



Департамент  
культуры  
города Москвы



Московский институт  
социально-культурных  
программ



Библиотека  
им. Н. А. Некрасова

# БИБЛИОТЕКИ МОСКВЫ И ПРАКТИКИ ЧТЕНИЯ МОСКВИЧЕЙ

Результаты социологических исследований

В основу нашего исследования легли результаты нескольких общегородских репрезентативных опросов, проведенных Московским институтом социально-культурных программ ([miscp.ru](http://miscp.ru)) в 2015–2016 годах:

1. Проект «Изучение вкусовых предпочтений в сфере культуры и ценностных ориентаций москвичей» в 2015 году; выборка квотировалась по полу и возрасту (с 18 лет) на основе данных переписи населения Москвы, объем выборки составил 3000 человек.
2. Проект «Исследование культурных практик и предпочтений москвичей» в 2016 году; выборка также квотировалась по полу и возрасту (с 14 лет), объем выборки – 1500 человек.
3. Проект «Исследование актуальной аудитории библиотек Москвы»; опрос пользователей, которые записались в городские публичные библиотеки Москвы в 2014–2016 годах, проводился в 2016 году по выборке в 1050 человек с 14 лет и дополнялся 5 фокус-группами – по одной с каждым из аналитически выделенных типов новых читателей.

На картосхемах также использованы данные исследования городской среды «Механика Москвы». Подробнее о проекте см. на сайте [data.miscp.ru](http://data.miscp.ru)

# МОСКВИЧИ И ЧТЕНИЕ КНИГ

Как часто жители Москвы читают?

Кто читает меньше других?

Какую литературу предпочитают москвичи?

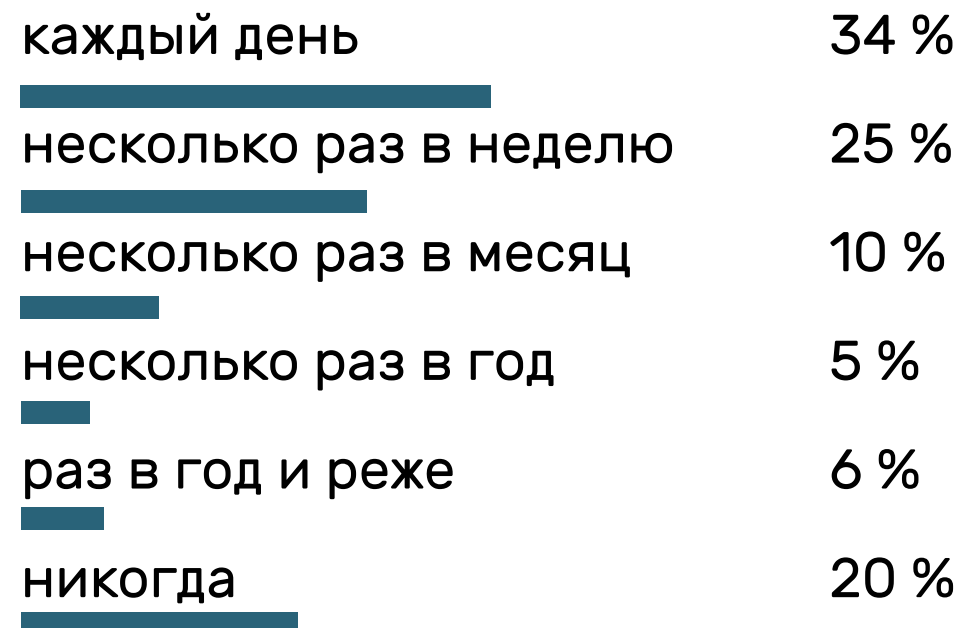
Где они берут книги, и становятся ли библиотеки альтернативой покупке книг?

Для москвичей чтение – один из самых популярных и привычных форматов проведения свободного времени. В среднем москвичи читают по книге в месяц.

46 % москвичей в качестве домашнего досуга выбирают чтение.

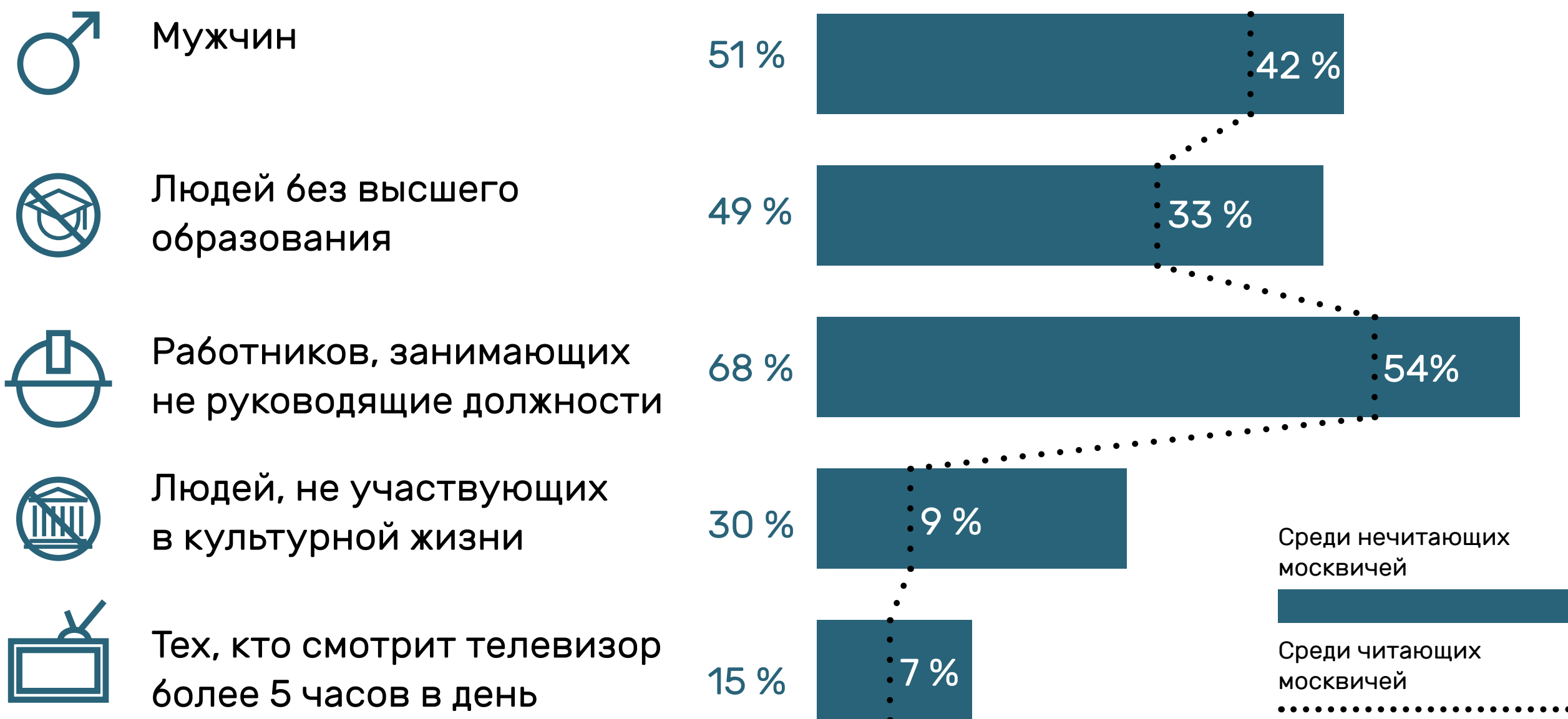
Это второй по популярности формат проведения свободного времени дома после просмотра ТВ (49 %).

### Как часто жители Москвы читают книги



31 % жителей Москвы почти не читают книг. Возраст не влияет на частоту чтения.

Среди нечитающих москвичей больше, чем среди читающих:



Предпочтения москвичей по жанрам литературы не сильно отличаются от общероссийских. Горожане однозначно положительно относятся к исторической литературе, а ужасы среди любимых жанров назвали лишь 1 % респондентов.

Уровень образования не влияет на интерес к тем или иным жанрам.

#### **Топ-5 любимых жанров**

**33 %** Исторические

**24 %** Детективы

**18 %** Романтические истории, любовные романы

**18 %** Фантастика/фэнтези

**12 %** Научно-популярные

#### **Топ-5 НЕлюбимых жанров**

**24 %** Нет нелюбимого жанра

**24 %** Ужасы

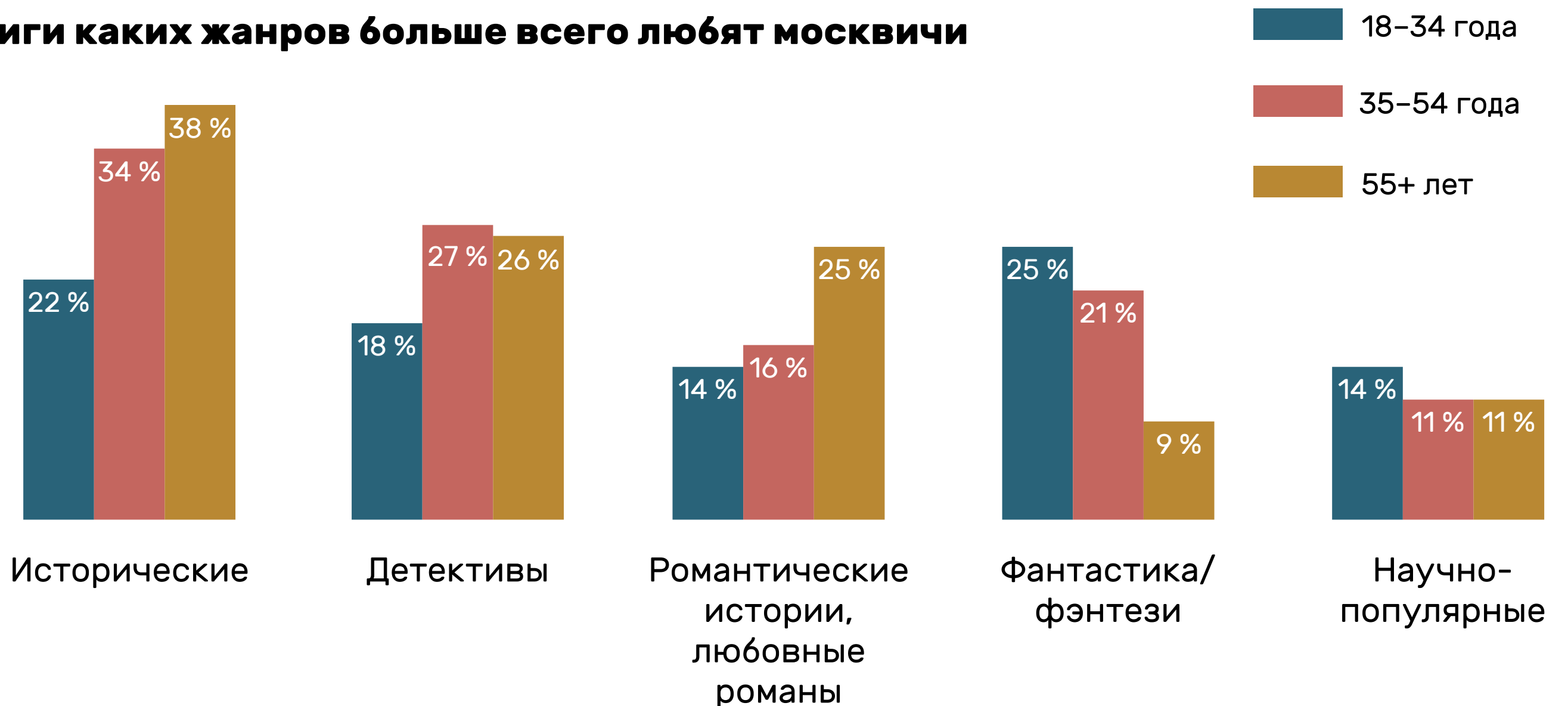
**22 %** Фантастика/фэнтези

**16 %** Романтические истории, любовные романы

**14 %** Детективы

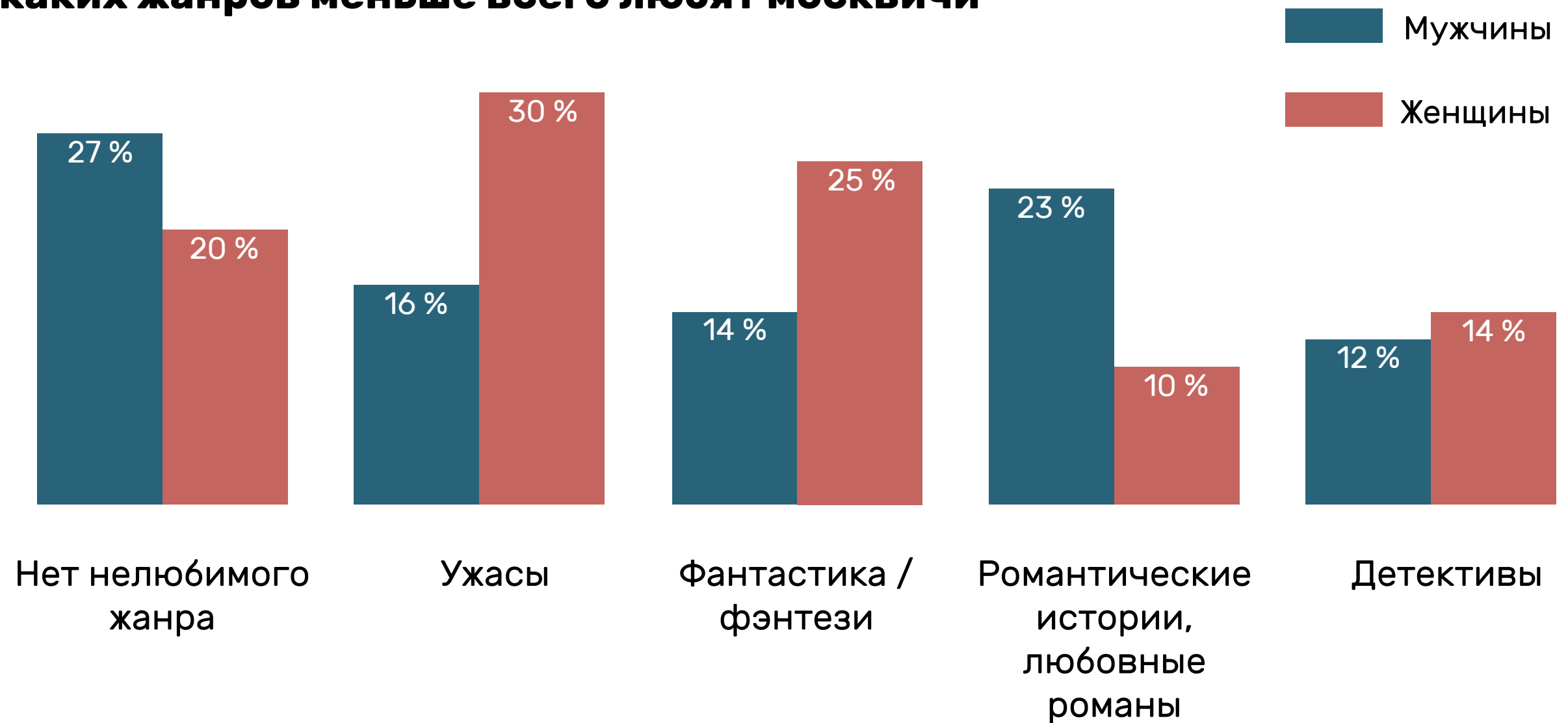
Возраст сильнее влияет на жанровые предпочтения. Люди старшего возраста заметно чаще остальных читают любовные истории и критичнее относятся к фантастике и фэнтези.

### Книги каких жанров больше всего любят москвичи



Среди женщин менее востребована фантастика и более популярны детективы и романтические истории. Среди мужчин, напротив, меньше любителей романтических историй и больше интересующихся фантастикой и научно-популярной литературой.

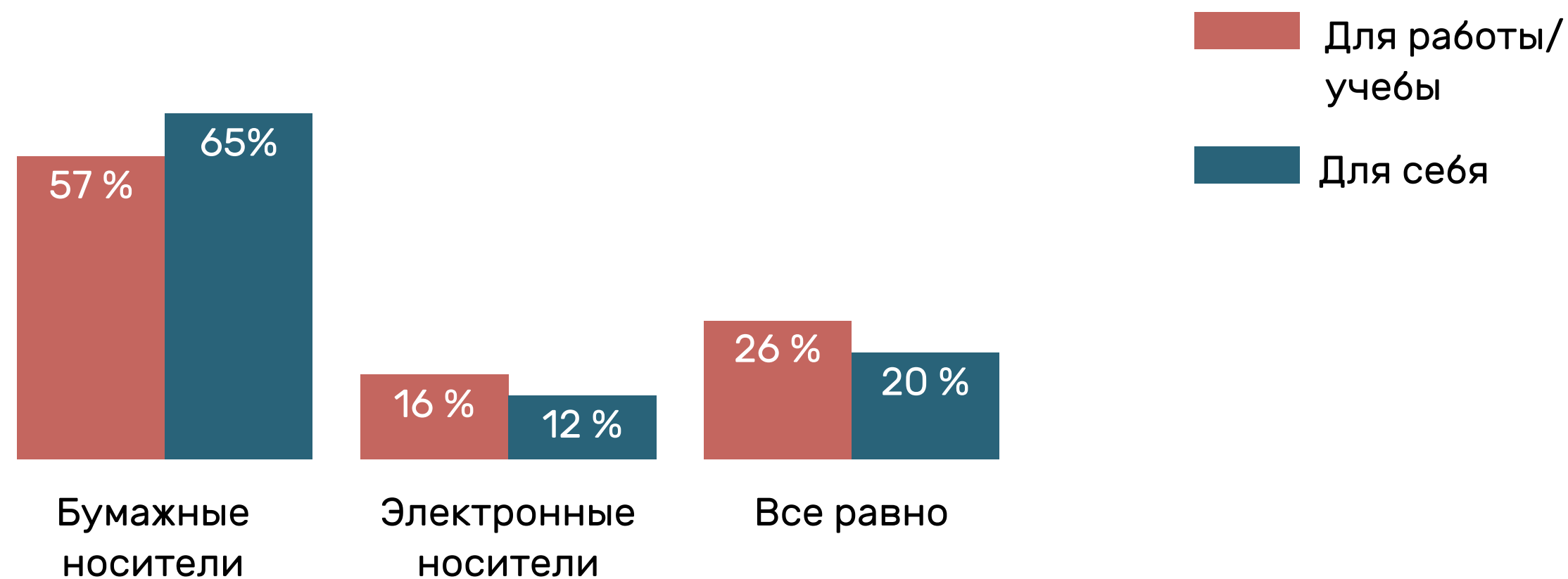
### Книги каких жанров меньше всего любят москвичи





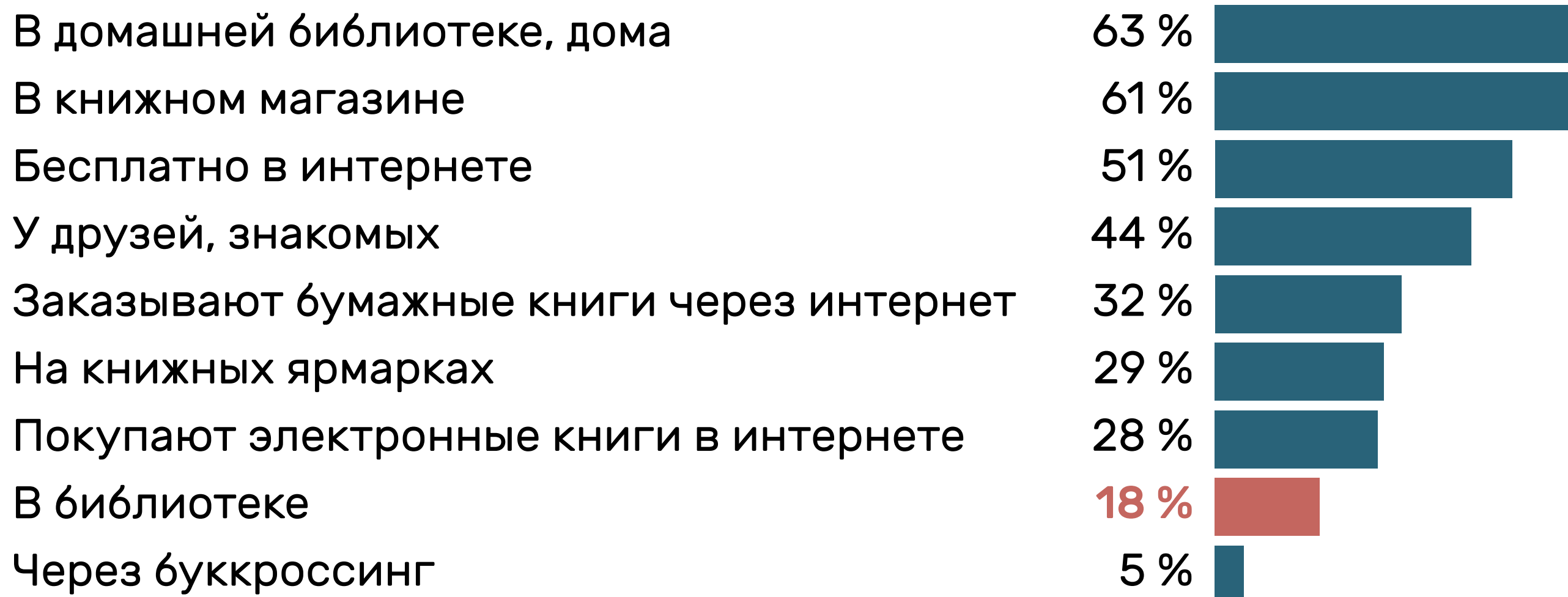
Наиболее востребован при чтении как для досуга, так и для работы и учебы бумажный носитель. В целом с электронных устройств читают не очень охотно, но по работе и учебе соглашаются на это несколько чаще, чем для досуга.

### На каких носителях москвичи предпочитают читать книги



Основные источники книг для москвичей — их домашние библиотеки и книжные магазины. Кроме того, они часто скачивают бесплатные книги в интернете. Как источник литературы библиотеки стоят у москвичей на предпоследнем месте.

### Где москвичи берут книги, которые читают



Наличие книг дома не влияет на то, берет ли человек книги в библиотеке. Доля людей, которые покупают книги, одинакова среди тех, кто пользуется и не пользуется библиотеками.

Жители Москвы, которые **предпочитают бумажные книги и ценят библиотеки за их атмосферу**, заметно чаще **берут книги в библиотеках**.



Среди любителей бумажных книг в библиотеках берут книги 22 %, а среди любителей электронных книг — 7 %.



Среди тех, кому нравится атмосфера в библиотеках, берут в них книги 27 %. А среди тех, кому атмосфера не нравится, — только 10 %.



# **МЕСТО БИБЛИОТЕК В КУЛЬТУРНЫХ ПРАКТИКАХ МОСКВИЧЕЙ**

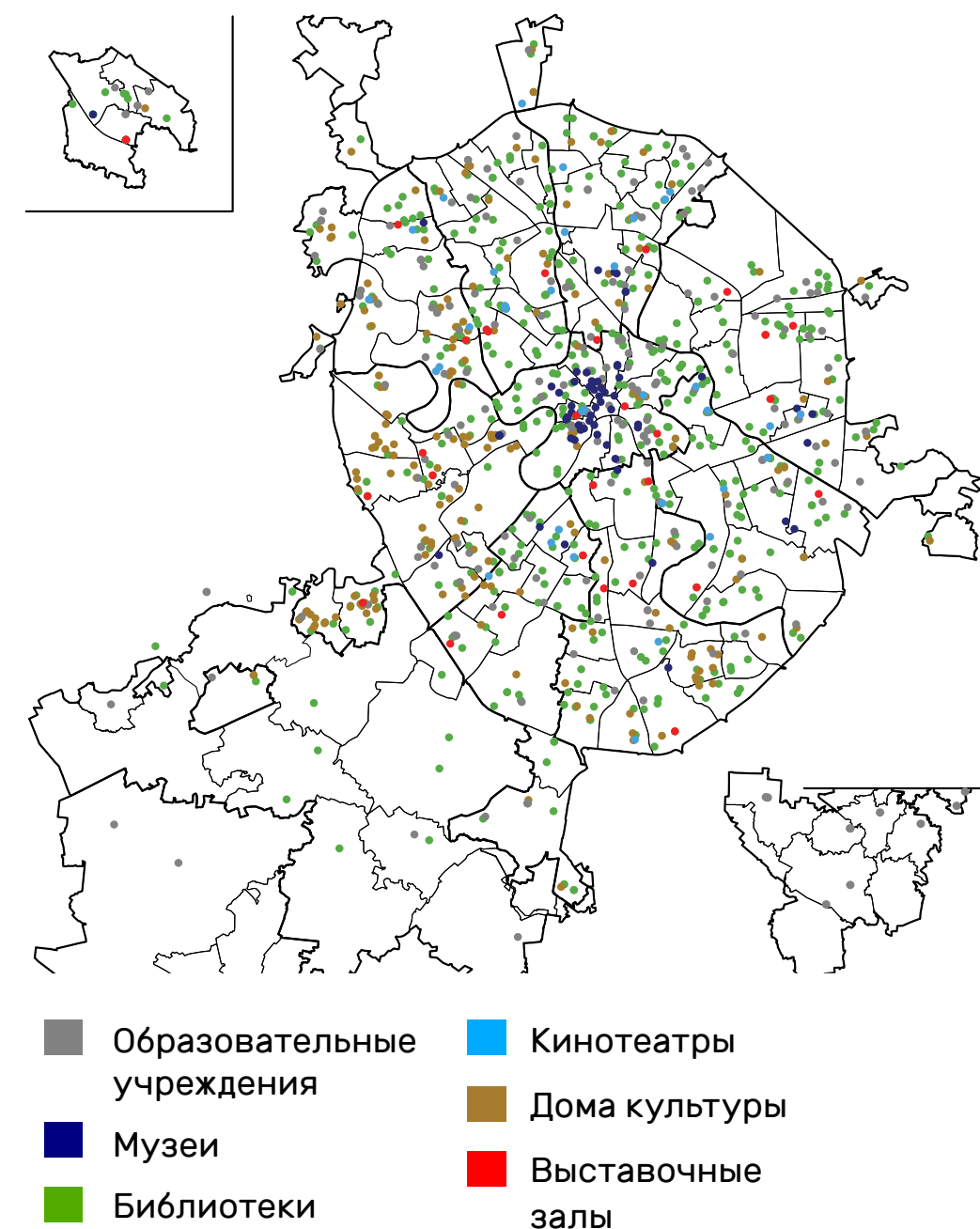
Как часто горожане посещают библиотеки,  
и как они к ним относятся?

Кто составляет актуальную аудиторию  
библиотек Москвы, и чем они отличаются  
от остальных москвичей?

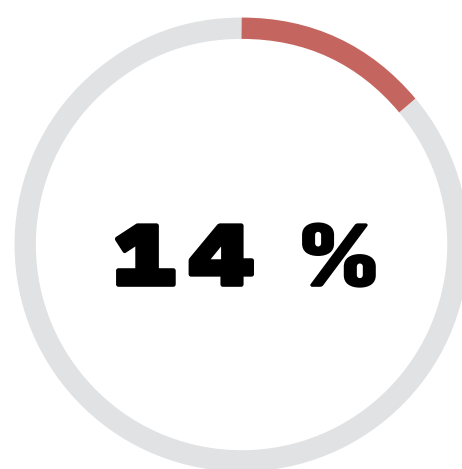
В пределах МКАД более 99 % жилых территорий находятся в радиусе 3 км как минимум от одной библиотеки. Библиотеки – это самые многочисленныe и одни из самых редко посещаемых учреждений культуры.

**Что из перечисленного жители Москвы посещали за последние полгода**

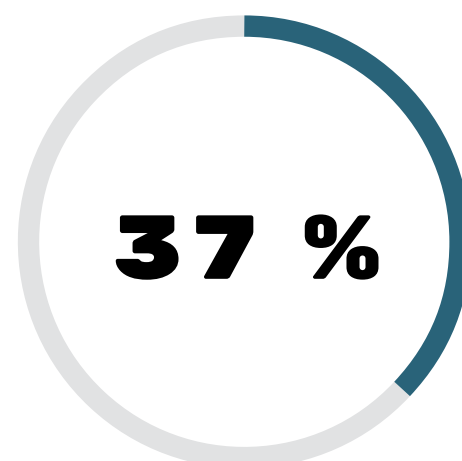
(сентябрь 2016)



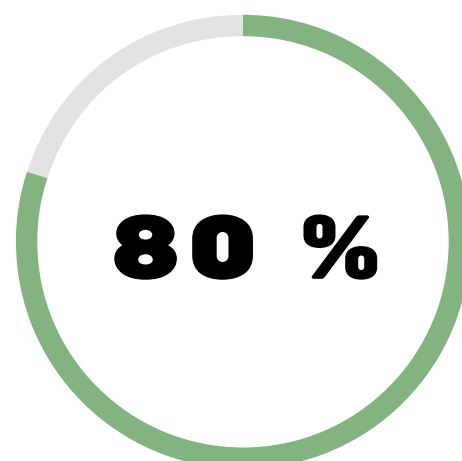
Москвичи неохотно ходят в библиотеки, но при этом положительно к ним относятся.



Только 14% москвичей считают, что в современном мире библиотеки не нужны и являются пережитком прошлого

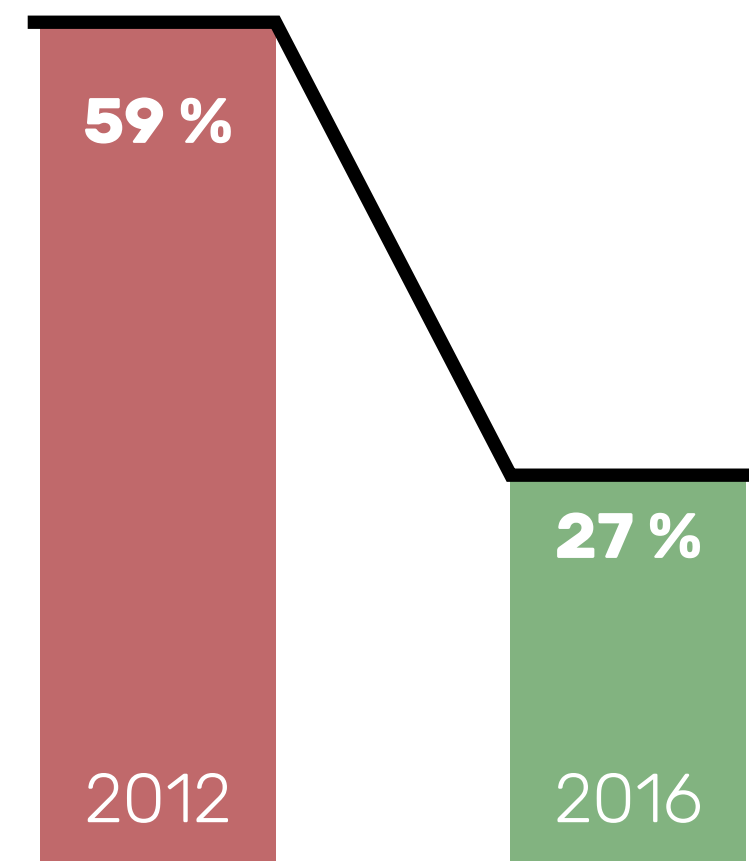


37% горожан заявляют, что при закрытии библиотеки в их районе проживания пострадают лично они или их семья

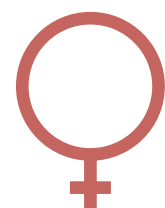


Более 80% населения столицы считают, что библиотеки нужны современному городу.

Стало меньше людей, которые не ходят в библиотеки совсем



Актуальная аудитория библиотек Москвы – это пользователи публичных библиотек городского ведения, которые получили читательский билет в 2015–2016 годах\*.



**78 %**  
женщины



**22 %**  
мужчины



**58 %**  
семейные  
люди

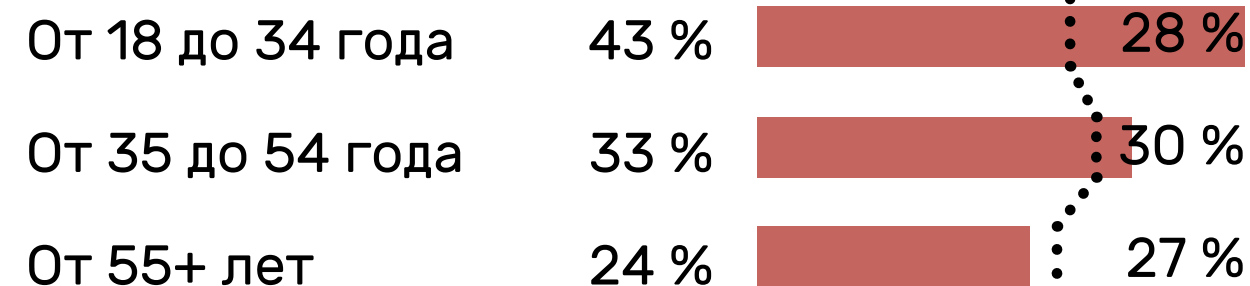


**68 %**  
с детьми



**74 %**  
с высшим  
образованием

Среди новой аудитории больше, чем в среднем по Москве, молодежи, а людей старшего возраста, наоборот, меньше.



Актуальная аудитория библиотек



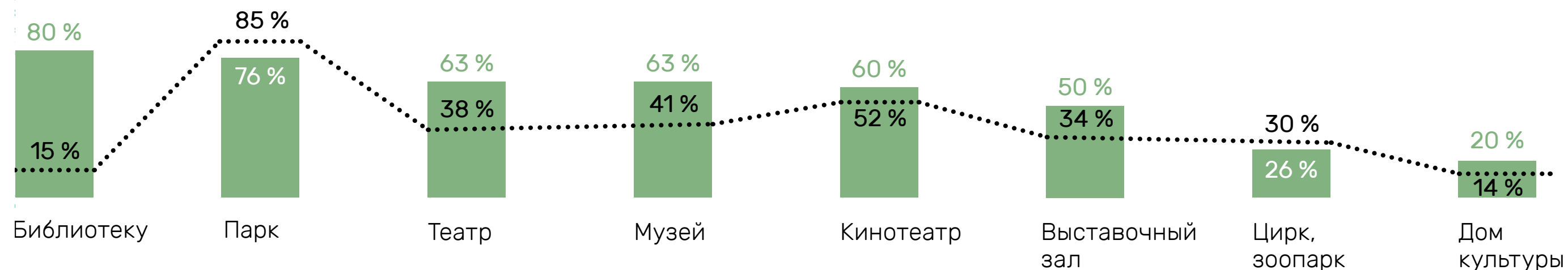
Среди читающих

\*для целей этого исследования

Актуальная аудитория библиотек Москвы – активные участники городской культурной жизни.

Что из перечисленного вы посещали за последние 6 месяцев?

■ Актуальная аудитория библиотек  
..... В среднем по Москве



Актуальная аудитория библиотек активнее, чем москвичи в среднем, участвуют в общегородских культурных событиях.

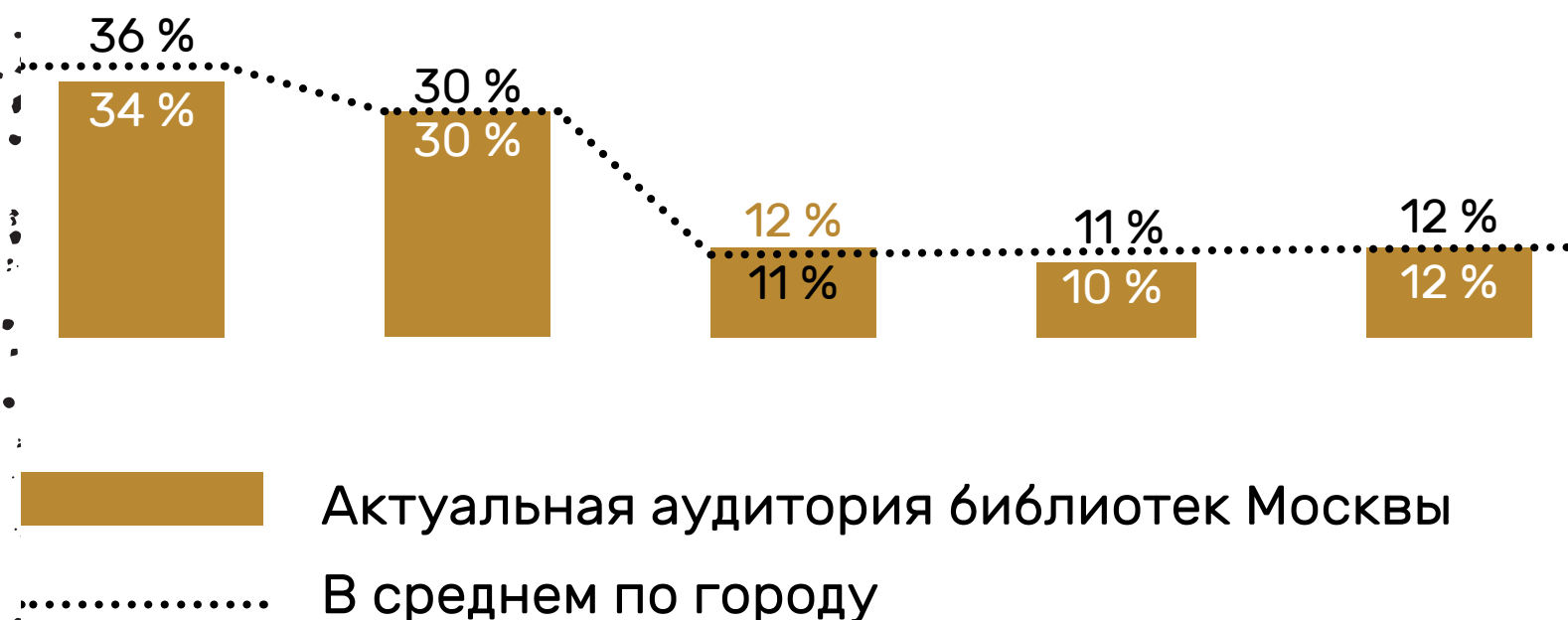
Больше всего их привлекают городские праздники формата массовых гуляний (на Масленицу, в новогоднюю ночь) и уличных фестивалей («Круг Света»)



Вопреки распространенному представлению, в московские библиотеки ходят не только люди, которые не могут позволить себе покупать книги.

Распределение доходов среди актуальной аудитории библиотек практически совпадает с общемосковским.

### Личный доход в месяц, руб.



Доход не влияет на то, какими возможностями библиотеки читатель пользуется и с какой целью он записывается в библиотеку.



**45 %**  
работают



**20 %**  
пенсионеры



**15 %**  
студенты

Почти половина (**45%**) посетителей библиотек работают;

Пенсионеры составляют **20%** аудитории библиотек,

Студенты – **15%**

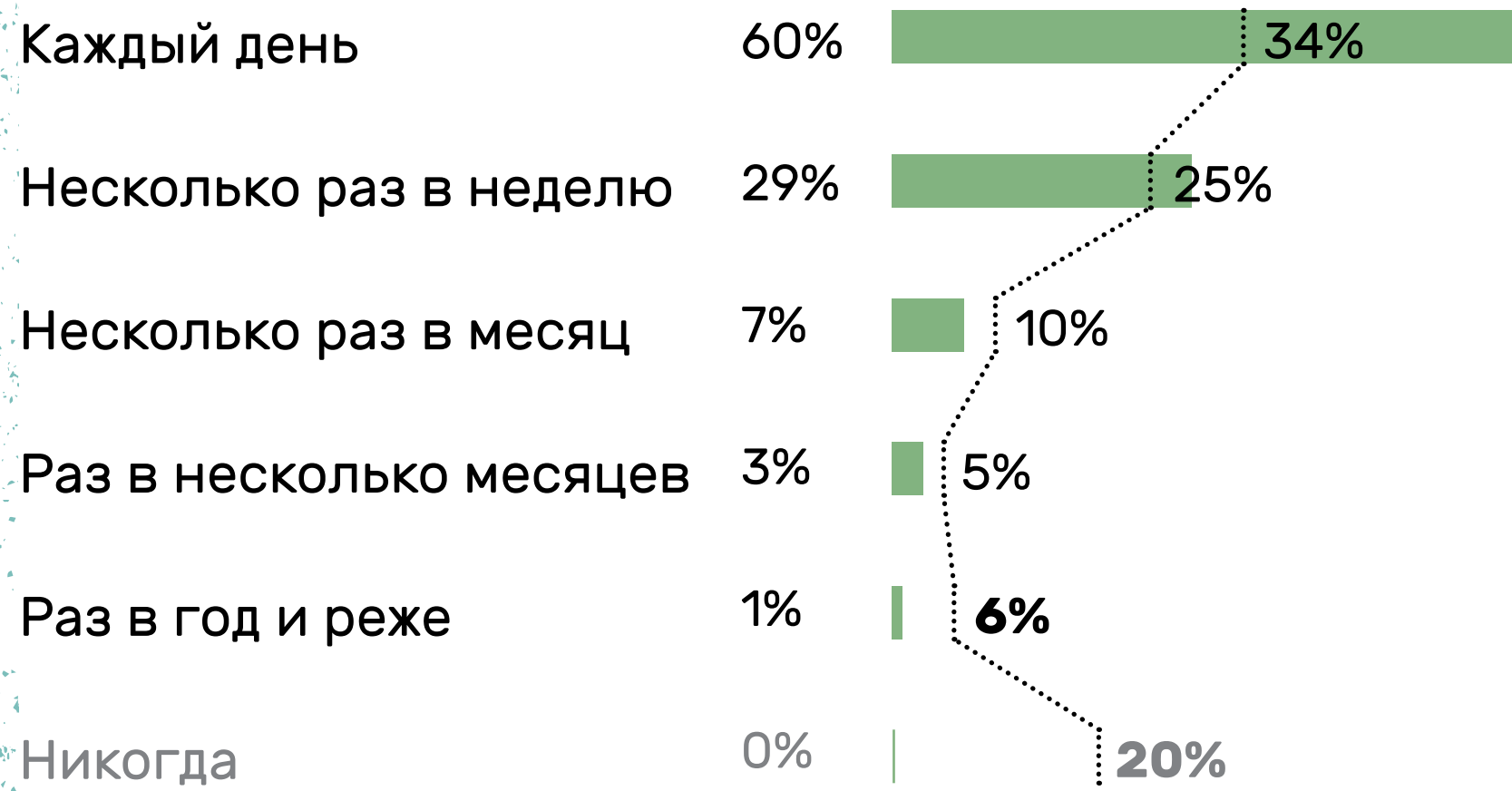
# **ЧИТАТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ БИБЛИОТЕК МОСКВЫ**

Какие книги чаще всего читает  
актуальная аудитория библиотек?

В чем их предпочтения отличаются от  
общемосковских?

Как они выбирают книги?

Актуальная аудитория библиотек читает чаще, и более разнообразную литературу, чем москвичи в среднем.



■ Актуальная аудитория библиотек

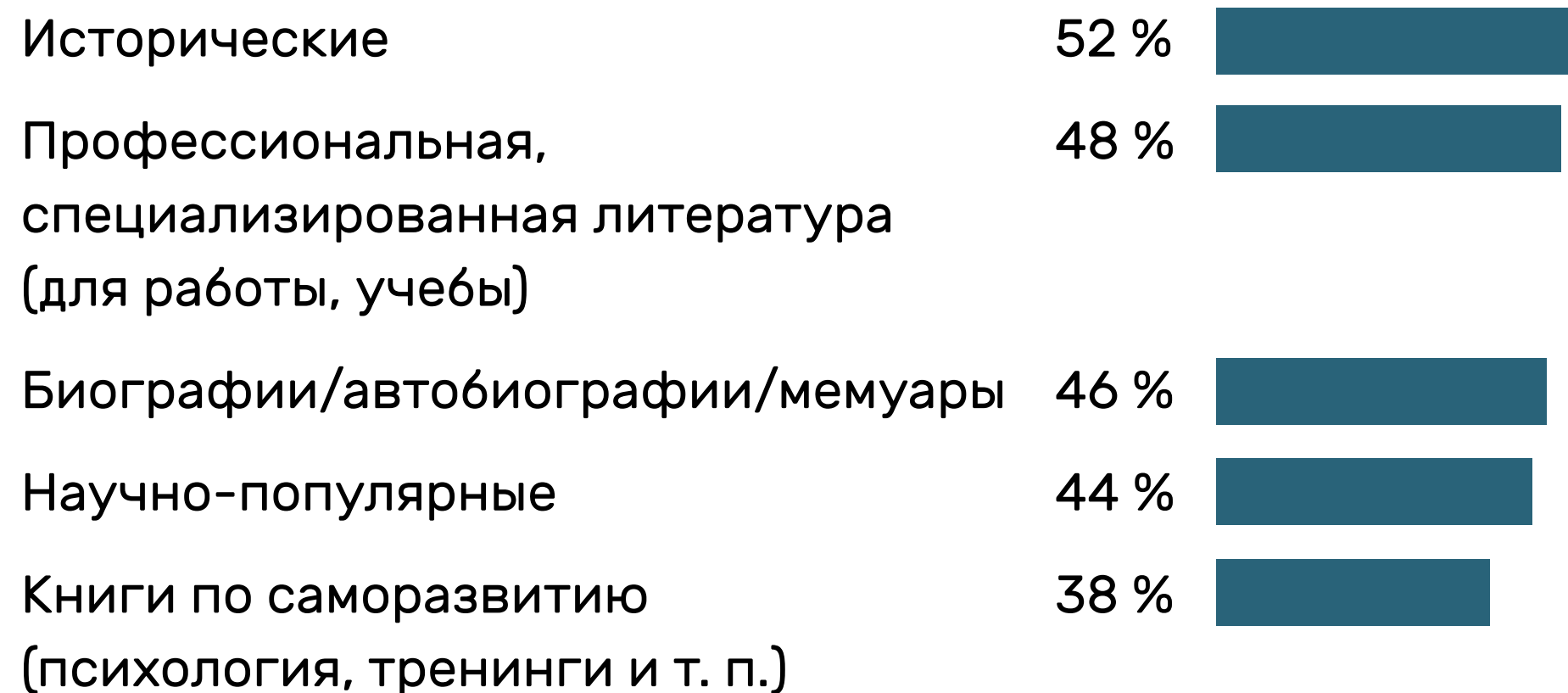
..... В среднем по Москве

В целом актуальные пользователи библиотек реже отдают предпочтение отдельным жанрам. При этом в пользовании библиотеками они уверенно руководствуются собственными предпочтениями и выбирают книги конкретных, интересующих их направлений.

Чаще всего они приходят в библиотеку за книгами для досуга, а примерно каждый четвертый берет специализированную литературу для учебы или работы.

Актуальную аудиторию библиотек Москвы отличает интерес к научно-популярной и профессиональной литературе. Развлекательную литературу – детективы, фантастику, любовные романы – они читают реже, чем москвичи в среднем.

**Книги каких жанров чаще всего читает актуальная аудитория библиотек**



\* Такая же доля новой аудитории читает детские книги, но скорее всего не для себя, а для своих детей.

В библиотеках новые пользователи в основном берут книги тех же жанров, какие они выбирают для чтения в целом. При выборе литературы мнение библиотекарей играет менее важную роль, чем советы друзей.

80 % Выбираю сам, ориентируюсь на свои интересы

45 % Советуют друзья, коллеги

34 % Есть любимые авторы, читаю в основном их

30 % Ориентируюсь на тематические подборки

26 % Наугад, спонтанно

25 % Советуют родственники (в т.ч. муж/жена)

**25 % Ориентируюсь на обзоры критиков**

**22 % Советует библиотекарь**

**17 % Ориентируюсь на литературные премии**

16 % Ориентируюсь на советы сайтов (LiveLib, Литрес и т.п.)

8 % Советует продавец в книжном магазине

Мнение библиотекаря сравнимо по значимости с обзорами критиков или литературными премиями.

«Люди просто спрашивают: «Что бы мне почитать?» И библиотекари, как правило, все что-то советуют, и люди берут. Я, кстати, по советам близких мне по вкусам библиотекарей тоже беру современную литературу»

*Из фокус-группы с представителями актуальной аудитории библиотек Москвы*

Новые пользователи библиотек чаще всего читают дома или в транспорте. В библиотеках читает только каждый четвертый.

### Где Вы обычно читаете?



**Большинство считают библиотеки не особенно комфортным местом для времяпрепровождения, поэтому предпочитают брать литературу на дом.**

В выборе носителя для чтения новая аудитория московских библиотек практически не отличается от москвичей в целом. Они тоже больше любят бумажный носитель и менее охотно читают с экранов.



# **КАК И ДЛЯ ЧЕГО МОСКВИЧИ ПОСЕЩАЮТ БИБЛИОТЕКИ**

Как жители Москвы выбирают библиотеку?

Какие услуги наиболее востребованы?

На какие группы делятся пользователи библиотек исходя из их запросов?

Актуальная аудитория – частые посетители библиотек: 2/3 приходят чаще раза в месяц.

**Откуда пользователи узнали о библиотеке, в которой зарегистрированы**

Живу/работаю рядом

60 %



От друзей, знакомых и т.п.

28 %



Увидел(-а), проходя мимо

24 %



Пришел(-ла) на мероприятие

8 %



Сайты, реклама в интернете и т.п.

6 %



Из социальных сетей

Из газет, журналов

< 5 %



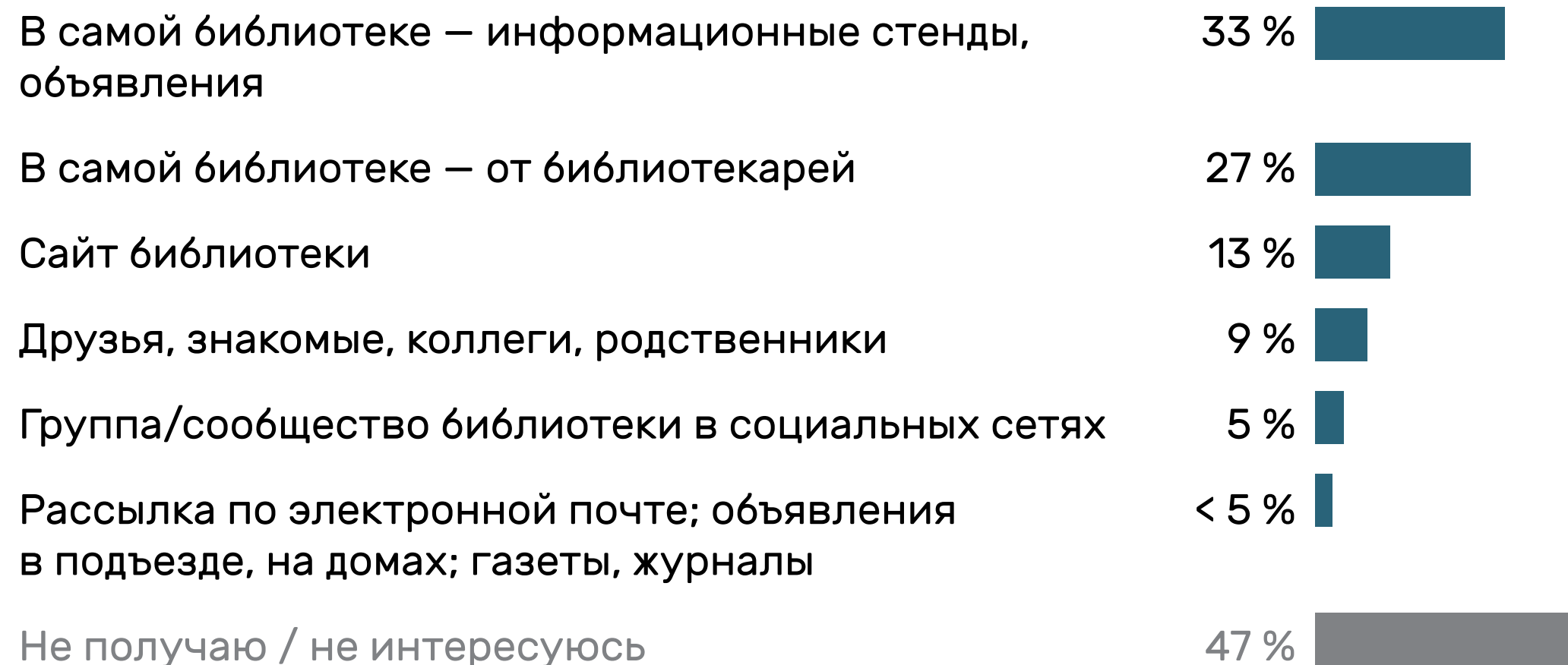
Объявления в подъезде, на домах

Основу аудитории библиотеки составляют люди, которые живут, работают или учатся неподалеку.



Информирование о деятельности библиотек сейчас «герметично»: интернет и события слабо работают на привлечение даже актуальной аудитории.

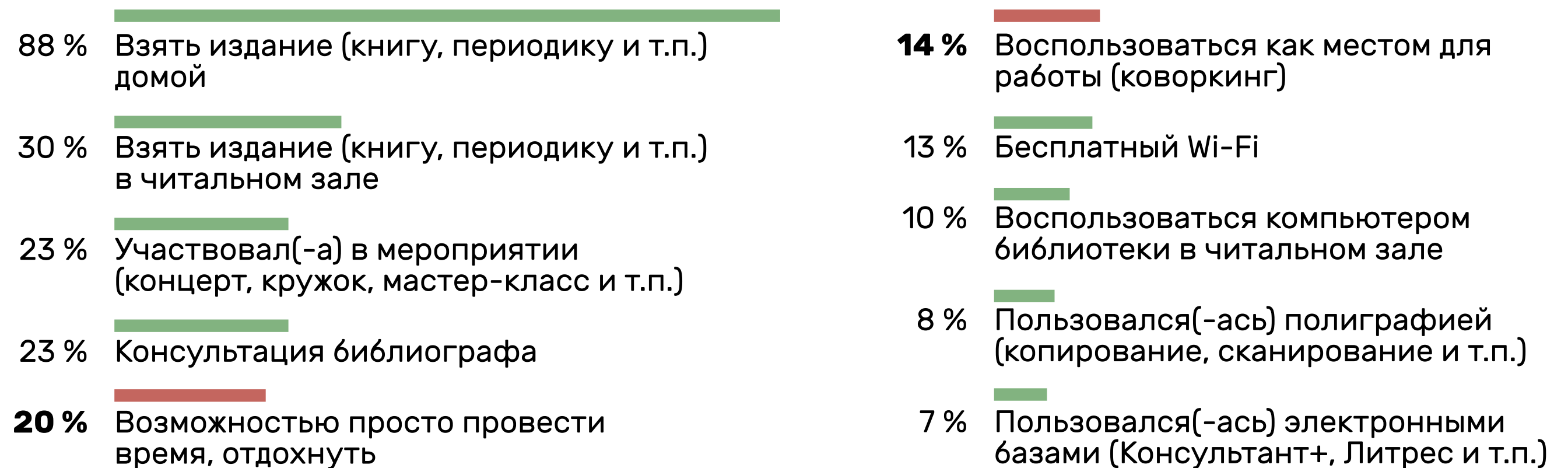
### **Откуда пользователи получают информацию о деятельности о библиотеки**



Наиболее востребованной услугой в библиотеках оказывается возможность взять литературу домой.

Возможности библиотечных пространств используют крайне мало.

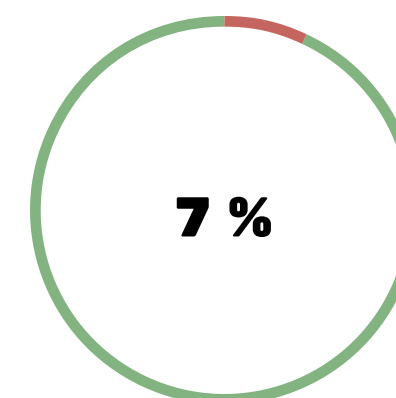
### Какими возможностями библиотеки вы пользовались?



Большинство не отмечают проблем, связанных с библиотечной инфраструктурой, но половина сталкиваются с трудностями при работе с литературой.

### С какими проблемами Вы сталкивались при работе с литературой?

50 %	Не сталкивался с проблемами
<b>38 %</b>	<b>Не всегда есть нужные мне книги, издания</b>
11 %	Мало информации о новинках
8 %	Сложно найти книгу на книжных полках
6 %	Плохое состояние изданий (разрисованные, потрёпанные и т.п.)
< 5%	Сложно взять литературу на дом Проблемы с удаленным доступом к электронному каталогу Сложно работать с электронным каталогом

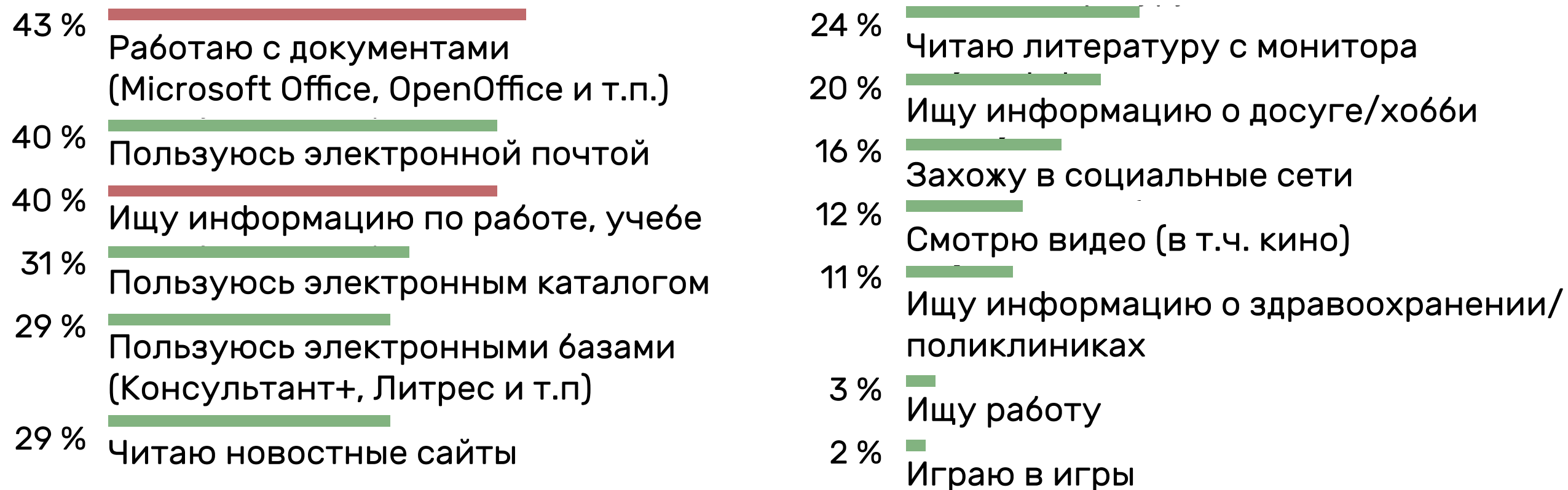


Из инфраструктурных проблем чаще всего упоминается нехватка мест питания – на нее жалуются 7% посетителей

На это жалуются люди с самыми разными литературными предпочтениями

Библиотечные компьютеры востребованы слабо: в среднем ими пользуются около 10 % посетителей.

### Для чего Вы используете компьютеры в библиотеке

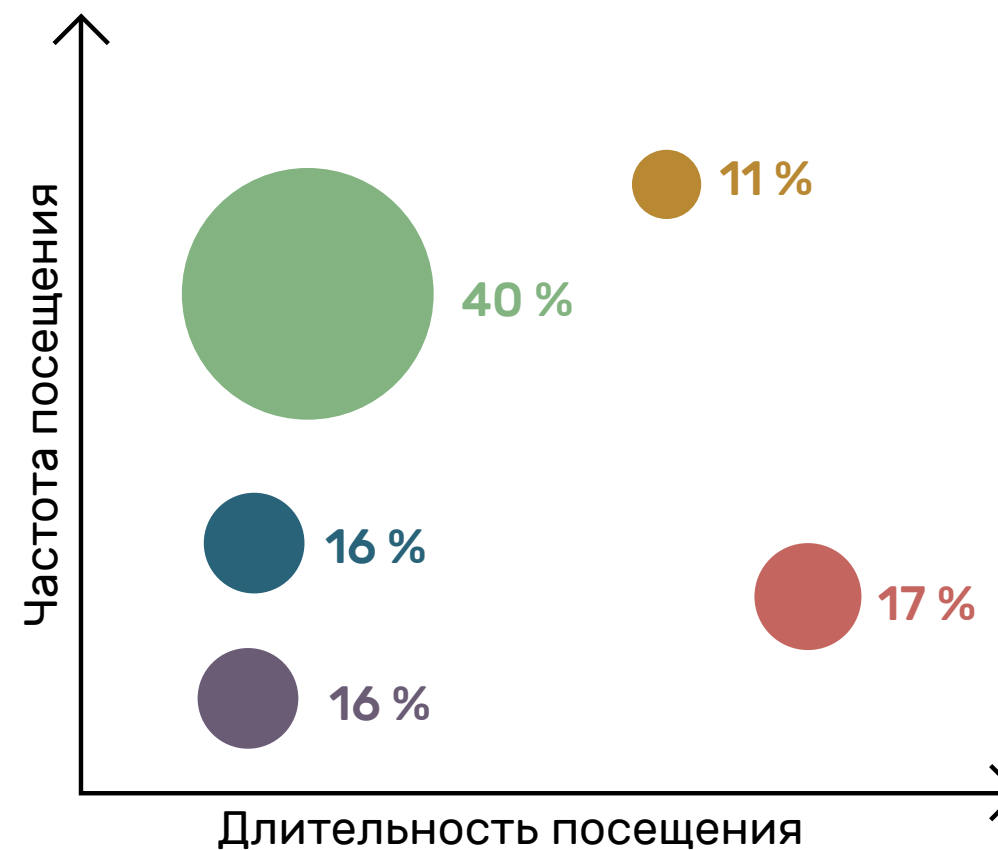


Исходя их мотиваций и форматов посещения, можно выделить пять групп актуальной аудитории: они приходят в библиотеку с разными целями.



Для более чем половины посетителей (**56 %**) библиотеки остаются в первую очередь источником литературы.

Но для остальных **44 %** библиотеки — места для времяпрепровождения, для работы и досуга.



## Для чтения на досуге – 40 %

Эти посетители приходят в библиотеку, чтобы взять на дом литературу, которую можно почитать на досуге; также им интересны книги по саморазвитию или тематике их хобби. Они крайне редко остаются почитать в самой библиотеке.

### Портрет аудитории

Каждый третий пользователь – старше 55 лет

Каждый третий пользователь приходит один раз в неделю и чаще

Среднее время, проведенное в библиотеке, – менее часа

Берут на дом книги для досугового чтения

Каждый пятый пользуется услугами читального зала

Практически не используют дополнительные сервисы библиотек

Только 15 % посещают мероприятия

Только 14 % рассматривают библиотеку как место, где можно хорошо провести время и отдохнуть

### Ключевой запрос к библиотеке

Полнота фондов

Персонализированное информирование о новинках

Тематические подборки книг

Внутренние библиотечные рейтинги

Более комфортные условия для времяпрепровождения в библиотеке

«Художественную литературу ты берешь домой... и уже читаешь в уютной обстановке»

*Из фокус-группы с представителями актуальной аудитории библиотек Москвы*



## Для работы и учебы – 16 %

Эти пользователи записываются в библиотеку, чтобы брать книги по учебе и/или работе на дом.

### Портрет аудитории

Более половины пользователей – младше 24 лет

Берут домой книги для учебы / работы

Среднее время, проведенное в библиотеке, – менее часа

Никогда не посещают мероприятия

Воспринимают библиотеки как некомфортное пространство для работы

### Ключевой запрос к библиотеке

Наличие литературы по профессиональной или учебной тематике (книги, журналы, подписка на тематические базы данных)

Более комфортные условия для работы (доступ в интернет, места для работы со своим ноутбуком, пространства для индивидуальной работы или работы в малой группе с возможностью свободного, достаточно громкого, общения)

«[В читальном зале] столы, как парты в школах, и стулья... Плюс дома можно чай заварить, отвлечься немножко, прогуляться туда-сюда по квартире»

*Из фокус-группы с представителями актуальной аудитории библиотек Москвы*



Для общения – 11 %

Для этих пользователей важная мотивация посещения библиотек – возможность общаться и заводить новые знакомства.

## Портрет аудитории

Каждый третий пользователь – старше 55 лет

Каждый пятый пользователь приходит один раз в неделю и чаще

Среднее время пребывания в библиотеке – 1–2 часа

Почти 60 % пользуются читальным залом

91 % берут книги на дом

70 % посещают мероприятия

Более половины посещают не одну, а несколько библиотек в городе

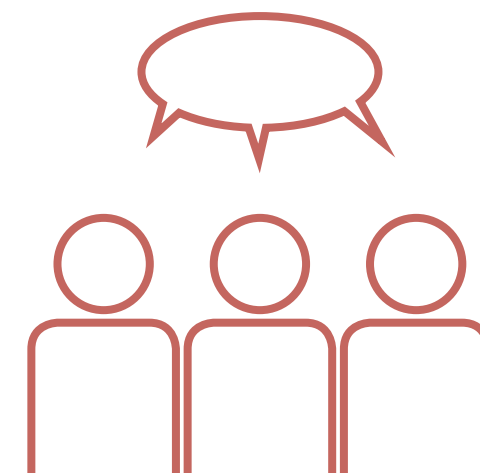
## Ключевой запрос к библиотеке

Пространства для свободного общения (кафе, зоны отдыха)

Возможность неформальной коммуникации на мероприятиях (с лектором, участниками)

«Начинаешь общаться с библиотекаршей, тут же подключается ещё окружение какое-то... У нас приятное общение получается, и я всегда иду с приятным чувством, что я поговорю в теплой компании»

*Из фокус-группы с представителями актуальной аудитории библиотек Москвы*





# Для работы в читальном зале – 16 %

Для этих пользователей важная мотивация посещения библиотек – возможность общаться и заводить новые знакомства.

## Портрет аудитории

Более половины пользователей – младше 35 лет

Каждый пятый пользователь приходит один раз в неделю и чаще

Среднее время пребывания в библиотеке – 2 часа

Каждый третий пользуется расширенными возможностями читального зала (Wi-Fi, библиотечные компьютеры, принтеры и сканеры)

29 % приходят в библиотеки в том числе, чтобы просто провести время и отдохнуть

Почти каждый пятый посещает мероприятия

## Ключевой запрос к библиотеке

Наличие литературы по профессиональной или учебной тематике (книги, журналы, подписка на тематические базы данных)

Условия для длительного пребывания в библиотеке: достаточное количество розеток, «банк» зарядных устройств для телефонов и ноутбуков, кафе или зона с вендинговыми автоматами и местами для еды

«Не всегда дома как-то сосредоточишься с книгой или с компьютером, там куча отвлекающих факторов – кухня, семья или родственники, звонки, телефоны. А там спокойно углубился, сидишь, как в рабочем кабинете, за столом на 2-3 часа, и никто тебя не отвлекает»

*Из фокус-группы с представителями актуальной аудитории библиотек Москвы*



Для детей – 16 %

Эти пользователи записываются в библиотеки, чтобы брать на дом книги и периодику для детей.

## Портрет аудитории

Большинство пользователей – женщины

Почти 60 % – родители детей до 12 лет

80 % родителей приходят в библиотеку с ребенком

Библиотека рассматривается как возможность научить ребенка самостоятельно выбирать книги

Почти 40 % родителей, пришедших с детьми, приводят их на детские мероприятия в библиотеках, причем сами родители на это время не остаются в библиотеке

## Ключевой запрос к библиотеке

Возможность с комфортом проводить время в библиотеке, пока их дети посещают мероприятия

Возможность взять и/или заказать взрослую литературу в детских библиотеках

«Конечно, мне было намного удобнее, если бы взрослая и детская были рядом. Раньше, когда не было детей, я ходила тоже во взрослую. Или, например, у нас так случилось, что во взрослой были детские танцы, я ещё забегала. А сейчас, когда с детьми, музыкальная школа, детский сад, туда-сюда <...> Я теперь по интернету заказываю, покупаю и читаю, мне так даже проще»

*Из фокус-группы с представителями актуальной аудитории библиотек Москвы*



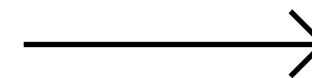
# **БИБЛИОТЕКА В СОВРЕМЕННОМ ГОРОДЕ**

За что москвичи ценят библиотеки?

Как библиотекам быть полезными  
для горожан?

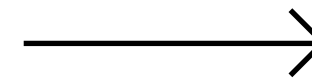
Можно выделить 4 ключевых свойства библиотек, значимых в той или иной степени для всех читателей, хотя они приходят в библиотеки с разными целями.

Расположение: библиотеки важны как учреждения культуры шаговой доступности



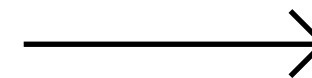
Библиотекам важно ориентироваться на локальную аудиторию

Доступ к профессиональной литературе: художественную литературу можно скачать в интернете или купить, но профессиональная литература продается не везде и дорого стоит



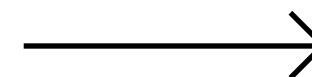
Библиотекам важно наращивать свои фонды по этим направлениям и предоставлять читателям доступ к базам данных по разным темам

Бесплатность: не нужно платить за вход, можно экономить на покупке литературы, бесплатно пользоваться компьютером, интернетом и посещать мероприятия



Библиотекам важно сохранять свой имидж бесплатных учреждений культуры

Атмосфера: настраивает на рабочий лад, позволяет сосредоточиться



Пространства библиотеки необходимо организовывать так, чтобы пользователи с разными запросами не мешали друг другу

Библиотека может стать «реальной утопией» своего района – отражать его специфику и нивелировать неравный доступ к ресурсам.

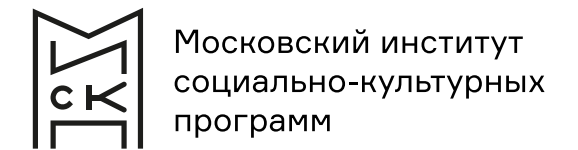
### **Как библиотека может стать таким местом?**

#### **Изучать аудиторию библиотеки и город, чтобы понимать:**

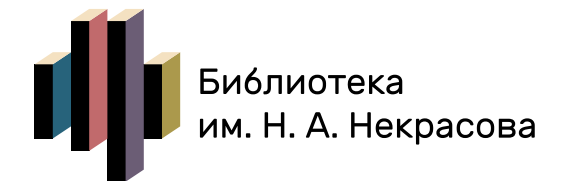
- какие посетители приходят, какие у них потребности;
- свою «зону влияния» – географию своей актуальной аудитории;
- кто еще живет в «зоне влияния», помимо актуальной аудитории, какие у них потребности;
- какие союзники и конкуренты есть у библиотеке в ее «зоне влияния».

#### **Вести диалог с аудиторией:**

- предоставлять доступные библиотеке ресурсы (книги, пространства, профессиональные консультации), исходя из потребностей аудитории;
- идти навстречу инициативам горожан, выстраивать с ними партнерские отношения.



[miscp.ru](http://miscp.ru)



[nekrasovka.ru](http://nekrasovka.ru)

Мария Александровна Привалова  
[m.privalova@nekrasovka.ru](mailto:m.privalova@nekrasovka.ru)