

БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ И УСЛУГИ

УДК 027.5.022:021+021.4

<https://doi.org/10.33186/1027-3689-2023-10-53-78>

Диагностика запросов пользовательской аудитории общедоступных библиотек: точки роста и стереотипы восприятия

А. А. Борисова¹, Н. Л. Микиденко², С. П. Сторожева³

^{1,2}*Новосибирский государственный технический университет,
Новосибирск, Российская Федерация*

¹*Сибирский государственный университет водного транспорта,
Новосибирск, Российская Федерация*

^{2,3}*Сибирский государственный университет телекоммуникаций
и информатики, Новосибирск, Российская Федерация*

¹*bborisova2012@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1501-2234>*

²*nL_nsk@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2232-8088>*

³*s_storozheva@sibgut.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1302-2810>*

Аннотация. Существует рассогласованность между назначением библиотеки как социального института и её стереотипным восприятием со стороны вовлечённых и невовлечённых аудиторий. Модернизирующиеся библиотеки, превращаясь в цифровые экосистемы, наряду с традиционной миссией архива информации становятся центрами культурной жизни, интерактивными пространствами, предлагающими посетителям разнообразные сервисы и ресурсы по работе с информацией, мультимедийные коворкинг-зоны для работы, общения и обучения. Фиксируемое стереотипное восприятие библиотек как книгохранилища препятствует расширению пользовательской аудитории. Цель исследования – диагностика запроса фактических и потенциальных пользователей библиотек, оценка смены назначения и роли библиотек как социального института в условиях расширения возможностей доступа к информационным услугам. Методологию исследования составили работы, фиксирующие востребованность принципиально новых подходов к взаимодействию библиотеки с целевыми аудиториями. Для выявления стереотипных представлений о библиотеках было проведено анкетирование двух групп респондентов: вовлечённых и невовлечённых пользователей (взрослые и учащаяся мо-

лодѣжь). Для анализа эмпирических данных использованы методы статистического анализа информации. Основные результаты: в исследовании фиксируются потребности в позиционировании услуг библиотек в более широком пространстве коммуникативного поля. Требуется выход на особые сегменты рынка, связанные с построением многосубъектных пользовательских цепочек и новые способы информирования о наборе услуг среди молодых фактических и потенциальных пользователей. Относительно слабое информирование о новых услугах может свидетельствовать об использовании преимущественно традиционных средств позиционирования на ближнем целевом рынке и пока достаточно слабом проникновении на иные сегменты. Новизна исследования заключается в расширении представлений о потенциальной целевой аудитории библиотеки, что может быть основой для разработки инструментов коммуникации и привлечения в первую очередь молодѣжьней аудитории, для взаимодействия с которой необходима гибкая подстройка способов, форматов и каналов коммуникации.

Ключевые слова: цифровизация библиотек, драйверы трансформации библиотек, барьеры трансформации библиотек, пользователи библиотек, стереотипы восприятия библиотеки

Для цитирования: Борисова А. А., Микиденко Н. Л., Сторожева С. П. Диагностика запросов пользовательской аудитории общедоступных библиотек: точки роста и стереотипы восприятия // Научные и технические библиотеки. 2023. № 10. С. 53–78. <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2023-10-53-78>

LIBRARY INFORMATION SERVICES AND USER SERVICES

UDC 027.5.022:021+021.4

<https://doi.org/10.33186/1027-3689-2023-10-53-78>

Detecting demands of public library users: The growth points and perception stereotypes

Alyona A. Borisova¹, Natalya L. Mikidenko², Svetlana P. Storozheva³

^{1, 2}*Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russian Federation*

¹*Siberian State University of Water Transport, Novosibirsk, Russian Federation*

^{2, 3}*Siberian State University of Telecommunications and Information Science,
Novosibirsk, Russian Federation*

¹*bborisova2012@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1501-2234>*

²*nL_nsk@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2232-8088>*

³*s_storozheva@sibguti.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1302-2810>*

Abstract. The authors investigate into inconsistency between the purpose of the library as a social institution and stereotypical perception of libraries by involved and uninvolved audiences. The libraries modernizing and transforming themselves into digital ecosystems along with accomplishing their traditional mission of information archive, are becoming the centers of cultural life, interactive spaces offering users wide variety of information services and resources, and multimedia areas for co-working, communication, and learning. At the same time, the fixed stereotypical perception of the library as a book depository becomes a barrier to the expansion of the user audience. The purpose of the study is to diagnose the demands of actual and potential users of libraries and to assess the change in purpose and role of libraries as a social institution under conditions of expanding access to information services. The methodology of the study was determined by the works documenting the relevance of the search for fundamentally new approaches in the interaction of the libraries with their target audiences in the context of media communications to increase the attractiveness of libraries. Sociological methods were used to identify stereotypical ideas about libraries: the survey of two groups of respondents, i. e. engaged and unengaged users (adults and students). Methods of statistical analysis of empirical information were used for data analysis. The main findings are: the study captures the needs in positioning library services within the wider communicative space. The access is needed to special market segments with building multi-subject user chains and new ways of informing young actual and potential users about the array of services. The relatively

inefficient building of awareness of new services may indicate the prevalence of traditional positioning in the nearest target market and, so far, rather low penetration into other segments. The novelty of the study is expanding knowledge of the library potential target audience, which would make the foundation for developing communication tools and attracting primarily the young audience. The flexibility of communication methods, formats, and channels is essential for interaction with the young users.

Keywords: digitalization of libraries, drivers of library transformation, barriers to library transformation, library users, stereotypes of library acceptance

Cite: Borisova A. A., Mikidenko N. L., Storozheva S. P. Detecting demands of public library users: The growth points and perception stereotypes // *Scientific and technical libraries*. 2023. No. 10. P. 53–78. <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2023-10-53-78>

Скорость трансформационных процессов в обществе обуславливает необходимость достаточно быстрой адаптации социальных институтов к происходящим изменениям. При этом адаптация основывается на оценке и осознании новых запросов стейкхолдеров деятельности. Активную фазу адаптации сегодня проходят и библиотеки. Исследователи фиксируют динамику роли библиотеки как социального института – от сохранения социокультурных традиций и духовного воспитания на основе аккумуляции научных достижений, характеризующих этапность развития общества [1], до побуждения к познанию и раскрытию потенциала человека через взаимодействие и сотрудничество [2]. Библиотека становится цифровым куратором при формировании медиакультуры пользователей, включающей в себя навыки в получении, передаче, создании, использовании медиа и мультимедиаконтента, практики творчества, отдыха, развлечений, работы, коммуникации [3].

Меняется не только запрос пользователей услуг библиотек, но и сама целевая аудитория: она дифференцируется по нескольким основаниям, каждая из долей имеет свою динамику. Сравнительные оценки типичного пользователя библиотеки за последнее десятилетие показывают изменение характеристик целевой аудитории, а также структуры запроса на взаимодействие с библиотекой [4]. Это ставит перед иссле-

довательским сообществом задачи по осмыслению смены функциональности и назначения библиотеки под текущие трансформации социально-экономической среды, с учётом корректировки процессов работы с информацией и в условиях смены целевой аудитории и её запросов. Исходя из актуальности этих задач, научное сообщество анализирует изменение требований пользователей к библиотекам, динамику способов взаимодействия с разными источниками знания и информации, отдачу вложений в обновление инфраструктуры библиотек и изменение форматов взаимодействия при оказании услуг. Например, проблемы развития интереса к книге и роль библиотек широко обсуждались в рамках международного форума в Челябинске в апреле 2022 г. [5]. Обобщение опыта и успешных мировых практик институциональной регуляции читательской деятельности, популяризации книги и чтения представлено В. Я. Аскаровой, отмечающей разнообразие таких практик (специальные проекты, исследования и др.), объединение усилий правительственных, частных и общественных структур, использование медиаплатформ [Там же. С. 13], институциональной инфраструктуры (библиотек, издательств, книготорговых и учебных заведений). Подчёркнута необходимость построения культурного посредничества и навигации с учётом возникающих трудностей [6]. Н. И. Дильская и Н. П. Ситникова рассматривают роль библиотеки как культурного посредника, организующего встречи с писателями (в том числе с региональными авторами), мероприятия, включающие как традиционные, так и цифровые формы работы (вебинары, творческие встречи, мастер-классы, поэтические марафоны, работу в соцсетях) [7]. Н. А. Стефановская рассматривает библиотеку как модератора семейного чтения, создающего региональную систему институциональной информационной и методической поддержки и стимулирования семейного чтения, формирования позитивного имиджа приобщения к духовному потенциалу российской и мировой словесности [Там же]. Интерпретация роли библиотеки как «третьего пространства» представлена С. А. Чебурковой. Автор подчёркивает противоречия в интерпретации термина, делает акцент на совместимости «третьего пространства» с книгой и образовательной деятельностью [8]. Е. Р. Микаелян описывает феномен тревожного состояния посетителя в библиотеке (термин предложен в 1986 г. библиотекведом Констанс

А. Меллон) [10]. Это состояние в большей степени испытывают молодёжь и студенты. Автор отмечает, что «неуверенный пользователь скорее обратится за формальной библиотечной помощью к своему другу-сокурснику, чем к профессионалу-библиотекарю», что актуализирует проблему комфортного пространства в библиотеке, снятия барьеров, отказа от академической формальности библиотеки [Там же. С. 60]. Е. А. Богомазова подчёркивает важность обратной связи и активного диалога библиотеки с читателем с использованием возможностей сетевого общения [11]. О. П. Горбат, М. С. Селявская анализируют опыт библиотек в формировании медийной культуры молодёжи и библиоковоркинга [12. С. 149], в привлечении молодёжи путём создания в библиотеке новых локаций (площадок для чтения с бесплатным Wi-Fi, дискуссиями и командной работой, настольными играми) [13]. П. Р. Исосимова, А. А. Лушпей подчёркивают важность продвижения библиотек с помощью современных рекламных технологий [14].

Читатели библиотек оказываются под пристальным вниманием не только российских, но и зарубежных исследователей. В работах используются различные подходы: опросы [16], полуструктурированные интервью, анализ сетевых публикаций [17], «рейтинги» и «отзывы» в Google Maps [18].

Понимание изменения роли библиотеки в обществе позволит сделать процесс адаптации библиотечных структур более управляемым и имеющим запас функциональности на определённое время. Цель настоящего исследования – диагностика запроса фактических и потенциальных пользователей библиотек, их оценка назначения библиотеки как социального института в условиях расширения возможностей доступа к информационным услугам.

Поиск и обоснование динамики пользовательского запроса и смены функциональности библиотеки осуществлены с помощью средств анализа вторичной информации, а также эмпирического исследования, проведённого авторами. В качестве предмета наблюдения выступили запросы фактических и потенциальных потребителей услуг библиотек. В исследовании анализировался запрос пользователей на услуги городской библиотеки, которая характеризуется наименьшей специализацией, работает для широкой аудитории и осуществляет разнообразный набор услуг. Исследование проведено в феврале-марте 2023 г. (Новосибирск).

Выборка эмпирического исследования

Поставленный исследовательский вопрос обуславливает потребность в репрезентативности выборки. Поэтому выбор в качестве респондентов пользователей городской библиотеки представляется оправданным. Опрос проводился среди разных категорий респондентов. Посетители библиотеки опрашивались интервьюерами (опрошено 295 человек), эту группу можно условно определить как «Вовлечённые читатели». «Невовлечённым читателям» вопросы задавали по разным каналам. Так, анкетирование студентов и старшеклассников проводилось через личные кабинеты в университетах и колледжах (1 780 человек). Анкета также была размещена в сети интернет – для тех, кто не является постоянным посетителем библиотеки (168 человек), Условно эти группы определены как «Невовлечённые читатели», однако следует признать, что среди них могли оказаться респонденты, достаточно информированные об услугах библиотек. Это подтверждают ответы на вопрос об опыте посещения различных библиотек. Подвыборка «Вовлечённые пользователи» включает различные группы по возрасту, статусу, занятости и имеет смещение по гендерному аспекту (72% респондентов – женщины). В качестве «потенциальных пользователей» привлекались респонденты, которые потенциально могут стать пользователями библиотек: взрослые (168 респондентов) и учащаяся молодёжь (студенты колледжей и университетов, школьники старших классов – 1 780 опрошенных). В целом выборка исследования имеет ряд ограничений: в онлайн-анкетировании получены ответы от респондентов, проявивших готовность к участию в опросе; при опросе посетителей библиотек использована доступная выборка (все согласившиеся принять участие в опросе). Методологические сложности, возможности и ограничения применения неслучайных выборок, как и обоснование их научности, представлены в Отчёте рабочей группы AAPOR (American Association for Public Opinion Research) о неслучайных выборках. Специалисты констатируют широкое распространение применения неслучайных выборок в социологических исследованиях и полагают, что иногда им трудно найти альтернативу [19].

Сегментация выборки позволила оценить и сравнить следующие аспекты взаимодействия с библиотекой:

- а) информированность пользователей о наборе услуг библиотеки;
- б) реальную и потенциальную востребованность набора услуг;

в) запросы потенциальной аудитории к услугам информационно-досугового характера и готовность смены провайдера услуг на библиотечные комплексы;

г) представления о роли и назначении библиотек для субъекта-пользователя.

Информированность фактических и потенциальных пользователей о наборе услуг библиотеки

Информированность пользователей связана с особенностями позиционирования библиотеки на рынке и способами коммуникации с аудиторией. Вполне ожидаемо, что вовлечённая аудитория обладает высокой мерой информированности об услугах, возможностях и направлениях развития библиотек. Эта аудитория получает информацию непосредственно в так называемых тёплых коммуникациях – в стенах или на сайте библиотеки. Можно предположить, что работа с вовлечёнными пользователями отстроена и обеспечивает достаточно высокую включённость в деятельность библиотек. Об услугах по предоставлению книг и журналов во временное пользование информированы 90,8% респондентов, о доступе к электронным библиотечным системам – 50,8%, к сети интернет – 38,6%. В меньшей мере фактические пользователи информированы об относительно новых услугах библиотек (регистрация и работа на портале Госуслуг – 17,3%), различные проекты («Медиашкола», «Литературные знакомства», «Геймификация образования» и др. – 19,3%).

Оценки информированности невовлечённых пользователей фиксируют стереотипность отношения к библиотекам. Так, в большей мере респонденты информированы о традиционных и давно распространённых формах работы: временное пользование книжным фондом (67,1%) и электронными базами (37,3%), доступ в интернет (35,8%). Новые форматы коммуникации привлекают меньшее внимание взрослых респондентов, не посещающих библиотеки. Так, более 62% не знают, что библиотека оказывает услуги по предоставлению во временное пользование интеллектуальных настольных игр. Это может означать, что и приход новых пользователей библиотек затруднителен. Такой вывод подтверждают и данные о низкой информированности о работе клубов по интересам (практически 50% респондентов не знают

об этой услуге), сопровождении и реализации проектных активностей (54,9%), консультациях по регистрации и работе на портале Госуслуг (50%), предоставлении для пользователей комфортных зон (36,7%).

Полагаем, что библиотеки научились коммуницировать с вовлечённой аудиторией и удерживать её интерес, но в меньшей мере реализуют действия по привлечению новых пользователей. Возможно, развитие функции маркетинга могло бы способствовать коррекции ситуации и увеличению целевой аудитории. Тем более, что взрослые читатели могут быть полезными не только в выстраивании прямых коммуникаций, но и в формировании опосредованных цепочек пользовательской аудитории (например, когда старшее поколение демонстрирует норму посещения библиотеки молодому поколению). Поэтому системе управления библиотеками следует акцентировать внимание на усилении информированности невовлечённой взрослой аудитории о новых возможностях и услугах библиотек.

Молодые ребята – учащаяся аудитория – представляют особый интерес для развития и будущего библиотек. Раннее вовлечение в работу и активности библиотек становится основанием для длительных коммуникаций. Рассмотрим информированность школьников и студентов об услугах библиотек. Высокая информированность фиксируется по услугам, связанным с использованием фондов (более 80% молодежи знают, что в библиотеке можно взять во временное пользование традиционные книги, и более 62% знают о возможности использования электронных библиотек), каждый второй знает о возможности выхода в интернет из здания библиотеки. Многие (более 60%) были в помещениях библиотек и знают о наличии комфортных пространств для посетителей. В то же время информированность об иных услугах значительно ниже. Практически каждый второй не знает, что в библиотеке можно комфортно провести время с компанией, играя в настольные игры. Не представлена широко и информация о проектных активностях библиотеки (лишь каждый четвёртый молодой человек знает о регулярных проектах). Более 35% ребят не знают, что в библиотеках организованы клубы по интересам различной тематической направленности, к деятельности которых можно присоединиться. Такие результаты говорят о преобладании у респондентов-студентов стереотипных представлений о библиотеке, низкой информированности об

изменениях, происходящих в деятельности библиотек, и необходимости популяризации этих услуг среди молодёжи.

Сегодня библиотеки предоставляют целый ряд услуг с применением дистанционных цифровых технологий, и респондентам было предложено отметить, какими дистанционными услугами библиотеки они пользуются. Для вовлечённой аудитории востребованными дистанционными услугами стали доступ к электронной библиотеке «ЛитРес» через сервисы библиотеки (50,5%) и продление книг на абонементе через электронный сервис (38,2%). Из услуг, о которых посетители информированы менее всего: доступ к фондам Национальной электронной библиотеки (не знают и не пользуются 65,7% посетителей). Для невовлечённой аудитории выявлена в целом довольно низкая информированность об онлайн-услугах библиотеки (о них знает только чуть более трети опрошенных); данные об информированности о разных онлайн-услугах различаются незначительно. Для молодых людей востребованной дистанционной услугой также является доступ к электронной библиотеке «ЛитРес» через сервисы библиотеки, 32,5% респондентов ответили, что пользуются такой услугой.

Основной причиной, по которой молодые люди редко посещают или совсем не посещают библиотеку (вопрос предполагал множественный выбор), указывалось использование цифровых источников информации и наличие других доступных способов получения необходимой информации – так ответили 75,8%. «Не любят читать/отсутствие потребности в чтении» – 54,4%. «Нет необходимости: нужную литературу покупают для личного пользования» – 48,4%.

Оценки библиотек как места организации досуга

Респондентам было предложено оценить библиотеки как места организации досуга в сравнении с другими учреждениями, предоставляющими аналогичные услуги, в том числе платные. На вопрос «Почему для организации своего досуга и/или занятий творчеством люди отдадут предпочтение платным услугам, а не аналогичным услугам в библиотеках?» (вопрос предполагал множественный выбор), было получено 439 ответов в группе «Вовлечённые пользователи». Первые три позиции заняли следующие причины: несовременное оборудование библиотек – 44,8%, несовременный библиотечный фонд – 36,6%, отсут-

ствие информации о бесплатных услугах, предоставляемых библиотеками, – 25,1%. Обращает на себя внимание то, что среди значимых причин посетители называют несовременное оборудование библиотек и несовременный библиотечный фонд. Однако это может быть в большей степени и стереотипным представлением, у респондентов не уточнялось содержание их запросов и ожиданий.

В то же время респонденты активно отмечали и другие причины: «Помещение оставляет желать лучшего, маленькое помещение, требуется ремонт, разве будет желание приходить в такую библиотеку», «Отсутствие современных условий и обстановки», «Нет культуры посещения библиотеки», «Тесные библиотеки», «Непрезентабельный вид библиотеки» и «Много информации нахожу в интернете».

В группе «Невовлечённые пользователи» получено 314 ответов. В этой группе лидируют мнения об отсутствии информации о бесплатных услугах, предоставляемых библиотеками (62,1%), отсутствии информации о мероприятиях в библиотеке (55,3%). Затем респонденты этой категории отметили несовременное оборудование библиотек (29,9%), несовременный библиотечный фонд (27,3%). «Невовлечённые пользователи» также активно выразили своё мнение в позиции «Другое» (в высказываниях сохранена пунктуация авторов). Есть позитивные высказывания с конкретными предложениями, например: *«Электронный каталог», «Постоянное пополнение фонда библиотеки современными популярными книгами, журналами и т. п.», «Рецензии на книги»*. Другие отмечают важность атмосферы: *«Думаю, наибольшую популярность будут иметь те библиотеки, где есть возможность заниматься в читальном зале. Многим студентам не хватает возможности спокойно учиться в тишине. Также на выбор будут влиять наличие компьютерного класса и дальность от дома», «Нужна манга!!!»*. Есть напоминания о рекламе и продвижении как отдельных изданий, так и организации в целом: *«Популяризация через соцсети», «Показать, как можно визуализировать книги», «Я бы хотела видеть больше современной литературы», «Развитие сайтов библиотек», «Рекламные кампании», «Предлагать современную литературу», «Богатый выбор книг на любой вкус», «Клиентоориентированность»*.

В высказываниях респондентов группы «Учащаяся молодёжь» преобладают стереотипные представления о библиотеке. Выделяются следующие группы суждений:

1. В библиотеке, по мнению молодых респондентов, недостаточно актуальных для молодёжи изданий: *«Мало интересующих меня книг», «Интересной литературы нет в библиотеке/библиотеках», «Не все книги есть в наличии», «Одной из причин, я считаю, что библиотеки слегка устарели для современного поколения. В библиотеках можно найти много интересных и нужных книг, но там, скорее всего, не будет того, чем заинтересованы мы... современной литературы».*

2. Ряд высказываний отражает клиповость мышления потенциальных читателей: *«Современный образ жизни строится на постоянном кратковременном отвлечении и не сопоставим с чтением литературы...», «приучен последовательно отвлекаться на короткие фразы (устоявшийся формат 280 символов из твиттера) или иные форматы медиа типа ленты новостей с фото- и видеоконтентом. ...отвлечение на такую информацию приучает к постоянному поглощению фрагментов...»*

3. Интернет и электронные источники заменяют традиционные книги: *«Вся информация и книги есть в интернете», «На посещение библиотеки приходится тратить много времени, куда проще использовать электронную версию книги, чтобы получить информацию», «В интернете информацию можно найти гораздо быстрее и не нужно выходить из дома», «Есть книги, которые читают в интернете», «Сейчас всё можно найти в интернете. 21-й век на дворе», «Потому что сейчас мир современных технологий», «Сейчас у каждого есть доступ к любой книге в интернете», «Сейчас всё находят в интернете», «Считаю, что интернет наиболее интересен, чем книги», «Я не знаю, я читаю электронные рассказы».*

4. Общая пассивность молодёжи: *«Нет желания контактировать с другими людьми», «Люди не выходят из дома», «В интернете информацию можно найти гораздо быстрее и не нужно выходить из дома», «На посещение библиотеки приходится тратить много времени, куда проще использовать электронную версию книги, чтобы получить информацию».*

5. Недостаточно популяризируются возможности библиотек: *«Нет маркетинга, людей попросту не привлекают», «Потому что сейчас мир современных технологий», «Не интересно», «Нет заинтересованности», «Мало интересующих меня книг».*

6. Среди значимых причин в свободных ответах посетители называют несовременное оборудование библиотек и несовременный библиотечный фонд: *«Помещение оставляет желать лучшего, маленькое помещение требуется ремонт, разве будет желание приходить в такую библиотеку», «Отсутствие современных условий и обстановки», «Тесные библиотеки», «Непрезентабельный вид библиотеки».*

Таким образом, ответы разных групп респондентов позволяют сделать вывод о наличии запроса со стороны вовлечённых и невовлечённых пользователей на информированность о возможностях библиотек и запроса на обновление материального обеспечения библиотек. Подобный запрос на модернизацию библиотек существует и в профессиональном сообществе [20].

Меры по привлечению пользователей библиотечных услуг

Респондентам было предложено высказать мнение о том, что библиотеки могут сделать для увеличения числа пользователей (вопрос предполагал множественный выбор, в группе «Вовлечённые пользователи» получено 856 ответов, в группе «Невовлечённые пользователи» – 6 111, из них 5 571 ответ дали респонденты из подгруппы «Учащаяся молодёжь»).

По мнению респондентов из группы «Вовлечённые пользователи», мерами по расширению числа посетителей могут стать обновление материально-технического состояния библиотек: современный интерьер для интерактивных зон – 59,1%; современное оборудование для интерактивных мероприятий – 52,4%; наличие зон отдыха (релакс-зоны, чайная зона) и зон поддержания физической активности – 50,7%, а также усиление работы по активному информированию пользователей об услугах библиотеки через разные каналы, в том числе через соцсети – 35%; развитие интересных форм работы – 27,6%. В группе «Невовлечённые пользователи» 63,9% респондентов отметили «активное информирование читателей/посетителей/пользователей об услугах библиотеки через разные каналы, в том числе через социальные сети», в подгруппе «учащаяся молодёжь» – наличие зон отдыха (релакс-зоны, чайная зона) и зон поддержания физической активности – 61,3%. Во всех группах респонденты отмечают необходимость модернизации среды как меры повышения вовлечённости реальных и потенциальных пользователей.

Для выявления ассоциаций, связанных с библиотеками, респондентам были предложены слова-смыслы (чтение, книги, тишина, архив, знания, полки, каталог, читальный зал, пыль, участие, досуг, информация) и слова-характеристики, отражающие эмоциональное отношение к библиотекам (комфортно, интересно, скучно, полезно, дружелюбно, некомфортно, строго, весело).

В подгруппе «Вовлечённые пользователи» (вопрос предполагал множественный выбор, был получен 1 461 ответ) первые три позиции заняли слова-образы: *книги, чтение, информация*; слова-характеристики: *полезно, дружелюбно, интересно*. Такое распределение отражает устойчивые представления о библиотеках в массовом сознании (рис. 1, 2). Обращает внимание вхождение в тройку лидеров слова «*информация*». В других подгруппах «*информация*» не входит в тройку лидеров.



Рис. 1. Слова-образы, связанные с библиотеками, в группе «Вовлечённые пользователи» (процент ответивших)

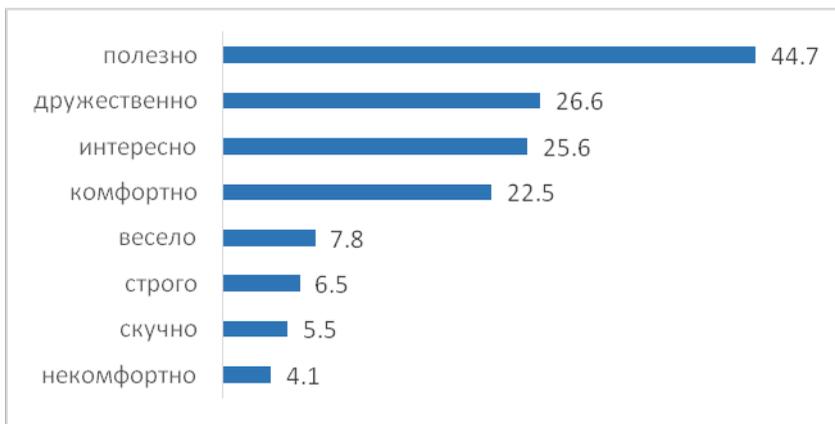


Рис. 2. Слова-характеристики эмоционального восприятия в группе «Вовлечённые пользователи» (процент ответивших)

В подгруппе «Невовлечённые пользователи» (не являющиеся постоянными посетителями библиотек) было получено 1 230 ответов. Первые три позиции заняли слова-образы: *книги, тишина, чтение*; слова-характеристики: *полезно, комфортно, дружественно*. «Информация» как слово-ассоциация, связанная с библиотекой, в этой подгруппе оказалась на седьмом месте (рис. 3, 4).

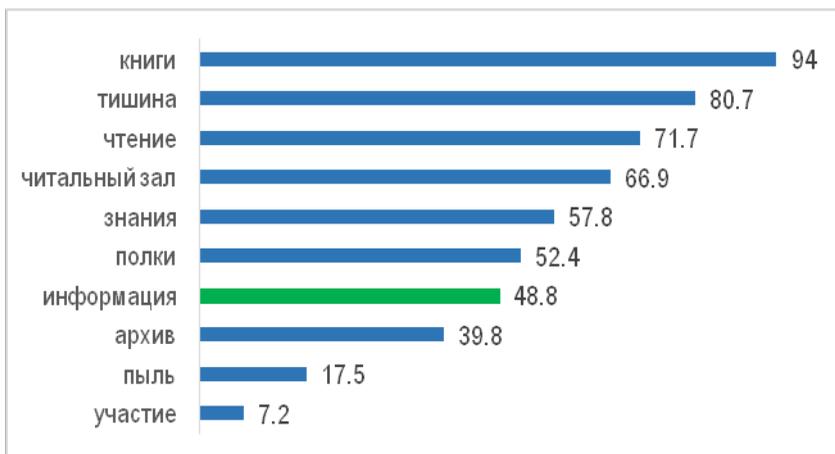


Рис. 3. Слова-образы, связанные с библиотеками, в группе «Невовлечённые пользователи» (процент ответивших)

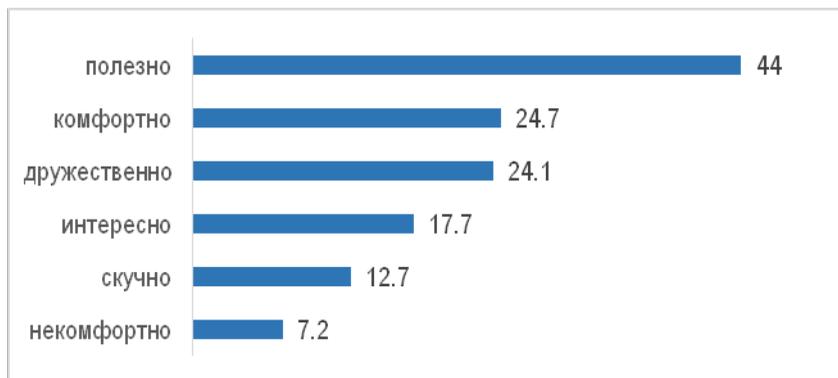


Рис. 4. Слова-характеристики эмоционального восприятия в группе «Невовлечённые пользователи» (процент ответивших)

В подгруппе «Учащаяся молодёжь» было получено 8 775 ответов. Первые три позиции заняли слова-образы: *книги, тишина, чтение*; слова-характеристики: *полезно, комфортно, интересно*. Слово «*информация*» как ассоциация, связанная с библиотекой, в этой подгруппе оказалось на 5-м месте (рис. 5, 6).

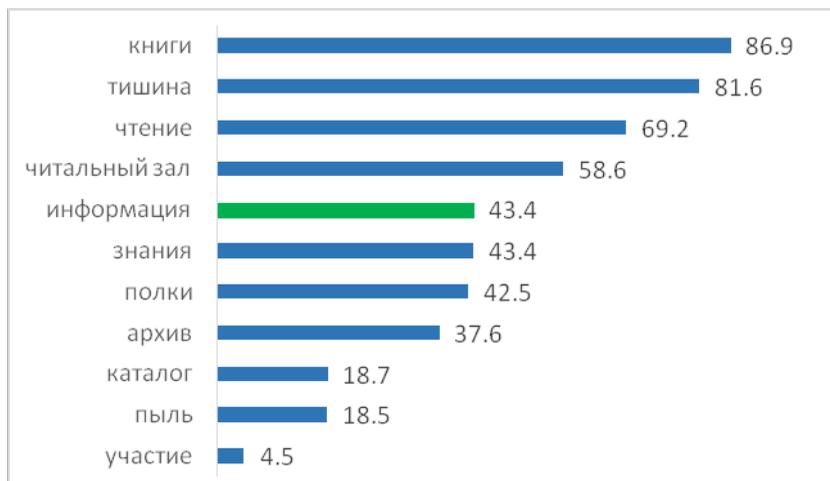


Рис. 5. Слова-образы, связанные с библиотеками, в группе «Невовлечённые пользователи» (подгруппа «Учащаяся молодёжь», %)

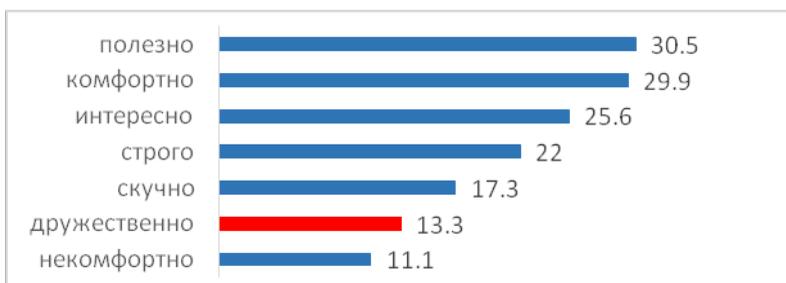


Рис. 6. Слова-характеристики эмоционального восприятия в группе «Невовлечённые пользователи» (подгруппа «Учащаяся молодёжь», %)

В подгруппе «Невовлечённые пользователи» (учащаяся молодёжь) обращают на себя внимание более высокие позиции слов-образов «строго», «скучно» и низкие оценки позиции «дружественно».

Респонденты могли сами предложить ассоциативный ряд. Было получено немного образных высказываний разной тональности, например: «Бесплатные книги и тишина, антиквариат», «Возможность поработать в тихой обстановке», «Дополнительный источник информации», «Запах типографских красок, тишина, информация», «Книга, информация, интерес, место, где можно найти ответ на любой вопрос и узнать что-то новое», «Всеобъемлющий каталог разнообразных книг, от научных до развлекательных историй, причём в ней должны присутствовать работы даже непопулярных современных учёных/авторов», «Вежливые библиотекари, развитие, познание» и др.

Популярны традиционные образы, связанные с библиотекой: книга, информация, чтение, читальный зал. Среди качественных характеристик преобладают позитивные – полезно, комфортно, интересно. Выявленные позитивные ассоциации могут быть использованы для составления облака тегов, для разработки проектов продвижения и рекламы библиотечных мероприятий.

Респондентам было предложено выразить своё согласие с предложенными суждениями о смене назначения и роли библиотек как социального института в условиях расширения возможностей доступа к информационным услугам, роли библиотек в культурной жизни по шкале от 1 до 7 (табл. 1–3).

Таблица 1

Суждение 1. Библиотека – это цифровая экосистема для образования на протяжении всей жизни, самообразования (%)

По шкале от 1 до 7	1	2	3	4	5	6	7
Вовлечённые	2,1	2	3,1	7,3	5	20,4	52,6
Невовлечённые (взрослые)	7,9	1,2	7,3	12,1	23,6	13,3	34,5
Невовлечённые (студенты)	6,1	3,2	8	24,2	24,7	12,6	21,2

Таблица 2

Суждение 2. Библиотека – это центр интеллектуальной деятельности (%)

По шкале от 1 до 7	1	2	3	4	5	6	7
Вовлечённые	0,3	0,3	1,4	6,1	15	22,5	54,3
Невовлечённые (взрослые)	6,8	2,5	6,8	16	15,4	16	36,4
Невовлечённые (студенты)	5,2	2,8	6,8	22,1	22,4	16,4	24,1

Таблица 3

Суждение 3. Библиотека – это пространство культурной жизни микрорайона (%)

По шкале от 1 до 7	1	2	3	4	5	6	7
Вовлечённые	0,3	0,3	2,1	3,8	15,2	18,6	59,7
Невовлечённые (взрослые)	5,5	4,3	11,6	14	15,9	15,9	32,9
Невовлечённые (студенты)	7,9	5,8	11,7	26,1	19,2	10,8	18,5

В подгруппах респондентов (вовлечённые пользователи и невовлечённые пользователи: взрослые) преобладает высокая степень согласия с предложенными высказываниями, практически две трети респондентов согласны с предложенными сужениями. В то же время учащаяся молодёжь, которая в текущий момент и в ближайшей и отсроченной перспективе может и должна быть пользователями библиотек, в меньшей степени согласна с предложенными высказываниями. Наименьший выбор получило суждение о библиотеке как пространстве культурной жизни микрорайона.

Таким образом, фиксируется сохранение стереотипных представлений о библиотеках у разных групп пользователей. Сопоставимые данные о наличии стереотипных представлений о научных библиотеках приводятся в исследовании Я. Л. Шрайберга, Н. В. Бороной [21. С. 17]. Наличие стереотипных представлений, с одной стороны, может отражать нерешённость вопросов управления библиотечным пространством в условиях цифровизации, некоторую инертность профессионального сообщества, отсутствие или недостаточность ресурсов для реализации изменений [22. С. 38–39], наличие жизнеспособных конкурентных структур, предлагающих сопоставимые, но более доступные и/или качественные услуги. С другой стороны, наличие стереотипных представлений сдерживает наращивание пользовательских аудиторий.

Инструменты роста библиотек связывают с внедрением принципа проактивности в работу библиотек [23. С. 13]. Библиотеки должны «проявлять себя как проактивная система, нацеленная на предвидение и прогнозирование тех изменений, которые будут происходить в обществе в перспективе» [Там же. С. 15]. Требуется как усилия самих библиотек по созданию позитивного информационного поля, так и меры поддержки со стороны государства. Получили одобрение со стороны профессионального сообщества государственные программы, предполагающие модернизацию библиотек: «Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 г.» [24], «Культура: 2019–2024. Создание модельных библиотек» [25]. Частными случаями реализации принципа проактивности могут стать позиционирование услуг библиотек в более широком пространстве коммуникативного поля,

присутствие библиотек в социальных медиа [26], мониторинги читательской активности в сетевом пространстве для разработки стратегий и методов продвижения библиотечных услуг [27. С. 124].

Заключение

Таким образом, имеются точки роста для работы по привлечению пользователей и позиционированию услуг библиотек в более широком пространстве коммуникативного поля. Требуется выход на особые сегменты рынка, связанные с построением многосубъектных пользовательских цепочек и новые способы информирования о наборе услуг среди молодых фактических и потенциальных пользователей. Необходимо сосредоточение усилий на расширении контактов и способов взаимодействия с такой пользовательской аудиторией, как школьники младшего и среднего звена. Многие не вовлечённые в деятельность библиотек пользователи имеют опыт взаимодействия с библиотечными системами. Но закрепление этого взаимодействия в устойчивые каналы коммуникации не состоялось. Применение разных способов контактирования на протяжении всего периода обучения в школе, с использованием соответствующих возрастным интересам мероприятий и форматов взаимодействия, может способствовать поддержанию устойчивого интереса к библиотеке. Для этого требуются разработка и реализация программ долгосрочного взаимодействия между школой и библиотекой встраивание их в образовательно-досуговую работу со школьниками.

Относительно слабое информирование о новых услугах может свидетельствовать об использовании традиционных средств позиционирования библиотек на ближнем целевом рынке и пока достаточно слабом проникновении в иные сегменты. Расширение представлений о потенциальной целевой аудитории может способствовать разработке специальных инструментов коммуникации и привлечения пользователей. Взаимодействие с молодёжью предполагает гибкий и динамичный поиск способов, форматов и каналов коммуникации, может стать предметом дальнейшей целенаправленной работы библиотек по расширению круга активных читателей.

Список источников

1. **Кудрина Е. Л., Бычков Л. Д., Заруба Н. А.** Роль библиотеки как социального института в условиях трансформации российского общества // Научные и технические библиотеки. 2022. № 7. С. 52–68. <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2022-7-52-68>
2. **Новая** библиотека РФ. Паспорт национального проекта «Культура» Утверждён президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам № 16 от 24.12.2018.
URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_319207/
3. **Горбат О. П.** Медиакультура как значимый компонент библиосферы // Научные и технические библиотеки. 2022. № 1. С. 57–70. <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2022-1-57-70>
4. **Чтение** на евразийском перекрёстке : материалы Шестого международного интеллектуального форума, Челябинск, 07–08 апреля 2022 г. / ред., сост.: В. Я. Аскарова, Ю. В. Гушул. Челябинск : Челябинский государственный институт культуры, 2022. 279 с. ISBN 978-5-94839-822-8. EDN SYQOIZ.
5. **Аскарова В. Я.** Создание читающей нации в контексте актуальной культурной политики // Чтение на евразийском перекрёстке : материалы Шестого международного интеллектуального форума, Челябинск, 07–08 апреля 2022 г. / ред., сост.: В. Я. Аскарова, Ю. В. Гушул. Челябинск : Челябинский государственный институт культуры, 2022. С. 15–40. EDN ECSXDJ.
6. **Диская Н. И.** Читатель и писатель: библиотека как культурный посредник // Там же. С. 77–86. EDN HZZPSC.
7. **Стефановская Н. А.** Библиотека как модератор семейного чтения // Там же. С. 86–90. EDN UEUTQK.
8. **Чебуркова С. А.** Библиотека новой эры: Концепция и основные функции // Трансформация библиотек в цифровую эпоху: традиции и инновации : Сборник материалов Ежегодной межвузовской студенческой научно-практической конференции, Москва, 21 мая 2019 г. / редколлегия: И. М. Немчина, А. А. Тарасова, Л. О. Маслова. Москва : Московский государственный лингвистический университет, 2020. С. 5–10. EDN WJYYEA.
9. **Constance A. Mellon.** Library Anxiety: A Grounded Theory and Its Development // College & Research Libraries 1986. March. P. 161–165. URL: <chrome-extension://efaidnbmninnnibpcajpcgclcfindmkaj/https://cr.lacrl.org/index.php/crl/article/viewFile/14195/15641>.
10. **Микаелян Е. Р.** Феномен страха перед библиотеками и методы повышения библиотечного комфорта // Трансформация библиотек в цифровую эпоху: традиции и инновации : Сборник материалов Ежегодной межвузовской студенческой научно-практической конференции, Москва, 21 мая 2019 г. / редколлегия: И. М. Немчина, А. А. Тарасова, Л. О. Маслова. Москва : Московский государственный лингвистический университет, 2020. С. 54–61. EDN ICBPIK.
11. **Богомазова Е. А.** Коммуникация муниципальных детских библиотек Челябинской области со своими читателями посредством социальных сетей // Чтение на евразийском перекрёстке : материалы Шестого международного интеллектуального форума, Челябинск, 07–08 апреля 2022 г. / ред., сост.: В. Я. Аскарова, Ю. В. Гушул. Челябинск : Челябинский государственный институт культуры, 2022. С. 120–127. EDN WXZWRD.

12. **Горбат О. П.** Медиаобразование: место и роль библиотеки // Там же. С. 144–150. EDN UBOLCI.
13. **Селявская М. С.** Библиотека для нового поколения // Там же. С. 166–169. EDN ZVWQSP.
14. **Изосимова П. Р.** Слоган учреждения культуры как элемент бренда (на материале анализа аккаунтов в соцсетях) // Там же. С. 169–173. EDN PCKEOT.
15. **Sei-Ching Joanna Sin, Kyung-Sun Kim.** Use and non-use of public libraries in the information age: A logistic regression analysis of household characteristics and library services variables. *Library & Information Science Research*. Vol. 30. Iss. 3. September 2008, P. 207–215. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2007.11.008>
16. **Grace Donghee Shin, Kyungsun Jeon, Hye-Eun Lee.** Public library needs assessment to build a community-based library: Triangulation method with a social media data analysis. *Library & Information Science Research*. Vol. 44. Iss. 1. January 2022. P. 101–142. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2022.101142>
17. **Borrego Á., Comalat Navarra M.** What users say about public libraries: an analysis of Google Maps reviews. *Online Information Review*. 2021. Vol. 45. No. 1. P. 84–98. <https://doi.org/10.1108/OIR-09-2019-0291>
18. **Отчёт** рабочей группы ААРОР о неслучайных выборках: июнь 2013 г. / Американская ассоциация исследователей общественного мнения / пер. с англ. Д. Рогозина, А. Ипатовой. Москва : Общероссийский общественный фонд «Общественное мнение», 2016. 170 с.
19. **Ударцева О. М.** Виртуальная география посетителей библиотечных сайтов // Научные и технические библиотеки. 2021. № 12. С. 91–108. <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2021-12-91-108>
20. **Столяров Ю. Н.** Библиотекари-практики об идее трансформации библиотек // Научные и технические библиотеки. 2019. № 3. С. 45–62. <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2019-3-45-62>
21. **Шрайберг Я. Л.** О развитии культурно-досуговой деятельности научных библиотек в цифровой среде: зарубежный опыт и отечественные реалии // Научно-техническая информация. Серия 1: Организация и методика информационной работы. 2021. № 12. С. 15–20. doi: 10.36535/0548-0019-2021-12-3. EDN SKMWIX.
22. **Гильдебрант Г. В.** Будущее библиотек: информация или коммуникация // Научные и технические библиотеки. 2020. № 4. С. 37–58. <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2020-4-37-58>
23. **Барышев Р. А., Бабина О. И., Цветочкина И. А., Манушкина М. М.** Университетская библиотека как проактивная система // Научные и технические библиотеки. 2020. № 4. С. 13–36. <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2020-4-13-36>
24. **Стратегия** государственной культурной политики на период до 2030 года. URL: <http://static.government.ru/media/files/AsA9RAyYVAJnoBuKgH0qEJA9Ixp7f2xm.pdf>.
25. **Национальный проект «Культура».** URL: <http://government.ru/rugovclassifier/842/events>.
26. **Холхунова О. С.** Специалист библиотеки по работе в социальных сетях: общественная нагрузка или штатная единица? // Научные и технические библиотеки. 2019. № 3. С. 63–74. doi: 10.33186/1027-3689-2019-3-63-74. EDN ZCALET.

27. **Аскарова В. Я.** Культурная политика в сфере стимулирования читательской активности молодёжи: приоритеты цифровой эпохи // Сфера культуры. 2022. № 2 (8). С. 113–128. doi: 10.48164/2713-301X_2022_8_113. EDN WYUISD.

References

1. **Kudrina E. L., By'chkov L. D., Zaruba N. A.** Rol' biblioteki kak sotsial'nogo instituta v usloviakh transformatsii rossii'skogo obshchestva // Nauchny'e i tekhnicheskie biblioteki. 2022. № 7. S. 52–68. <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2022-7-52-68>
2. **Novaja biblioteka RF.** Pasport natsional'nogo proekta «Kul'tura» Utverzhdyon prezidiumom Soveta pri Prezidente RF po strategicheskogo razvitiu i natsional'ny'm proektam № 16 ot 24.12.2018. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_319207/
3. **Gorbat O. P.** Mediakul'tura kak znachimy'i komponent bibliosfery // Nauchny'e i tekhnicheskie biblioteki. 2022. № 1. S. 57–70. <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2022-1-57-70>
4. **Chtenie na evrazii'skom perekryostke : materialy' Shestogo mezhdunarodnogo intellektual'nogo foruma, Cheliabinsk, 07–08 apreliia 2022 g. / red., sost.: V. Ia. Askarova, lu. V. Gushul.** Cheliabinsk : Cheliabinskii' gosudarstvenny'i' institut kul'tury', 2022. 279 s. ISBN 978-5-94839-822-8. EDN SYQOIZ.
5. **Askarova V. Ia.** Sozdanie chitaiushchei' natsii v kontekste aktual'noi' kul'-turnoi' politiki // Chtenie na evrazii'skom perekryostke : materialy' Shestogo mezhdunarodnogo intellektual'nogo foruma, Cheliabinsk, 07–08 apreliia 2022 g. / red., sost.: V. Ia. Askarova, lu. V. Gushul. Cheliabinsk : Cheliabinskii' gosudarstvenny'i' institut kul'tury', 2022. S. 15–40. EDN ECSXDJ.
6. **Diskaia N. I.** Chitatel': biblioteka kak kul'turny'i' posrednik // Tam zhe. S. 77–86. EDN HZZPSC.
7. **Stefanovskaia N. A.** Biblioteka kak moderator semei'nogo chteniia // Tam zhe. S. 86–90. EDN UEUTQK.
8. **Cheburkova S. A.** Biblioteka novoi' e'ry': Kontseptciia i osnovny'e funktsii // Transformatsiia bibliotek v tcifrovuiu e'pohu: traditsii i innovatsii : Sbornik materialov Ezhegodnoi' mezhvuzovskoi' studencheskoi' nauchno-prakticheskoi' konferentsii, Moskva, 21 maia 2019 g. / redkollegiia: I. M. Nemchina, A. A. Tarasova, L. O. Maslova. Moskva : Moskovskii' gosudarstvenny'i' lingvisticheskii' universitet, 2020. S. 5–10. EDN WJYYEA.
9. **Constance A. Mellon.** Library Anxiety: A Grounded Theory and Its Development // College & Research Libraries 1986. March. P. 161–165. URL: chrome-extension://efaidnbnmnnbpcajpgclcfindmkaj/<https://cr.l.acrl.org/index.php/crl/article/viewFile/14195/15641>.
10. **Mikaelian E. R.** Fenomen straha pered bibliotekami i metody' povy'sheniia bibliotecnogo komforta // Transformatsiia bibliotek v tcifrovuiu e'pohu: traditsii i innovatsii : Sbornik materialov Ezhegodnoi' mezhvuzovskoi' studencheskoi' nauchno-prakticheskoi' konferentsii,

- Moskva, 21 maia 2019 g. / redkollegiia: I. M. Nemchina, A. A. Tarasova, L. O. Maslova. Moskva : Moskovskii gosudarstvennyi lingvisticheskii universitet, 2020. S. 54–61. EDN ICBPIK.
11. **Bogomazova E. A.** Kommunikatsiia munitcipal'nykh detskikh bibliotek Che-liabinskoi oblasti so svoimi chitateliami posredstvom sotsial'nykh setei // Chtenie na evrazii'skom perekrestke : materialy Shestogo mezhdunarodnogo intellektual'nogo foruma, Cheliabinsk, 07–08 apreliia 2022 g. / red., sost.: V. Ia. Askarova, lu. V. Gushul. Cheliabinsk : Cheliabinskii gosudarstvennyi institut kul'tury, 2022. S. 120–127. EDN WXZWRD.
 12. **Gorbat O. P.** Mediaobrazovanie: mesto i rol' biblioteki // Tam zhe. S. 144–150. EDN UBOLCI.
 13. **Seliavskaia M. S.** Biblioteka dlia novogo pokoleniia // Tam zhe. S. 166–169. EDN ZVWQSP.
 14. **Izsimova P. R.** Slogan uchrezhdeniia kul'tury kak element brenda (na materiale analiza akkauntov v sotssetiakh) // Tam zhe. S. 169–173. EDN PCKEOT.
 15. **Sei-Ching Joanna Sin, Kyung-Sun Kim.** Use and non-use of public libraries in the information age: A logistic regression analysis of household characteristics and library services variables. *Library & Information Science Research*. Vol. 30. Iss. 3. September 2008, P. 207–215. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2007.11.008>
 16. **Grace Donghee Shin, Kyungsun Jeon, Hye-Eun Lee.** Public library needs assessment to build a community-based library: Triangulation method with a social media data analysis. *Library & Information Science Research*. Vol. 44. Iss. 1. January 2022. P. 101–142. <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2022.101142>
 17. **Borrego Á., Comalat Navarra M.** What users say about public libraries: an analysis of Google Maps reviews. *Online Information Review*. 2021. Vol. 45. No. 1. P. 84–98. <https://doi.org/10.1108/OIR-09-2019-0291>
 18. **Otchyot rabochei gruppy AAPOR o neslucha'nykh vy'borkakh: iun' 2013 g.** / Amerikanskaia assotsiatciia issledovatelei obshchestvennogo mneniia / per. s angl. D. Rogozina, A. Ipatovoi. Moskva : Obshcherossiiskii obshchestvennyi fond «Obshchestvennoe mnenie», 2016. 170 s.
 19. **Udartceva O. M.** Virtual'naia geografiia posetitelei biblioteknykh saitov // Nauchny'e i tekhnicheskie biblioteki. 2021. № 12. S. 91–108. <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2021-12-91-108>
 20. **Stoliarov Iu. N.** Bibliotekari-praktiki ob idee transformatsii bibliotek // Nauchny'e i tekhnicheskie biblioteki. 2019. № 3. S. 45–62. <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2019-3-45-62>
 21. **Shrai'berg Ia. L.** O razvitii kul'turno-dosugovoi deiatel'nosti nauchnykh bibliotek v tsvetovoi srede: zarubezhnyi opyt i otechestvenny'e realii // Nauchno-tekhnicheskaia informatsiia. Seriia 1: Organizatsiia i metodika informatsionnoi raboty. 2021. № 12. S. 15–20. doi: 10.36535/0548-0019-2021-12-3. EDN SKMWIX.
 22. **Gil'debrant G. V.** Budushchee bibliotek: informatsiia ili komunikatsiia // Nauchny'e i tekhnicheskie biblioteki. 2020. № 4. S. 37–58. <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2020-4-37-58>
 23. **Bary'shev R. A., Babina O. I., Tsvetochkina I. A., Manushkina M. M.** Universitetskaiia biblioteka kak proaktivnaia sistema // Nauchny'e i tekhnicheskie biblioteki. 2020. № 4. S. 13–36. <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2020-4-13-36>

24. **Strategiia** gosudarstvennoi` kul`turnoi` politiki na period do 2030 goda.
URL: <http://static.government.ru/media/files/AsA9RAYVVAJnoBuKgHQqEJA9IxpP7f2xm.pdf>.
25. **Natsional`ny`i`** proekt «Kul`tura».
URL: <http://government.ru/rugovclassifier/842/events>.
26. **Holhunova O. S.** Spetsialist biblioteki po rabote v sotcial`ny`kh setiakh: obshchestvennaia nagruzka ili shtatnaia edinitca? // Nauchny`e i tekhnicheskie bib-lioteki. 2019. № 3. S. 63–74. doi: 10.33186/1027-3689-2019-3-63-74. EDN ZCALET.
27. **Askarova V. Ia.** Kul`turnaia politika v sfere stimulirovaniia chitatel`-skoi` aktivnosti molodyzhi: priorityty` tcifrovoi` e`pohi // Sfera kul`tu-ry`. 2022. № 2 (8). S. 113–128. doi: 10.48164/2713-301X_2022_8_113. EDN WYUISD

Информация об авторах / Information about the authors

Борисова Алёна Александровна – доктор экон. наук, доцент, заведующая кафедрой менеджмента Новосибирского государственного технического университета, профессор кафедры экономики транспорта и финансов Сибирского государственного университета водного транспорта, Новосибирск, Российская Федерация
bborisova2012@yandex.ru

Микиденко Наталья Леонидовна – канд. социол. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента Новосибирского государственного технического университета, заведующая кафедрой социально-коммуникативных технологий Сибирского государственного университета телекоммуникаций и информатики, Новосибирск, Российская Федерация
nl_nsk@mail.ru

Alyona A. Borisova – Dr. Sc. (Economics), Associate Professor, Head, Management Chair, Novosibirsk State Technical University; Professor, Transport and Finance Economics Chair, Siberian State University of Water Transport, Novosibirsk, Russian Federation
bborisova2012@yandex.ru

Natalya L. Mikidenko – Cand. Sc. (Sociology), Associate Professor, Senior Lecturer, Management Chair, Novosibirsk State Technical University; Head, Social Communicative Technologies Chair, Siberian State University of Telecommunications and Information Science, Novosibirsk, Russian Federation
nl_nsk@mail.ru

Сторожева Светлана Петровна –
канд. культурологии, доцент,
доцент кафедры социально-
коммуникативных технологий
Сибирского государственного
университета телекоммуникаций и
информатики, Новосибирск,
Российская Федерация
s_storozheva@sibguti.ru

Svetlana P. Storozheva – Cand. Sc.
(Cultural Studies), Associate
Professor, Department of Social and
Communication Technologies,
Siberian State University of
Telecommunications and
Information Science, Novosibirsk,
Russian Federation
s_storozheva@sibguti.ru