

Кіровоградська обласна бібліотека для дітей ім. А.П.Гайдара

Відділ у справах розвитку дитячих бібліотек і маркетингу

***Використання періодичних видань
у бібліотеках для дітей області***

*Інформаційно-аналітичний огляд за матеріалами
обласного соціологічного дослідження*

м. Кіровоград
2003 рік

Значення та попит на періодичні видання у бібліотеках займає, без перебільшення, перше місце серед інформаційних ресурсів. Завдяки періодиці, бібліотекарі можуть задовольнити різноманітні запити користувачів в умовах дефіциту фінансування на комплектування книжкових фондів.

Тому, Кіровоградська обласною бібліотекою для дітей ім. А.П.Гайдара, у 3-му кварталі 2003 року проведено обласне соціологічне дослідження серед юних користувачів центральних районних (міських) бібліотек для дітей області на тему : “Використання періодичних видань у дитячих бібліотеках”.

Мета дослідження – поінформованість дітей про періодику та популярність періодичних видань серед школярів-читачів дитячих бібліотек.

У дослідженні взяли участь 565 користувачів з 18 РДБ та 5 МДБ. За віковою категорією респонденти поділялись на учнів : 5 – 6-х класів – по 110 чол.; 7 – 9-х класів – по 115 чол. За статтю - переважали дівчатка – 67,6 % , хлопчики склали в половину менше – 32,4 % .

Аналіз анкет показав, що усі респонденти читають газети і журнали. Джерелами отримання дітьми періодичних видань є :

- бібліотеки, про що свідчать 49 % респондентів
- газетно-журнальні кіоски - 23 %;
- індивідуальна передплата - 17,5 %;
- періодика друзів - 10,5 %

Юним читачам добре відомі 18 назв газет і журналів, що перераховано у 3-му питанні анкети. **Найбільш знаними** для усіх респондентів є:

щотижневик - “Лиза” (62,3 %),

журнали: “Клас” (53 %),
“Cool Girl“ (50 %),
“Детская энциклопедия” (50 %) .

По 37 % відсотків набрали “Велика дитяча газета”
та журнал “ Юний натураліст”.

А такі газети, як : “Клякса”, “Перемена”, “Спорт-ревью”

та журнали: “Країна знань”, “Юный техник “ набрали **17 %**.

Дуже низький відсоток (від 7 до 12) займають цікаві журнали, з погляду фахівців.

Серед них: “Друг”, “Маруся “, “Моделист-конструктор”, “Молоко”, “Мы”, “Паросток”, “Юный художник “.

Можливо, це пов’язано з тим, що видання передплачуються небагатьма бібліотеками.

Відповідаючи **на 4-е питання**, про улюблені журнали і газети дітьми названо **90 видань**, що свідчить про високу обізнаність у періодиці юних користувачів. За загальними підсумками серед респондентів **найулюбленішими журналами** є:

“Cool Girl“ (30,4 %)
 “Лиза” (23 %)
 “Наталі” (20 %)
 “Клас” (19,6 %)

У категорії “улюблені видання” - це від 8 % до 10 % -

зазначено журнали : “Барвінок”, ”Дитяча академія”, ”Єдинственная”,
 “Однокласник”, “Отдохни”, “Пізнайко” ;

і газети : “Діалог”, “Казковий вечір”, “Перчєня”.

Інші видання набрали у рейтингу популярності **3%**.

Серед них газети: журнали:

“Велика дитяча газета”	“Детская энциклопедия»
“21-й канал” (обласна)	“Древо познания”
“Зірка”	“Малюток”
“Клякса	“Молоко”
“Факты и комментарии”	“Моделіст-конструктор”
	“Юний натураліст”
	“Юний технік”

Поодинокі згадування (1,8 %) таких видань :

“Артмозаїка”	“Вокруг света”	“Мы”	“Футбол”
“Автомир”	“Вулик”	“Паросток”	“Яблунька”
“Бабушка”	“Дисней”	“Перемена”	“Я сам (а)”
“Барби”	“Дивосвіт”	“Світ дитини”	
“Бємби”	“Друг”	“Світ собак”	
“Бульвар”	“Долонька”	“Сигнал”	
“Бурда”	“Журавлик”	“Соняшник”	
“Вєдомости”	“Країна знань”	“Стежка”	
“Веселі уроки”	“Маруся”	“Тропинка”	
“Винни-Пух”	“Мой компьютер”	“Умка”	

Більшість з перерахованих видань заслуговують на увагу та, мабуть, дітям мало відомі.

З метою пошуку певного матеріалу з періодики користувачі звертаються, насамперед, до бібліотекаря, на це вказують 86,5 % юних відвідувачів бібліотек.

Ілюстровані виставки періодичних видань допомагають у цій справі лише побічно, про що зазначили 9,1 % користувачів.

І тільки 4,4 % читачів звертаються до довідково-бібліографічного апарату бібліотек, зокрема, систематичних картотек статей.

Що ж спонукає юних користувачів звертатися до читальної зали дитячих бібліотек? Перш за все, підготовка до шкільних завдань. Про це заявило 48,2 % респондентів.

На другому місці – вільне читання. Почитати щось для душі виявляють бажання 36,3 % дітей.

Є ще й така своєрідна категорія дітей всезнаюк, які відвідують бібліотеку з метою – дізнатись про все нове й цікаве. Їх - 15,5 %.

Слід зазначити, що 55 % школярів віддають перевагу виданням, що друкуються українською мовою.

Цікаво простежити за тим, як поступово у дітей різних вікових категорій змінюються **інтереси та уподобання** до того чи іншого видання, що потім стає найулюбленішим, або ж, навпаки, втрачається інтерес.

Таблиця № 1

“Найулюбленіші періодичні видання”

К л а с и	5	6	7	8	9
Назви видань					
Газета: “Казковий вечір”	3,7 %	3,1 %			
Журнали: “Барвінок”	5 %	3,1 %			
“Клас”	3 %	3,1 %	4,7 %	4,6 %	4,2 %
“Cool Girl”	1,8 %	3,1 %	7,4 %	8,3 %	10 %
“Лиза”	1,8 %	3,5 %	5,1 %	6,7 %	5,5 %
“Наталі”			2,3 %	6,4 %	6,3 %
“Пізнайко”	3,7%	3,5%			

На жаль, необхідно констатувати, що **фонд періодики** дитячих бібліотек задовольняє лише 15 % юних користувачів.

На питання щодо того, яких газет і журналів обмаль у бібліотеці, 4,4 % не визначились, тобто, відповідь: “не знаю”, 18 % дітей не дали відповіді взагалі.

Решта респондентів - 63 % - назвали ті **газети і журнали яких**, на їхню думку, **не вистачає у дитячих бібліотеках**

З наступної *таблиці № 2 „Періодичні видання, яких не вистачає у бібліотеках”* видно, які газети та журнали набрали найбільшу відсоткову кількість по недостатності цих видань серед певних вікових категорій школярів. А загальний відсоток вказує на те, що ці ж видання згадують діти з усіх класів.

Таблиця № 2

**“Періодичні видання,
яких не вистачає у бібліотеках”**

Класи	5	6	7	8	9	
Назви видань						Загальний %
Газети :						
“Клякса”	10 %	6,3 %	6 %			5 %
“Спорт-ревію”	8,1 %	5 %				5 %
Журнали :						
“Детская энциклопедия»	6,3 %					3,5 %
“Друг”						4,2 %
“Cool Girl“				10,4 %	6 %	8 %
“Лиза”		9 %	12 %	11,3 %	8 %	8,8 %
“Маруся”						3,7 %
“Наталі”			8,6 %		12,1 %	5,6 %
“Юный техник”		6,3%			7,8%	5,1%

Отже, з таблиць видно, що назви “найулюбленіших періодичних видань” та тих, яких недостатньо у бібліотеках, співпадають.

Той факт, що журнали „Лиза” та „Наталі” до дитячої періодики не відносяться, але мають високий рейтинг популярності, навіть, серед учнів 6 – 7-х класів повинен привернути увагу бібліотекарів.

На низький рівень вивчення запитів читачів або ж їх відсутність взагалі вказує те, що співвідношення передплачених видань для дітей бібліотеками в 2003 р. та потреби користувачів на них не завжди співпадають.

Так, наприклад, журнал „Cool Girl“, який у категоріях видань „найбільш знані”, „найулюбленіші” та „тих, що не вистачає”, зайняв перші позиції, а його отримують лише 13 дитячих бібліотек в області.

Для порівняння даних, які зазначено в *Таблицях 1, 2* та в зведеній картотеці періодики, що отримували районні та міські бібліотеки для дітей області в 2003 р., додаємо *Таблицю 3*.

Дані зі зведеної картотеки
“Періодичні видання, що отримували Р(М)ДБ у 2003 році.”

Назви видань	Кількість відань
Газети	
“Казковий вечір”	9
“Клякса”	1
“Спорт-ревью”	0
Журнали	
“Барвінок”	16
“Детская энциклопедия”	0
“Друг”	0
“Клас”	8
“Cool Girl”	13
“Пізнайко”	14
“Маруся”	0
“Юній техник”	0

Таким чином, результати дослідження дають змогу сформулювати завдання на перспективу.

По-перше, потрібно постійно вивчати та аналізувати бажання читачів, використовуючи при цьому різні соціологічні та маркетингові методи і форми досліджень. По-друге, глибше займатись популяризацією періодики для дітей у бібліотеках. З цією метою організовувати і проводити рекламні заходи :

- виставки одного журналу (або, тематичні) при оформленні яких, застосовувати певний дизайн;
- обговорення окремих творів, статей, опублікованих в періодиці;
- літературні подорожі за рубриками періодичних видань;
- презентації;
- Дні інформації, бібліографії;
- ігрові заняття з питань виховання інформаційної культури, присвячені дитячій періодиці;
- обов'язково в планах роботи бібліотек зазначати конкретні заходи з популяризації періодичних видань для певної категорії користувачів і термінами їх виконання.

Отже, підсумовуючи, можна сказати, що сьогодні дуже важливо правильно визначити в сучасному розмаїтті періодичних видань ті, що оптимально відповідають інформаційній функції дитячих бібліотек та уподобань читачів.

Збір, обробка, аналіз матеріалу
Л.С.Босюк, О.А.Котова,
працівники відділу
у справах розвитку дитячих бібліотек
і маркетингу