

## *Ролінгове опитування та хол-тест у бібліотечній соціології.*

Одним з основних мотивів проведення соціологічного дослідження є необхідність мати найбільш широку актуальну і змістовну інформацію про ті чи інші аспекти функціонування бібліотеки, оцінки і побажання, які слід враховувати в організації, управлінні і плануванні діяльності бібліотечного закладу. Рішення щодо соціологічного дослідження повинно бути обґрунтованим до його практичної або наукової доцільності.

Збільшення уваги до наукових досліджень спостерігається як у вітчизняній так і в зарубіжній науці. Це пояснюється історичною зміною завдань наукового дослідження, що висувуються практикою. Відповідно до зміни соціальних замовлень на наукові дослідження змінюється система наукових методів дослідження. Нині на першому місці стоять дослідження із меншим відсотком похибки, що штовхає науковців на пошуки нових способів проведення досліджень та впровадження їх результатів у практику.



*Мал. №1. Діаграма: «Історична еволюція методів збору соціологічної інформації».*

### ***Ролінгове опитування.***

Застосування ролінгових досліджень може бути різноманітне: при вивченні динаміки ринків різних товарів; політичному маркетингу, особливо перед днями, що передують дню голосування; у дослідженнях засобів масової інформації та ін, але дуже рідко ролінгове опитування проводиться у бібліотеках. Тому мета мого проекту вперше у нашій бібліотеці впровадити у практику досліджень саме такий вид дослідження. Це дасть змогу мені, як досліднику зібрати як умога правдивішу інформацію. А керівному складу бібліотеки допоможе у вирішенні посталих наразі бібліотечних питань.

***Ролінгове опитування*** – це спеціальний вид опитування, споживачів, населення, що відрізняється методичними підходами до формування вибірки і поетапного проведення опитування. Метою технічного вдосконалення методики проведення ролінгового опитування є постійне оновлення інформації. Специфіка ролінгового опитування полягає у техніці здійснення опитування. Відповідно вибирається досліджувана група, яка розбивається на три підгрупи. Перше опитування охоплює цілу групу, пізніше через рівномірні проміжки часу опитуються підмасиви. Як відомо, інформація має здатність старіти і тому важливою позитивною рисою ролінгового опитування є постійне оновлення інформації щодо існуючого питання, яке наданий момент постало перед бібліотекою. Основними принципами проведення ролінгового опитування є: послідовність дій згідно з методикою та технікою виконання опитування; пропорційність виконуваних завдань на кожному етапі дослідження; рівномірність (навантаження на кожний день опитування розподілене рівномірно). Реалізація ролінгового опитування заощаджує кошти бібліотеки, оскільки дослідження буде проводитись поетапно і не потрібно виділяти всі кошти відразу.

***Хол-тест.*** Методика хол-тесту передбачає виконання опитування в декілька етапів. Першим з них є розробка спеціального тесту фахівцям з бібліотечної справи. Наступним етапом йде відбір певного сегмента користувачів для опитування за допомогою бібліотечних працівників, які знаходять інтерв'юєрів різноманітними методами: на вулиці, по телефону, поштою. Після попереднього відбору респондентів запрошують у спеціальне приміщення, обладнане аудіо-відео технікою. Запрошеним демонструють фільм, ролик, в якому розповідається про специфіку, роботи бібліотеки. Після цього проводять опитування. Можливі два варіанти: а) опитування, спрямоване на вивчення ставлення респондентів до роботи бібліотеки в цілому; б) експеримент, тобто два опитування – до перегляду ролика і після, що дозволяє виявити зміни ставлення в результаті перегляду відеоматеріалу.

В опитуванні беруть участь від 100 до 500 респондентів, потенційних відвідувачів бібліотеки. Тест для опитування традиційний. Після питань, що стосуються соціально-демографічних характеристик респондентів, вивчається відношення відібраних респондентів до послуг, що надає бібліотека.

Якщо поєднати цих два методи соціологічного дослідження і провести їх у бібліотеці, то кінцевим результатом буде:

- відома вся картина про відношення користувачів до ХОУНБ ім. М. Островського, що дасть змогу в подальшому працювати тільки на покращення іміджу бібліотеки.

Дослідження вкаже на недоліки у роботі не лише системи вцілому, а й окремого бібліотечного працівника в частості. Тоді керівництво зможе побудувати роботу бібліотеки враховуючи всі недоліки і спрямовуючи рух бібліотечних процесів в потрібне русло.

Я пропоную провести таке дослідження на тему:

**«ХОУНБ ім. М. Островського – відчуваючи пульс майбутнього».**

Метою якого буде удосконалення роботи ХОУНБ ім. М. Островського, покращення іміджу та підняття рейтингу установи.

Дослідження буде складатись з чотирьох етапів:

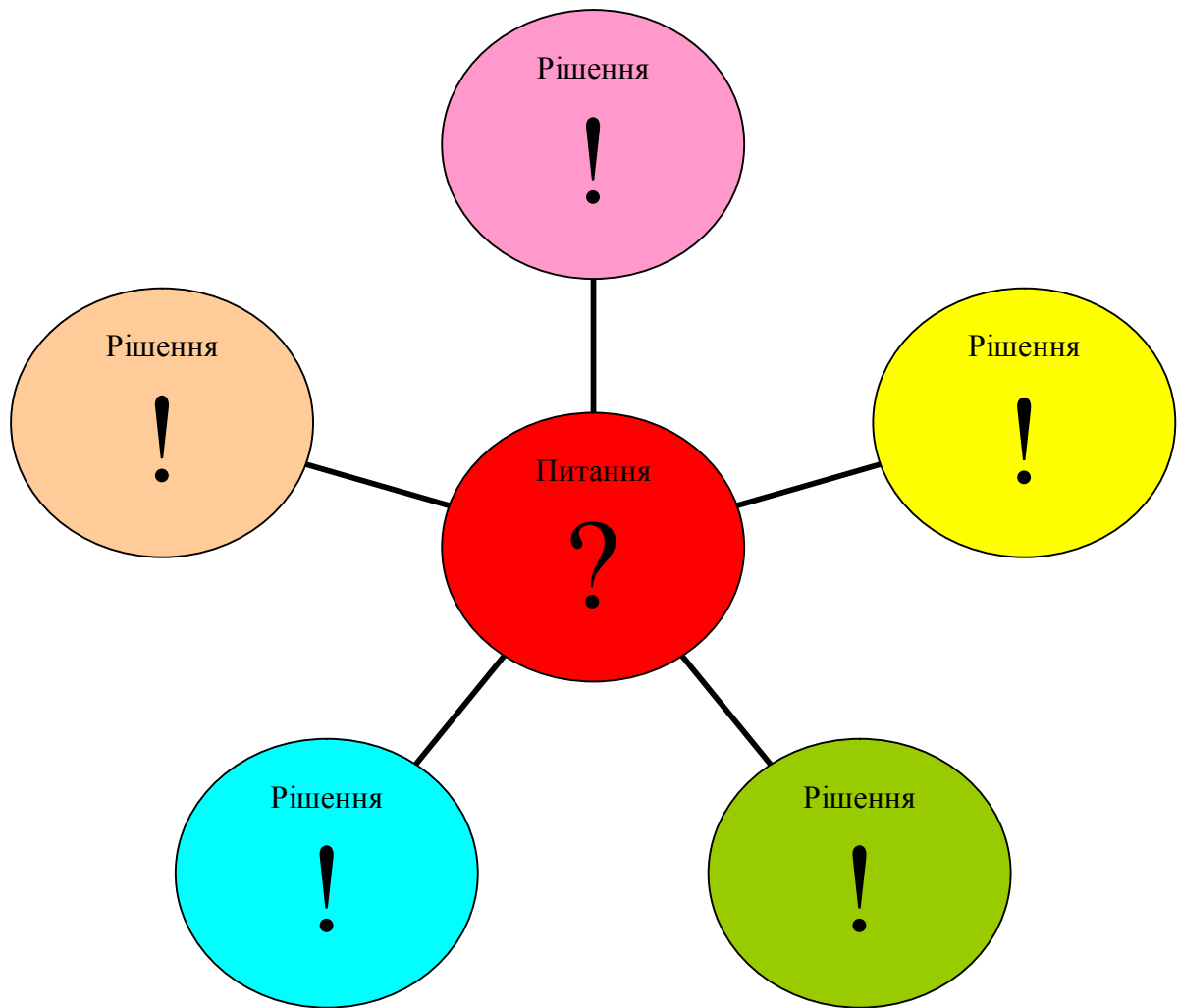
- 1). Підготовчий.
- 2). Збирання та обробка отриманих даних.
- 3). Аналіз та інтерпретація даних.
- 4). Робота з результатами.

Перш за все потрібно відзняти ролик про бібліотеку та на правах реклами прокручувати його відвідувачам. Це потребує коштів, але результат себе перевершить. Більшість користувачів теперішніх і потенційних не обізнані з роботою бібліотеки, і дуже часто вони не володіють інформацією про всі ті можливі послуги, які надає бібліотека.

Запросити аудиторію яка буде якможна різноманітнішою: за віком, професією, та не зважаючи на те чи є ця людина користувачем бібліотеки. Розроблене фахівцям тестування, анкетування провести до перегляду ролика, та після його перегляду. Повторити весь експеримент у підгрупах через деякий проміжок часу. Це дасть змогу прослідкувати зміни, які будуть відбуватися з респондентами: їх ставлення до установи, позитивний чи негативний настрій щодо подальшого відвідування бібліотеки, та вплив на частоту відвідувань і тд.

Якщо під час проведення данного дослідження будуть траплятись перешкоди: чи то фінансові, чи то організаційні – можна змінити деякі пункти програми проведення дослідження. Це буде ще краще, адже будь-які перешкоди це вже поштовх до реконструкцій у функціонуванні бібліотеки.

**Наприклад:** ролик можна замінити спеціальними картками, малюнками. Провести це у вигляді тренінгу, залучаючи спеціалістів з кожного відділу бібліотеки, аби вони детально розповіли про послуги, які надає саме їх відділ. Потім провести опитування. Повторити його вже з деякими змінами у питаннях до анкет, які можуть вноситись у ході проведення дослідження. Можна зробити це в ігровій усній формі, чи будь якій іншій, з урахуванням побажань потенційних респондентів. Кінцеві результати дозволять колективу провести деякі зміни у роботі окремих відділів. Можливо щось піддати реконструкції. А керівництву прийняти аргументоване рішення для вирішення, того чи іншого питання. Тобто виявити методи для підняття статусу бібліотеки.



*Мал. №2. Схема: «Кінцевий результат – рішення питання?!».*

Підготувала:

зав. сектором  
соціологічних досліджень  
Поліщук Н. П.