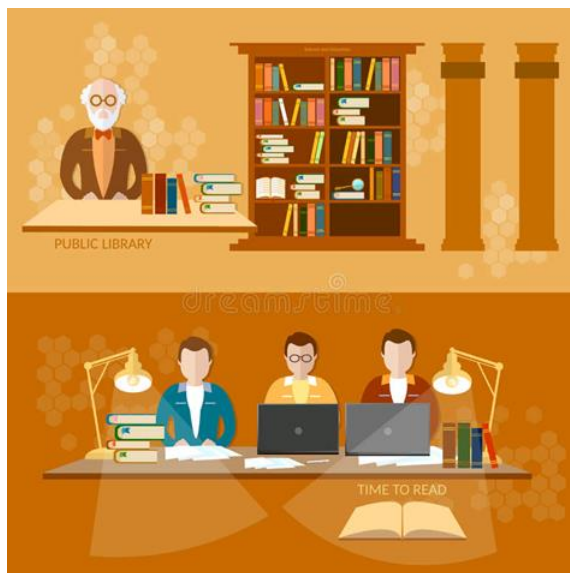




основан в 1919 году



I Межвузовская научно-практическая конференция

«Маркетинг збо. Комплексное продвижение учебной библиотеки: опыт и практики»

12.04.2022

# БИБЛИОТЕЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО ГЛАЗАМИ ПОКОЛЕНИЯ Z

старший преподаватель Васильева О.А.  
кафедра рекламы и связей с общественностью  
Институт маркетинга ГУУ

# ВВЕДЕНИЕ

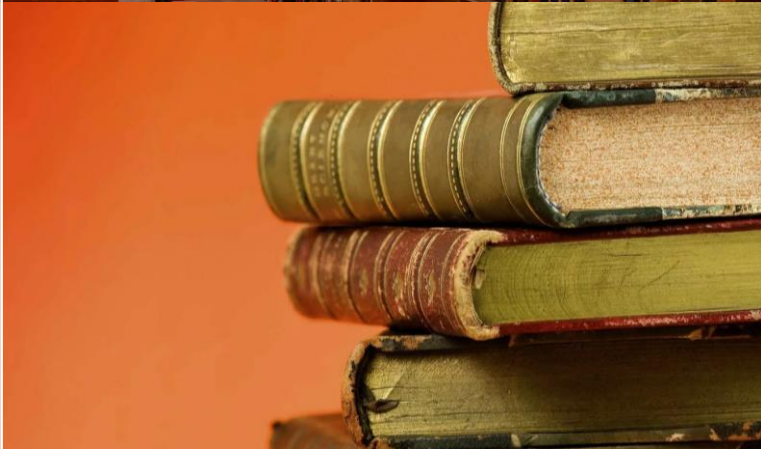
**Актуальность.** Сегодня подрастающее молодое поколение всё чаще отказывается от посещения библиотек, выбирая альтернативные формы получения информации и знаний. Настоящая работа посвящена исследованию отношения представителей молодежи к формату библиотечного пространства, а также определению мотивационных факторов, влияющих на частоту пользования услугами библиотек.

**Целью** исследования является выявление ключевых показателей привлекательности современного пространства библиотек в восприятии поколения Z.

**Методами** исследования стал вторичный анализ опыта организации деятельности ведущих библиотечных комплексов мира и РФ, а также первичное исследование мнений представителей поколения Z в виде интернет-опроса.

**Результатом** стала выработка практических рекомендаций по совершенствованию библиотечного пространства на основе элементов комплекса маркетинга для повышения лояльности современной российской молодежи.

**Практическая значимость.** Результаты исследования могут быть полезны представителям административно-управленческого звена библиотек, образовательным структурам и общественным организациям, интересующимся молодежной аудиторией и сотрудничающими с библиотеками.



# Немного статистики

**320**  
тыс. публичных библиотек

более **1**  
млн. другие виды библиотек

более **100**  
тыс. библиотек в РФ

**1** млрд.  
**700**  
млн. ед. суммарный объем фондов

пополнение книжных фондов

капитальный ремонт зданий

привлечение молодых специалистов

обеспечение библиотек широкополосным интернетом

## Стратегия развития библиотечного дела до 2030 г.

**до 40 %** - повышение охвата населения библиотечным обслуживанием

**в 3 раза** - рост посещаемости мероприятий библиотек

не менее 12 млн. единиц - поступление новых книг в библиотечные фонды общедоступных библиотек ежегодно

**до 30%** - рост доли библиотек, соответствующих требованиям и нормативам ресурсного обеспечения, в общем количестве библиотек

**не менее 90 %** - доля библиотек с возможностями широкополосного доступа к сети "Интернет" в общем количестве библиотек

**не менее 1010 ед.** - кол-во модернизированных библиотек на 2030 год



# Поколение Z

Цифровая среда обитания

Высокая степень персонализации

Практичность

Синдром упущенной выгоды

Виртуальная экономика

«DIY – сделай сам»

Мотивированность

- полноценная включенность в информационные потоки
- недостаток живого общения
- состояние многозадачности
- проблемы с концентрацией и удержанием внимания
- наличие определенного устойчивого личного мнения
- широта и разнообразие интересов
- продвинутый уровень предприимчивости
- трудности в принятии самостоятельных решений



# Принципы дизайна молодёжных пространств в библиотеках XXI века

пространства для  
печатного фонда

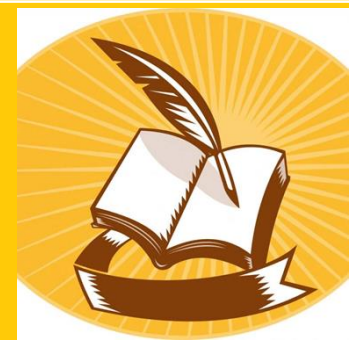
цифровые  
пространства,  
отвечающие  
растущим  
потребностям в  
технологиях

удобные сидения  
и рабочие места  
для посетителей

пространства,  
которые  
поощряют  
использование  
библиотеки как  
общественного  
центра для всех



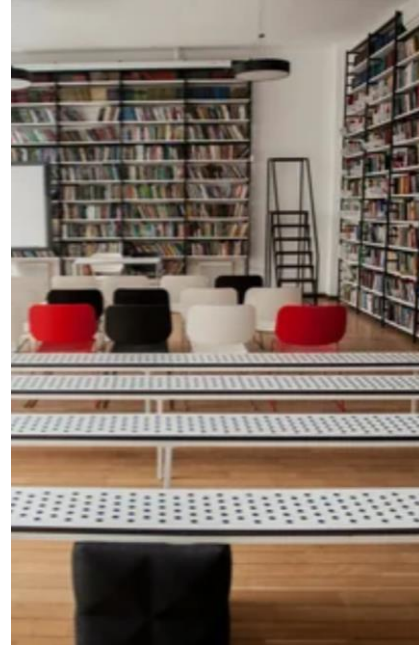




# ПРИМЕРЫ БИБЛИОТЕЧНЫХ ПРОСТРАНСТВ

- Гамбургская библиотека для молодёжи (Германия)
- Мейкерспейс Connected Community в Мельбурне (Австралия)
- Herning Public Library (Дания)
- Российская государственная библиотека для молодёжи (РГБМ)
- Библиотека им.Н.В.Гоголя в Санкт-Петербурге





# МОСКОВСКИЕ БИБЛИОТЕКИ

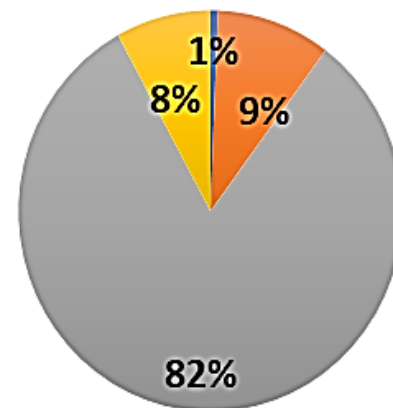
- Библиотека Ф. М. Достоевского
- Библиотека современного искусства «Гараж»
- Фотобиблиотека в Artplay
- Библиотека киноискусства им. С.М. Эйзенштейна
- Музыкальная библиотека
- Библиотека городских историй
- Центральная городская детская библиотека им. А. Гайдара

# Результаты исследования

**363**  
респондента

Библиотечное пространство глазами поколения Z.  
<https://sociotrix.com/project?id=869>

## Возраст респондентов

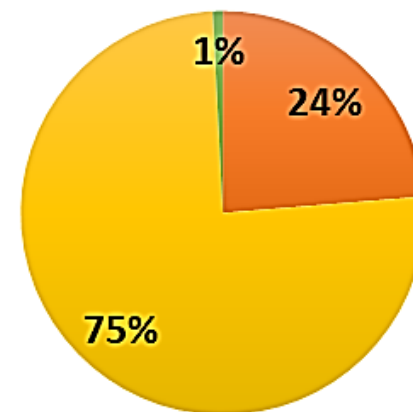


■ до 14 лет ■ 14-17 лет ■ 18-21 год ■ 22-25 лет

## Социальный статус респондентов (чел.)



## Пол респондентов



■ мужской ■ женский ■ другое



# Ассоциации со словом «БИБЛИОТЕКА»

**ИНФОРМАЦИЯ,  
НАУКА, ЗНАНИЕ**

**108** ОТВЕТ

**КНИГИ**

**291** ОТВЕТ

**ТИШИНА,  
СПОКОЙСТВИЕ, УЮТ**

**270** ОТВЕТ

**ИНТЕРЬЕР**

**38** ОТВЕТОВ

**ПЕРСОНАЛ**

**20** ОТВЕТОВ

**УЧЕБА / РАБОТА**

**68** ОТВЕТОВ

**ПЫЛЬ и  
СПЕЦИФИЧЕСКИЙ  
ЗАПАХ**

**22** ОТВЕТА



# Какие из нижеперечисленных библиотек Москвы Вы посещали за последний год?

161

- университетские библиотеки

80

- районные библиотеки

76

- библиотека им. В.И. Ленина

74

- школьные библиотеки

37

- библиотека Ф.М. Достоевского

29

- библиотека современного искусства «Гараж»

23

- Российская государственная библиотека для молодёжи (РГБМ)

18

- фотобиблиотека в Artplay

12

- музыкальная библиотека

8

- центральная городская детская библиотека им. А. Гайдара

7

- библиотека киноискусства им. С.М. Эйзенштейна

4

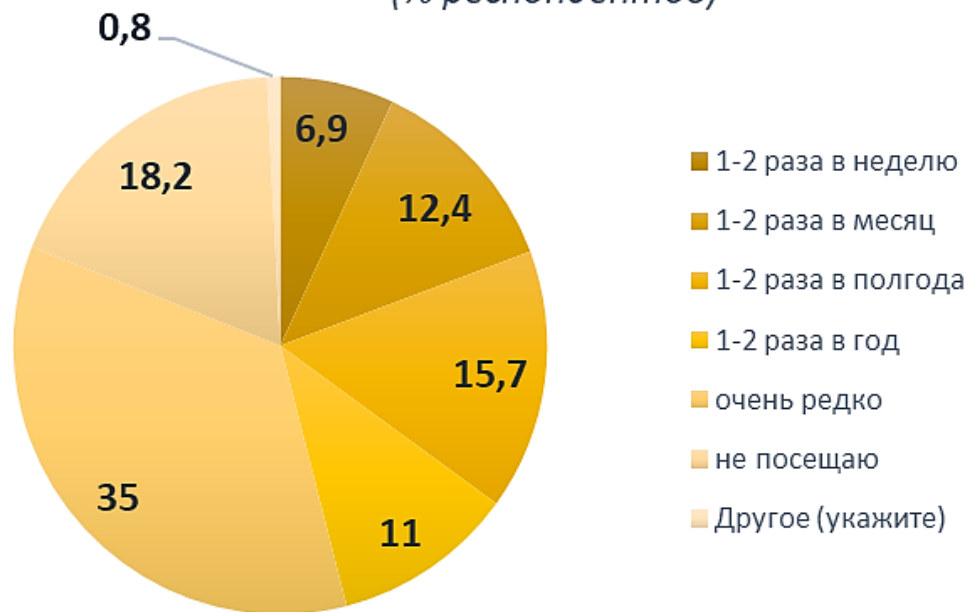
- библиотека городских историй





## Частота посещения библиотек

(% респондентов)



## Основные мотивационные факторы посещения библиотеки

(чел.)



## факторы, стимулирующие посещение библиотеки



# Сложности, с которыми сталкиваются зуммеры при посещении библиотек

## качество предоставляемой услуги

- отсутствие необходимой книги (59)
- скудный ассортимент современной и зарубежной литературы (27)
- плохое состояние книг (6)

## процесс

- получение/возврат литературы (15)
- долгий поиск книги (19)
- оформление читательского билета (12)
- Трата времени (16)

## функциональные особенности

- график работы (11)
- неудобное расположение (23)
- недружелюбие персонала (18)
- отсутствие персонала на рабочем месте (9)

## атмосфера и оборудование

- шум (25)
- уют и дизайн интерьера (24)
- отсутствие цифровых экранов для поиска и подбора литературы, недостаток розеток и слабый WI-FI, необходимость электронного гида и регулятора температурного режима (12)

## маркетинговые коммуникации

- отсутствие информации о проводимых мероприятиях (11)
- слабая коммуникация с читателем (8)



29 респондентов не испытывают никаких сложностей



## Что бы Вы изменили в библиотеке, которую посещаете? (чел.)



**Оптимизация процессов поиска и подбора информации и литературы с помощью цифровых технологий и современного оборудования позволит экономить время**

## Какую смежную функцию могла бы выполнять библиотека? (чел.)



**Расширение функционала библиотек в направлении решения дополнительных производственных (деловых, учебных, научных и пр.) задач привлекает зуммеров**

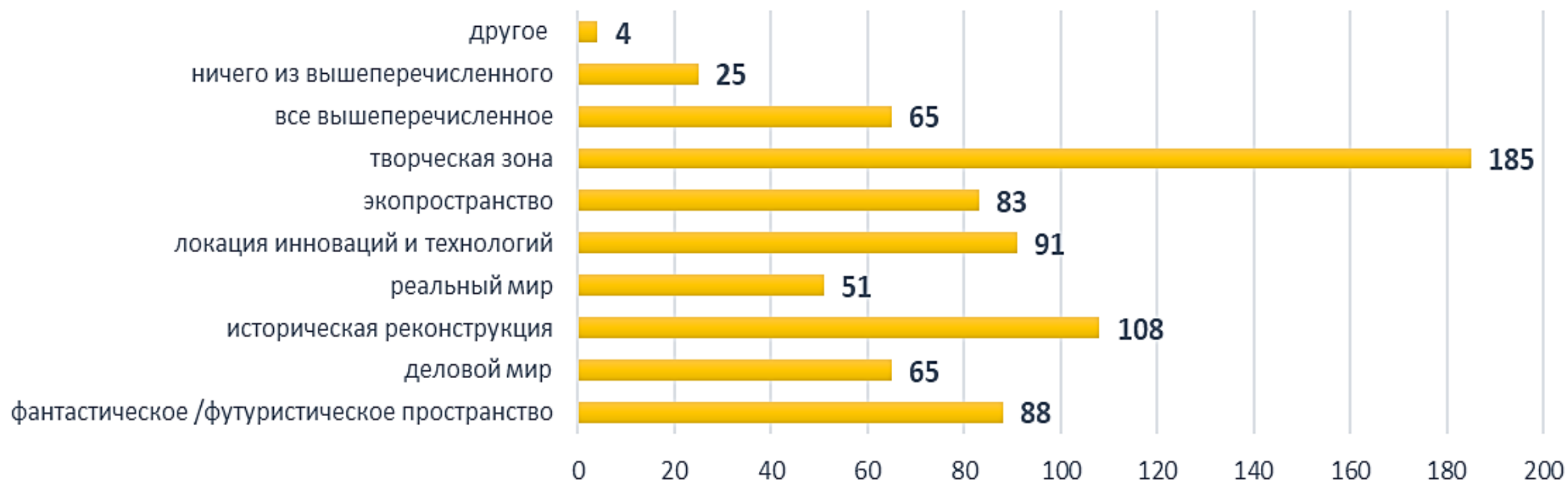


## Какие технологии необходимы для библиотеки будущего? (чел.)



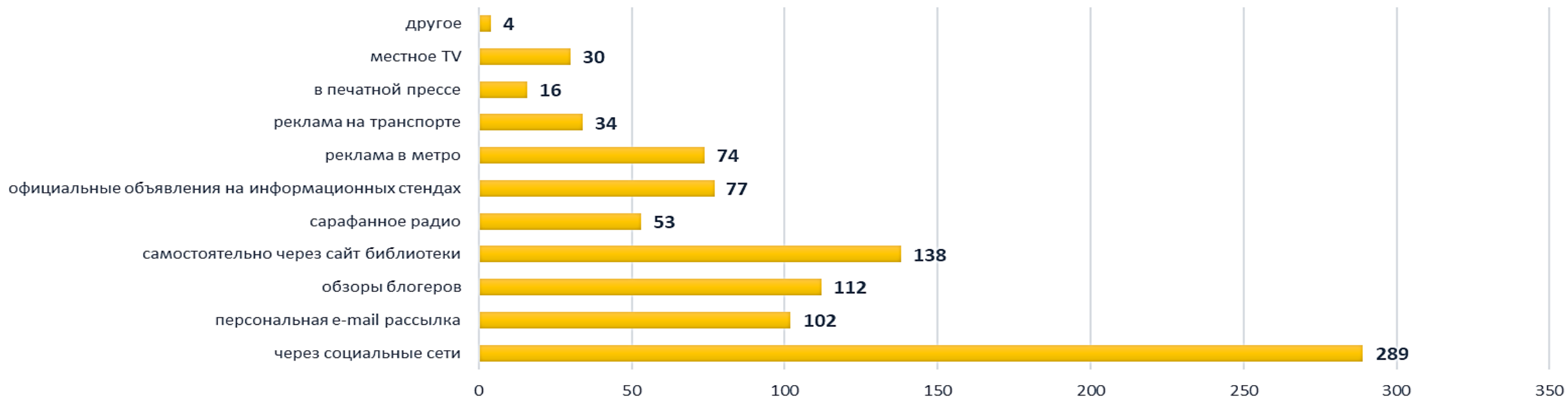
**Быстрый поиск литературы является актуальной задачей, которую необходимо решать с помощью технологий**

## Какие локации было бы интересно стилизовать в библиотечном пространстве? (чел.)

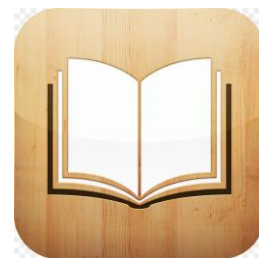
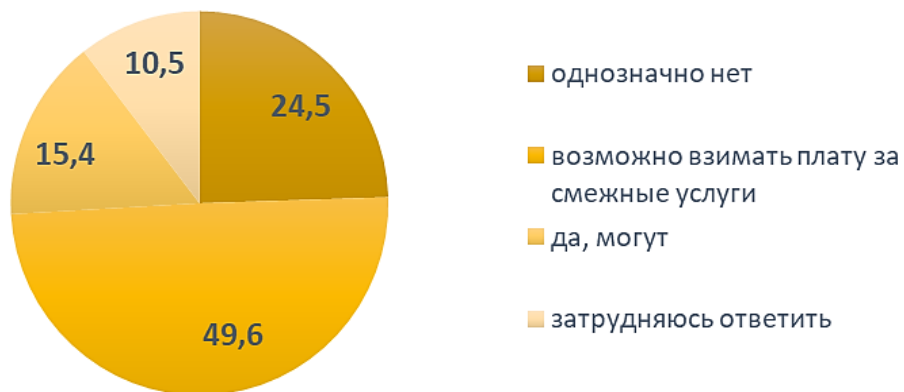


**Наличие творческой локации в пространстве библиотеки**

## Как Вы предпочитаете узнавать о новинках, проектах и деятельности библиотек? (чел.)



## Могут ли быть услуги библиотеки платными? (% респондентов)



**Системная работа по совершенствованию маркетинговых коммуникаций и продвижению деятельности библиотек среди молодежной целевой аудитории, является необходимым условием удержания и повышения лояльности зуммеров в ближайшем будущем.**



# Рекомендации и заключение

четкое обозначение целевого рынка и создание  
детального портрета своего потребителя

определение ценностных ориентиров и ключевых  
запросов целевой аудитории

создание концепции услуги, которая будет простой и  
понятной для восприятия потенциальным пользователем

проведение рекламных активностей по продвижению с  
опорой на ключевую выгоду потребителя



Четкое позиционирование, уникальность и доступность физического и виртуального пространства библиотек, а также проработанная маркетинговая стратегия, способны заинтересовать молодое поколение.

Представители поколения Z комфортно себя чувствуют среди обилия информации и информационного шума, достаточно мобильны, приветствуют технологические новшества, не имеют жестких рамок поведения и устоявшихся шаблонов.

Представляют наиболее разнообразную структуру личностей и индивидуальностей, которых привлекает креатив, новые ощущения, новый опыт.

Опора на данные характеристики современной молодежи позволит библиотекам выстроить грамотную концепцию позиционирования, проработать маркетинговую стратегию и усовершенствовать коммуникации.

# Список основных информационных источников

Организация объединенных наций. Молодежь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.un.org/ru/sections/issues-depth/youth-0/index.html>

Современная библиотека: сущность, функции, роль и место в обществе [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://otherreferats.allbest.ru/culture/00032890\\_0.html](https://otherreferats.allbest.ru/culture/00032890_0.html)

Распоряжение Правительства РФ от 13 марта 2021 г. № 608-р. Об утверждении Стратегии развития библиотечного дела в РФ на период до 2030 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://static.government.ru/>

Howe, N., Strauss, W. The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny. New York: Broadway Books, 1997

Стилман Д. Семь ключевых особенностей поколения Z [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://hbr-russia.ru/management/upravlenie-personalom>

Гэrrисон Кейси Молодёжные библиотечные пространства: что нужно знать, чтобы их создавать [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://gazetargub.ru/?p=2425>

Самые необычные библиотеки Москвы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://fotostrana.ru/public/post/>

Sociotrix.com Библиотечное пространство глазами поколения Z. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://sociotrix.com/project?id=869>

Концепция «Маркетинг-микс» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://costper.ru/marketing/marketing-miks>

Благодарю за внимание!

