на дно, или же использовать течение времени на благо себе и своих читателей – это сегодня зависит, в том числе и от Вашей готовности привлекать и применять на практике более широкие научные знания.

Цель данного пособия помочь в составлении вопросников, анкет сельским библиотекарям, не имеющим навыки в проведении подобного вида работ. Содержание методического пособия включает в себя как необходимые первичные теоретические понятия, так и способы проведения конкретного вида социологического исследования.

ЧТО ТАКОЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ?

Следует помнить, что проведение социологического исследования, это не столько составление анкеты и ее обработка. В наиболее общем виде социологическое исследование можно определить как систему логически последовательных методических и организационно-технических процедур, связанных между собой единой целью: получить достоверную информацию об изучаемом явлении или процессе.

В практической деятельности библиотек чаще возникает необходимость в проведении конкретно-социологического анализа какого-либо процесса, связанного с профессиональной деятельностью, например, изучения отношения к библиотеке, чтению, новым формам работы. Такой вид исследования называется в социологии разведывательным исследованием. Именно такой вид исследования может служить поставщиком оперативных социологических данных. В этом смысле можно говорить о такой разновидности пилотажного исследования, как экспресс-опрос. Его цель состоит в получении отдельных, в данный момент особо интересующих библиотеку сведений. Например, при подписке на периодические издания, определить наиболее востребуемые населением издания. Экспресс-опрос также нацелен на выяснение степени эффективности только что проведенных мероприятий, например, при организации каких-либо форм клубной работы, цикла бесед и т.д. для выяснения мнения членов клуба о содержании и форме занятий.

Обычно в разведывательном исследовании используется какой-либо из наиболее доступных методов сбора первичной информации, к примеру, анкетный опрос или опрос-интервью. Другие виды социологических исследований: описательные, аналитические требуют, как правило, помимо большого объема затрат как материальных, так и временных, специальной социологической подготовки, поэтому в практической библиотечной практике их использование затруднено.

Социологическое исследование – прежде всего анализ, основанный на достоверных сведениях об изучаемом явлении. Социологическое исследование начинается с составления макета программы исследования, в котором исследователь определяет:

1. Проблемную ситуацию и проблему, требующую изучения;
2. Объект исследования;
3. Единицы наблюдения;
4. Предмет исследования;
5. Цели исследования. Основные задачи;
6. Методика проведения.

Например, если взять конкретное исследование, то это выглядит таким образом:

«Изучение потребностей пользователей услугами библиотеки».

Проблемная ситуация: Новая система социально-экономических условий развития общества и необходимость формирования и создания индивидуальной программы развития библиотеки, направленной на наиболее полное удовлетворение информационных, культурно-образовательных потребностей населения.

Проблема: Изучение социальных потребностей пользователей библиотеки;

Объект исследования: потребитель услуг библиотеки

Единицы наблюдения:

- Возраст

- Стаж пользования услугами библиотеки
- Социальный статус
- Рейтинг индивидуального запроса на услуги библиотеки
- Оценка удовлетворенности работой библиотеки

Предмет исследования:

1. Анализ факторов, способствующих увеличению объема услуг библиотеки и полному удовлетворению индивидуального запроса на эти услуги.
2. Анализ факторов, способствующих полному удовлетворению запросов пользователя и получения профессионального удовлетворения от своей деятельности.
3. Анализ факторов, способствующих созданию и внедрению эффективной модели, программы развития библиотеки.

Цели исследования: На основе социологического исследования разработать практические рекомендации для формирования индивидуальной программы развития библиотеки в новых социально-экономических условиях.

Основные задачи:

1. Проанализировать круг по потреблению услуг библиотеки;
2. Проанализировать круг запросов потребителей услуг библиотеки;
3. Проследить зависимость между социальным статусом потребителя и уровнем его потребностей.

Методика:

Выборка – многоступенчатая по типу потребителей, по возрасту и библиотечному статусу.

Методы сбора информации:

1. Работа со статистическими данными
2. Анкетирование
3. Опрос экспертов
4. Наблюдение

ЧТО ТАКОЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ И СОЦИАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ?

Социологическая информация – это знания о различных сторонах общественной жизни, полученные и интерпретированные методами социологии.

Проводя эмпирическое исследование, исследователь имеет дело с группой людей и о каждом собирает одни и те же сведения, ведь все отвечают на одни и те же вопросы анкеты. При этом он должен быть уверен, что каждый правильно понимает то, о чем его спрашивают. В противном случае вся собранная информация никуда не годится. Трудность здесь заключается в том, что задавая вопросы, исследователь использует понятия, слова, обороты повседневной речи, смысл которых очень часто многозначен. Например, спросите у нескольких людей «Как вы проводите свободное время?» и наверняка, получите такие ответы: «В свободное время я очень люблю поработать на дачном участке» или «У меня совсем нет свободного времени, потому что я очень много работаю на дачном участке». Отсюда видно, что люди по-разному понимают, что такое «свободное время».

Чтобы избежать подобных искажений информации, надо определить именно какой смысл в данном исследовании он будет вкладывать в то или иное понятие и в соответствии с этим формулировать свои вопросы. Лучше всего давать небольшие пояснения к тем понятиям, которые используются в анкете. Например, на предыдущий вопрос можно дать такое пояснение: под свободным временем в данном исследовании мы понимаем время, свободное от работы и обязательных домашних обязанностей. Или: под свободным временем в данном исследовании мы понимаем время, когда вы заняты интересным для вас делом, хобби и так далее, в зависимости от цели исследования, которую вы ставите перед собой.

Чтобы собрать информацию о каком-либо общественном явлении, исследователь должен описать это явление особым образом – как совокупность таких факторов, которые можно было бы непосредственно фиксировать в исследовании. Иначе говоря, необходимо провести интерпретацию исходных понятий. Предположим, мы хотим исследовать степень удовлетворенности работой библиотеки. Для этого сначала представим, что для пользователя услугами библиотеки важно в оценке деятельности библиотеки. С одной стороны, пользователю может просто нравиться, быть для него внутренней потребностью, чтение литературы. Для него важно будет в работе библиотеки сохранение положительного эмоционального контакта с библиотекарем, пополняемость библиотечного фонда той литературой, которая ему интересна.

С другой стороны, для другого пользователя, библиотека – это место получения необходимой для учебы, работы информации. Такой пользователь в первую очередь, будет ценить в работе библиотеки оперативность, удобный для него график работы, удаленность места библиотеки от дома и т.д.

Поэтому в социологическом исследовании должны интерпретировать понятие «удовлетворенность работой библиотеки». Таким образом, мы выделили две основные черты социологической информации:

- 1. Понятия должны интерпретироваться в таких характеристиках, которые могут непосредственно отражаться в исследовании.**
- 2. Понятия должны иметь однозначное толкование (смысл).**

Это означает, что, прежде чем приступать к проведению исследования, исследователь должен потрудиться над его понятийным аппаратом, сделав его, с одной стороны доступным (понятным) для опрашиваемых, а с другой – вполне отвечающим (соответствующим) целям исследования. В процессе этой работы формируется тот набор **социальных характеристик**, который будет фиксироваться в исследовании.

На этой стадии уже в полной мере проявляется творческий характер работы библиотекаря, который сам придумывает, какими именно характеристиками будет описываться сущность изучаемого явления. И результат здесь зависит не только от профессионализма исследователя, но и от его эрудиции, знания предмета, умения видеть его с разных точек зрения и глазами людей разных социальных групп.

ЧТО ТАКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ СОЦИОЛОГИИ

Социологическая информация по своему характеру является статистической, т.е. получаемой на основе количественного обобщения данных, эмпирического исследования. А это значит, что качество социологической информации в значительной степени зависит от того, какие количественные методы применяются при обработке тех или иных данных.

Следовательно, перед исследователем каждый раз встает вопрос об измерении социальных характеристик.

По аналогии с изменением свойств объектов материального мира измерение социальной характеристики – это соотнесение измеряемого признака с некоторым эталоном и присвоение признаку соответствующего числового значения.

Поиск эталона для измерения социальных характеристик – это необходимый этап в подготовке социологического исследования, который фактически является продолжением работы по конкретизации основных понятий. Для некоторых признаков (они называются количественными) в качестве эталонов используются естественные, общепринятые единицы измерения. К количественным признакам относятся, например: возраст (измеряется в числе прожитых лет), зарплата (в рублях), размер семьи (в количестве человек), продолжительность рабочего дня (в часах) и т.д.

Для признаков, которые называются качественными, не существует общепринятых эталонов измерения и их приходится конструировать каждый раз в соответствии с природой изучаемого объекта и задачами исследования. К качественным признакам относятся: профессия, социальная принадлежность, мнения, оценки, потребности людей и т.д.

КАК МОЖНО ИЗМЕРЯТЬ СОЦИАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Как уже отмечалось, общепринятых способов измерения качественных признаков нет. Однако можно выделить несколько **типов** измерений, провести их классификацию. В основе такой классификации лежит количество и сложность математических операций, допустимых при статистической обработке полученных в результате измерения чисел. Такой подход показывает, что измерить можно любой признак, но **шкалы** (эталонные, измерительные инструменты) будут разными.

Наибольшее распространение в социологии имеют **номинальные и порядковые шкалы**.

Номинальная шкала устанавливает простую классификацию возможных проявлений признака, например:

Пол – мужской, женский;

Профессия – перечень профессий;

Любимая газета – перечень газет..

Каждому из наименований в перечне присваивается определенный номер – число, с которым в дальнейшем и проводятся математические операции.

Ясно, что, будучи простейшей, номинальная шкала пригодна для измерения любых признаков. Однако при ее конструировании (т.е. определении возможных вариантов проявления признака) необходим тщательный анализ содержания признака как самого по себе, так и применительно к той социальной группе, в которой он будет измеряться. Например, спрашивая у студентов, какие виды отдыха они предпочитают, можно смело предлагать вариант «ночная дискотека», но не следует этого делать, задавая тот же вопрос старшеклассникам.

Порядковая шкала устанавливает интенсивность проявления признака, т.е. позволяет расположить все варианты в порядке возрастания (убывания) некоторого свойства. Например, по принципу порядковой шкалы построены варианты ответов и вопрос: **Как Вы относитесь к тому, что современные газеты, журналы наполнены рекламой?**

- **Очень нравится;**
- **Безразлично;**
- **Очень не нравится.**

Расположение вариантов ответов в порядке возрастания (убывания) свойства называется **ранжированием**, а числа, приписываемое вариантами **рангами**.

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ОПРОС.

Опрос – наиболее распространенный вид социологического исследования. И широко используемый метод сбора первичной информации. С его помощью собирается почти 90% всех социологических данных.

Опрос позволяет определить те стороны проблемы изучаемого вопроса, которые мало поддаются или не поддаются вообще прямому наблюдению. Вот почему социологический опрос незаменим, когда речь идет об исследовании отношения человека к тому или иному событию в общественной жизни, коллективе. Две основные разновидности социологического опроса: анкетирование и интервьюирование.

Анкетирование

Анкета – вопросник по определенной теме на бумажном носителе, который опрашиваемый сам заполняет в присутствии анкетера или без него. По форме проведения оно может быть индивидуальным или групповым. Анкетирование бывает очным и заочным. Наиболее распространенные формы заочного анкетирования: почтовый опрос, опрос через газету, журналы.

Интервьюирование

Интервьюирование предполагает личное общение с опрашиваемым, при котором интервьюер сам задает вопросы и сам фиксирует ответы в специальном бланке. По форме он может быть прямым – «лицом к лицу» и опосредованным, например, по телефону.

Интервьюирование позволяет фиксировать не только ответы на вопросы, но и эмоциональную реакцию опрашиваемого, хотя является трудоемким в обработке по сравнению с анкетированием.

Анкетирование и интервью имеют свои сферы применения и правила поведения, но есть и общие принципы, которые действуют при всех опросах. И связаны они, прежде всего с характером взаимодействия респондента (опрашиваемого) и социолога.

В ситуации опроса социолог и респондент находятся в неравных условиях. Социологу нужно получить ответы, а респондент может не захотеть отвечать. Следовательно, опрашивающий должен постараться расположить к себе опрашиваемых, настроить их доброжелательно, побудить отвечать на вопросы. Достигается это различными способами, в том числе:

- Каждая анкета или беседа начинается с обращения к респонденту, объясняющего смысл исследования и призывающая к сотрудничеству.
- Важным является и умение удачно выбрать время и место проведения опроса, которое располагало бы к беседе на определяемую тему.

- Перед тем, как попросить кого-либо участвовать в исследовании, следует поинтересоваться, есть ли у него 5-7 минут для данной работы (называйте реальное время работы с анкетой или интервью, иначе респондент, тратя больше времени, будет раздражен, достоверность ответов не будет его интересовать).
- Время работы с респондентом желательно определить в 5-7 минут, поэтому не следует увеличивать вопросы в анкете или интервью более 5-10 при пилотажном исследовании.

СОСТАВЛЕНИЕ ОБРАЩЕНИЯ К РЕСПОНДЕНТУ.

Обращение к респонденту, объясняющего смысл исследования, его задачи, призывающая к сотрудничеству должна быть достаточно небольшой, доброжелательной и понятной всем опрашиваемым:

- Объясняйте цели исследования так, чтобы они были понятны и лично значимы для респондента;
- Обязательно указывайте организацию, проводящую исследование
- Указывайте анонимный характер исследования.
- Выразите благодарность за заполнение анкеты.

Например, обращение может быть примерно следующим:

Уважаемые читатели!

Библиотека нашего поселения (МО) проводит опрос жителей с целью изучения Вашего мнения о формах работы библиотеки. Какие еще дополнительные услуги, на Ваш взгляд, были бы интересны лично Вам и всем остальным категориям населения (молодежи, школьникам, пенсионерам и т.д.). Результаты опроса будут использованы нами в обобщенном виде, поэтому фамилию и имя указывать не надо. Просим Вас принять участие в этом исследовании. От искренности ваших ответов будут зависеть результаты опроса и будущее развитие нашей с вами библиотеки.

Заранее благодарны за сотрудничество!

СОСТАВЛЕНИЕ ВОПРОСОВ АНКЕТЫ

Только после интерпретации понятий можно приступать к составлению вопросов. Часть вопросов, касающаяся возраста, пола, социального положения, образования, выделяются в особую группу (паспортичку), располагается она после содержательных вопросов.

Содержательные вопросы должны логически выстраиваться. Респонденту должен быть понятен ход рассуждений автора анкеты, ответ на каждый последующий вопрос должен соотноситься с общей темой анкеты.

1. ВИДЫ ВОПРОСОВ АНКЕТЫ:

I. По содержанию

- О ФАКТАХ

Например: В какой форме поощрялись ваши успехи в труде в прошедшем году?

1). Устная благодарность директора;

- 2). Благодарность в приказе;
 - 3). Денежная премия, ценный подарок;
 - 4). Почетная грамота;
 - 5). Никак не поощрялась.
- **О ЗНАНИЯХ**
Например: Знаете ли Вы о задачах, стоящих перед Вашей библиотекой в этом квартале?
 - 1). Знаю хорошо;
 - 2). Знаю в общих чертах;
 - 3). Не знаю.
 - **О МНЕНИЯХ**
Например: Если бы от Вашего мнения зависело создавать новые формы платных услуг в библиотеке или нет, то как бы Вы решили этот вопрос?
 - 1). Создавать;
 - 2). Не создавать;
 - 3). Трудно ответить.
 - **ПРОЖЕКТИВНЫЕ**
Например: Предположим, Вы заметили, что кто-то из членов Вашего коллектива грубо разговаривает с клиентом. Как Вы поступите?
 - 1). Не осуждаю – у человека может быть всякое настроение;
 - 2). Не обращаю внимания на такие мелочи;
 - 3). Хотя в душе и осуждаю, но лично не говорю;
 - 4). Высказываю свое недовольство;
 - 5). Требую наказания;
 - 6). Поступаю иначе (поясните как)

II. По структуре

- **ТИПА «ДА – НЕТ» (ДИХОТОМИЧЕСКИЕ)**
Например: Хотели бы Вы выйти из состава бригады и работать индивидуально?
 - 1) Да
 - 2) Нет
- **АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ**
Например: Укажите, пожалуйста, как организован Ваш труд?
 - 1). Работаете индивидуально;
 - 2). В коллективе, но отвечаете только за себя
 - 3). Другие формы организации труда.
- **ШКАЛЬНЫЕ**
Например: Изменился ли Ваш заработок при организации библиотекой платных услуг?
 - 1). Увеличился;
 - 2). Остался прежним;
 - 3). Уменьшился.
- **ТИПА «МЕНЮ»**
Например: Какие трудности возникают в коллективе при появлении нового работника?
 - 1). Нарушается сложившийся режим работы;

- 2). Нарушаются дружеские отношения и связи в коллективе;
- 3). Падает заработок;
- 4). Уменьшается нагрузка на остальных;
- 5). Ничего не меняется.

III. По форме

- **ОТКРЫТЫЕ**
Например: Где Вы приобрели Вашу теперешнюю специальность?
- **ЗАКРЫТЫЕ**
- Например: Где Вы приобрели Вашу теперешнюю специальность?
 - 1). На предприятии;
 - 2). В ПТУ;
 - 3). В средней школе;
 - 4). В армии;
 - 5). В техникуме;
 - 6) в ВУЗе.
- **ПОЛУЗАКРЫТЫЕ**
Например: Где Вы приобрели Вашу теперешнюю специальность?
 - 1). На предприятии;
 - 2). В ПТУ;
 - 3). В средней школе;
 - 4). В армии;
 - 5). В техникуме;
 - 6) в ВУЗе;
 - 7). Где еще? (допишите)

IV. По формулировке

- **ПРЯМЫЕ**
Например: Обращаетесь ли Вы на совещаниях с вопросами к руководителю?
 - 1). Часто;
 - 2). Иногда;
 - 3). Практически не обращаюсь.
- **КОСВЕННЫЕ**
Например: Представьте, что у Вас в отделе появился новичок. Как Вы будете себя вести?
 - 1). Постараюсь помочь ему включиться в работу;
 - 2). Помогу, если мне поручат;
 - 3). Никак не отреагирую;
 - 4). Не знаю.

2. ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРИ СОСТАВЛЕНИИ АНКЕТЫ

1). В структуре анкеты:

- Отсутствие обращения;
- Помещение паспорттики в начале анкеты.

2). В формулировке вопросов: нечеткость и неадекватность формулировок.

3). В наборе вариантов ответов: отсутствие иерархии, несоразмерность вариантов ответов.

3. СХЕМА ПОСТАДИЙНОГО РАЗВЕРТЫВАНИЯ СОДЕРЖАТЕЛЬНОГО ВОПРОСА:

- Фильтр, выясняющий, осведомлен ли опрашиваемый о проблеме (включен ли в вид деятельности, интересующий исследователя);
- Выяснение того, как респондент относится к данной проблеме (исследуемой ситуации) – открытый вопрос;
- Получение мнения по конкретным моментам проблемы (условиям сторонам деятельности) – закрытый вопрос;
- Интенсивность оценок – закрытый вопрос.

4. СХЕМА СОСТАВЛЕНИЯ АНКЕТЫ:

1. Обращение.
2. Контактные вопросы.
3. Содержательные вопросы (чередующиеся с вопросами – фильтрами контрольными и функционально-психологическими).
4. Паспортичка (социально-демографического характера).
5. Благодарность за участие в опросе.

ВАРИАНТЫ АНКЕТ:

АНКЕТА № 1

Изучение социальных потребностей пользователей библиотеки

Уважаемые читатели!

Наша библиотека проводит опрос среди своих читателей. Нам хотелось бы знать Ваше мнение, что сегодня привлекает Вас в библиотеке, каких еще дополнительных услуг Вы ждете от своей библиотеки. Ваши ответы помогут улучшить качество услуг, предоставляемых библиотекой своему населению. Результаты анкеты будут использованы в обобщенном виде, поэтому фамилию, имя указывать необязательно.

Внимательно прочитайте вопрос и варианты ответов к нему. Обведите тот вариант ответа, который на Ваш взгляд, является верным.

Заранее благодарим за сотрудничество!

1. Как часто Вы посещаете библиотеку?

- 1.1. Практически каждый день
- 1.2. Один раз в неделю
- 1.3. Один раз в две недели
- 1.4. Один раз в месяц
- 1.5. Несколько раз в год
- 1.6. Другое _____

- 2. Какова цель Вашего посещения библиотеки**
 - 2.1. Учебная
 - 2.2. Повысить уровень профессиональной компетентности
 - 2.3. Получить знания по новой специальности
 - 2.4. Знакомство с новыми поступлениями книг, газет, журналов
 - 2.5. Для расширения кругозора
 - 2.6. Общение
 - 2.7. Посещение культурно-досуговых мероприятий (выставки, вечера, встречи с интересными людьми, заседания клубов и т.д.)
 - 2.8. Как-то провести свободное время
- 3. В библиотеке меня устраивает...** (пронумеруйте по степени их убывания)
 - 3.1. Режим работы
 - 3.2. Отношение работников библиотеки к читателям
 - 3.3. Возможность получить литературу на дом
 - 3.4. Помощь библиотекарей в выборе книг
 - 3.5. Состав книжного фонда
 - 3.6. Обеспечение газетами и журналами
 - 3.7. Справочно-поисковый аппарат (каталоги, картотеки)
 - 3.8. Возможность доступа к сети Интернет
 - 3.9. Возможность получить сервисные услуги (ксерокопия, распечатка, сканирование)
 - 3.10. Оперативность обслуживания
 - 3.11. Дополнительные платные библиотечно-библиографические услуги
 - 3.12. Система информации об услугах, предоставляемых библиотекой
 - 3.13. Возможность получить литературу по межбиблиотечному абонементу (МБА)
 - 3.14. Возможность получить информацию по правовым и социальным вопросам
 - 3.15. Уровень информационно-массовой работы (книжные выставки, вечера, конференции)
 - 3.16. Возможность читателей влиять на развитие библиотеки и ее работу
 - 3.17. Уют, комфортная обстановка и оформление библиотеки
- 4. Удовлетворены ли Вы качеством и полнотой фонда библиотеки?**
 - 4.1. Да
 - 4.2. Нет
 - 4.3. Частично
 - 4.4. Если «Нет» обязательно укажите причину: _____
- 5. Решить проблемы в пользовании библиотекой мне помогают...**
 - 5.1. Библиотекарь
 - 5.2. Информационно - рекламные стенды библиотеки
 - 5.3. Самостоятельно ищу выход из ситуации
 - 5.4. Неудовлетворенный ухожу из библиотеки
 - 5.5. Другое _____
- 6. Что мешает активно пользоваться услугами библиотеки?**
 - 6.1. Недостаток личного времени
 - 6.2. Долгие сроки ожидания выдачи литературы
 - 6.3. Состав книжного фонда
 - 6.4. Небольшой перечень выписываемых газет и журналов в библиотеке
 - 6.5. Слабая материально-техническая база библиотеки
 - 6.6. Пользуюсь библиотекой по месту работы (учебы)
 - 6.7. Нет потребности читать
 - 6.8. Ограничиваюсь покупкой книг и журналов в магазинах

- 6.9. Достаточно информации получаю из Интернета в домашних условиях
 - 6.10. Пользуюсь собственной домашней библиотекой
 - 6.11. Низкий температурный режим в библиотеке
 - 6.12. Эстетическая неприглядность библиотеки
 - 6.13. Некомфортные, неуютные условия библиотеки
 - 6.14. Низкая культура и квалификация библиотекарей
- 7. Что не устраивает Вас в работе библиотек, услугами которых вы пользуетесь?**
- 7.1. Отсутствие возможности использовать ресурсы других библиотек
 - 7.2. Отсутствие доступа к полным текстам документов через сайт
 - 7.3. Качество предоставляемых услуг
 - 7.4. Необходимость платить за услуги
 - 7.5. Проблемы с ксерокопированием, сканированием
 - 7.6. Отсутствие онлайн-консультирования
 - 7.7. Профессиональный уровень библиотекарей
 - 7.8. Недостаток/отсутствие рабочих мест с доступом в Интернет
 - 7.9. Недостаток информации об услугах и ресурсах библиотеки
 - 7.10. Неуютные помещения, неудобные места
 - 7.11. Режим работы, расписание
 - 7.12. Отсутствие обучения и консультирования при обращении к электронным ресурсам
 - 7.13. Отсутствие в библиотеке необходимой литературы
 - 7.14. Другое _____
- 8. Какие формы досуговой работы в библиотеке наиболее привлекательны для Вас?**
- 8.1. Клубы по интересам
 - 8.2. Интерактивные игры, конкурсы, викторины
 - 8.3. Музыкальные вечера
 - 8.4. Встречи с интересными людьми
 - 8.5. Диспуты, круглые столы
 - 8.6. Другое _____
- 9. Какого рода информация Вас интересует?**
- 9.1. Социологическая
 - 9.2. Психологическая
 - 9.3. Политическая
 - 9.4. Философская
 - 9.5. Историческая
 - 9.6. Педагогическая
 - 9.7. Филологическая
 - 9.8. Научно-техническая
 - 9.9. Экономическая
 - 9.10. Правовая
 - 9.11. Экологическая
 - 9.12. Маркетинговая
 - 9.13. Справочная
 - 9.14. Искусствоведение
 - 9.15. Художественная литература
 - 9.16. Другое _____
- 10. Нуждаетесь ли вы в регулярном правовом информировании?**
- 10.1. Постоянно
 - 10.2. Иногда
 - 10.3. Редко
 - 10.4. Никогда

11. Если у вас возникнут социальные проблемы и понадобится информация о льготах, социальной защите и т.д., то куда вы обратитесь?

- 11.1. К юристу
 - 11.2. В отдел социальной защиты
 - 11.3. К руководителям муниципального образования
 - 11.4. В библиотеку
 - 11.5. Поищу в Интернете
 - 11.6. Спрошу у знакомых
 - 11.7. Другое _____
-

12. Какие источники правовой информации вы используете в жизни?

- 12.1. Средства массовой информации
 - 12.2. Интернет
 - 12.3. Книги
 - 12.4. Справочно-правовые системы
 - 12.5. Официальные организации
 - 12.6. Библиотека
 - 12.7. Личные контакты
 - 12.8. Другое _____
-

13. Укажите желаемую форму получения информации:

- 13.1. Индивидуальное информирование
 - 13.2. Дни информации
 - 13.3. Дни специалиста
 - 13.4. Аналитические справки
 - 13.5. Консультации
 - 13.6. Списки литературы
 - 13.7. Подборки материалов по темам
 - 13.8. Книжные выставки
 - 13.9. Просмотры литературы
 - 13.10. Информация на сайте
 - 13.11. Информация в социальных сетях, блогах
 - 13.12. Другие формы _____
-

14. Для комфортной работы в библиотеке Вам необходимо:

- 14.1. Тишина в зале
 - 14.2. Доброжелательность библиотекаря
 - 14.3. Индивидуальное, обособленное место
 - 14.4. Наличие зон отдыха
 - 14.5. Наличие буфета
 - 14.6. Доступ ко всем видам носителей информации (книги, журналы, электронные носители)
 - 14.7. Наличие ксерокса, сканера, принтера и других сервисных услуг
 - 14.8. Другое (ваши предложения) _____
-

Социальная информация о пользователе.

1. Ваш возраст:

- 14-20
- 21-30
- 31-40
- 45-50
- 51-60
- Свыше 60

2. Образование:

- высшее

- средне-специальное

3. Сфера деятельности:

- учащийся
- студент
- рабочий
- нерабочий
- пенсионер

4. Пол:

- Женский
- Мужской

АНКЕТА № 2

Анкета для потенциальных пользователей

Уважаемый респондент!

Библиотека нашего поселения проводит опрос населения с целью выяснения причин, по которым люди не посещают библиотеки. Какие еще дополнительные услуги должны быть в библиотеке, на Ваш взгляд, чтобы было интересно лично Вам и всем остальным категориям населения. Результаты опроса будут использованы нами в обобщенном виде, поэтому фамилию и имя указывать не надо. Просим Вас принять участие в этом исследовании. От искренности ваших ответов будут зависеть результаты опроса и будущее развитие нашей с вами библиотеки.

Заранее благодарны за сотрудничество!

1. Являетесь ли вы пользователем библиотеки?

- Да
- Нет
- Посещаю, но редко

2. Если нет, то укажите причины:

- Недостаток свободного времени
- Нет потребности читать
- Все, что мне надо, узнаю дома из Интернета, ТВ
- Ограничиваюсь покупкой книг и журналов в магазинах
- Не нравится ходить в библиотеку
- Библиотека находится далеко от моего дома
- Не устраивает состав книжного фонда в библиотеке
- В библиотеке мало новых книг
- Когда хожу в библиотеку, не нахожу нужную мне информацию, поэтому стараюсь не посещать
- Небольшой перечень выписываемых газет и журналов в библиотеке
- пользуюсь собственной домашней библиотекой
- Ваш вариант _____

3. Что бы могло побудить вас посещать библиотеку?

- Возможность читать книжные новинки
 - Интересные массовые акции (например, «Библионочь», встречи с интересными людьми и др. акции в поддержку чтения)
 - Возможность доступа к сети Интернет
 - Образовательные курсы (обучение работе с компьютером, программами, Интернетом)
 - Наличие сервисных услуг (ксерокопия, распечатка, сканирование)
 - Культурно-досуговая деятельность (клубы по интересам, мастер-классы, презентации, выставки, вечера)
 - Новые виды услуг, например, как
 - Ваш вариант _____
-
-

Социальная информация о пользователе:

5. Ваш возраст:

- 14-20
- 21-30
- 31-40
- 45-50
- 51-60
- Свыше 60

6. Образование:

- высшее
- средне-специальное

7. Сфера деятельности:

- учащийся
- студент
- рабочий
- нерабочий
- пенсионер

8. Пол:

- женский
- мужской

РАБОТА С РЕЗУЛЬТАТАМИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Когда опрос уже проведен, материал собран, становится возможным ответить на исследовательские вопросы, сформулированные в программе. То есть интерпретация, или объяснение данных всегда осуществляется исключительно в соответствии с задачами исследования.

Далее идет количественная обработка данных, которая заключается в работе с полученными ответами. Самый простой путь – подсчет «голосов», отданных той или иной позиции в анкете. Таким образом, первым результатом исследования оказываются так называемые линейные распределения, т.е. сведения о том, сколько раз отмечен тот или

иной пункт вопросника или бланка. Эти сведения целесообразно получать как в абсолютных величинах, так и в процентах, но в последнем случае необходимо учитывать, что именно принимается за 100%, поскольку некоторые вопросы предполагают возможность дать не один, а несколько ответов. Но довольно часто сами по себе цифры ничего не говорят. При конкретных исследованиях, например, получаем такие ответы: Читателей и почитателей Вальтера Скотта – 7,3% среди опрошенных. Это много или мало? Или: Много, мало или вполне достаточно читать в библиотеке ежемесячно 3 книги? Что говорит о читателях среднее число прочитанных книг равно 2,9?

Полученные распределения цифр требуют определенной интерпретации или объяснения. Эти цифры и количества начинают «играть» не сами по себе, а в рамках программы исследования. Они приобретают значение лишь будучи каким-то образом проинтерпретированы, объяснены. А интерпретация осуществляется на основании предварительно полученных знаний и заявленных задач исследования. Итак, в целом ход мыслей, направление рассуждений предопределены программой. Цифры представляют интерес не сами по себе, а как отражение состояния сознания, поведения, мнения каких-то групп людей. Данные превращаются в знание, только если исследователь вносит в них содержательный смысл, то есть соотносит с изучаемой проблемой, с наиболее важными сторонами объекта и предмета исследования.

Особой осторожности требует интерпретация ответов на вопросы о пожеланиях, предложениях людей. Так, очень легко оказывается обобщить и подсчитать число или долю голосов, отданных «за» то или иное предложение. Однако постоянно следует иметь в виду, что такие ответы и их распределения крайне редко могут считаться «готовыми к употреблению». Это лишь материал к размышлению, лишь показатель мысли опрошенных, их представлений о том, что можно и желательно сделать. Но внедрять ли это предложение – вопрос, определяемый исключительно теми, кто в нем компетентен, а именно, работникам сферы управления. Практические рекомендации и решения не могут основываться на одних предложениях и пожеланиях участников опроса; ответы людей – вовсе не руководство к действию, а лишь повод для некоторого дополнительного размышления о причинах таких ответов.

СТРУКТУРА ОТЧЕТА

Отчет имеет относительно определенную структуру, включает теоретическую и организационные части. Научно-практический отчет в той или иной последовательности содержит указание на инициатора исследования и исполнителя; сообщение о цели и задачах; сведения о сроках и месте (местах) проведения исследования; названия методов сбора данных и количества единиц наблюдения (опрошенных. чел.; проанализированных формуляров. ед., и др.).

Помимо этой «паспортизирующей» части в собственно содержательном разделе дается интерпретация результатов. Его целесообразно строить, делая каждую из решенных задач исследования отдельной главой, завершаемой промежуточным выводом.

В заключении делаются общие выводы. На стадии отчета к организатору «возвращаются» все его достижения и просчеты, сделанные на этапе составления программы. Не зря постоянно приходится вспоминать народную мудрость: «Каков вопрос, таков и ответ».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Новая ситуация, в которой оказалось все наше общество, предполагает не только большую активность библиотекарей, их гибкость и изобретательность в профессиональной деятельности, но некоторый пересмотр своих прав и обязанностей. Развитие культуры чтения должно идти параллельно развитию культуры обслуживания посетителей. А это, несомненно, рождает новые вопросы: Стоит ли учить посетителей пользованию каталогом, если они не хотят им пользоваться? Кто скорее готов последовать совету библиотекаря – посетитель, пришедший с готовым запросом, который не может быть удовлетворен, или кто-то другой? Какие читатели пользуются абонементом, а какие – чаще читальным залом и почему? Какова доля запросов на печатную продукцию и на аудиовизуальные материалы? Какая функция библиотеки наиболее привлекательна для них сегодня – функция информационного центра или центра досуга? А завтра?

Невозможно, однако, удовлетворять читательские запросы, если исследования будут проводиться от случая к случаю. Разовые исследования редко дают весомые результаты. Накопление данных о фактах поведения, мнениях. Отношениях, потребностях – процесс длительный. Вряд ли имеет смысл ждать от социологии чуда. Глубокий анализ, точные и надежные прогнозы возможны на базе повторных. Многоразовых исследований, все более точно измеряющих изучаемые явления. Лишь преемственность, систематичность исследований позволяет получать материал для сравнения, для выявления основных тенденций, для понимания происходящего и прогноза на будущее.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Социологические исследования в библиотеках: практическое пособие/Васильев И.Г., Илле М.Е., Равинский Д.К. – СПб., «Профессия», 2001. – 176 с. – (Серия «Библиотечный практикум»)
2. Бутенко И.А. Как провести прикладное исследование? Пособие для библиотекаря. – М.:РИК РГДБ, 1994. – 96 с.
3. Как провести исследование в библиотеке/ Обл. юнош. Б-ка, отдел ОМ и ИР; сост. В.И. Забродина. – Волгоград, 2001. – 32 с.

Информационное издание

**Проведение социологического исследования
в библиотеке**

Составитель **Неустроева** Александра Федосеевна

Отпечатано в РИЦ НБ РС (Я)
Формат 60x84/16. Гарнитура Таймс.
Усл. п.л. 1. Тираж 50 экз.

Национальная библиотека Республики Саха (Якутия)
677018 г. Якутск, пр. Ленина, 40