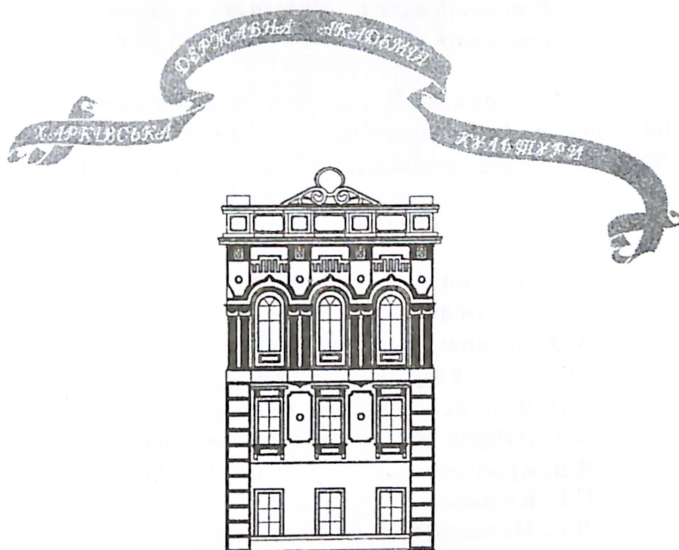


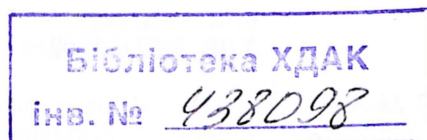
МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ УКРАЇНИ



# ВІСНИК

## Харківської державної академії культури

Випуск 3  
Збірник наукових праць



Харків- ХДАК-2000

10. На бібліотечному фронті // *Комуніст*. - 1934. - 8 серпня.
11. Очистимо книгозбірні // *Комуніст*. - 1937. - 14 вересня.
12. Результаты переписи // *Красный библиотекарь*. - 1935. - № 5.
13. Робота бібліотек // *Більшовик*. - 1941. - № 7.
14. Соціалістична Україна: Стат. зб. - К., 1937.
15. Скрипник М. Народное образование. - М., 1930.
16. Центральний державний архів громадських об'єднань України:
  - 16.1. ф 1. оп. 786,спр. 2994;
  - 16.2 ф 1.оп. 786,спр. 2691.
17. Державний архів Київської області:
  - 17.1. ф 5, оп. 321, спр. 1431;
  - 17.2. оп. 401, спр. 613;
  - 17.3. оп. 316, спр.711; спр. 8314; спр. 7131.
18. Центральний державний архів органів державної влади і органів державного управління України:
  - 18.1. ф 166, оп. 8761, спр. 4632;
  - 18.2. ф 140, оп. 9816, спр. 193.
19. Державний архів Одеської області:  
ф7, оп. 312, спр. 184.
20. Державний архів Донецької області:  
ф 1812, оп. 1, спр. 241.

Надійшла до редколегії 15.02.2000 р.

УДК 021.4

С.О. ДЕНИСЕНКО

### **ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ ГРУП СПОЖИВАЧІВ БІБЛІОТЕЧНИХ ПРОДУКТІВ І ПОСЛУГ У СФЕРІ КРАЄЗНАВСТВА**

*Базуючись на даних соціологічного дослідження, подається системна характеристика основних груп споживачів бібліотечних продуктів і послуг у сфері краєзнавства*

В умовах національного і культурного відродження України особливо-го значення набуває діяльність бібліотек по задоволенню краєзнавчих потреб споживачів. Це вимагає від бібліотек істотного оновлення асортименту інформаційних продуктів і послуг у сфері краєзнавства, удосконалення змісту, структурних моделей обслуговування. Вирішенню цих завдань сприятиме вивчення мотивів звернення читачів до краєзнавчих видань. Тому в 1999 р. Сумська обласна наукова бібліотека провела спеціальне досліджен-

ня. Діяльність бібліотек по збору, збереженню і наданню в суспільне користування первинних і вторинних документів є пріоритетною.

Краєзнавчі потреби споживачів виникають тоді, коли необхідно одержати краєзнавчу інформацію, яка потрібна для розв'язання наукових, навчальних, виробничих, побутових та інших завдань, включаючи самоосвіту.

Зважаючи на те, що користувач публічної бібліотеки одночасно є і мешканцем краю, і споживачем продуктів та послуг бібліотеки в сфері краєзнавства, краєзнавчі потреби можна диференціювати на кілька груп:

- 1) потреби, зумовлені соціально-регіональною орієнтацією особистості;
- 2) потреби, пов'язані зі сферою діяльності в даній місцевості;
- 3) потреби людини в дослідженні краю.

Структура першого рівня потреб залежить від віку, часу проживання в тому чи іншому краї, ступеня прихильності особистості до даної території, що розглядається нею як рідна. Такі потреби можна розглядати як соціокультурні, що пов'язані з необхідністю пристосування кожного наступного покоління переселенців до історичного та культурного середовища регіону з метою його глибшого пізнання. Ця група споживачів краєзнавчих потреб цього розряду є найчисельнішою і найрізноманітнішою за складом.

Другий рівень потреб структурно можна ідентифікувати як ділові. Ділові потреби виникають у керівників та працівників державних обласних адміністрацій, комерційних підприємств, суспільних і неформальних організацій, депутатів місцевих рад з питань зовнішньоекономічної та інвестиційної політики, стану і тенденцій розвитку промисловості регіону, фінансового прогнозування, соціальної сфери, питань природокористування і охорони ресурсів, екології.

Підприємницькі потреби притаманні сфері господарської практики. Споживачами потреб такого типу є економісти, фахівці сфери бізнесу, директори акціонерних підприємств, холдингів, корпорацій, міжгалузевих об'єднань і спільних підприємств.

Фінансові потреби виникають у керівників і директорів банківських і фінансових об'єднань, тому їм потрібна інформація про ринок цінних паперів та біржові операції.

У фахівців з маркетингу, менеджменту, брокерів, діллерів виникає інтерес до інформації з аудиту, з психології, ділової етики, іміджології, до матеріалів за фахом конкретної діяльності. І вище згаданих споживачів виникають також потреби до інформації

Культурологічні потреби виникають у керівників і працівників у галузі культури і мистецтва.

Науково-дослідні потреби вчених залежать від характеру творчої дія-

льності, рівня наукових досліджень, посади, віку, спеціальності, сфери зайнятості в суспільному виробництві. Чітко усвідомлюючи, яка інформація їм потрібна, науковці знають, де її можна знайти.

Фахівці гуманітарних наук мають потребу в краєзнавчій інформації з вузьких тем і напрямів, тому їхні потреби характеризуються складною тематичною структурою. У педагогів виникають потреби в інформації з краєзнавства, що висвітлює основні напрями розвитку сучасних гуманітарних знань широкого діапазону.

Нині зросла краєзнавча активність споживачів-студентів вищих навчальних закладів, інженерно-технічних працівників та фахівців, що вирішують виробничі завдання.

Отже, потреби можна класифікувати як науково-дослідні, культурологічні, виробничі, просвітницькі, освітні та потреби керування.

Третю групу складають потреби краєзнавців-дослідників і краєзнавців-аматорів. Часто їхні знання історичних особливостей та культурних традицій краю значно глибші краєзнавчих знань споживачів ділових потреб.

Класифікація споживачів краєзнавчої літератури за видами професійної діяльності дає змогу бібліотеці надавати диференційовані послуги користувачам, забезпечувати соціокультурні, ділові, аматорські краєзнавчі потреби, створювати відповідні краєзнавчі ресурси, формуючи все це в цілісну систему.

У 1999 р. відділ краєзнавчої літератури і бібліографії Сумської ОУНБ обслужив 1371 користувачів. Серед них: науковців - 14 осіб (1 %), інженерно-технічних працівників - 100 (7,2 %), фахівців сільського господарства - 11 (0,8 %), учителів - 136 (9,9 %), культурно-освітнянських працівників - 105 (7,6 %), медичних працівників 20 (1,4 %), робітників - 39 (2,8 %), студентів - 507 (36,9 %), учнів - 203 (15,4 %), тобто склад користувачів краєзнавчої літератури досить різноманітний.

Останнім часом спостерігається зростання інтересу до краєзнавчої літератури. Серед мотивів звертання до краєзнавчого фонду наукова, виробнича, навчальна, суспільна діяльність. Значну частину користувачів складають аматори-краєзнавці, метою звернення яких є задоволення інформаційних потреб у самоосвіті. Інтереси читачів відділу краєзнавчої літератури і бібліографії найрізноманітніші.

Більшість користувачів задовольняє універсальність краєзнавчого фонду Сумської ОУНБ. Як показав аналіз книговидачі, постійним попитом користуються видання з історії, економіки, екології, культурного життя краю. Якщо говорити про історичну літературу, то популярніші краєзнавчі видання, опубліковані в 20-30-х рр. Відчувається зацікавленість користувачів літературою про охорону навколишнього середовища. Багато користу-

вачів із задоволенням читають художню літературу краєзнавчого змісту, цікавляться культурним життям міста й області.

Видова структура краєзнавчого фонду загалом задовольняє користувачів: близько половини запитують краєзнавчі книги, значна кількість – місцеві періодичні видання. Проте існують споживачі, які мають претензії до галузевого складу краєзнавчого фонду Сумської ОУНБ. Це дозволить дійти висновку про існуючі диспропорції між галузевою і видовою структурою краєзнавчого фонду ОУНБ і структурою читачьких запитів.

Щоб отримати різнобічну інформацію про краєзнавчі потреби користувачів, було проведено анкетування. Анкетованим запропонували запитання, які стосуються соціального статусу, віку, фаху, освіти респондентів, а також мети звернення до краєзнавчого фонду бібліотеки.

В анкетуванні брали участь 800 користувачів. Аналіз дослідження свідчить, що основний склад користувачів – студенти навчальних закладів (36 %); 35 % – фахівці народного господарства; лише 2 % – науковці; інші категорії користувачів – 27 % (рис.1).

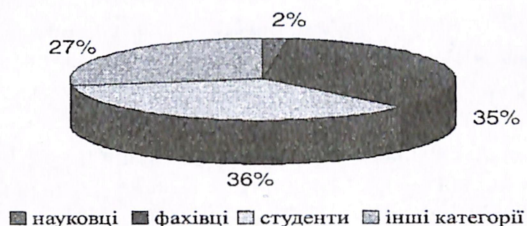


Рис. 1

Основна вікова група – молодь від 15 до 21 рр. – 46 %; від 22 до 30 рр. – 18 %. Користувачі старші 30 років – 36 % (рис. 2).

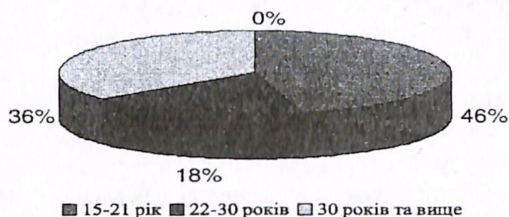


Рис. 2

Постійна потреба у краєзнавчих виданнях: у працівників культури – 27%; філологів – 23%; економістів – 11 %; працівників сільського господарства – 5%; медичних працівників – 5 %; інших користувачів – 29 % (рис. 3).

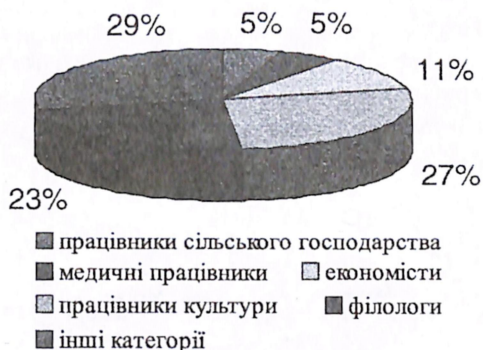


Рис. 3

Значну освітню групу користувачів з краєзнавства складають респонденти з середньою освітою – 50 %; вищою – 30 %; найменша частина – респонденти з середньою спеціальною освітою – 19 % (рис. 4).

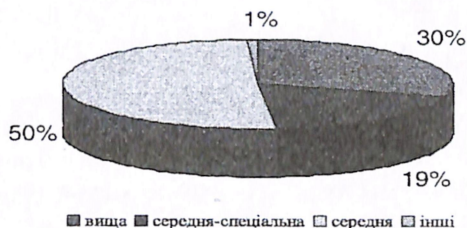


Рис. 4

Звертатися читачів до краєзнавчих видань спонукають навчальна (57 %) та виробнича діяльності (27 %). 9 % опитуваних звернулися до видань краєзнавчого змісту з метою самоосвіти. Читання краєзнавчих видань, як один із способів проведення дозвілля посідає незначне місце – 3,8 %. Наукову діяльність у сфері краєзнавства здійснюють лише 2 % анкетованих (рис. 5).

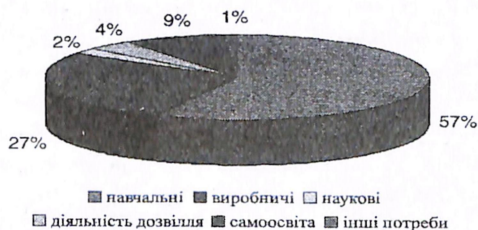


Рис. 5

Під час анкетування було виявлено, що найбільша кількість користувачів цікавляться краєзнавчими виданнями з історії (21 %), української мови та літератури (19 %), природи рідного краю (18 %), економіки регіону (17 %), культури (15 %), архітектури рідного міста (9 %) та іншими темами (2 %) (рис. 6).

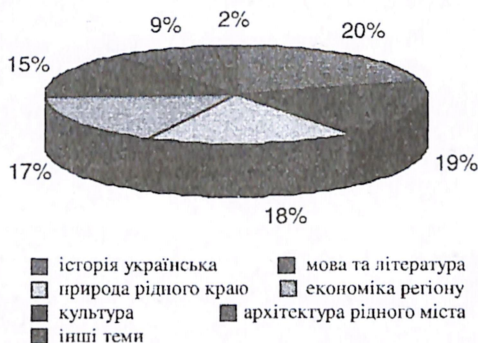


Рис. 6

Підсумовуючи дослідження, можна дійти висновку, що найбільша частина опитуваних - студенти та фахівці народного господарства, молоді люди віком до 30 років, здебільшого – працівники культури та філологи. Звертання читачів до краєзнавчих видань спонукає переважно навчальна та виробнича діяльність.

Незважаючи на те, що краєзнавча література на сучасному етапі є досить актуальною, в Україні її недостатньо (0,3 %). В останні роки спостерігається тенденція до збільшення загального обсягу краєзнавчих видань історичної тематики. Але істотно бракує літератури з питань економіки, культури, мистецтва, освіти.

За типами видань провідне місце належить науково-популярним краєзнавчим виданням, їх питома вага становить 49 %. Значно менше наукової літератури (19 %), довідкової та путівників (19 %), навчальних видань (13 %). За видами друкованої продукції переважають книги, їх обсяг становить 81,4 %, а видання брошур становить 18,6 % (рис.7).

На регіональному рівні, наприклад у Сумській ОУНБ ім. Н.К. Крупської в останні роки значно збільшилася кількість навчальної літератури краєзнавчого змісту (28 %), достатня кількість художньої краєзнавчої літератури (31 %). Значно менший обсяг науково-популярних видань (15 %), дуже мало наукової (11 %) та довідкової (15 %) літератури. Серед краєзнавчої

мало наукової (11 %) та довідкової (15 %) літератури. Серед краєзнавчої літератури переважають україномовні видання (85 %). За видами друкованої продукції – книги (80 %) (рис. 8).

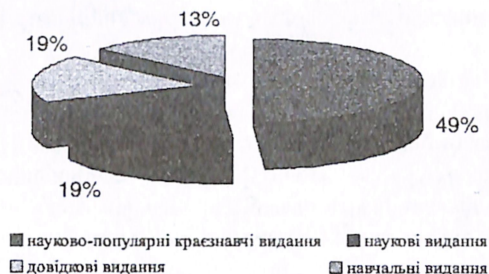


Рис. 7

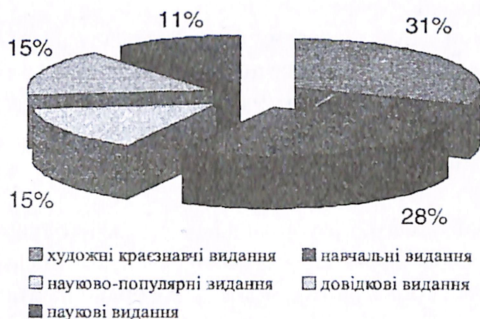


Рис. 8

Порівняно з 1995 р. збільшилася кількість краєзнавчих видань з літературознавства (19 %), історичної тематики (24 %), з екології та географії (13 %), сільського господарства та техніки (5 %). У краєзнавчому фонді бібліотеки істотно бракує видань з мистецтва та спорту (2 %).

Проведений аналіз документного потоку з краєзнавства науково-метричними методами свідчить про необхідність докомплектування фонду бібліотеки виданнями краєзнавчого характеру, яких недостатньо в бібліотеці. Одним з недоліків є і те, що не всі краєзнавчі видання представлені в Літописі книг. Якщо порівняти дані загалом по Україні з ситуацією в Сумській ОУНБ ім. Н.К. Крупської, маємо такі результати - навчальних видань більше на 13,6 %, менше науково-популярних видань на 34 %, довідкових – на 3,6 %, наукових – на 8 %, ніж у середньому по обласних бібліотеках України.

Наступне завдання – вивчення відповідності складу і структури краєзнавчого фонду Сумської ОУНБ запитам, інтересам і потребам її користувачів, що дасть можливість зробити висновок про якість краєзнавчого фонду.

До недоліків слід віднести, перш за все, відсутність краєзнавчого каталога, що не дає можливості задовольняти інформаційні потреби користувачів з краєзнавства.

Однією з нагальних проблем комплектування краєзнавчого фонду є погіршення нових надходжень з краєзнавства, в цьому питанні потрібне заснування Краєзнавчої бібліотечної серії. Недостатня кількість наукових видань краєзнавчого характеру, довідкових та бібліографічних видань також негативно впливає на діяльність краєзнавчого відділу бібліотеки.

Отже, на сучасному етапі бібліотека допомагає студентам та фахівцям народного господарства в навчанні та виробничій діяльності, прагне забезпечувати потреби користувачів інформацією з краєзнавства; але на заваді стає недостатнє фінансування, низький рівень забезпеченості краєзнавчою літературою загальноукраїнських видань.

Знання специфіки краєзнавчих потреб споживачів дозволить бібліотеці створити цілісну систему краєзнавчих ресурсів, продуктів і послуг. Краєзнавчі ресурси - це сукупність первинних і вторинних краєзнавчих і місцевих документів. Вони є основою для створення бібліотекою різноманітної краєзнавчої продукції і послуг, що відповідають структурі краєзнавчих потреб споживачів.

Інтеграція документно-інформаційних ресурсів (бібліотек, архівів, музеїв, банків і баз даних на основі комп'ютерної і телекомунікаційної техніки), а також створення регіональних краєзнавчих фондів, надання доступу до них через загальнодержавні і світові інформаційні системи, зокрема Internet дозволять забезпечити повноту й оперативність доступу споживачів до краєзнавчої інформації.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Кушнарєнко Н.Н. Библиотечное краеведение: Теоретико-методологический аспект: Автореф. дис.... д-ра пед. наук: (05.25.03). – М., 1993. – 33 с.
2. Кушнарєнко Н.Н. Краеведческая деятельность библиотеки: Учеб. пособие: [Для студентов библ. фак. вузов] / Моск. гос. ин-т культуры. – М.: МГИК, 1993. – 89 с.

Надійшла до редколегії 1.06.2000 р.