



INOVATYVIŲ
PRODUKTŲ IR
PASLAUGŲ, SKIRTŲ
BIBLIOTEKŲ
VEIKLAI
TOBULINTI IR
VARTOTOJAMS
PRITRAUKTI,
SUKŪRIMAS

Tyrimą parengė

VšĮ „Medijų edukacija“ ir ekspertai

Mindaugas Liaudenskis
Sociologas, „Synopticom Ad Research“ vadovas,
rinkos tyrimų konsultantas

dr. Aurelija Novelskaitė
VU Kauno humanitarinio fakulteto Filosofijos ir
kultūros studijų katedros docentė

Anastasija Kaminskienė
Psichologė ir elgesio mokslų magistrė

Agnė Žemaitė
Etnografinių tyrimo metodų ekspertė

Vytautas Kuklys
Tyrėjas

MB „Homo Eminens“
Strategijos ir inovacijų patarėjų komanda

Rasa Syminaitė
Rinkodaros komunikacijų konsultantė

UAB „Berrent Research Baltic“
Rinkos ir visuomenės nuomonės tyrimų bendrovė
(kiekybinio tyrimo duomenų rinkimas)

UAB „Synopticom“
Rinkos ir viešosios nuomonės tyrimų bendrovė
(kiekybinio tyrimo duomenų rinkimas)

Tyrimą dalinai finansuoja
Lietuvos kultūros taryba ir Lietuvos kultūros ministerija

Pagrindinė tyrimo partnerė –
Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešoji biblioteka



VILNIAUS APSKRITIES
ADOMO MICKEVIČIAUS
VIEŠOJI BIBLIOTEKA



LIETUVOS
KULTŪROS
TARYBA



LIETUVOS RESPUBLIKOS
KULTŪROS MINISTERIJA

TURINYS

ĮVADAS	4
I DALIS. M. Liaudenskis (2016). Vilniaus Apskritis Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos paslaugų tikslinių vartotojų kiekybinio tyrimo ataskaita	6
II DALIS. A. Novelskaitė, A. Kaminskienė, A. Žemaitė, V. Kuklys (2017). Vilniaus Apskritis Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos paslaugų tikslinių vartotojų kokybinio tyrimo ataskaita	70
III DALIS. R. Syminaitė. Vilniaus Apskritis Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos prekės ženklo rekomendacijos	118
IV DALIS. Ž. Budrys, D. Karpovič, E. Kaminskis (2017). Inovatyvių paslaugų bei produktų, skirtų bibliotekų veiklai tobulinti ir vartotojams pritraukti, diegimo rekomendacijos	136

IVADAS

Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešajai bibliotekai (VAVB) yra suteiktas regioninės bibliotekos statusas, kuris implikuoja pareigą teikti paslaugas ne tik Vilniaus, bet ir Alytaus apskrityse. Tai lemia efektyvesnių ir inovatyvesnių priemonių, padėsiančių išvystyti nuotolinę bibliotekos veiklą (padidinti VAVB bibliotekos paslaugomis besinaudojančių Alytaus apskrities gyventojų dalį, teikiamų produktų ir paslaugų apimtį, organizuojamų renginių įvairovę ir kt.), poreikį.

Atlikus Lietuvos valstybinės reikšmės ir apskričių viešųjų bibliotekų strategijų, kokybinių ir kiekybinių veiklos rodiklių tyrimą¹ nustatyta, kad bibliotekos paslaugomis naudojasi labai maža skaitytojų grupė (apie 2 proc. gyventojų). Tai rodo, kad VAVB susiduria su sunkumais pritraukdama tikslią auditoriją – dirbančius specialistus, o didžioji bibliotekos lankytojų dalis yra aukštųjų ir aukštesniųjų mokyklų studentai (40 proc. visų vartotojų). Tokia statistika rodo, kad būtina išanalizuoti esamą situaciją ir identifikuoti priemones, padėsiančias padidinti gyventojų, besinaudojančių bibliotekos paslaugomis, skaičių.

Tyrimas „Inovatyvių produktų ir paslaugų, skirtų bibliotekos veiklai tobulinti ir vartotojams pritraukti, sukūrimas“ išryškina esamas problemas, jame itin daug dėmesio skiriama ne tik vartotojų (dabartinių bibliotekos lankytojų), bet ir nevartotojų (asmenų, kurie nesinaudoja bibliotekų paslaugomis arba yra kiti, VAVB nepriklausančių, bibliotekų lankytojai) grupei.

1. Dr. Zinaida Manžuch, dr. Gintarė Tautkevičienė (2014). Lietuvos valstybinės reikšmės ir apskričių viešųjų bibliotekų strategijų, kokybinių ir kiekybinių veiklos rodiklių tyrimas.

Šio tyrimo tikslas – ištirti Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos tikslinės grupės (Vilniaus ir Alytaus apskričių savivaldybių esamų vartotojų ir nevartotojų) specifiką bei inovatyvių produktų ir paslaugų pritaikymo galimybes ir taip patobulinti Lietuvos bibliotekose teikiamas paslaugas bei pasiūlyti naujų paslaugų ir produktų, kurie pritrauktų naujų vartotojų.

Tyrimo tikslui pasiekti buvo parengtos trys ataskaitos

- Tikslinių vartotojų (t. y. vartotojų ir nevartotojų) kiekybinis tyrimas Vilniaus ir Alytaus apskrityse.
- Tikslinių vartotojų, esamų ir naujų paslaugų bei produktų kokybinis etnografinis tyrimas.

Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos (ir kitų bibliotekų) veiklos tobulinimo bei inovacijų diegimo rekomendacijos ir strateginės gairės.

Pirmoje tyrimo dalyje

Siekiama identifikuoti svarbiausias lankymosi ar nesilankymo bibliotekoje priežastis ir įvertinti esamų vartotojų ir nevartotojų poreikius. Ataskaitoje taip pat pateikta analizė, atskleidžianti, kaip tikslinė grupė (vartotojai ir nevartotojai) vertina VAVB veiklą, paslaugas ir įvaizdį bei koks yra jos ir kitų Vilniaus regiono viešųjų bibliotekų žinomumas. Kiekybiniame tyrime taip pat pateikta tikslinių lankytojų poreikių ir vertinimų variacija pagal apskritis ir savivaldybes bei identifikuotos VAVB probleminės sritys ir veiklos tobulinimo kryptys kiekvienoje apskrityje, ypatingą dėmesį skiriant nuotolinio paslaugų teikimo gerinimo galimybėms Alytaus apskrityje.

Antroje tyrimo dalyje

Remiantis kiekybinio tyrimo metu gauta informacija, analizuojami bibliotekos paslaugų vartotojų ir nevartotojų įpročiai, priežastys ir lūkesčiai. Ataskaitoje

pateikiamas bibliotekos paslaugomis nesinaudojančio asmens portretas, jo samprata ir idealios bibliotekos vaizdinys. Atliekant kokybinį tyrimą siekta geriau pažinti VAVB tikslinį vartotoją, jo skaitymo įpročius, informacinius poreikius ir pateikti įžvalgų, padėsiančių atitinkamai patobulinti esamas bibliotekos paslaugas ir produktus.

Trečioje dalyje

Naudojantis per visą tyrimą surinkta medžiaga, pateikiama išsami kontekstinė analizė ir pritaikomos įžvalgos, kaip pritraukti naujų ir išlaikyti esamus bibliotekos vartotojus ir kaip padidinti tikslinės grupės susidomėjimą bibliotekų paslaugomis ir kultūra plačiąja prasme. Ataskaitoje pateiktos bibliotekai ir kitoms kultūros institucijoms pritaikomos veiklos vystymo rekomendacijos ir strateginės gairės, padėsiančios teikti efektyvius ir realius vartotojų poreikius atliepiančius produktus ir paslaugas.

Tyrimo rezultatai turi tiesioginę naudą ne tik Vilniaus ir Alytaus apskričių bibliotekoms, bet ir kitoms Lietuvos apskričių centrinėms bibliotekoms, siekiančioms modernizuoti ir patobulinti savo veiklą, pritraukti naujų vartotojų ir diegti naujus produktus bei paslaugas.

I DALIS
M. LIAUDENSKIS,
2016 M.

VILNIAUS APSKRITIES
ADOMO MICKEVIČIAUS
VIEŠOSIOS BIBLIOTEKOS
PASLAUGŲ TIKSLINIŲ
VARTOTOJŲ KIEKYBINIO
TYRIMO ATASKAITA

I DALIS

TURINYS

1. TYRIMO TIKSLAI, UŽDAVINIAI	8
2. TYRIMO METODOLOGIJA	9
3. TYRIMO REZULTATAI	13
3.1. Viešųjų bibliotekų žinomumas ir naudojimosi jų paslaugomis lygis	13
3.2. Nesinaudojimo bibliotekos paslaugomis priežastys	22
3.3. Pagrindinės naudojimosi bibliotekos paslaugomis priežastys	25
3.4. Patraukliausios nuotolinės bibliotekų paslaugos	33
3.5. Idealios bibliotekos savybės ir VAVB įvaizdis	37
3.6. „Vilnijos vartų“ žinomumas, naudojimas ir vertinimas	45
3.7. VAVB renginių lankymas ir vertinimas	49
3.8. Apibendrintasis bibliotekos prekės ženklo vertės indeksas	52
3.9. Ryškiausi skirtumai socialinėse grupėse	54
4. IŠVADOS	57
1 PRIEDAS. TYRIMO KLAUSIMYNAS	60

1. TYRIMO TIKSLAI, UŽDAVINIAI

Projekto kontekstas, priežastys

Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešoji biblioteka yra užsibrėžusi kas 2 metus atlikti Vilniaus regiono vartotojų (~ bibliotekos lankytojų) tyrimą. Remiantis tokiais periodiniais tyrimais, norima nuolat tobulinti bibliotekos veiklą. Viena pagrindinių, šiuo metu aktualiausių bibliotekos problemų – per mažas lankytojų srautas, nepakankamas lankytojų procentas nuo viso Vilniaus regiono gyventojų skaičiaus, tad vienas svarbiausių bibliotekos uždavinių šiuo metu – suvokti, **kaip pritraukti į biblioteką daugiau nevirtotojų (~ nesilankančiųjų bibliotekoje).**

Specifiniu iššūkiu laikoma ir tai, kad VAVB atsakomybei yra priskirta ne tik Vilniaus, bet ir Alytaus apskritis. **Tad norima rasti sprendimų, kaip galima būtų efektyvinti nuotolinę bibliotekos veiklą Alytaus apskrityje** (t.y. didinti Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos paslaugomis besinaudojančių Alytaus apskrities gyventojų dalį, paslaugų Alytaus apskrityje apimtį, įvairovę, aktyvinti bibliotekos kultūrinių renginių veiklą, t. t.). VAVB išskirtinė misija – pritraukti daugiau dirbančių specialistų (ne studentų) ir patenkinti jų poreikius. Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos yra centrinė viso Vilniaus regiono (t. y. Vilniaus ir Alytaus apskričių) viešoji biblioteka, tai visos bendros tyrimo / projekto įžvalgos gali turėti praktinę vertę ir kitoms Vilniaus regiono viešosioms bibliotekoms, kurioms metodinę pagalbą teikia VAVB. Tyrimo išvados taip pat gali būti taikomos kitų Lietuvos apskričių centriniams bibliotekoms.

Pagrindiniai projekto (ne tik kiekybinio tyrimo) tikslai

Pasiūlyti inovatyvių viešųjų bibliotekų paslaugų ir produktų bei pagerinti esamas paslaugas, siekiant pritraukti į Lietuvos viešąsias bibliotekas naujų vartotojų; iširti Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos tikslinės grupės (Vilniaus ir Alytaus apskričių gyventojų; ir bibliotekos paslaugų vartotojų, ir nevirtotojų) poreikius, specifiką bei inovatyvių produktų ir paslaugų pritaikomumą, esamų produktų ir paslaugų tobulinimo galimybes, vartotojų pasitenkinimo viešųjų bibliotekų paslaugomis didinimo galimybes.

Kiekybinio tyrimo pagrindiniai uždaviniai

- Identifikuoti svarbiausias vartotojų **lankymosi / vartojimo priežastis.**
- Identifikuoti svarbiausias nevirtotojų **nesilankymo / nevirtojimo. priežastis**; taip pat nepakankamai dažno vartotojų lankymosi / vartojimo priežastis.
- Identifikuoti **svarbiausius lankytojų / vartotojų poreikius**, į kurių tenkinimą Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos turėtų labiausiai orientuoti savo veiklą, norėdama išlaikyti vartotojų ratą ir jį plėsti, taip pat plėsti vartojimo mastą.
- Identifikuoti **svarbiausius nelankytojų / nevirtotojų poreikius**, kurių tenkinimas ateityje galėtų reikšmingai išplėsti bibliotekos paslaugų vartotojų ratą ir vartojimo mastą; įvertinti, kokios **inovacijos** galėtų reikšmingai išplėsti bibliotekos paslaugų vartotojų ratą.
- Pamatyti, kaip tiksliniai vartotojai (įskaitant ir vartotojus, ir nevirtotojus) šiuo metu **vertina VAVB veiklą, paslaugas ir įvaizdį**; identifikuoti prioritetines vystytinas ir tobulintinas bibliotekos veiklos sritis.
- Įvertinti VAVB ir kitų Vilniaus regiono viešųjų bibliotekų **žinomumą**.

- Įvertinti tikslinių lankytojų poreikių ir vertinimų variaciją pagal apskritis, savivaldybes; identifikuoti specifines problemines sritis ir prioritetines VAVB veiklos tobulinimo kryptis kiekvienoje apskrityje; ypatingą dėmesį skirti *nuotolinio paslaugų teikimo gerinimo galimybėms Alytaus apskrityje*.

2. TYRIMO METODOLOGIJA

Tyrimo metodas

Reprezentatyvi apklausa internetu (81 proc. apklaustųjų) ir tiesioginio interviu būdu (19 proc.), naudojant standartizuotą klausimyną.

1 tiriamoji populiacija

Vilniaus apskrities gyventojai, tiksliniai Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos paslaugų vartotojai: asmenys nuo 20 iki 60 m. amžiaus, tik diplomuoti specialistai, t. y. turintys vieną iš šių išsilavinimų:

1. aukštąjį universitetinį;
2. aukštąjį neuniversitetinį;
3. aukštesnįjį (jei baigę anksčiau);
4. baigę technikumą (jei baigę anksčiau);
5. baigę specialiąją vidurinę mokyklą, kurioje gaunama profesinė kvalifikacija (muzikos, kultūros, medicinos, t. t.).

2 tiriamoji populiacija

Alytaus apskrities gyventojai, tiksliniai VAVB paslaugų vartotojai: asmenys nuo 20 iki 60 m. amžiaus, tik diplomuoti specialistai, t. y. turintys vieną iš šių išsilavinimų:

1. aukštąjį universitetinį;
2. aukštąjį neuniversitetinį;
3. aukštesnįjį (jei baigę anksčiau);
4. baigę technikumą (jei baigę anksčiau);

5. baigę specialiąją vidurinę mokyklą, kurioje gaunama profesinė kvalifikacija (muzikos, kultūros, medicinos, t. t.).

Turėtina galvoje, kad *Vilniaus ir Alytaus apskritys sudaro vieną Vilniaus regioną*, kuris visas yra priskirtas Vilniaus apskrities VAVB atsakomybei.

Kai kurie tyrimo rodikliai buvo apskaičiuoti sujungus Vilniaus ir Alytaus apskritis (t. y. VAVB veiklos geografijai priskiriamą visą Vilniaus regioną, n=800). Tais atvejais duomenys buvo sveriami, atliekant standartinės duomenų svėrimo procedūras ir suteikiant didesnę svorį Vilniaus apskrities duomenims (siekiant, kad Vilniaus ir Alytaus apskričių duomenų svoriai atitiktų reprezentatyvias šių apskričių populiacijos proporcijas: apytiksliai 84 proc. / 16 proc.).

1 imtis

500 respondentų
Vilniaus apskrityje.

Apklauskos atlikimo laikas

2016 m. gegužės 16 d.
– birželio 21 d.

2 imtis

300 respondentų
Alytaus apskrityje.

Respondentų atranka

Respondentai atrinkti atsitiktinės, kvotinės atrankos būdu; respondentai internetu atliktoms apklausoms buvo atrinkti iš kelių didelių duomenų bazių (panels), kuriose žmonės užsiregistravę internetinėms apklausoms; vienos tokios duomenų bazės dydis gali siekti 10 000 arba daugiau asmenų; imtys formuotos apytiksliai reprezentatyviai pagal šias socialines demografines charakteristikas:

1. amžių;
2. lytį;
3. gyvenamąją vietą (savivaldybę).

Respondentų imčių struktūra pagal šias ir kitas socialines demografines charakteristikas pavaizduota 1 ir 2 grafikuose.

Statistinė duomenų paklaida

Atlikus reprezentatyvią respondentų atranką, imties dydis **Vilniaus apskrityje** – 500 respondentų – esant 95 proc. tikimybei užtikrina ne didesnę nei 4,4 proc. statistinę duomenų paklaidą; imties dydis **Alytaus apskrityje** – 300 respondentų – užtikrina ne didesnę nei 5,7 proc. statistinę duomenų paklaidą; jungtinės **abiejų apskričių** imties dydis – 800 respondentų – užtikrina ne didesnę nei 3,5 proc. statistinę duomenų paklaidą.

1 LENTELE

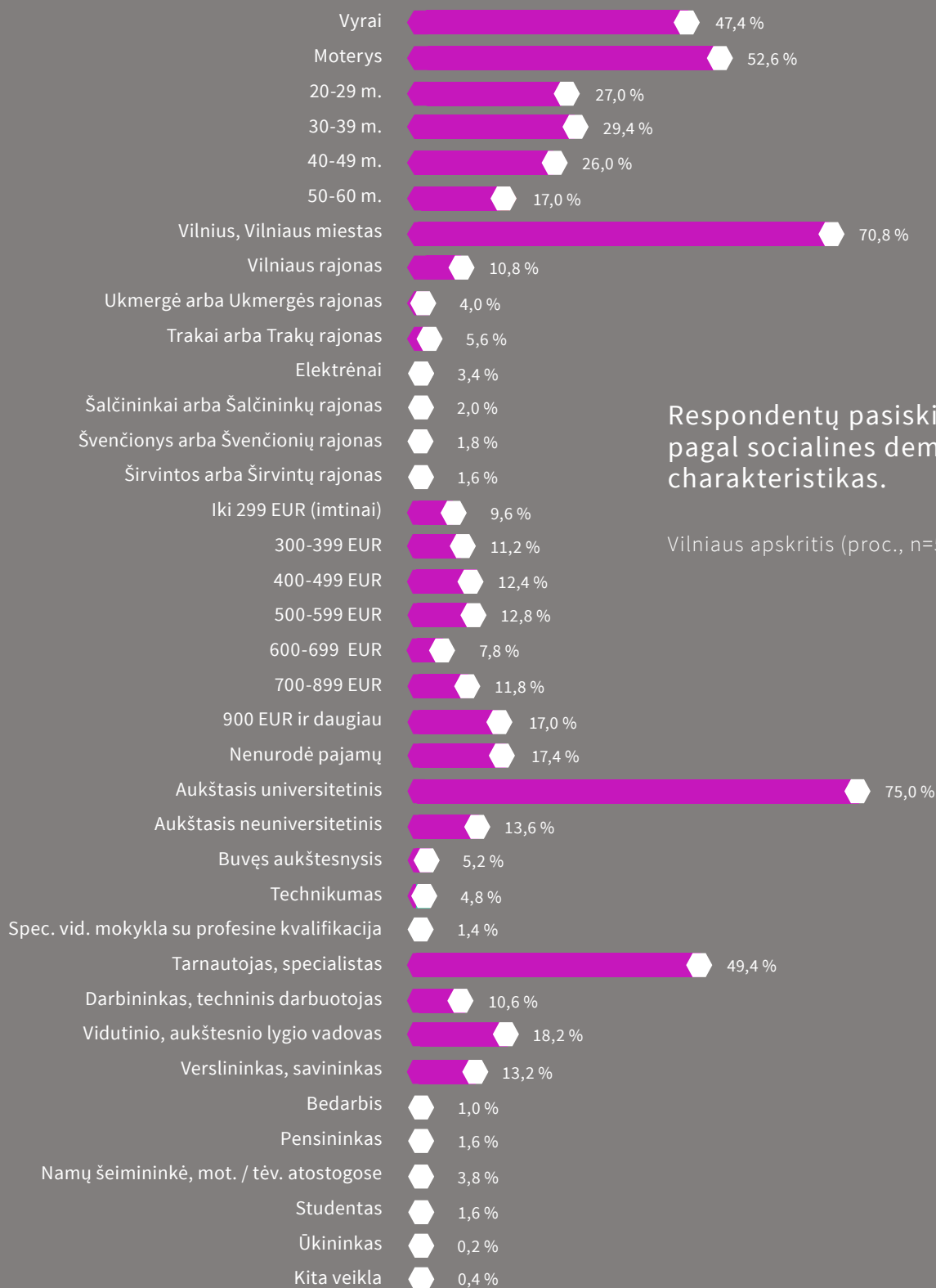
Statistinės paklaidos priklausymas nuo atsakymų pasiskirstymo ir imties dydžio.

Vertinant atskirų tyrimo rodiklių paklaidas reikėtų atsižvelgti į paklaidos priklausymą nuo atsakymų pasiskirstymo žr. [1 lentelę](#).

Pavyzdžiui, jei iš 500 apklaustų respondentų Vilniaus apskrityje 90,0 proc. nurodo, kad žino X biblioteką, tai reiškia, kad esant 95 proc. tikimybei tikroji X bibliotekos žinomumo rodiklio reikšmė yra 90,0 proc. \pm 2,6 proc. (t. y. nuo 87,4 iki 92,6 proc.) intervale.

Imties dydis (n)	Atsakymų pasiskirstymas									
	5/95 %	10/90 %	15/85 %	20/80 %	25/75 %	30/70 %	35/65 %	40/60 %	45/55 %	50/50 %
50	6,0 %	8,3 %	9,9 %	11,1 %	12,0 %	12,7 %	13,2 %	13,6 %	13,8 %	13,9 %
75	4,9 %	6,8 %	8,1 %	9,1 %	9,8 %	10,4 %	10,8 %	11,1 %	11,3 %	11,3 %
100	4,3 %	5,9 %	7,0 %	7,8 %	8,5 %	9,0 %	9,3 %	9,6 %	9,8 %	9,8 %
150	3,5 %	4,8 %	5,7 %	6,4 %	6,9 %	7,3 %	7,6 %	7,8 %	8,0 %	8,0 %
200	3,0 %	4,2 %	4,9 %	5,5 %	6,0 %	6,4 %	6,6 %	6,8 %	6,9 %	6,9 %
300	2,5 %	3,4 %	4,0 %	4,5 %	4,9 %	5,2 %	5,4 %	5,5 %	5,6 %	5,7 %
400	2,1 %	2,9 %	3,5 %	3,9 %	4,2 %	4,5 %	4,7 %	4,8 %	4,9 %	4,9 %
500	1,9 %	2,6 %	3,1 %	3,5 %	3,8 %	4,0 %	4,2 %	4,3 %	4,4 %	4,4 %
600	1,7 %	2,4 %	2,9 %	3,2 %	3,5 %	3,7 %	3,8 %	3,9 %	4,0 %	4,0 %
750	1,6 %	2,1 %	2,6 %	2,9 %	3,1 %	3,3 %	3,4 %	3,5 %	3,6 %	3,6 %
1000	1,4 %	1,9 %	2,2 %	2,5 %	2,7 %	2,8 %	3,0 %	3,0 %	3,1 %	3,1 %

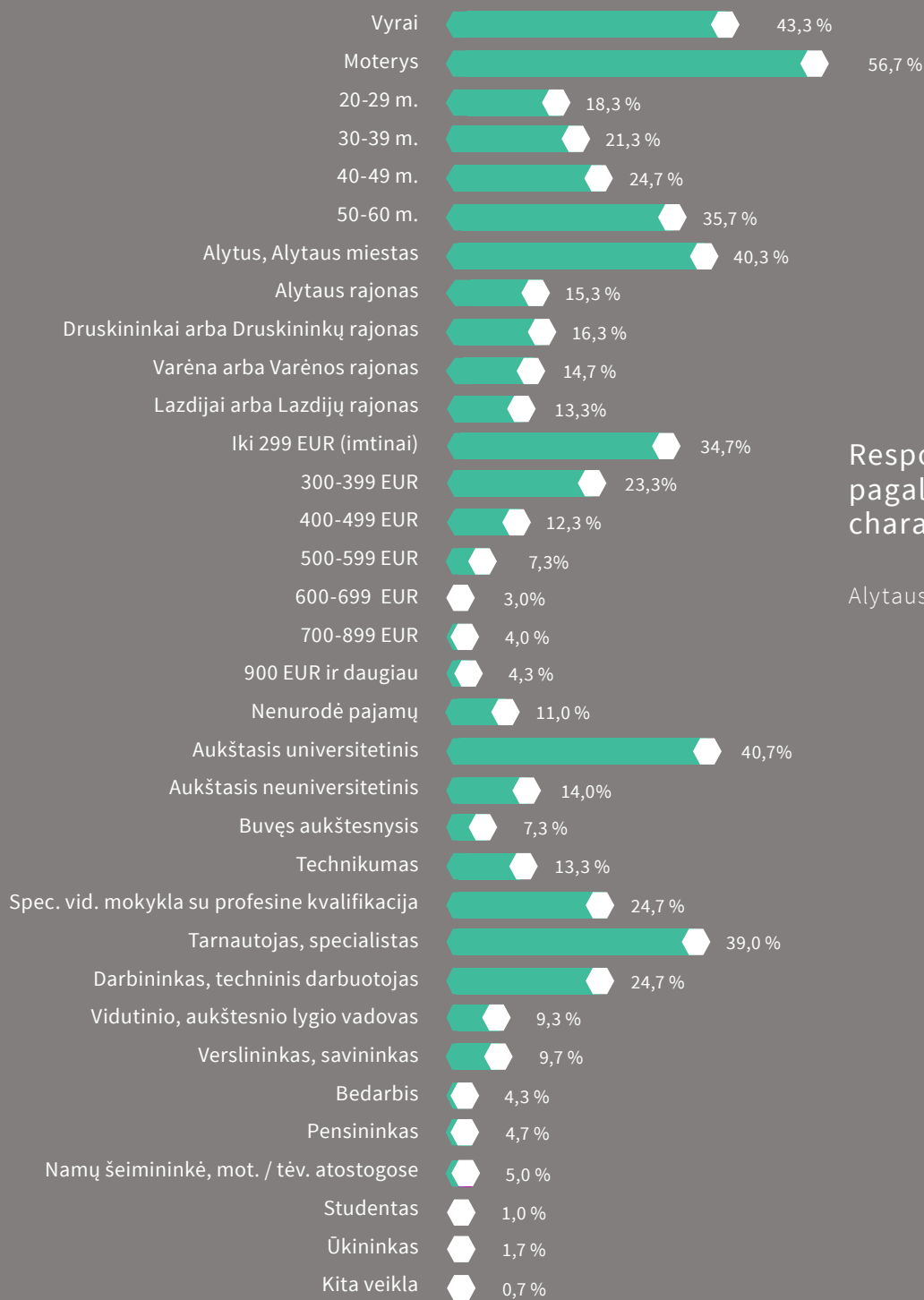
I DALIS, 1 GRAFIKAS



Respondentų pasiskirstymas pagal socialines demografines charakteristikas.

Vilniaus apskritis (proc., n=500)

I DALIS, 2 GRAFIKAS



Respondentų pasiskirstymas pagal socialines demografines charakteristikas.

Alytaus apskritis (proc., n=300)

3. TYRIMO REZULTATAI

3.1 Viešųjų bibliotekų žinomumas ir naudojimosi jų paslaugomis lygis

Žinomiausia viešoji biblioteka tarp Vilniaus ir Alytaus apskrityse gyvenančių diplomuotų specialistų – Lietuvos nacionalinė Martyno Mažvydo biblioteka (LNB). **Mažvydo bibliotekos žinomumas yra kone visuotinis** – ją žinojo 92,9 proc. apklaustųjų, priminus pavadinimą (žr. [2 lentelę](#), [3 grafiką](#)). Aukštas yra ir šios bibliotekos spontaninis žinomumas: 39,3 proc. nurodė Martyno Mažvydo biblioteką kaip pirmą į galvą ateinantį viešosios bibliotekos pavadinimą (žr. [2 lentelę](#), [4 grafiką](#)); 68,4 proc. nurodė tarp kelių spontaniškai į galvą ateinančių pavadinimų (žr. [2 lentelę](#), [5 grafiką](#)).

Vilniaus apskrities **VAVB yra antra žinomiausia biblioteka** tarp Vilniaus ir Alytaus apskrityse gyvenančių diplomuotų specialistų (apibendrintas žinomumo indeksas – 32,0 proc.; žr. [2 lentelę](#)), tačiau šios bibliotekos žinomumo lygis yra artimas kitos, žemesnio rango bibliotekos – Vilniaus miesto savivaldybės centrinės bibliotekos – žinomumo lygiui (žinomumo indeksas – 25,9 proc.).

Artimi vienas kitam yra visi šių dviejų bibliotekų žinomumo rodikliai:

- **Žinomumas priminus pavadinimą:** VAVB žino šiek tiek daugiau nei pusė Vilniaus ir Alytaus apskrityse gyvenančių diplomuotų specialistų – 56,8 proc., Vilniaus miesto centrinę biblioteką – 43,4 proc. (žr. [2 lentelę](#), [3 grafiką](#))
- **Spontaniškai,** be sąrašo VAVB paminėjo 34,3 proc. apklaustųjų, Vilniaus miesto centrinę biblioteką (arba kurį nors jos padalinį) – 29,2 proc. (rodiklių skirtumas nėra statistiškai reikšmingas; žr. [2 lentelę](#), [5 grafiką](#)).

- **Pirmiausia** VAVB spontaniškai įvardijo 11,7 proc. apklaustųjų, Vilniaus miesto centrinę biblioteką (arba kurį nors jos padalinį) – 10,2 proc. (rodiklių skirtumas nėra statistiškai reikšmingas; žr. [2 lentelę](#), [4 grafiką](#)).

Taip pat pažymėtina, kad **Alytaus apskrityje Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos žinomumo rodikliai yra žemesni nei Vilniaus miesto centrinės bibliotekos.**

Pavyzdžiui, žinomumo priminus pavadinimą rodikliai Alytaus apskrityje yra tokie:

- Alytaus apskrityje bendrai: VAVB žino 34,0 proc., Vilniaus miesto centrinę biblioteką – 38,3 proc. apklaustųjų (žr. [3 lentelę](#)).
- Alytaus mieste: VAVB žino tik 20,7 proc., Vilniaus miesto centrinę biblioteką – 24,8 proc. apklaustųjų.
- Alytaus apskrityje be Alytaus miesto: VAVB žino 43,0 proc., Vilniaus miesto centrinę biblioteką – 47,5 proc. apklaustųjų.

Alytaus apskrityje VAVB nusileidžia Vilniaus miesto centrinei bibliotekai ir pagal spontaninio žinomumo rodiklius.

Pristatomi rodikliai leidžia daryti išvadą, kad Vilniaus ir Alytaus apskrityse aukščiausią rangą ir plačiausią veiklos diapazoną turinčios **VAVB žinomumas turėtų būti reikšmingai didinamas.** Šiam klausimui turėtų būti skiriamas prioritetas, nes viešosios bibliotekos žinomumas yra pirminė prielaida tam, kad jos paslaugomis būtų naudojamosi ir ji įgyvendintų savo misiją.

Kelios gairės galimiems Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos žinomumo tikslams ateityje:

- Vilniaus ir Alytaus apskrityse bendrai, o ypač už Vilniaus miesto ribų (pavyzdžiui, Alytaus apskrityje), VAVB žinomumas **turėtų reikšmingai pranokti Vilniaus miesto centrinės bibliotekos žinomumą.** Tai atitiktų šių dviejų bibliotekų geografinės veiklos logiką: Vilniaus miesto centrinės bibliotekos veikla

ribojasi tik Vilniaus miestu, o VAVB tikslinė veikla apima ne tik Vilnių, bet ir kitas Vilniaus apskrities savivaldybes, taip pat Alytaus apskritį. Dabartinė situacija šio tikslo neatitinka: Vilniaus ir Alytaus apskrityse (bendrai) abiejų bibliotekų žinomumo rodikliai yra panašūs, o Alytaus apskrityje Vilniaus miesto centrinės bibliotekos žinomumo rodikliai yra net šiek tiek aukštesni negu VAVB (žr. 3 lentelę).

- Vilniaus ir Alytaus apskrityse VAVB žinomumo rodikliai ilgainiui **turėtų artėti prie Lietuvos nacionalinės Martyno Mažvydo bibliotekos žinomumo lygio**. Pirmiausia tai pasakytina apie žinomumo priminus bibliotekos pavadinimą rodiklį. LNB atveju šis rodiklis rodo kone visuotinį žinomumą (92,9 proc.; žr. 2 lentelę, 3 grafiką). Prie panašaus žinomumo lygio savo veiklos regione, aktyvindama nuotolines ir kitas savo veiklas, turėtų artėti ir VAVB, nes tai yra centrinė Vilniaus ir Alytaus apskričių biblioteka, kurios misiją šiame regione kai kuriais atžvilgiais galima prilyginti LNB misijai nacionaliniu mastu.

2 LENTELE

Apibendrinti Vilniaus ir Alytaus viešųjų bibliotekų žinomumo indeksai.

Proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, n=800.

	Bibliotekos žinomumas			Bibliotekų žinomumo apibendrintas indeksas	Palyginimas: bent kartais naudojasi paslaugomis
	Pirmiausia paminėta (40 proc.)	Spontaniškai, visi paminėjimai (30 proc.)	Priminus pavadinimą (30 proc.)		
Martyno Mažvydo biblioteka (Lietuvos nacionalinė)	39,3 %	68,4%	92,9 %	64,1 %	51,6 %
Adomo Mickevičiaus viešoji biblioteka (Vilniaus apskrities)	11,7 %	34,3 %	56,8 %	32,0 %	29,7 %
Vilniaus miesto savivaldybės centrinė biblioteka (arba padalinys)	10,2 %	29,2 %	43,4 %	25,9 %	15,0 %
Lietuvos technikos biblioteka	1,3 %	9,3 %	38,6 %	14,9 %	16,4 %
Alytaus Jurgio Kunčino viešoji biblioteka	5,0 %	8,3 %	13,6 %	8,6 %	6,7 %
Lietuvos medicinos biblioteka	0,0 %	2,9 %	20,9 %	7,1 %	4,1 %
Lietuvos aklųjų biblioteka	0,3 %	2,2 %	18,2 %	6,3 %	1,8 %

Pastabos:

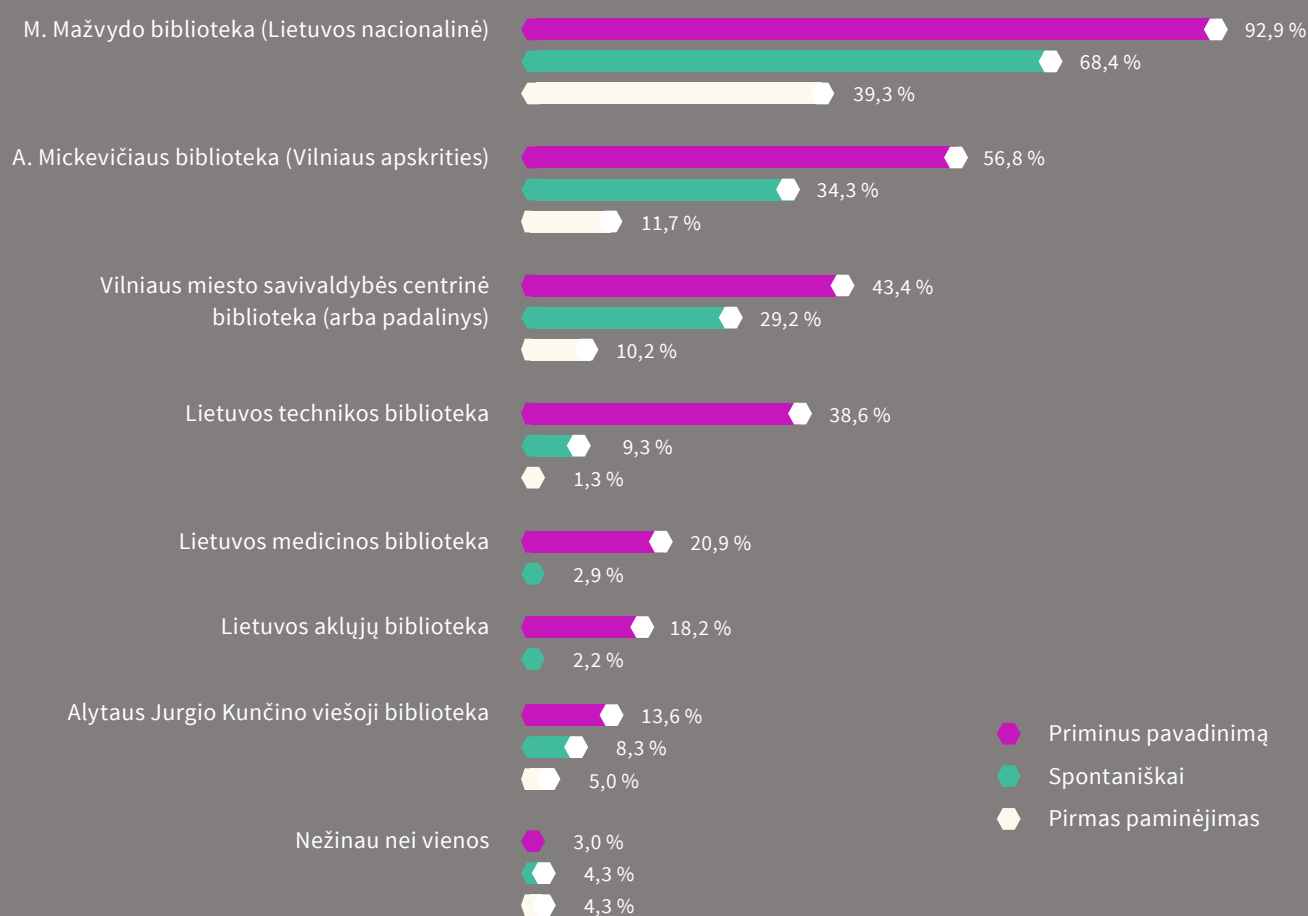
1) bibliotekų pavadinimai išdėstyti pagal apibendrintą žinomumo indeksą (mažėjimo tvarka);

2) mėlynas šriftas – lyderiai pagal atitinkamą rodiklį; pilko fono langeliai – autsaideriai pagal atitinkamą rodiklį.

I DALIS, 3 GRAFIKAS

Vilniaus ir Alytaus viešųjų bibliotekų spontaninis žinomumas ir žinomumas priminus pavadinimą.

Proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, n=800



I DALIS,

3 LENTELE 1/2

Skirtumai pagal socialines demografines grupes

Žinomumas priminus pavadinimą: „Kurias išvardytas viešąsias bibliotekas Jūs žinote?“

Proc. nuo visų apklaustųjų

	Visi (Vilniaus ir Alytaus apskritys), n=800	Vilniaus apskritis, n=500	Alytaus apskritis, n=300	Vilniaus miestas, n=354	Vilniaus apskritis be Vilniaus miesto, n=146	Vilniaus ir Alytaus apskritys be Vilniaus miesto, n=446	Alytaus miestas, n=121	Alytaus apskritis be Alytaus miesto, n=179
Martyno Mažvydo biblioteka (Lietuvos nacionalinė)	92,9 %	94,6 %	83,7 %	96,6 %	89,7 %	87,3 %	80,2 %	86,0 %
Adomo Mickevičiaus viešoji biblioteka (Vilniaus apskrityje)	56,8 %	61,2 %	34,0 %	66,9 %	47,3 %	42,0 %	20,7 %	43,0 %
Vilniaus miesto savivaldybės centrinė biblioteka (arba padalinys)	43,4 %	44,4 %	38,3 %	49,7 %	31,5 %	34,2 %	24,8 %	47,5 %
Lietuvos technikos biblioteka	38,6 %	41,2 %	24,7 %	44,6 %	32,9 %	29,6 %	19,8 %	27,9 %
Lietuvos medicinos biblioteka	20,9 %	20,0 %	25,7 %	22,6 %	13,7 %	18,4 %	20,7 %	29,1 %
Lietuvos aklųjų biblioteka	18,2 %	18,2 %	18,3 %	20,6 %	12,3 %	14,7 %	16,5 %	19,6 %
Alytaus Jurgio Kunčino viešoji biblioteka	13,6 %	4,6 %	60,7 %	6,5 %	0,0 %	24,0 %	89,3 %	41,3 %
Nežinau nei vienos iš išvardintų	3,0 %	2,6 %	5,0 %	1,1 %	6,2 %	5,7 %	3,3 %	6,1 %

Pastabos:

mėlynas šriftas – reikšmingai aukštesni rodikliai, palyginti su vidutiniais; pilko fono langeliai – reikšmingai žemesni rodikliai.

I DALIS,

3 LENTELE 2/2

Skirtumai pagal socialines demografines grupes

Žinomumas priminus pavadinimą: „Kurias išvardytas viešąsias bibliotekas Jūs žinote?“

Proc. nuo visų apklaustųjų

	Visi (Vilniaus ir Alytaus apskritys), n=800	Aukštasis universitetinis išsilavinimas, n=497	Neturintieji aukštojo universitetinio išsilavinimo, n=303	Iki 399 Eur (imtinai), n=278	400–599 Eur, n=185	600 Eur ir daugiau, n=217
Martyno Mažvydo biblioteka (Lietuvos nacionalinė)	92,9 %	95,6 %	86,5 %	90,0 %	92,0 %	97,3 %
Adomo Mickevičiaus viešoji biblioteka (Vilniaus apskritys)	56,8 %	60,2 %	49,2 %	48,8 %	56,7 %	61,0 %
Vilniaus miesto savivaldybės centrinė biblioteka (arba padalinys)	43,4 %	41,5 %	47,8 %	47,2 %	50,2 %	35,9 %
Lietuvos technikos biblioteka	38,6 %	46,5 %	20,5 %	31,8 %	37,8 %	46,5 %
Lietuvos medicinos biblioteka	20,9 %	20,9 %	20,9 %	21,5 %	19,2 %	20,4 %
Lietuvos aklųjų biblioteka	18,2 %	19,3 %	15,7 %	15,1 %	16,3 %	19,0 %
Alytaus Jurgio Kunčino viešoji biblioteka	13,6 %	11,5 %	18,2 %	23,4 %	13,4 %	9,0 %
Nežinau nei vienos iš išvardintų	3,0 %	1,4 %	6,5 %	4,5 %	2,7 %	0,7 %

Pastabos:

mėlynas šriftas – reikšmingai aukštesni rodikliai, palyginti su vidutiniais;
pilko fono langeliai – reikšmingai žemesni rodikliai.

I DALIS, 4 GRAFIKAS

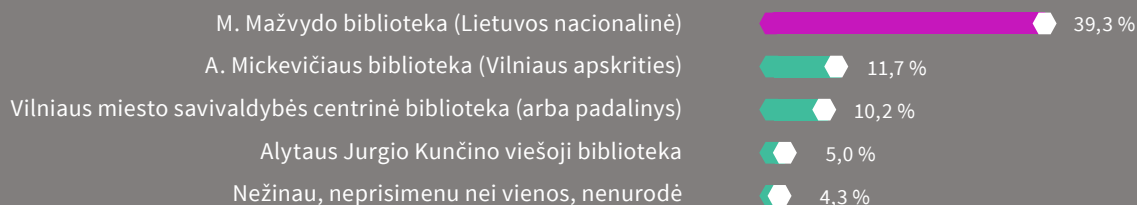
Pastabos:

violetinė spalva išskirtos ryškiausios tendencijos.

Pirmas spontaninis paminėjimas:

„Pabandykite prisiminti, kokias žinote Lietuvoje (miestuose ir rajonuose, jūsų gyvenamojoje vietovėje ir kitur) veikiančias viešąsias bibliotekas. Kuri viešoji biblioteka Jums pirmiausia ateina į galvą?“

Dažniausi atsakymai (proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, n=800)



5 GRAFIKAS

Pridėjus kitus spontaninius paminėjimus:

„Kokias kitas Lietuvoje veikiančias viešąsias bibliotekas Jūs žinote?“

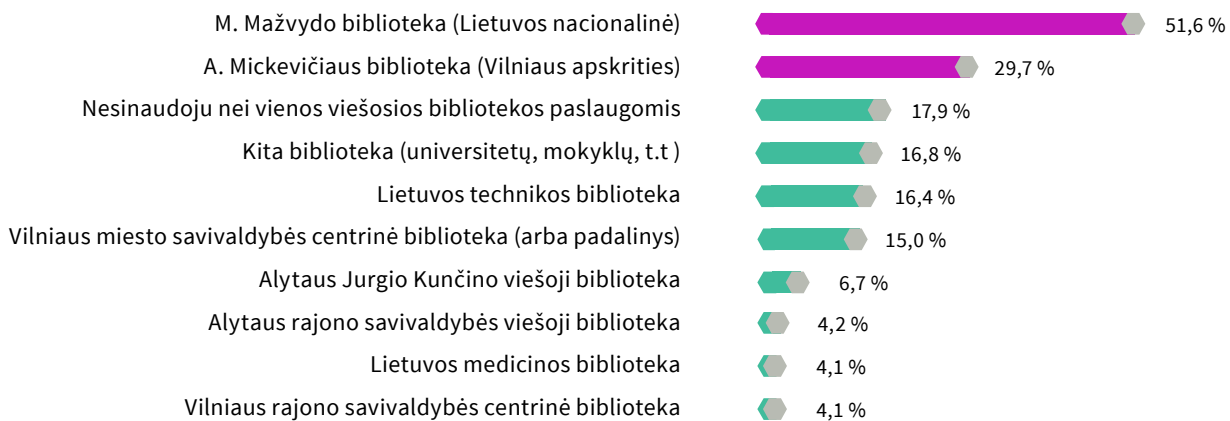
Dažniausi atsakymai (proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, n=800)



„Kurių viešųjų bibliotekų paslaugomis bent kartais naudojėtės?“

Čia turimas galvoje ir lankymasis bibliotekoje, ir nuotolinės bibliotekų paslaugos: duomenų bazės, bibliotekų organizuojami renginiai, kt.“

Dažniausi atsakymai (proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, n=800)



Viešųjų bibliotekų žinomumas ir naudojimosi

paslaugomis mastas – stipriai koreliuoja. 51,6 proc. apklaustų Vilniaus ir Alytaus apskrities diplomuotų specialistų tvirtina, kad bent kartais naudojasi kokiomis nors Lietuvos nacionalinės Martyno Mažvydo bibliotekos paslaugomis, įskaitant nuotolines paslaugas (duomenų bazes, kt.; žr. 6 grafiką). Antroje vietoje pagal naudojimąsi paslaugomis yra VAVB – 29,7 proc. apklaustųjų. Trečioje vietoje yra Lietuvos technikos biblioteka (16,4 proc.), ketvirtoje – Vilniaus miesto savivaldybės centrinė biblioteka (15,0 proc. apklaustųjų).

Pažymėtina, kad Alytaus apskrityje VAVB paslaugomis kol kas naudojasi mažai: 5,3 proc. bendrai Alytaus apskrityje (žr. 4 lentelę) ir tik 1,7 proc. Alytaus mieste. Šie rodikliai aktualizuoja VAVB nuotolinių paslaugų vystymą. Palyginkime: LNB paslaugomis Alytaus apskrityje bent

kartais naudojasi reikšmingai didesnė diplomuotų specialistų dalis – 23,3 proc.; Alytaus mieste – 19,8 procento.

Taip pat pažymėtina, kad visomis nacionalinio ar regioninio masto Vilniaus viešųjų bibliotekų paslaugomis reikšmingai mažiau naudojasi asmenys, neturintys universitetinio išsilavinimo, taip pat asmenys, gaunantys mažesnes pajamas (iki 399 Eur vienam šeimos arba namų ūkio nariui; žr. 4 lentelę). Ši tendencija gali būti siejama ir su ta aplinkybe, kad dauguma nesinaudojančiųjų paslaugomis koncentruojasi ne Vilniuje, o Alytaus apskrityje – t. y. kiek žemesnio išsilavinimo lygio (palyginti su Vilniumi) ir žemesnio pajamų lygio regione.

I DALIS,

4 LENTELE 1/2

Skirtumai pagal socialines demografines grupes

„Kurių viešųjų bibliotekų paslaugomis bent kartais naudojėtės?
Čia turima galvoje ir lankymasis bibliotekoje, ir nuotolinės bibliotekų
paslaugos: duomenų bazės, bibliotekų organizuojami renginiai, kt.“

Proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse

	Visi (Vilniaus ir Alytaus apskritys), n=800	Vilniaus apskritis, n=500	Alytaus apskritis, n=300	Vilniaus miestas, n=354	Vilniaus apskritis be Vilniaus miesto, n=146	Vilniaus ir Alytaus apskritys be Vilniaus miesto, n=446	Alytaus miestas, n=121	Alytaus apskritis be Alytaus miesto, n=179
Martyno Mažvydo biblioteka (Lietuvos nacionalinė)	51,6 %	57,0 %	23,3 %	59,3 %	51,4 %	40,3 %	19,8 %	25,7 %
Adomo Mickevičiaus viešoji biblioteka (Vilniaus apskritis)	29,7 %	34,4 %	5,3 %	39,5 %	21,9 %	15,4 %	1,7 %	7,8 %
Nesinaudoju nei vienos viešosios bibliotekos paslaugomis	17,9 %	18,0 %	17,7 %	18,6 %	16,4 %	16,9 %	24,8 %	12,8 %
Kita biblioteka (universitetų, mokyklų, t. t.)	16,8 %	16,2 %	19,7 %	18,6 %	10,3 %	14,0 %	12,4 %	24,6 %
Lietuvos technikos biblioteka	16,4 %	18,2 %	7,0 %	20,6 %	12,3 %	10,2 %	6,6 %	7,3 %
Vilniaus miesto savivaldybės centrinė biblioteka (arba padalinys)	15,0 %	16,6 %	6,3 %	20,1 %	8,2 %	7,5 %	1,7 %	9,5 %
Alytaus Jurgio Kunčino viešoji biblioteka	6,7 %	1,2 %	35,7 %	1,7 %	0,0 %	14,1 %	62,0 %	17,9 %

Pastabos:

mėlynas šriftas – reikšmingai aukštesni rodikliai, palyginti su vidutiniais;
pilko fono langeliai – reikšmingai žemesni rodikliai.

I DALIS,

4 LENTELE 2/2

Skirtumai pagal socialines demografines grupes

„Kurių viešųjų bibliotekų paslaugomis bent kartais naudojats? Čia turima galvoje ir lankymasis bibliotekoje, ir nuotolinės bibliotekų paslaugos: duomenų bazės, bibliotekų organizuojami renginiai, kt.“

Proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse

	Visi (Vilniaus ir Alytaus apskritys), n=800	Aukštasis universitetinis išsilavinimas, n=497	Neturintieji aukštojo universitetinio išsilavinimo, n=303	Iki 399 Eur (imtinai), n=278	400–599 Eur, n=185	600 Eur ir daugiau, n=217	Naudojasi Mickevičiaus biblioteka, n=188
Martyno Mažvydo biblioteka (Lietuvos nacionalinė)	51,6 %	59,2 %	34,4 %	40,9 %	53,5 %	58,9 %	80,6 %
Adomo Mickevičiaus viešoji biblioteka (Vilniaus apskrityje)	29,7 %	35,1 %	17,6 %	18,2 %	34,3 %	34,5 %	100,0 %
Nesinaudoju nei vienos viešosios bibliotekos paslaugomis	17,9 %	15,2 %	24,2 %	22,0 %	18,1 %	17,7 %	0,0 %
Kita biblioteka (universitetų, mokyklų, t. t.)	16,8 %	19,7 %	10,0 %	18,0 %	16,2 %	15,4 %	18,8 %
Lietuvos technikos biblioteka	16,4 %	19,8 %	8,6 %	13,9 %	14,2 %	21,1 %	29,3 %
Vilniaus miesto savivaldybės centrinė biblioteka (arba padalinys)	15,0 %	15,4 %	14,0 %	15,2 %	17,7 %	11,7 %	24,5 %
Alytaus Jurgio Kunčino viešoji biblioteka	6,7 %	6,0 %	8,4 %	11,8 %	6,6 %	4,7 %	3,0 %

Pastabos:

mėlynas šriftas – reikšmingai aukštesni rodikliai, palyginti su vidutiniais; pilko fono langeliai – reikšmingai žemesni rodikliai.

Pagrindinės išvados

- **VAVB žinomumas turėtų būti reikšmingai didinamas** (šiuo metu siekia 56,8 proc. priminus pavadinimą; žr. [3 grafiką](#)). Šiam klausimui turėtų būti skiriamas prioritetas dėmesys, siekiant, kad viešosios bibliotekos paslaugomis būtų naudojamosi.

Vilniaus ir Alytaus apskrityse bendrai, o ypač už Vilniaus miesto ribų, Alytaus apskrityje, VAVB žinomumas turėtų reikšmingai pranokti Vilniaus miesto centrinės bibliotekos žinomumą (38,3 proc. Alytaus apskrityje; palyginkime: VAVB – 34,0 proc.; žr. [3 lentelę](#)). Vilniaus ir Alytaus apskrityse VAVB žinomumo rodikliai ilgainiui turėtų artėti prie LNB žinomumo lygio (92,9 proc.; žr. [2 lentelę](#), [3 grafiką](#)), nes VAVB yra centrinė Vilniaus ir Alytaus apskričių biblioteka ir jos misiją šiame regione kai kuriais atžvilgiais galima prilyginti LNB misijai nacionaliniu mastu.

- **Naudojimas VAVB paslaugomis Alytaus apskrityje kol kas yra menkas:** naudojasi 5,3 proc. apklaustųjų bendrai Alytaus apskrityje (žr. [4 lentelę](#)), tik 1,7 proc. Alytaus mieste. Šie rodikliai aktualizuoja VAVB nuotolinių paslaugų vystymą. Palyginkime, LNB paslaugomis Alytaus apskrityje bent kartais naudojasi daug daugiau diplomuotų specialistų: 23,3 proc.; Alytaus mieste – 19,8 procento.

3.2 Nesinaudojimo bibliotekos paslaugomis priežastys

Pirmine ir pagrindine nesinaudojimo VAVB ir bet kurios kitos bibliotekos paslaugomis priežastimi galime laikyti bibliotekos nežinojimą; nepakankamą informuotumą apie biblioteką.

Net 61,4 proc. iš tų diplomuotų specialistų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, kurie nesinaudoja VAVB paslaugomis, tiesiog nežino šios bibliotekos (žr. [7 grafiką](#); Alytaus mieste – net 80,7 proc., žr. [5 lentelę](#)). **Bibliotekos nežinojimas yra ryškiausia priežastis, kodėl nesinaudojama VAVB paslaugomis.** Pažymėtina, kad tarp žinančiųjų VAVB yra 1,76 karto daugiau (52,3 proc.) besinaudojančiųjų VAVB paslaugomis nei bendroje tikslinėje populiacijoje (29,7 proc., žr. [6 grafiką](#)).

Kitos svarbiausios, dažniausiai minėtos priežastys, kodėl nesinaudojama VAVB paslaugomis:

- **Manęs apskritai nedomina jokios viešųjų bibliotekų paslaugos,** nėra poreikio (10,6 proc., žr. [7 grafiką](#)).
- **Aš gyvenu ne Vilniaus mieste, todėl nematau galimybių naudotis šios bibliotekos paslaugomis** (8,3 proc. bendrai; Alytaus apskrityje – 17,3 proc., žr. [5 lentelę](#)).
- **Nieko nežinau apie jokias nuotolines šios bibliotekos paslaugas** (7,0 proc.). Pažymėtina, kad tai, kaip svarbią nesinaudojimo paslaugomis priežastį nurodo ne tiek tolimesnių vietovių gyventojai, kiek vilniečiai (10,7 proc., žr. [5 lentelę](#)). Tai leidžia manyti, kad nuotolinių bibliotekos paslaugų vystymas galėtų būti svarbi priemonė pritraukiant paslaugų vartotojų ne tik toliau nuo VAVB esančiose teritorijose, bet ir Vilniuje. Tai būtų patogu ir vilniečiams; tolimesnėse teritorijose gyvenantys žmonės kol kas apskritai galimai nepakankamai supranta, kad bibliotekos paslaugomis gali būti naudojamosi nuotoliniu būdu: tik 1,4 proc. diplomuotų specialistų Alytaus apskrityje nurodė, kad nesinaudojimas VAVB paslaugomis yra susijęs su nežinojimu apie nuotolines bibliotekos paslaugas (Alytaus mieste dar mažiau – 0 proc.). Dauguma šių toliau nuo Vilniaus gyvenančių žmonių apskritai nemato jokių,

net teorinių, galimybių naudotis Vilniuje esančios bibliotekos paslaugomis. Tai rodo, kad prasmingas galimas ateities prioritetas yra ne tik vystyti nuotolines paslaugas, bet ir didinti nuotolinių paslaugų žinomumą.

- Nors gyvenu / lankausi Vilniuje, tačiau *man nėra patogi miesto vieta*, kurioje yra ši biblioteka, naudojuosi patogesne – Vilniaus miesto savivaldybės centrine biblioteka ar pan. (4,9 proc. bendrai; Vilniaus mieste – 7,5 proc.).

Apibendrinant galima teigti, kad kitos pagrindinės nesinaudojimo VAVB paslaugomis priežastys (neskaitant nepakankamo žinomumo) yra susijusios su *bibliotekos paslaugų logistika*: nepatogi vieta; toli; nėra nuotolinių paslaugų, todėl nematau galimybių; arba nieko nežinau apie nuotolines paslaugas.

Šie tyrimo rezultatai patvirtina, kad viena prioritetinių VAVB veiklos krypčių – *vystyti nuotolines paslaugas ir didinti jų žinomumą*. Bibliotekos paslaugų logistika gali būti tobulinama ir plečiant padalinių tinklą, tačiau VAVB atveju tai nėra prioritetinė galimybė, nes tankaus padalinių tinklo kūrimas yra priskirtas miestų ir rajonų savivaldybių centrinėms bibliotekoms (bibliotekų padaliniai kaimuose, miestų mikrorajonuose).

„Kaip manote, dėl kokių pagrindinių priežasčių Jūs nesinaudojate A. Mickevičiaus bibliotekos paslaugomis?“

Dažniausi atsakymai (proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, nesinaudojančių VAVB paslaugomis, n=612)

Pastabos:

violetine spalva išskirtos ryškiausios tendencijos.

Nežino Mickevičiaus bibliotekos

61,4 %

Manęs apskritai nedomina jokios viešųjų bibliotekų paslaugos, nėra poreikio

10,6 %

Aš gyvenu ne Vilniaus mieste, todėl nematau galimybių naudotis šios bibliotekos paslaugomis

8,3 %

Nieko nežinau apie jokias nuotolines šios bibliotekos paslaugas

7,0 %

Nors gyvenu / lankausi Vilniuje, tačiau man nėra patogi vieta, kurioje yra ši biblioteka

4,9 %

Nežinau, neturiu nuomonės, nieko nenurodė

4,1 %

Nepatogios automobilio parkavimo galimybės

3,7 %

Man patinka kita viešoji biblioteka, esu prie jos prisirišęs (-usi)

3,4 %

Aš nežinau, kur yra ši biblioteka

2,9 %

Kita

1,7 %

Viską / daug ką galima rasti internete, nereikia bibliotekos, skaitau internete

1,6 %

Ši biblioteka yra labiau orientuota į studentus, o aš esu dirbantis žmogus, specialistas

1,4 %

Patinkančias knygas perku arba skolinuosi

1,2 %

I DALIS, 5 LENTELE

„Kaip manote, dėl kokių pagrindinių priežasčių Jūs nesinaudojate A. Mickevičiaus bibliotekos paslaugomis?“

Dažniausi atsakymai (proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, kurie nesinaudoja VAVB paslaugomis)

	Visi (Vilniaus ir Alytaus apskritys), n=612	Vilniaus apskritis, n=328	Alytaus apskritis, n=284	Vilniaus miestas, n=214	Vilniaus apskritis be Vilniaus miesto, n=114	Vilniaus ir Alytaus apskritys be Vilniaus miesto, n=398	Alytaus miestas, n=119	Alytaus apskritis be Alytaus miesto, n=165
Nežino Mickevičiaus bibliotekos	61,4 %	59,1 %	69,7 %	54,7 %	67,5 %	68,5 %	80,7 %	61,8 %
Manęs apskritai nedomina jokios viešųjų bibliotekų paslaugos, nėra poreikio	10,6 %	10,4 %	11,6 %	13,6 %	4,4 %	7,6 %	5,9 %	15,8 %
Aš gyvenu ne Vilniaus mieste, todėl nematau galimybių naudotis šios bibliotekos paslaugomis	8,3 %	5,8 %	17,3 %	0,0 %	16,7 %	16,9 %	10,1 %	22,4 %
Nieko nežinau apie jokias nuotolines šios bibliotekos paslaugas	7,0 %	8,5 %	1,4 %	10,7 %	4,4 %	3,1 %	0,0 %	2,4 %
Nors gyvenu / lankausi Vilniuje, tačiau man nėra patogi miesto vieta, kurioje yra ši biblioteka	4,9 %	6,1 %	0,7 %	7,5 %	3,5 %	2,3 %	1,7 %	0,0 %

Pastabos:

mėlynas šriftas – reikšmingai aukštesni rodikliai, palyginti su vidutiniais; pilko fono langeliai – reikšmingai žemesni rodikliai.

Kai kurias galimas nesinaudojimo VAVB paslaugomis priežastis (kaip siūlomus atsakymo variantus) apklaustieji rinkosi labai retai. Šie atsakymų variantai galėjo būti retai pasirenkami dėl dviejų pagrindinių priežasčių: arba nesilankantiesiems bibliotekoje sunku įvertinti tokius bibliotekos veiklos aspektus, arba VAVB neturi jokių problemų dėl šių veiklos aspektų.

Iš rečiausiai paminėtų nesilankymo priežasčių galima išskirti šias:

- Nepakankamas darbuotojų žinių lygis, konsultavimo kokybė (0 proc., niekas nesirinko šio atsakymo).
- Netenkina knygų / leidinių pasirinkimas šioje bibliotekoje (0 proc., niekas nesirinko šio atsakymo).
- Nepatinka šios bibliotekos aplinka, interjeras, patalpos, atmosfera (0,2 proc.).
- Netenkina šios bibliotekos paslaugų asortimentas (0,5 proc.).
- Prastas, nemalonus, nedėmesingas aptarnavimas (0,5 proc.).
- Šioje bibliotekoje nėra organizuojama įdomių renginių (0,5 proc.).
- Per aukštos mokamų bibliotekos paslaugų kainos (0,6 proc.).
- Ši biblioteka man atrodo nemoderni, senoviška (0,7 proc.).
- Nepatogus susisiekimas: viešuoju transportu, dviračiu ir kt. (0,8 proc.).

Pagrindinės išvados

- ***VAVB nežinojimas yra ryškiausia priežastis, kodėl nesinaudojama šios bibliotekos paslaugomis.*** Bibliotekos nežinojimą, nepakankamą informuotumą apie biblioteką galime laikyti pirmine ir pagrindine nesinaudojimo VAVB ir bet kurios kitos bibliotekos paslaugomis priežastimi. Net 61,4 proc. iš tų diplomuotų specialistų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, kurie nesinaudoja VAVB paslaugomis, tiesiog nežino šios bibliotekos (žr. [7 grafiką](#); Alytaus mieste – net 80,7 proc., žr. [5 lentelę](#)).
- Kitos pagrindinės priežastys, kodėl nesinaudojama VAVB paslaugomis, daugeliu atvejų yra ***susijusios su bibliotekos paslaugų logistika***: nepatogi vieta; toli; gyvenu ne Vilniuje; nėra nuotolinių paslaugų, todėl nematau galimybių naudotis bibliotekos paslaugomis; arba apskritai nieko nežinau apie nuotolines paslaugas. Šie tyrimo rezultatai patvirtina, kad viena iš prioritetinių VAVB veiklos krypčių – ***vystyti nuotolines paslaugas ir didinti jų žinomumą***.

3.3 Pagrindinės naudojimosi bibliotekos paslaugomis priežastys

Populiariausia Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos teikiama paslauga – ***knygų / leidinių skolinimas į namus***: net 66,2 proc. bibliotekos paslaugų naudotojų nurodė, kad bent kartais naudojami šia paslauga (žr. [8 grafiką](#)). Šia paslauga naudojama gerokai dažniau nei kitomis A. Mickevičiaus bibliotekos paslaugomis. Taip pat pažymėtina, kad šią paslaugą galima laikyti tam tikru išskirtiniu VAVB bibliotekos bruožu: anaipol ne visos bibliotekos Vilniaus mieste leidžia išsinešti knygų / leidinių namo. Dėl šių priežasčių galima tvirtinti, kad knygų / leidinių skolinimas į namus gali būti laikomas ***viena iš centrinių, ašinių VAVB paslaugų***.

Šiai paslaugai galėtų būti skiriamas centrinis vaidmuo, vykdant VAVB komunikaciją, taip pat vystant ir plėtojant bibliotekos paslaugas:

- a. išskirtinis dėmesys galėtų būti skiriamas tam, kad ši paslauga taptų kuo patogesnė ir paprastesnė (kad knyga / leidinį būtų galima pasiimti kuo paprasčiau, kuo greičiau; kad būtų kuo patogesnis paslaugos suteikimo procesas, kuo mažiau „biurokratijos“);
- b. daug dėmesio galėtų būti skiriama analogiškų paslaugų plėtrai, suteikiant galimybę skolintis į namus ne tik knygų / leidinių, bet ir garso bei vaizdo įrašų, muzikos, filmų;
- c. leidiniai, knygos, garso ir vaizdo įrašai galėtų būti skolinami ne tik fiziškai, bet ir virtualiai / nuotoliniu būdu;
- d. kt.

Ši sėkmingiausia VAVB paslauga galėtų tapti tolesnės paslaugų plėtros ir komunikacijos ašimi.

Kitos populiariausios VAVB paslaugos, kurių teikimo procesams (jų tobulinimui, paprastinimui), fizinei ir virtualiai šių paslaugų aplinkai bei visų patobulinimų komunikavimui galėtų būti skiriamas išskirtinis dėmesys:

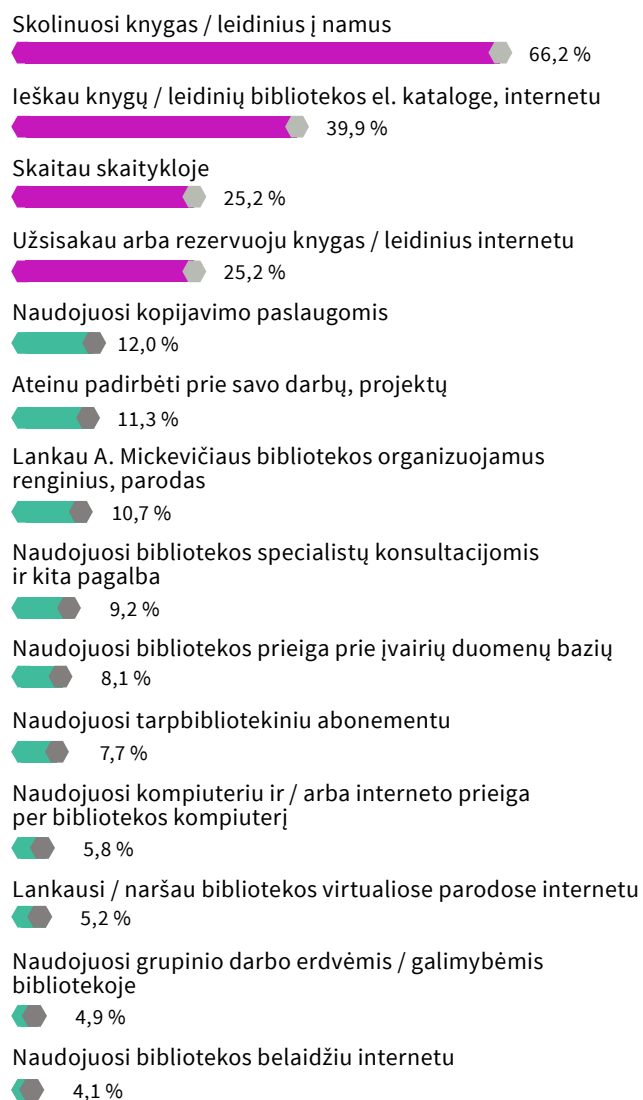
- leškau knygų / leidinių bibliotekos elektroniniame kataloge, internetu (39,9 proc. bent kartais VAVB paslaugomis besinaudojančių tikslinės grupės atstovų, žr. 8 grafiką).
- Skaitau skaitykloje (25,2 proc.).
- Užsisakau arba rezervuoju knygas / leidinius internetu (25,2 proc.).

„Kuriais A. Mickevičiaus bibliotekos paslaugomis naudojate?“

Dažniausi atsakymai (proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, kurie naudojami VAVB paslaugomis, n=188)

Pastabos:

violeline spalva išskirtos ryškiausios tendencijos.



Remiantis atliktu tyrimu, diplomuotų specialistų tikslinei grupei priklausantys VAVB paslaugų vartotojai **rečiausiai naudojami šiomis bibliotekos paslaugomis** (minimos paslaugos gali būti laikomos mažiausiai svarbiomis arba jos nėra pasiekusios vartotojus tenkinančio lygio; kai kurios iš jų šiuo metu gali būti ir neteikiamos arba teikiamos tik ribotai; tačiau jos buvo pasiūlytos respondentams kaip teoriškai galimi atsakymų variantai ir dalis respondentų šiuos atsakymus pasirinko):

- Dalyvauju bibliotekos skaitytojų klube (0,7 proc. bent kartais VAVB paslaugomis besinaudojančių tikslinės grupės atstovų, žr. [8 grafiką](#)). Skaitytojų klubas VAVB iš tiesų veikia, o žemas naudojimosi paslauga rodiklis rodo, kad vertėtų paieškoti galimybių didinti klubo veiklos gyvybingumą ir patrauklumą bibliotekos paslaugų vartotojams.
- Naudojuosi bibliografijos sąrašų sudarymo paslauga pagal individualią užklausą (1,5 proc.).
- Naudojuosi garso ir vaizdo įrašais bibliotekoje (1,9 proc.).
- Dalyvauju arba esu dalyvavęs kompiuterinio raštingumo mokymuose (2,4 proc.).
- Naudojuosi galimybe įsirašyti informaciją į elektronines laikmenas (2,4 proc.).

[9 grafike](#) rodoma, kokios VAVB paslaugų savybės diplomuotų specialistų tikslinės grupės atstovams yra patraukliausios; kokios yra pagrindinės naudojimosi paslaugomis priežastys.

Bibliotekos paslaugų vartotojams patraukliausios ir svarbiausios VAVB savybės yra šios:

- Patogi vieta (nurodė 40,0 proc. besinaudojančių VAVB paslaugomis diplomuotų specialistų, žr. [9 grafiką](#)) ir patogus susisiekimas – viešuoju transportu, dviračiu, kt. (26,5 proc.; labiau šią savybę akcentavo moterys [31 proc.] nei vyrai [18,4 proc.], nors skirtumai neviršija statistinių paklaidų).
- Mane tenkina knygų / leidinių pasirinkimas šioje bibliotekoje (35,3 proc.).

- Man patinka, kad tai sena biblioteka, esanti senamiestyje, sename name, t. t. (30,3 proc.; kiek labiau ši savybė buvo akcentuota tarp moterų [34,5 proc.], nei tarp vyrų [22,6 proc.], nors skirtumai neviršija statistinių paklaidų).
- Tai žinoma, seną gerą vardą turinti biblioteka (25,9 proc.; šią savybę labiau akcentavo moterys [33 proc.] nei vyrai [13,1 proc.]).
- Geras, malonus, dėmesingas aptarnavimas (24,6 proc.).

Išvardintoms savybėms, kurias labiausiai vertina VAVB paslaugų vartotojai, **didžiausias dėmesys galėtų būti skiriamas bibliotekos paslaugų viešinimo srityje** – siekiant pritraukti naujų paslaugų vartotojų ir išlaikyti esamus. Iš šių svarbiausių savybių labiausiai išskirti derėtų:

- a. **bibliotekos vietos privalumus** (nes juos labiausiai akcentavo apklaustieji, ypač moterys, ir net keliais atžvilgiais: tiesiog patogi vieta; žavi ir patraukli vieta, nes senamiestyje; patogus susisiekimas viešuoju transportu ir kt.) ir
- b. **knygų / leidinių pasirinkimą** (nes tai antra apklaustiesiems svarbiausia savybė; taip pat ji yra logiškai susijusi su centrine, pačia patraukliausia, labiausiai viešintina VAVB paslauga – knygų / leidinių skolinimu, žr. [8 grafiką](#)).

Bibliotekos vietos privalumai, suprantama, pirmiausia yra komunikotini Vilniuje gyvenantiems tikslinės grupės atstovams. Kalbant apie potencialius paslaugų vartotojus, gyvenančius tolimesnėse savivaldybėse, svarbiausias yra nuotolinių paslaugų vystymas ir viešinimas (žr. [3.5. skyrių](#)). Pažymėtina, kad vykdant komunikaciją svarbu yra ne tik fokusuotis į svarbiausias ir patraukliausias VAVB ypatybes, bet ir **realiai šias svarbiausias bibliotekos savybes toliau plėtoti**: pavyzdžiui, plėsti knygų / leidinių pasirinkimą; ne tik knygų / leidinių, bet ir garso bei videomedžiagos pasiūlą; plėsti knygų / leidinių ir kitos medžiagos pasirinkimą ne tik fiziniu, bet ir virtualiu / nuotoliniu būdu; skirti dėmesio aptarnavimo standartų vystymui ir tobulinimui; t. t.

1 DALIS, 9 GRAFIKAS

Pastabos:

violetinė spalva išskirtos ryškiausios tendencijos.

„Kaip manote, dėl kokių pagrindinių priežasčių Jūs naudojate A. Mickevičiaus bibliotekos paslaugomis?“

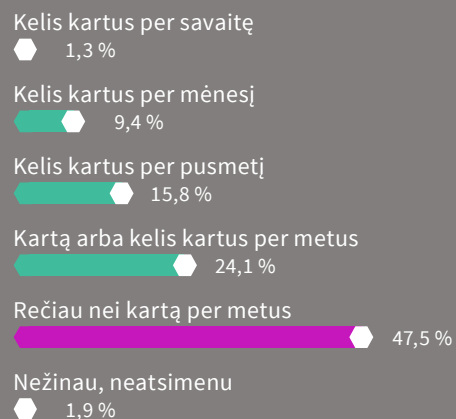
Dažniausi atsakymai (proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, kurie naudojami VAVB paslaugomis, n=188)



10 GRAFIKAS

„Nurodėte, kad naudojate Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos paslaugomis. Kaip dažnai?“

(proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, kurie naudojami VAVB paslaugomis, n=188)



Paslaugų vartotojai kaip patraukliausias bibliotekos savybes, svarbiausias naudojimosi paslaugomis priežastis rečiausiai akcentavo šias VAVB savybes (tai gali reikšti, kad, vartotojų nuomone, šių savybių, galimų privalumų VAVB neturi):

- Patogios automobilio parkavimo galimybės (kaip lankymosi priežastį nurodė 1,9 proc. bibliotekoje besilankančių diplomuotų specialistų, žr. [9 grafiką](#)).
- Patrauklios / patogios bibliotekos nuotolinės paslaugos, kuriomis galima naudotis per atstumą (3,0 proc.).

Pažymėtina, kad iš visų apklaustų diplomuotų specialistų, kurie tvirtina kartais besinaudojantys VAVB paslaugomis, maždaug pusė **pasinaudoja paslaugomis rečiau nei kartą per metus** (47,5 proc., žr. [10 grafiką](#)). Tik 26,5 proc. galima laikyti gana aktyviais VAVB paslaugų vartotojais, pasinaudojančiais paslaugomis ne rečiau nei kelis kartus per pusmetį (iš jų 15,8 proc. – kelis kartus per pusmetį, 9,4 proc. – kelis kartus per mėnesį, 1,3 proc. – kelis kartus per savaitę). Vertinant tai, kad VAVB paslaugomis bent kartais naudojasi 29,7 proc. Vilniaus ir Alytaus apskričių diplomuotų specialistų (žr. [6 grafiką](#)), o tarp besinaudojančiųjų paslaugomis aktyviais vartotojais laikytini tik 26,5 proc. (žr. [10 grafiką](#)), galima daryti išvadą, kad **bendroje tikslinių vartotojų populiacijoje yra 7,9 proc. gana aktyvių VAVB paslaugų vartotojų**. Šie skaičiai aiškiai rodo, kad šiuo metu svarbūs, prioritetiniais laikytini VAVB uždaviniai – pritraukti naujų vartotojų (ypač Alytaus apskrityje) ir didinti naudojimosi paslaugomis dažnumą.

Tyrimas leidžia manyti, kad VAVB lankymo dažnumą labiausiai galėtų pagerinti du pokyčiai, susiję su bibliotekos darbo laiku:

- **Bibliotekos darbas savaitgaliais** (šeštadieniais): kaip galimą dažnesnio lankymosi priežastį nurodė 22,2 proc. VAVB žinančių diplomuotų specialistų, žr. [11 grafiką](#)); pažymėtina, kad net 17,9 proc. nesinaudojančiųjų bibliotekos paslaugomis mano, jog tai galėtų paskatinti juos pradėti naudotis VAVB paslaugomis (žr. [6 lentelę](#)).

- **Ilgesnis darbo laikas darbo dienomis**, kad būtų galima lankytis ir vakare, po darbo: kaip galimą dažnesnio lankymosi priežastį nurodė 18,8 proc. VAVB žinančių diplomuotų specialistų); 14,7 proc. nesinaudojančiųjų bibliotekos paslaugomis mano, kad tai galėtų paskatinti juos pradėti naudotis jos paslaugomis.

Aptarti bibliotekos darbo laiko pokyčiai galėtų labai greitai pagerinti VAVB lankymo dažnumą, tačiau **tyrimas išryškina ir kitus svarbius veiksnius, kurie galėtų paskatinti tikslinės grupės atstovus** dažniau naudotis bibliotekos paslaugomis arba pradėti jomis naudotis; iš šių veiksnių svarbiausi, dažniausiai apklaustųjų minėti, yra tokie:

- **Didesnis, patrauklesnis knygų / leidinių pasirinkimas**: kaip galimą dažnesnio naudojimosi paslaugomis priežastį nurodė 16,4 proc. VAVB žinančių diplomuotų specialistų (žr. [11 grafiką](#)). Tarp besinaudojančiųjų bibliotekos paslaugomis šis rodiklis yra dar aukštesnis – 25,2 proc. (žr. [6 lentelę](#)). Šis rodiklis koreliuoja su tyrimu nustatytu faktu, kad geras knygų ir leidinių pasirinkimas – viena iš dviejų svarbiausių lankymosi VAVB priežasčių (žr. [9 grafiką](#)): tinkamas knygų / leidinių pasirinkimas motyvuoja žmones lankytis bibliotekoje, o dar didesnis pasirinkimas paskatintų lankytis dar dažniau. Pažymėtina, kad tarp nesinaudojančiųjų VAVB paslaugomis didesnis knygų / leidinių pasirinkimas yra gana menkas motyvas pradėti naudotis šiomis paslaugomis (tik 6,8 proc.; žr. [6 lentelę](#)).
- **Patogesnės automobilio parkavimo galimybės**: pavyzdžiui, patogi aikštelė netoli bibliotekos, – nurodė 16,0 proc. VAVB žinančių diplomuotų specialistų ir 14,0 proc. nesinaudojančiųjų bibliotekos paslaugomis. Turint galvoje bibliotekos lokacijos Vilniaus senamiestyje ypatumus, šis veiksnys yra sunkiai kontroliuojamas. Tačiau bent dalinai jis galėtų būti valdomas komunikacijos priemonėmis: informuojant bibliotekos lankytojus, kuriose aplinkinėse netolimosiose vietose / teritorijose / aikštelėse jie galėtų patogiai ir nebrangiai palikti automobilį, kaip iš tų vietų patogiai ne automobiliu pasiekti biblioteką; kaip patogiai biblioteką pasiekti viešuoju transportu; t. t.

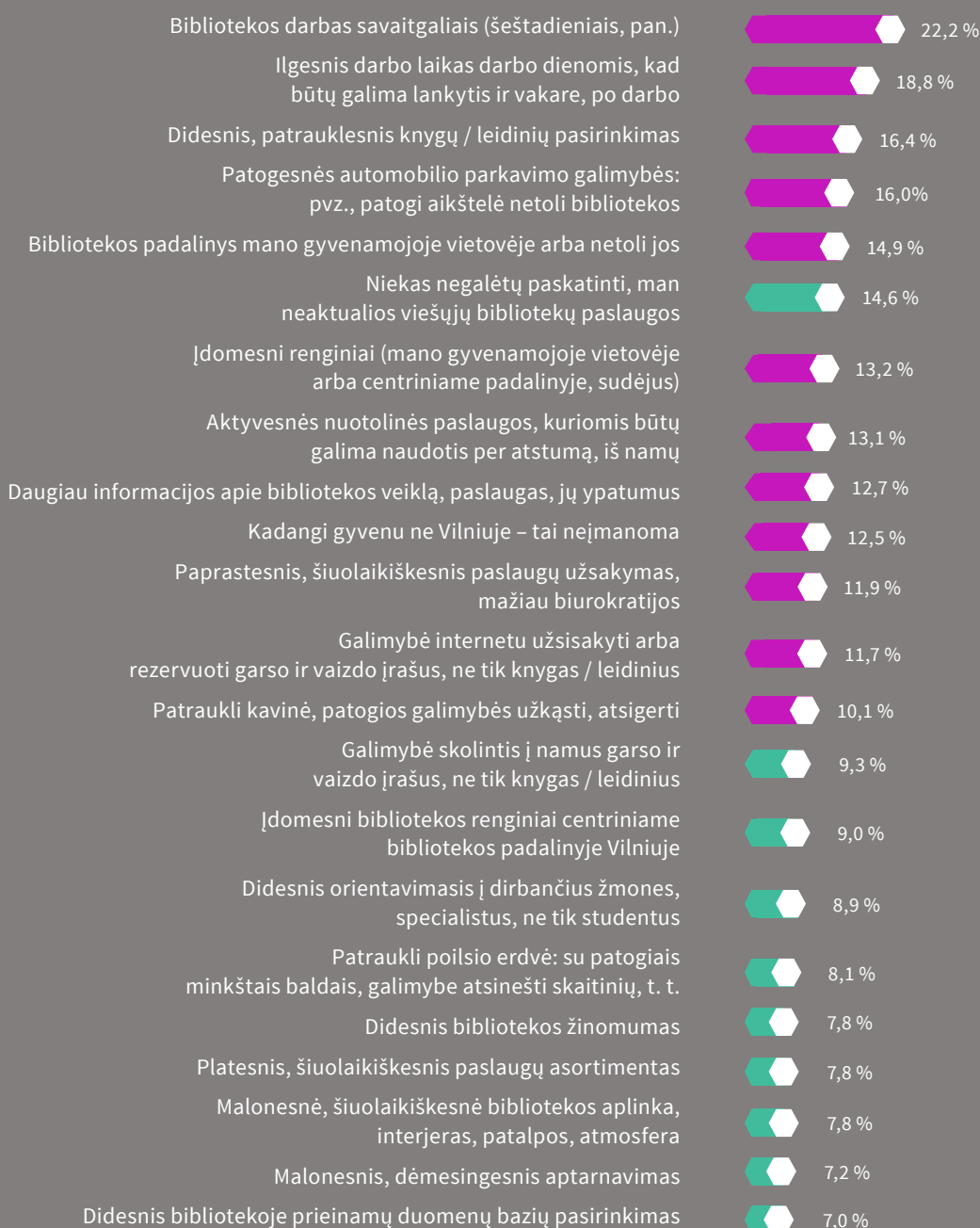
I DALIS, 11 GRAFIKAS

Pastabos:

violetinė spalva išskirtos ryškiausios tendencijos.

„Kaip manote, kas galėtų paskatinti Jus pradėti naudotis A. Mickevičiaus bibliotekos paslaugomis arba naudotis jomis dažniau?“

Dažniausi atsakymai (proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, kurie žino VAVB, n=408)



I DALIS,

6 LENTELE

Skirtumai pagal socialines demografines grupes

„Kaip manote, kas galėtų paskatinti Jus pradėti naudotis A. Mickevičiaus bibliotekos paslaugomis arba naudotis jomis dažniau?“

Proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, kurie žino VAVB

	Visi (Vilniaus ir Alytaus apskritys), n=408	Vilniaus apskritis, n=306	Alytaus apskritis, n=102	Vilniaus apskritis be Vilniaus miesto, n=69	Vyrai, n=170	Moterys, n=238	Naudojasi Mickevičiaus biblioteka, n=188	Nesinaudoja Mickevičiaus biblioteka, n=220
Bibliotekos darbas savaitgaliais (šeštadieniais, pan.)	22,2 %	24,2 %	3,9 %	15,9 %	17,6 %	25,4%	26,2 %	17,9 %
Ilgesnis darbo laikas darbo dienomis, kad būtų galima lankytis ir vakare	18,8 %	20,3 %	4,9 %	10,1 %	14,4 %	21,8%	22,6 %	14,7 %
Didesnis, patrauklesnis knygų / leidinių pasirinkimas	16,4 %	17,6 %	4,9 %	8,7 %	12,4 %	19,1%	25,2 %	6,8 %
Patogesnės automobilio parkavimo galimybės: pvz., patogiai aikštelė netoli bibliotekos	16,0 %	17,3 %	3,9 %	15,9 %	17,1 %	15,3%	17,9 %	14,0 %
Bibliotekos padalinys mano gyvenamojoje vietovėje arba netoli jos	14,9 %	15,4 %	10,8 %	14,5 %	9,7 %	18,4%	11,7 %	18,5 %
Niekas negalėtų paskatinti, man neaktualios viešųjų bibliotekų paslaugos	14,6 %	13,1 %	29,4 %	10,1 %	20,0 %	11,0%	7,3 %	22,6 %
Įdomesni renginiai (mano gyvenamojoje vietovėje arba centriniame padalinyje, sudėjus)	13,2 %	14,1 %	4,9 %	11,6 %	14,4 %	12,4%	11,1 %	15,5 %
Aktyvesnės nuotolinės paslaugos, kuriomis būtų galima naudotis per atstumą, iš namų	13,1 %	13,7 %	6,9 %	10,1 %	15,6 %	11,3%	13,0 %	13,2 %
Daugiau informacijos apie bibliotekos veiklą, paslaugas, jų ypatumus	12,7 %	13,7 %	2,9 %	10,1 %	16,3 %	10,2%	13,7 %	11,6 %
Kadangi gyvenu ne Vilniuje – tai neįmanoma	12,5 %	8,8 %	47,1 %	39,1 %	9,8 %	14,3%	7,5 %	18,0 %
Paprastesnis, šiuolaikiškesnis paslaugų užsakymas, mažiau biurokratijos	11,9 %	13,1 %	1,0 %	11,6 %	8,1 %	14,5%	13,7 %	9,9 %
Galimybė internetu užsisakyti arba rezervuoti garso ir vaizdo įrašus, ne tik knygas / leidinius	11,7 %	12,4 %	4,9 %	8,7 %	9,3 %	13,4%	11,5 %	11,9 %
Patraukli kavinė, patogios galimybės užkąsti, atsigerti	10,1 %	11,1 %	1,0 %	5,8 %	6,1 %	12,9%	14,9 %	5,0 %

Pastabos:

mėlynas šriftas – reikšmingai aukštesni rodikliai, palyginti su vidutiniais; pilko fono langeliai – reikšmingai žemesni rodikliai.

Galėtų būti vystoma ir ir techninė infrastruktūra, reikalinga žmonėms, atvykstantiems į biblioteką dviračiais; šis ir kiti alternatyvūs (automobiliui) atvykimo būdai galėtų būti skatinami, populiarinami.

- **Bibliotekos padalinys mano gyvenamojoje vietovėje arba netoli jos:** nurodė 14,9 proc. VAVB žinančių diplomuotų specialistų, 10,8 proc. Alytaus apskrities gyventojų, 15,6 proc. Vilniaus gyventojų, 13,3 proc. ne Vilniaus gyventojų, net 18,5 proc. nesinaudojančiųjų bibliotekos paslaugomis. Visiems norisi bibliotekos padalinio kuo arčiau. Turint galvoje, kad tankus padalinių tinklas yra išskirtinis miestų ir rajonų savivaldybių bibliotekų bruožas, VAVB atveju šis veiksnys taip pat priskirtinas prie sunkiai kontroliuojamų. Pagrindinis galimas šios problemos sprendimo būdas – vystyti progresyvias nuotoline paslaugas.
- **Įdomesni renginiai (mano gyvenamojoje vietovėje arba centriniame padalinyje):** nurodė 13,2 proc. VAVB žinančių diplomuotų specialistų, pirmiausia Vilniaus apskrities gyventojai (14,1 proc.; Alytaus apskrityje tik 4,9 proc. tai įsivaizduoja kaip realią ir patrauklią VAVB nuotolinės veiklos galimybę). 15,5 proc. nesinaudojančiųjų bibliotekos paslaugomis mano, kad tai galėtų paskatinti pradėti jomis naudotis.
- **Daugiau nuotolinių paslaugų,** kuriomis būtų galima naudotis per atstumą, iš namų: nurodė 13,1 proc. VAVB žinančių diplomuotų specialistų. Pažymėtina, kad tai pirmiausia Vilniaus miesto gyventojai (14,8 proc.) ir Vilniaus apskrities gyventojai (13,7 proc.); o Alytaus apskrityje, kur nuotolinės paslaugos būtų aktualiausios, tik 6,9 proc. įsivaizduoja tai kaip realią ir patrauklią VAVB veiklos galimybę. Pastaroji tendencija sietina su faktu, kad žmonės Alytaus apskrityje neturi realaus pozityvaus aktyvių nuotolinių bibliotekos paslaugų pavyzdžio, kurį galėtų teigiamai vertinti. Nuotolinių paslaugų vystymą ir populiarinimą čia ir kitur tyrimo pristatyme akcentuojame kaip vieną iš pagrindinių būdų aktyvinti VAVB veiklą Alytaus apskrityje, Vilniaus apskrityje už Vilniaus miesto ribų ir pačiame Vilniuje. 13,2 proc. nesinaudojančiųjų VAVB paslaugomis mano, kad tai galėtų paskatinti pradėti jomis naudotis.
- **Daugiau informacijos apie bibliotekos veiklą, paslaugas, jų ypatumus:** nurodė 12,7 proc. VAVB žinančių diplomuotų specialistų; 11,6 proc. nesinaudojančiųjų bibliotekos paslaugomis mano, kad tai galėtų paskatinti pradėti jomis naudotis. Šie tyrimo rodikliai rodo bibliotekos komunikacinės veiklos svarbą.
- **Paprastesnis, šiuolaikiškesnis paslaugų užsakymas, mažiau biurokratijos:** nurodė 11,9 proc. VAVB žinančių diplomuotų specialistų; 9,9 proc. nesinaudojančiųjų bibliotekos paslaugomis mano, kad tai galėtų paskatinti pradėti jomis naudotis. Šiam probleminiam laukui būtų galima priskirti ir užsiregistravimo bibliotekoje, tapimo registruotu bibliotekos vartotoju paprastumą. Sektiniais laikytini tie realūs pasauliniai pavyzdžiai, kai bibliotekos lankytojo kortelę galima gauti per 10 minučių po pasiteiravimo. Galėtų būti ieškoma ir įvairių kitų bibliotekos lankytojų aptarnavimo proceso supaprastinimo galimybių.
- **Galimybė internetu užsisakyti arba rezervuoti garso ir vaizdo įrašus, ne tik knygas / leidinius:** nurodė 11,7 proc. VAVB žinančių diplomuotų specialistų; 11,9 proc. nesinaudojančiųjų bibliotekos paslaugomis mano, kad tai galėtų paskatinti pradėti jomis naudotis.
- **Patraukli kavinė, patogios galimybės užkąsti, atsigerti:** nurodė 10,1 proc. VAVB žinančių diplomuotų specialistų, 14,9 proc. bibliotekos paslaugomis besinaudojančių tikslinės grupės atstovų; kaip galimą motyvą šį veiksnių nurodė tik 5 proc. nesinaudojančiųjų paslaugomis; kiek svarbesnis šis veiksnys yra moterims (12,9 proc.) nei vyrams (6,1 proc.), taip pat asmenims, gaunantiems aukščiausias pajamas (600 Eur ir daugiau vienam namų ūkio nariui; 14,7 proc.).
- **Galimybė skolintis į namus garso ir vaizdo įrašus, ne tik knygas / leidinius:** nurodė 9,3 proc. VAVB žinančių diplomuotų specialistų; 9,3 proc. nesinaudojančiųjų bibliotekos paslaugomis mano, kad tai galėtų paskatinti pradėti jomis naudotis.
- Pažymėtina, kad **Alytaus apskrityje daugelis aptartų veiksmų vertinti gerokai skeptiškiau** nei Vilniaus

apskrityje. Net 47,1 proc. apklaustų diplomuotų specialistų Alytaus apskrityje mano, kad dažniau naudotis VAVB paslaugomis arba pradėti jomis naudotis jiems yra neįmanoma, nes jie gyvena ne Vilniuje (žr. [6 lentelę](#)). Nemažai tokių ir Vilniaus apskrityje už Vilniaus miesto – 39,1 procento. Šie rodikliai aktualizuoja nuotolinių paslaugų plėtrą ir jų populiarinimą.

Pagrindinės išvados

- 66,2 proc. VAVB paslaugų vartotojų nurodė, kad bent kartais skolinasi knygų / leidinių į namus (žr. [8 grafiką](#)). **Knygų / leidinių skolinimą į namus būtų galima laikyti viena iš centrinių, ašinių VAVB paslaugų.** Šiai paslaugai galėtų būti teikiama prioritetinga svarba viešinant, vystant ir plėtojant VAVB veiklą:
 - a. paslaugos procesas galėtų tapti patogesnis ir paprastesnis;
 - b. galėtų būti skiriama dėmesio analogiškų paslaugų plėtrai: garso ir vaizdo įrašų, muzikos, filmų skolinimui;
 - c. fizinį skolinimą galėtų nuosekliai pratęsti virtualus / nuotolinis skolinimas;
 - d. kita.

Pati sėkmingiausia VAVB paslauga galėtų tapti tolesnės paslaugų plėtros ir komunikacijos ašimi.

- Viešinant bibliotekos paslaugas, siekiant pritraukti naujų ir išlaikyti esamus bibliotekos paslaugų vartotojus, daugiausia dėmesio galėtų būti skiriama toms savybėms, kurias VAVB lankytojai vertina pozityviausiai (žr. [9 grafiką](#)). Iš kelių vartotojams svarbiausių savybių labiausiai išskirti derėtų:
 - a. **bibliotekos vietos privalumus** (nes juos labiausiai akcentavo apklaustieji, ypač moterys, ir net keliais atžvilgiais: tiesiog patogi vieta; žavi ir patraukli vieta, nes senamiestyje; patogus susisiekimas viešuoju transportu ir kt.) ir

- b. **knygų / leidinių pasirinkimą** (nes tai antra labiausiai akcentuota pozityvi bibliotekos savybė; taip pat ji yra logiškai susijusi su patraukliausia, labiausiai viešintina VAVB paslauga – knygų / leidinių skolinimu).

Svarbu ne tik viešinti gerą leidinių pasirinkimą, bet ir įvairiais būdais realiai jį plėtoti.

- Iš visų apklaustų diplomuotų specialistų, kurie tvirtina kartais besinaudojantys VAVB paslaugomis, maždaug pusė **naudojasi paslaugomis rečiau nei kartą per metus** (47,5 proc., žr. [10 grafiką](#)). Tik 26,5 proc. galima laikyti gana aktyviais VAVB paslaugų vartotojais, besinaudojančiais paslaugomis ne rečiau nei kelis kartus per pusmetį (skaičiuojant nuo visos tikslinės grupės – 7,9 proc.). Tyrimas leidžia manyti, kad VAVB **lankymo dažnumą labiausiai galėtų pagerinti du pokyčiai, susiję su bibliotekos darbo laiku:**
 - a. bibliotekos darbas savaitgaliais (šeštadieniais): nurodė 22,2 proc. žinančiųjų biblioteką (žr. [11 grafiką](#));
 - b. ilgesnis darbo laikas darbo dienomis, kad būtų galima lankytis ir vakare, po darbo, – nurodė 18,8 proc. žinančiųjų biblioteką.

Pozityvaus rezultato galima būtų tikėtis ir iš kai kurių kitų skyriuje aptartų veiklos vystymo krypčių: pasirinkimo turinio ir formų plėtros (virtualus skolinimas, t. t.), nuotolinių paslaugų vystymo, įdomesnių renginių, aktyvesnio informavimo, t. t. Nuotolinių paslaugų vystymas laikytinas svarbiausia priemone, siekiant pritraukti tolimesnių savivaldybių, ne Vilniaus, gyventojų.

3.4. Patraukliausios nuotolinės bibliotekų paslaugos

Tyrimo respondentams įvertinti buvo pasiūlyta įvairių viešosios bibliotekos nuotolinių paslaugų variantų ir klausta, ar jiems būtų patrauklu tokiomis paslaugomis naudotis. Bendri tyrimo rezultatai rodo, kad **diplomuoti**

specialistai gana pozityviai vertina daugelį galimų nuotolinių paslaugų: didelė dalis nuotolinių paslaugų surinko ne mažesnę nei 20 proc. palankaus vertinimo rodiklį (žr. [12 grafiką](#)), grupelė paslaugų surinko didesnę nei 30 proc. ar net 40 proc. rodiklį. Turėtina galvoje, kad tai tik teorinis žmonių pasvarstymas apie galimą tam tikrų nuotolinių paslaugų patrauklumą jiems asmeniškai. Šie pasvarstymai neužtikrina realios tokių paslaugų sėkmės (sėkmę lemtų patys įvairiausi veiksniai, susiję su paslaugų įgyvendinimu, komunikacija ir kt.). Tačiau palankūs įvertinimai leidžia patikimai manyti, kad *šių nuotolinių paslaugų aktyvus siūlymas tikslinėms grupėms tikrai galėtų sulaukti susidomėjimo.* Kritinė reikšmė, užtikrinant tokių paslaugų sėkmę, turėtų ne tik paslaugų įgyvendinimo lygis, bet ir sėkmingas bei aktyvus viešinimas. Kai kurios iš tikslinei grupei patraukliausių nuotolinių paslaugų *jau ir šiuo metu yra visiškai arba dalinai teikiamos VAVB.*

Didžiausią postūmį plėtotis šioms paslaugoms suteiktų aktyvesnis ir patrauklesnis jų viešinimas; kai kuriais atvejais – ir pačių paslaugų tobulinimas.

Prie tokių nuotolinių paslaugų galėtume priskirti šias:

- Galimybė ieškoti knygų / leidinių bibliotekos elektroniniame kataloge, internetu: net 53,5 proc. diplomuotų specialistų įvertino tai kaip patrauklią paslaugą (žr. [12 grafiką](#)). Aukštas patrauklumo rodiklis iš dalies gali būti siejamas su tuo, kad tai tiesiog yra įprasta, daugelio bibliotekų siūloma, žmonių jau išbandyta paslauga. Tačiau neatmestina prielaida, kad dalis tikslinės grupės atstovų (ypač tie, kurie nesinaudoja arba rečiau naudojami bibliotekų paslaugomis) gali ir nežinoti apie šią galimybę.

Todėl, viešinant bibliotekos veiklą, prasminga būtų nuolat, pastebimai priminti apie šią svarbią paslaugą / techninę galimybę. Naršymas elektroniniame kataloge galėtų būti suvokiamas kaip pirmas žingsnis galimoje žingsnių sekoje, kuri paverstų bibliotekos paslaugų nevirtotoją susidomėjusiu vartotoju. Elektroninis katalogas – tai ne tik svarbi priemonė aktyviems bibliotekos paslaugų vartotojams, bet ir galima smalsumo / susidomėjimo kurstymo bei priviliojimo priemonė tiems, kurie kol kas bibliotekos paslaugomis nesinaudoja.

- Galimybė iš anksto *internetu užsisakyti arba rezervuoti knygas / leidinius, garso ir vaizdo įrašus*, vėliau juos pasiimti bibliotekoje: net 48,2 proc. įvertino tai kaip patrauklią paslaugą. VAVB iš dalies šią paslaugą jau realizuoja: nuo 2016 m. kovo 1 d. galima internetu rezervuoti tam tikrą dalį knygų / leidinių. Paslauga galėtų būti toliau plėtojama, plečiant rezervuojamos medžiagos apimtį ir pobūdį – papildant garso ir vaizdo įrašais, filmais, kt. Taip pat svarbu populiarinti šią paslaugą, ją viešinant.
- Internetu suteikiama *prieiga prie įvairių duomenų bazių*: straipsnių, žurnalų, t. t.; kad tai būtų pasiekama iš namų: net 41,2 proc. diplomuotų specialistų įvertino tai kaip patrauklią paslaugą. Gana aukštas rodiklis gali reikšti, kad ši bibliotekos paslaugų vartotojams jau siūloma paslauga nėra pakankamai rezultatyviai išnaudojama; paslaugos potencialas galbūt yra didesnis nei esamas naudojimosi ja lygis (naudojasi tik 8,1 proc. bibliotekos paslaugų vartotojų, žr. [8 grafiką](#)).

Svarstytinios tokios šios paslaugos plėtos galimybės:

- a. nuolatinis duomenų bazių plėtimas, labai atidžiai ir nuolat stebint tikslinės grupės interesus, profesinius ir kitus poreikius; derinantį prie žmonių realių poreikių;
 - b. šviečiamoji veikla: informacija apie galimą tam tikrų duomenų bazių naudą viešinama konkrečioms tikslinėms profesinėms grupėms, interesų grupėms; biblioteka turėtų pati parodyti, kokią naudą (arba intelektualinę pramogą) teikia jos siūlomos duomenų bazės;
 - c. bendras šios paslaugos populiarinimas, nuolatinis paslaugos priminimas viešinant.
- *Kraštotyros duomenų bazės*: lankytinos vietos, žinomi asmenys, turizmo informacija, t. t. – 28,1 proc. diplomuotų specialistų įvertino tai kaip patrauklią galimybę. VAVB tokią paslaugą jau yra pasiūlusi – sukurtas portalas vilnijosvartai.lt. Gana aukštas potencialaus patrauklumo rodiklis rodo, kad sprendimas pasiūlyti paslaugų vartotojams tokį portalą yra prasmingas ir sveikintinas.

I DALIS, 12 GRAFIKAS

Pastabos:

violetinė spalva išskirtos ryškiausios tendencijos.

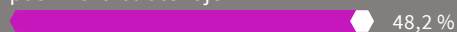
„Nuotolinėmis vadinamos tokios bibliotekų paslaugos, kuriomis galima naudotis per atstumą, iš namų, gyvenant toli nuo bibliotekos, kitame mieste, t. t. Kaip manote, kuriomis viešųjų bibliotekų nuotolinėmis paslaugomis Jums būtų patrauklu naudotis?“

Dažniausi atsakymai (proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, n=800)

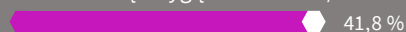
Galimybė ieškoti knygų / leidinių bibliotekos elektroniniame kataloge, internetu



Galimybė iš anksto internetu užsisakyti arba rezervuoti knygas / leidinius, garso ir vaizdo įrašus, vėliau juos pasiimti bibliotekoje



Elektroninių knygų skolinimas / nuoma internetu



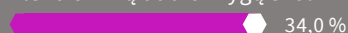
Internetu suteikiama prieiga prie įvairių duomenų bazių: straipsnių, žurnalų, t. t.; kad tai būtų pasiekama iš namų



Filmų, vaizdo įrašų skolinimas / nuoma internetu



Elektroninių audioknygų skolinimas / nuoma internetu



Virtualios kopijavimo paslaugos: nukopijuojama reikiama medžiaga ir atsiunčiama internetu



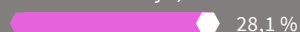
Fizinių, ne elektroninių, knygų atsiuntimas pagal užsakymą



Elektroninių skaityklių e-knygoms skaityti skolinimas / nuoma



Kraštotyros duomenų bazės: lankytinos vietos, žinomi asmenys, turizmo informacija, t. t.



Muzikos, garso įrašų skolinimas / nuoma internetu



Bibliotekos specialistų virtualios konsultacijos ir kita pagalba internetu



Virtualūs kompiuterinio raštingumo arba kiti mokymai



Bibliotekos virtualios parodos internetu



Bibliografijos sąrašų sudarymas ir atsiuntimas internetu pagal individualią užklausą



Įdomūs bibliotekos organizuojami renginiai mano gyvenamojoje vietovėje arba netoli jos



Įdomių bibliotekos renginių videotransliacijos internetu



Bibliotekos organizuojami virtualūs skaitytojų forumai, klubai



- Kita vertus, kol kas šį portalą žino palyginti nedidelė tikslinių vartotojų dalis – 7,7 proc. (žr. [3.6. skyrių](#)), o pasinaudojusiųjų šiuo portalu yra 4,7 procento.

Šie rodikliai leidžia teigti, kad portalą svarbu populiarinti, aktyviai ir rezultatyviai apie jį viešinant. Taip pat pažymėtina, kad tyrimo metu portalas buvo esmingai atnaujintas, todėl po metų būtų tikslinga iš naujo įvertinti pasiektus žinomumo, lankymo ir kitus portalo patrauklumo vartotojams rodiklius.

Kitas diplomuotiems specialistams patraukliausias nuotolines paslaugas galima laikyti galimomis inovacijomis: VAVB kaip ir dauguma kitų Lietuvos viešųjų bibliotekų kol kas tokias nuotolines paslaugas teikia labai ribotai, nors pasaulinėje praktikoje daugelis šių pažangių paslaugų jau yra įgyvendinamos. Vystant tokias paslaugas, galima remtis esamais pavyzdžiais: „Chicago public library“ (chipublib.org) ir kitais.

Prie tokių nuotolinių paslaugų priskirtinos šios:

- Elektroninių knygų skolinimas / nuoma internetu – net 41,8 proc. diplomuotų specialistų įvertino tai kaip patrauklią galimybę (žr. [12 grafiką](#)).
- Filmų, vaizdo įrašų skolinimas / nuoma internetu – 35,0 procentai.
- Elektroninių audioknygų skolinimas / nuoma internetu – 34,0 procentai.
- Virtualios kopijavimo paslaugos: nukopijuojama reikiama medžiaga ir atsiunčiama internetu – 32,3 procento.
- Fizinį, ne elektroninių, knygų atsiuntimas pagal užsakymą – 28,7 procento.
- Muzikos, garso įrašų skolinimas / nuoma internetu – 26,9 procento.

Šios tikslinei grupei patraukliausios galimos inovacijos daugiausia yra susijusios su įvairia nuoma internetu: elektroninių knygų ir skaityklių, filmų, audioknygų, muzikos. Kaip jau minėta, apskritai skolinimas gali būti laikomas centrine, vartotojams patraukliausia VAVB

paslauga (žr. [3.3. skyrių](#)). Virtualus skolinimas būtų natūralus patraukliausių bibliotekos paslaugų tęsinys.

Analizuojant atskirų socialinių grupių skirtumus (žr. [7 lentelę](#)), pažymėtina, kad beveik visos tirtos nuotolinės bibliotekų paslaugos atrodo mažiau patrauklios diplomuotiems specialistams, **neturintiems universitetinio išsilavinimo** (t. y. tikslinės grupės atstovams, turintiems aukštąjį neuniversitetinį arba buvusį aukštesnįjį išsilavinimą, kt.); nors ir šioje grupėje nuotolinių paslaugų patrauklumo rodikliai išlieka reikšmingi. Tai pati ryškiausia tendencija. Kitų socialinių grupių skirtumai yra nelabai žymūs:

- **Moterys** yra šiek tiek didesnės nuotolinių bibliotekos paslaugų (kaip ir daugelio kitų bibliotekos paslaugų) entuziastės negu vyrai, išskyrus kelias nuotolines paslaugas, kurias vyrai vertina palankiau nei moterys:
 - a. filmų, vaizdo įrašų skolinimą / nuomą internetu;
 - b. muzikos, garso įrašų skolinimą / nuomą internetu.
- Šiek tiek didesni nuotolinių paslaugų entuziastai yra **jaunesni asmenys** (iki 40 m. amžiaus); nors skirtumai tarp jų ir vyresnių diplomuotų specialistų nėra labai ryškūs.

Ryškių skirtumų tarp Vilniaus ir Alytaus apskrities – nėra.

Pagrindinės išvados

- **Bendri tyrimo rezultatai rodo, kad diplomuoti specialistai gana pozityviai vertina daugelį galimų nuotolinių paslaugų** (žr. [12 grafiką](#)). Tai reiškia, kad nuotolinių paslaugų aktyvus siūlymas tikslinėms grupėms tikrai galėtų sulaukti susidomėjimo. Kritinę reikšmę, užtikrinant tokių paslaugų sėkmę, turėtų ne tik paslaugų įgyvendinimo lygis, bet ir sėkminga bei aktyvi komunikacija.
- **Kai kurios iš tikslinei grupei patraukliausių nuotolinių paslaugų jau ir šiuo metu yra visiškai arba dalinai teikiamos VAVB**: elektroninis katalogas,

rezervacija internetu, internetinė prieiga prie duomenų bazių, kraštotyros duomenų bazė. Didžiausią postūmį plėtojant šias paslaugas suteiktų aktyvesnis ir patrauklesnis jų viešinimas; kai kuriais atvejais – ir pačių paslaugų tobulinimas.

- Kitas diplomuotiems specialistams patraukliausias nuotolines paslaugas galima laikyti galimomis **inovacijomis**: kol kas VAVB tokių nuotolinių paslaugų neteikia (arba teikia labai ribotai). Šios tikslinei grupei **patraukliausios galimos inovacijos daugiausia yra susijusios su įvairia nuoma internetu**: elektroninių knygų ir skaityklių, filmų, audioknygų, muzikos. Kaip jau minėta, bendrai skolinimas gali būti laikomas centrine, vartotojams patraukliausia VAVB paslauga (žr. 3.3. skyrių). Virtualus skolinimas būtų natūralus patraukliausių, ašinių bibliotekos paslaugų tęsinys.

3.5. Idealios bibliotekos savybės ir VAVB įvaizdis

Svarbus veiksnys, nuo kurio priklauso bibliotekos bendras patrauklumas tiksliniams vartotojams, bibliotekos paslaugų vartojimo lygis, o galiausiai ir apskritai bibliotekos misijos įgyvendinimas, yra **bibliotekos įvaizdis**: kokias savybes žmonės priskiria bibliotekai, remdamiesi savo patirtimi, vaizduote, gaunama informacija. Bibliotekai pravartu periodiškai tirti savo įvaizdį ir bandyti kontroliuoti šią svarbią veiklos dimensiją (pasitelkiant tyrimus, komunikaciją, vystant paslaugas).

Tiriant bibliotekos įvaizdį, pirmiausia svarbu identifikuoti bibliotekų vertinimo kriterijus, kurie tiksliniams vartotojams yra svarbiausi, vertinant ir renkantis biblioteką; svarbu įvertinti kiekvieno iš šių kriterijų santykinę svarbą. Tyrimas rodo, kad **svarbiausios viešųjų bibliotekų savybės**, kurioms prioritetinį dėmesį turėtų skirti visos viešosios bibliotekos Lietuvoje, yra šios:

- **Didelis ir patrauklus knygų / leidinių pasirinkimas** – 88,1 proc. svarbos balų (ryškiai lyderiaujanti savybė, žr. 13 grafiką; rodiklis apskaičiuotas pagal tokią formulę: vidutinis savybės svarbos vertinimas 10-balėje skalėje x proc. tų, kurie turėjo

nuomonę apie savybės įvertinimas ir kuo daugiau žmonių turėjo nuomonę apie atitinkamą savybę, tuo aukštesnis yra galutinis savybės svarbos balas; pavyzdžiui, leidinių pasirinkimo svarba įvertinta vidutiniškai 9,12 balo, o nuomonę apie šios savybės svarbą turėjo 96,6 proc. apklaustųjų). Gretinant su kitais tyrimo rodikliais, galima būtų prisiminti, kad tenkinantis knygų / leidinių pasirinkimas yra viena iš trijų pagrindinių priežasčių, kodėl VAVB paslaugų vartotojai renka šios bibliotekos paslaugas (žr. 3.3. skyriuje esantį 9 grafiką).

- **Malonus, dėmesingas aptarnavimas** – 83,1 proc.; pažymėtina, kad ši savybė yra viena iš septynių pagrindinių priežasčių, kodėl VAVB paslaugų vartotojai renka šios bibliotekos paslaugas.
- **Paprastas, šiuolaikiškas paslaugų užsakymas, mažai biurokratijos** – 82,9 proc.; ši savybė apima ir bibliotekos pažymėjimo gavimo greitį bei paprastumą.

Kitos svarbiausios savybės:

- Platus, šiuolaikiškas paslaugų asortimentas – 82,7 procento.
- Orientuojasi į dirbančius žmones, specialistus, ne tik studentus – 80,2 procento.
- Dirbančiam žmogui patogus bibliotekos darbo laikas: a) dirba pakankamai ilgai darbo dienomis, kad būtų galima lankytis ir vakare, po darbo (79,8 proc.); b) biblioteka dirba savaitgaliais (77,1 proc.). Abi pastarosios savybės lyderiauja tarp tų galimų veiksmų, kurie paskatintų tikslinės grupės atstovus dažniau naudotis arba pradėti naudotis VAVB paslaugomis (žr. 3.3. skyriuje esantį 11 grafiką).
- Aukštas darbuotojų žinių lygis, konsultavimo kompetencija – 79,8 procento.
- Daug patrauklių nuotolinių paslaugų, kuriomis galiu naudotis per atstumą, iš namų – 77 procentai.
- Moderni, šiuolaikiška biblioteka – 76,9 procento.
- Maloni, šiuolaikiška bibliotekos aplinka, interjeras, patalpos, atmosfera – 76,5 procento.

„Kaip manote, kuriomis viešųjų bibliotekų nuotolinėmis paslaugomis Jums būtų patrauklu naudotis?“

Proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse

	Visi (Vilniaus ir Alytaus apskritys), n=800	Vilniaus apskritis, n=500	Alytaus apskritis, n=300	Vyrai, n=367	Moterys, n=433	20–39 m., n=401	40–60 m., n=399	Neturintieji aukštojo universitetinio išsilavinimo, n=303
Galimybė ieškoti knygų / leidinių bibliotekos elektroniniame kataloge, internetu	53,5 %	54,4 %	48,7 %	49,6 %	56,9%	56,1 %	50,4 %	43,0 %
Galimybė iš anksto internetu užsisakyti arba rezervuoti knygas / leidinius, garso ir vaizdo įrašus, vėliau juos pasiimti bibliotekoje	48,2 %	48,0 %	49,3 %	44,8 %	51,2%	50,0 %	46,1 %	38,1 %
Elektroninių knygų skolinimas / nuoma internetu	41,8 %	42,6 %	37,7 %	36,9 %	46,1%	45,6 %	37,4 %	32,0 %
Internetu suteikiama prieiga prie įvairių duomenų bazių: straipsnių, žurnalų, t. t.; kad tai būtų pasiekama iš namų	41,2 %	40,6 %	44,3 %	40,4 %	41,9%	41,9 %	40,4 %	30,4 %
Filmų, vaizdo įrašų skolinimas / nuoma internetu	35,0 %	35,4 %	33,0 %	38,5 %	31,9%	37,7 %	31,8 %	26,8 %
Elektroninių audioknygų skolinimas / nuoma internetu	34,0 %	35,6 %	25,3 %	34,8 %	33,2%	35,2 %	32,5 %	23,4 %
Virtualios kopijavimo paslaugos: nukopijuojama reikiama medžiaga ir atsiunčiama internetu	32,3 %	33,2 %	27,3 %	29,5 %	34,7%	36,1 %	27,8 %	22,9 %
Fizinių, ne elektroninių, knygų atsiuntimas pagal užsakymą	28,7 %	29,0 %	27,0 %	25,1 %	31,8%	31,0 %	26,0 %	18,8 %
Elektroninių skaityklių e. knygoms skaityti skolinimas / nuoma	28,4 %	28,8 %	26,0 %	23,9 %	32,3%	32,2 %	23,9 %	21,5 %
Kraštotyros duomenų bazės: lankytinos vietos, žinomi asmenys, turizmo informacija, t. t.	28,1 %	28,0 %	28,7 %	27,1 %	29,0%	29,0 %	27,1 %	26,2 %
Muzikos, garso įrašų skolinimas / nuoma internetu	26,9 %	27,4 %	24,0 %	30,8 %	23,4%	26,7 %	27,1 %	21,3 %

Pastabos:

pilko fono langeliai – reikšmingai žemesni rodikliai.

Bendroje tikslinių vartotojų populiacijoje (įskaitant bibliotekos paslaugų vartotojus ir nevartotojus) VAVB labiausiai priskiriamos šios tirtos viešųjų bibliotekų įvaizdžio savybės:

- Plačiai / gerai žinoma biblioteka: šią savybę priskyrė 21,2 proc. apklaustų diplomuotų specialistų (žr. [14 grafiką](#); 47,7 proc. VAVB paslaugų vartotojų, 9,9 proc. nevartotojų, žr. [8 lentelę](#)).
- Malonus, dėmesingas aptarnavimas: priskyrė 15,4 proc. apklaustųjų (42,8 proc. vartotojų, 3,8 proc. nevartotojų); pažymėtina, kad tikslinės grupės atstovams tai yra viena svarbiausių viešosios bibliotekos savybių (2-a pagal svarbą, žr. [13 grafiką](#)) – svarbus ir toliau vystytinas bibliotekos įvaizdžio elementas. Taip pat ši bibliotekos savybė yra viena iš septynių pagrindinių priežasčių, kodėl VAVB paslaugų vartotojai renkasi šios bibliotekos paslaugas (žr. [3.3. skyriuje esantį 9 grafiką](#)).
- *Patogus susisiekimasis*: viešuoju transportu, dviračiu, kt. – priskyrė 14,4 proc. apklaustųjų (41,1 proc. vartotojų, 3,0 proc. nevartotojų). Tikslinės grupės atstovams tai yra tik 14-a pagal svarbą bibliotekų savybė; vis dėlto tai yra viena iš keturių pagrindinių priežasčių, kodėl VAVB paslaugų vartotojai renkasi šios bibliotekos paslaugas.
- *Didelis ir patrauklus knygų / leidinių pasirinkimas*: priskyrė 12,7 proc. apklaustųjų (33,8 proc. vartotojų, 3,8 proc. nevartotojų). Tikslinės grupės atstovams atrodo, kad tai yra svarbiausia viešųjų bibliotekų savybė – svarbus ir vystytinas VAVB įvaizdžio elementas. Taip pat pažymėtina, kad tinkamas leidinių pasirinkimas yra viena iš dviejų pagrindinių priežasčių, kodėl VAVB paslaugų vartotojai renkasi šios bibliotekos paslaugas.
- *Aukštas darbuotojų žinių lygis, konsultavimo kompetencija* – priskyrė 11,3 proc. apklaustųjų (30,8 proc. vartotojų, 3,1 proc. nevartotojų). Tikslinės grupės atstovams tai yra 7-a pagal svarbą bibliotekų savybė.

Tikslinių vartotojų populiacijoje VAVB mažiausiai priskiriamos šios tirtos viešųjų bibliotekų įvaizdžio savybės:

- *Daug patrauklių nuotolinių paslaugų, kuriomis galiu naudotis per atstumą, iš namų*: šią savybę priskyrė tik 0,8 proc. apklaustų diplomuotų specialistų (žr. [14 grafiką](#)). Tikslinės grupės atstovams tai yra svarbi, 9-a pagal svarbą, bibliotekų savybė (77 proc. tvirtina, kad svarbi, žr. [13 grafiką](#)).
- *Patogios automobilio parkavimo galimybės*: pavyzdžiui, patogi aikštelė netoli bibliotekos – priskyrė tik 1,0 proc. apklaustųjų; 16-a pagal svarbą savybė.
- *Žaidimų kambariai, renginiai vaikams*: priskyrė tik 1,1 proc. apklaustųjų; tačiau tai yra tik 23-ia pagal svarbą savybė (tarp mažiausiai svarbių).
- *Įdomūs bibliotekos organizuojami renginiai mano gyvenamojoje / darbo vietovėje arba netoli jos*: priskyrė tik 1,4 proc. apklaustųjų; tačiau tikslinei grupei tai tėra 21-a pagal svarbą savybė (tarp mažiausiai svarbių); įdomius renginius kitose vietose (nebūtinai šalia namų / darbo vietos) bibliotekai priskiria taip pat tik nedidelė dalis apklaustųjų – 2,1 procento.
- *Didelė ir patraukli garso bei vaizdo įrašų kolekcija*: priskyrė tik 1,5 proc. apklaustųjų; 17-a pagal svarbą savybė.
- *Biblioteka dirba savaitgaliais*: klaidingai priskyrė 2,0 proc. apklaustųjų; tai yra svarbi, 8-a pagal svarbą, bibliotekų savybė (77,1 proc. svarba).
- *Patrauklios grupinio darbo erdvės / galimybės bibliotekoje*: priskyrė 2,2 proc. apklaustųjų; tik 20-a pagal svarbą savybė.
- *Daug informacijos apie šios bibliotekos veiklą, paslaugas, jų ypatumus*: priskyrė 2,7 proc. apklaustųjų; 18-a pagal svarbą savybė.

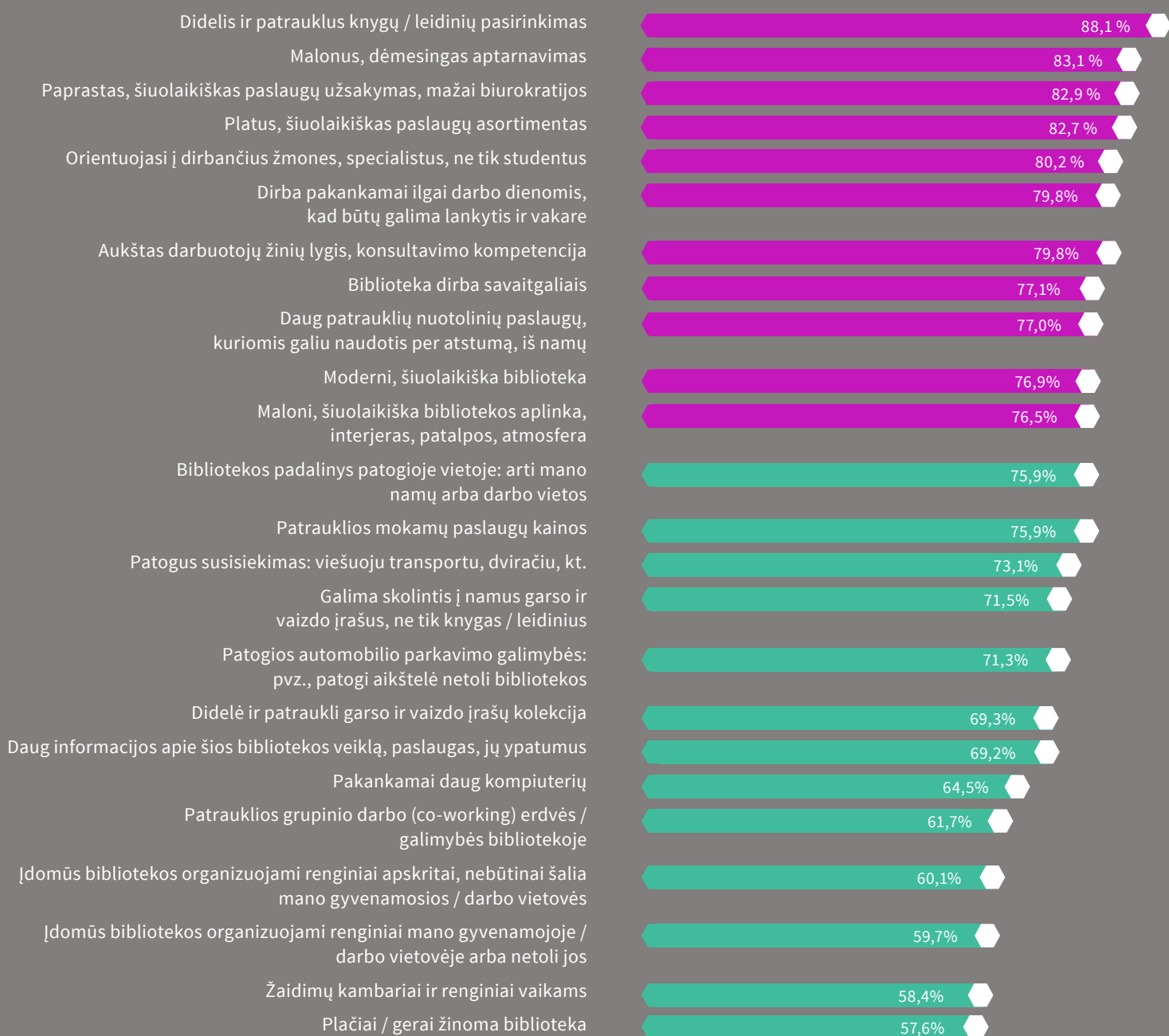
1 DALIS, 13 GRAFIKAS

Pastabos:

violetinė spalva išskirtos ryškiausios tendencijos.

„Kaip galėtumėte apibūdinti Jums idealią viešąją biblioteką?“

Rodiklio apskaičiavimo formulė: vidutinis savybės svarbos vertinimas 10-balėje skalėje x proc. tų, kurie turėjo nuomonę apie savybės svarbą (proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, n=800)



Apibendrinant galima teigti, kad *tarp dažniausiai VAVB priskiriamų savybių* yra šios trys, priklausančios svarbiausiųjų grupei:

1. didelis ir patrauklus knygų / leidinių pasirinkimas (priskiria 12,7 proc., labai svarbia laiko 88,1 proc.; žr. [8 lentelę](#));
2. malonus, dėmesingas aptarnavimas (priskiria 15,4 proc., labai svarbia laiko 83,1 proc.);
3. aukštas darbuotojų žinių lygis, konsultavimo kompetencija (priskiria 11,3 proc., labai svarbia laiko 79,8 proc.).

Šias savybes reikėtų toliau vystyti ir veikloje bei komunikacijos srityje išnaudoti kaip VAVB ~ stipriąsias savybes.

Tarp rečiausiai VAVB priskiriamų savybių yra šios dvi, priklausančios svarbiausiųjų grupei:

1. daug patrauklių nuotolinių paslaugų, kuriomis galiu naudotis per atstumą, iš namų (priskiria tik 0,8 proc., labai svarbia laiko 77,0 proc.);
2. biblioteka dirba savaitgaliais (klaidingai priskiria 2,0 proc., labai svarbia laiko 77,1 proc.). Nuotolinių paslaugų vystymas yra kritiškai svarbus veiksnys, siekiant kelti naudojimosi VAVB paslaugomis lygį apskritai, o ypač bibliotekos atsakomybei priskirtose nuo Vilniaus nutolusiose savivaldybėse.

Darbas savaitgaliais – ilgainiui svarstyтина galimybė, kuri galėtų greitai ir reikšmingai išplėsti bibliotekos vartotojų ratą bei pagerinti naudojimosi paslaugomis dažnumą (žr. [3.3. skyrių](#)).

Ir VAVB paslaugų vartotojai, ir nevertotojai dažniausiai bibliotekai priskiria tas pačias penkias savybes:

1. plačiai / gerai žinoma biblioteka;
2. malonus, dėmesingas aptarnavimas;
3. patogus susisiekimas;
4. didelis ir patrauklus knygų / leidinių pasirinkimas;

5. aukštas darbuotojų žinių lygis, konsultavimo kompetencija (žr. [8 lentelę](#)).

Skiriasi tik savybių priskyrimo rodiklių lygis: šias pirmaujančias savybes bibliotekai priskiria nuo 30 iki 50 proc. (priklausomai nuo rodiklio) apklaustų bibliotekos paslaugų vartotojų; analizuojant nesinaudojančius VAVB paslaugomis asmenis, tik platus / geras bibliotekos žinomumas yra pripažįstamas gana reikšmingos dalies apklaustųjų (9,9 proc.; visas kitas pirmaujančias savybes bibliotekai priskiria ne daugiau nei 3–4 proc. apklaustųjų). Taip pat pažymėtina, kad pagrindinis bibliotekos įvaizdžio formavimo kanalas tarp nevertotojų yra ne reali žmonių patirtis, o bibliotekos komunikacija.

Siekiant išplėsti VAVB paslaugų vartotojų ratą, bibliotekos įvaizdžio ir informacinei komunikacijai tenka labai svarbus vaidmuo.

[8 lentelė](#) rodo, kad *VAVB įvaizdžio indeksas* Vilniaus ir Alytaus apskričių diplomuotų specialistų grupėje yra **6 procentai**. Įvaizdžio indeksas parodo, kokia vidutinė dalis tikslinės grupės atstovų priskiria bibliotekai tikslines įvaizdžio savybes. Indeksas apskaičiuojamas kaip svertinis vidurkis, išvestas iš visų tikslinių savybių priskyrimo rodiklių (iš viso 24 savybės, 24 rodikliai; apskaičiuojant vidurkį, atsižvelgiama į savybės svarbą: svarbesnėms savybėms tenka didesnis svoris). 6 proc. indekso rodiklis reiškia, kad kiekvieną tikslinę savybę VAVB priskiria vidutiniškai 6 proc. tikslinės grupės atstovų.

Šis indekso rodiklis kol kas yra santykinai žemas ir rodo palyginti ankstyvą VAVB kaip prekės ženklo brandos stadiją savo tikslinėse grupėse.

Brandūs, tam tikrame veiklos lauke (~ rinkoje) lyderiaujantys prekės ženklai paprastai pasiekia ~ 30–50 proc. lygio rodiklį; tam tikrą brandos stadiją rodo priartėjimas prie 20 proc. rodiklio.

Žemiausias VAVB įvaizdžio indeksas nustatytas tarp VAVB paslaugomis kol kas nesinaudojančių tikslinės grupės atstovų (1,6 proc., žr. [8 lentelę](#)); tarp Alytaus apskrities gyventojų (2,8 proc.); tarp vyrų (3,5 proc.).

Aukščiausias VAVB įvaizdžio indeksas nustatytas tarp tų tikslinės grupės atstovų, kurie bent kartais naudojasi VAVB paslaugomis (16,5 proc.); tarp Vilniaus apskrities gyventojų

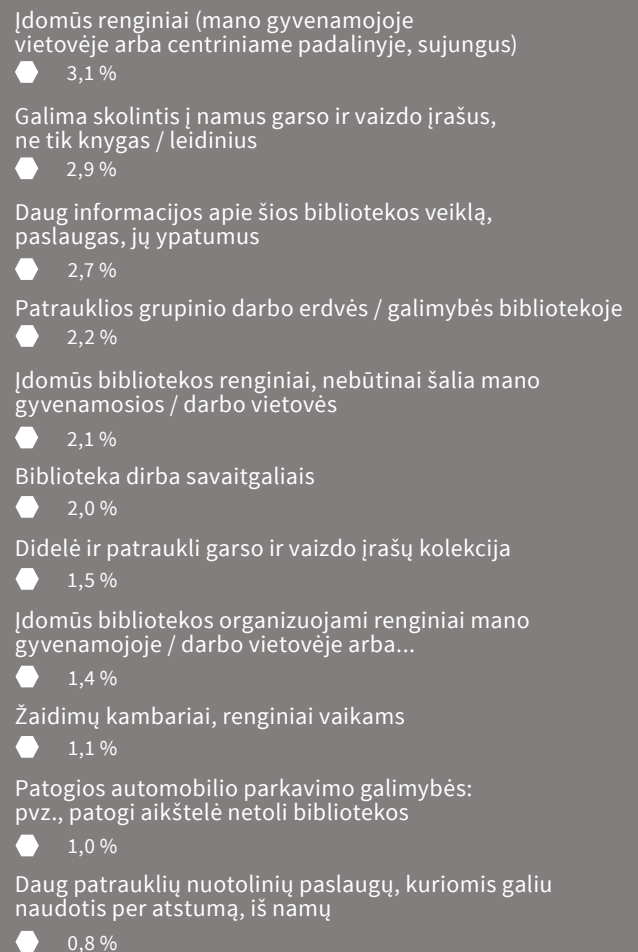
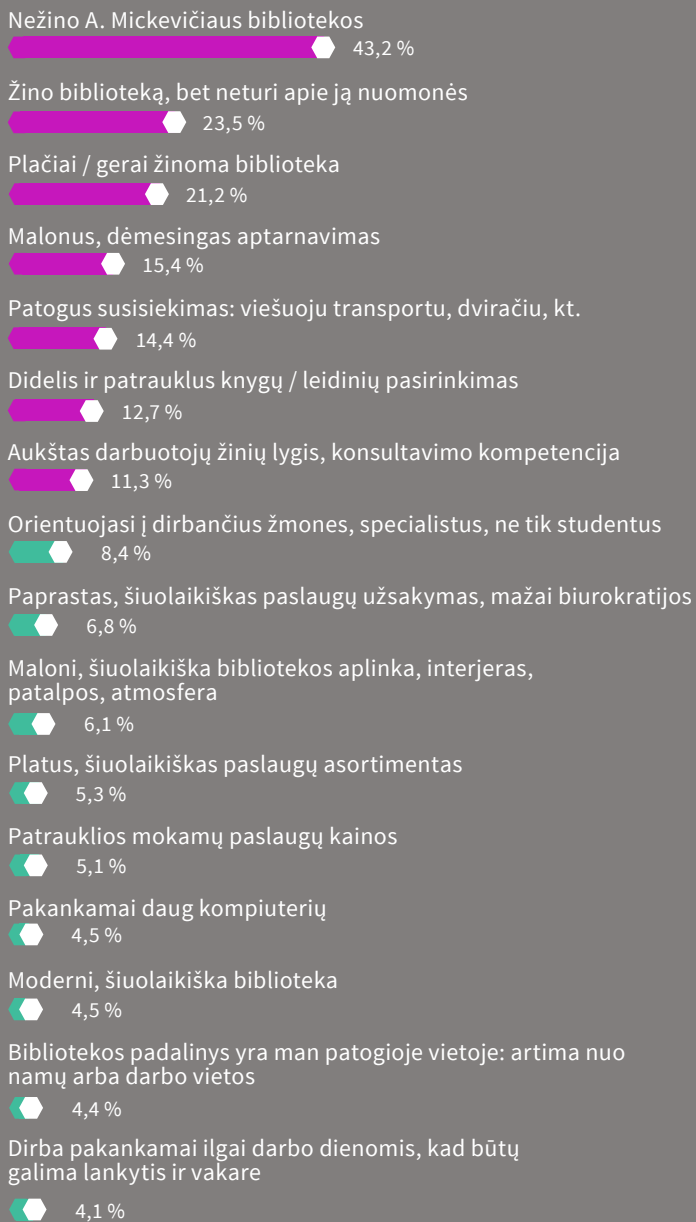
I DALIS, 14 GRAFIKAS

Pastabos:

violetinė spalva išskirtos ryškiausios tendencijos.

„Iš to, ką žinote, girdėjote arba esate patyrę, – kurias iš šių savybių galėtumėte priskirti A. Mickevičiaus bibliotekai?“

Proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, n=800)



(6,7 proc.), Vilniaus miesto gyventojų (7,7 proc.); tarp moterų (8,3 proc.).

Labiausiai įvaizdžio rodiklius smukdo nežinantieji VAVB.

Kol kas jie sudaro reikšmingą tikslinės grupės dalį: 43,2 proc. diplomuotų specialistų Vilniaus ir Alytaus apskrityse (žr. 8 lentelę); net 66 proc. Alytaus apskrityje; 61,4 proc. tarp nesinaudojančiųjų VAVB paslaugomis; net 50,9 proc. tarp vyrų. **Žinomumo didinimas laikytinas viena iš pagrindinių, bazinių užduočių**, siekiant stiprinti VAVB įvaizdį, didinti bendrą bibliotekos patrauklumą ir pritraukti daugiau vartotojų.

Praktinę vertę, identifikuojant svarbius ir išnaudotinus bibliotekos pranašumus bei pagrindines silpnąsias vietas, gali turėti bibliotekos įvaizdžio palyginimas su kitų viešųjų bibliotekų įvaizdžiu. (Dėl labai plačios tyrimo temų apimties šiame tyrime toks palyginimas buvo neįmanomas ir neprioritetinis.) Taip pat būtų prasmingas įvaizdžio rodiklių kitimo dinamikos stebėjimas. Todėl rekomenduotume VAVB atlikti įvaizdžio tyrimus ateityje (~ 1 kartą per metus; rečiau 1 kartą kas dvejus metus). Tai galėtų būti ribotos apimties, žinomumo ir įvaizdžio rodiklių tyrimas.

Pagrindinės išvados

- Vienas iš svarbiausių dalykų, lemiančių bibliotekos bendrą patrauklumą tiksliniams vartotojams, bibliotekos paslaugų vartojimo lygį, o galiausiai ir apskritai bibliotekos misijos įgyvendinimą, – tai bibliotekos įvaizdis: kokias savybes žmonės priskiria bibliotekai, remdamiesi savo patirtimi, vaizduote, gaunama informacija. **VAVB įvaizdžio indekso rodiklis (6 proc.) kol kas yra santykinai žemas** ir rodo palyginti ankstyvą šios bibliotekos kaip prekės ženklų brandos stadiją savo tikslinėse grupėse (žr. 8 lentelę). Brandūs, tam tikrame veiklos lauke (~rinkoje) lyderiaujantys prekės ženklai paprastai pasiekia ~ 30–50 proc. lygio rodiklį.
- **Labiausiai įvaizdžio rodiklius smukdo nežinantieji VAVB.** Kol kas jie sudaro reikšmingą tikslinės grupės dalį: 43,2 proc. diplomuotų specialistų Vilniaus ir Alytaus apskrityse (žr. 8 lentelę);

net 66 proc. Alytaus apskrityje; 61,4 proc. tarp nesinaudojančiųjų VAVB paslaugomis; net 50,9 proc. tarp vyrų. **Žinomumo didinimas laikytinas viena iš pagrindinių, bazinių užduočių**, siekiant stiprinti VAVB įvaizdį, didinti bendrą bibliotekos patrauklumą ir pritraukti daugiau vartotojų.

- VAVB įvaizdžio tyrimas buvo paremtas 24-iomis pasirinktomis tikslinėmis bibliotekos įvaizdžio savybėmis. Iš šių savybių galima išskirti 10 svarbiausių, kurių iš geros bibliotekos tikisi ne mažiau nei ~ 77–88 proc. tikslinės grupės atstovų.
- Pažymėtina, kad **tarp dažniausiai VAVB priskiriamų savybių** yra šios trys, priklausančios svarbiausiųjų grupei:
 1. didelis ir patrauklus knygų / leidinių pasirinkimas (priskiria 12,7 proc., labai svarbia laiko 88,1 proc.; žr. 8 lentelę);
 2. malonus, dėmesingas aptarnavimas (priskiria 15,4 proc., labai svarbia laiko 83,1 proc.);
 3. aukštas darbuotojų žinių lygis, konsultavimo kompetencija (priskiria 11,3 proc., labai svarbia laiko 79,8 proc.).

Šias savybes reikėtų toliau vystyti ir veikloje bei komunikacijos srityje išnaudoti kaip VAVB ~ stipriąsias puses.

- **Tarp mažiausiai VAVB priskiriamų savybių** yra šios dvi, priklausančios svarbiausiųjų grupei:
 1. daug patrauklių nuotolinių paslaugų, kuriomis galiu naudotis per atstumą, iš namų (priskiria tik 0,8 proc., labai svarbia laiko 77,0 proc.);
 2. biblioteka dirba savaitgaliais (klaidingai priskiria 2,0 proc., labai svarbia laiko 77,1 proc.).

Įvairūs tyrimo rodikliai rodo, kad abiejų šių savybių vystymas galėtų būti kritiškai svarbus, siekiant greitai ir reikšmingai išplėsti bibliotekos vartotojų ratą bei pagerinti naudojimosi paslaugomis dažnumą.

Proc. nuo visų apklaustųjų

	Savybės svarba	Visi (Vilniaus ir Alytaus apskritys), n=800	Vilniaus apskritis, n=500	Alytaus apskritis, n=300	Vyrai, n=367	Mot., n=433	Naudojasi Mickevičiaus biblioteka, n=188	Nesinaudoja Mickevičiaus biblioteka, n=612
Nežino Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos (Vilniaus apskritis)		43,2 %	38,8 %	66,0 %	50,9 %	36,3 %	0,0 %	61,4 %
Didelis ir patrauklus knygų / leidinių pasirinkimas	88,1 %	12,7 %	13,8 %	7,0 %	7,0 %	17,7 %	33,8 %	3,8 %
Malonus, dėmesingas aptarnavimas	83,1 %	15,4 %	17,2 %	6,0 %	9,9 %	20,2 %	42,8 %	3,8 %
Paprastas, šiuolaikiškas paslaugų užsakymas, mažai biurokratijos	82,9 %	6,8 %	7,8 %	1,7 %	3,7 %	9,5 %	21,4 %	0,6 %
Platus, šiuolaikiškas paslaugų asortimentas	82,7 %	5,3 %	5,8 %	2,7 %	1,5 %	8,6 %	12,6 %	2,2 %
Orientuojasi į dirbančius žmones, specialistus, ne tik studentus	80,2 %	8,4 %	9,4 %	3,3 %	3,7 %	12,6 %	23,6 %	2,0 %
Dirba pakankamai ilgai darbo dienomis, kad būtų galima lankytis ir vakare	79,8 %	4,1 %	4,4 %	2,3 %	1,9 %	6,0 %	12,0 %	0,7 %
Aukštas darbuotojų žinių lygis, konsultavimo kompetencija	79,8 %	11,3 %	12,6 %	4,7 %	7,4 %	14,8 %	30,8 %	3,1 %
Biblioteka dirba savaitgaliais	77,1 %	2,0 %	2,2 %	1,0 %	0,8 %	3,0 %	5,8 %	0,4 %
Daug patrauklių nuotolinių paslaugų, kuriomis gali naudotis per atstumą, iš namų	77,0 %	0,8 %	0,8 %	0,7 %	0,6 %	0,9 %	1,9 %	0,3 %
Moderni, šiuolaikiška biblioteka	76,9 %	4,5 %	4,6 %	3,7 %	3,4 %	5,3 %	10,1 %	2,0 %
Maloni, šiuolaikiška bibliotekos aplinka, interjeras, patalpos, atmosfera	76,5 %	6,1 %	6,8 %	2,7 %	3,1 %	8,8 %	16,0 %	2,0 %
Bibliotekos padalinys yra man patogioje vietoje: arti mano namų arba darbo vietos	75,9 %	4,4 %	5,2 %	0,3 %	1,9 %	6,6 %	14,3 %	0,2 %
Patrauklios mokamų paslaugų kainos	75,9 %	5,1 %	6,0 %	0,7 %	3,8 %	6,3 %	15,6 %	0,7 %
Patogus susisiekimas: viešuoju transportu, dviračiu, kt.	73,1 %	14,4 %	16,4 %	3,7 %	8,5 %	19,5 %	41,1 %	3,0 %
Galima skolintis į namus garso ir vaizdo įrašus, ne tik knygas / leidinius	71,5 %	2,9 %	3,2 %	1,3 %	3,7 %	2,2 %	9,0 %	0,3 %
Patogios automobilio parkavimo galimybės: pvz., patogiai aikštelė netoli bibliotekos	71,3 %	1,0 %	1,0 %	1,0 %	0,1 %	1,8 %	1,9 %	0,6 %
Didelė ir patraukli garso ir vaizdo įrašų kolekcija	69,3 %	1,5 %	1,6 %	1,0 %	1,3 %	1,7 %	4,1 %	0,4 %
Daug informacijos apie šios bibliotekos veiklą, paslaugas, jų ypatumus	69,2 %	2,7 %	3,0 %	1,3 %	0,6 %	4,6 %	7,0 %	0,9 %
Pakankamai daug kompiuterių	64,5 %	4,5 %	5,0 %	1,7 %	2,5 %	6,2 %	13,0 %	0,9 %
Patrauklios grupinio darbo erdvės / galimybės bibliotekoje	61,7 %	2,2 %	2,4 %	1,0 %	0,2 %	3,9 %	6,6 %	0,3 %
Įdomūs bibliotekos renginiai, nebūtinai šalia mano gyvenamosios / darbo vietovės	60,1 %	2,1 %	2,2 %	1,3 %	0,5 %	3,5 %	6,2 %	0,3 %
Įdomūs bibliotekos organizuojami renginiai mano gyvenamojoje / darbo vietovėje arba netoli jos	59,7 %	1,4 %	1,6 %	0,3 %	0,1 %	2,5 %	4,7 %	0,0 %
Žaidimų kambariai, renginiai vaikams	58,4 %	1,1 %	1,2 %	0,7 %	0,5 %	1,7 %	2,4 %	0,6 %
Plačiai / gerai žinoma biblioteka	57,6 %	21,2 %	21,8 %	18,0 %	14,6 %	27,0 %	47,7 %	9,9 %
ĮVAIZDŽIO INDEKSAS (MAKS. 100 %)		6,0 %	6,7 %	2,8 %	3,5 %	8,3 %	16,5 %	1,6 %

Pastabos:

mėlynas šriftas – reikšmingai aukštesni soc. grupių rodikliai, palyginti su vidutiniais; pilko fono langeliai – reikšmingai žemesni rodikliai;

žalias fonas – labiausiai VAVB priskiriamos savybės; gelsvas fonas – mažiausiai VAVB priskiriamos savybės.

3.6. „Vilnijos vartų“ žinomumas, naudojimas ir vertinimas

Paklausti, kokiomis nuotolinėmis bibliotekų paslaugomis jiems būtų patrauklu naudotis, **net 28,1 proc.**

diplomuotų specialistų Vilniaus ir Alytaus apskrityse nurodė kraštotyros duomenų bazes, kuriose kaupiami duomenys apie lankytinas vietas, žinomus asmenis, turizmo informacija, t. t. (patenka tarp 10-ies potencialiai patraukliausių nuotolinių paslaugų, žr. 3.4. skyrių).

VAVB jau yra sukūrusi tokią kraštotyros duomenų bazę – vilnijosvartai.lt. Palyginti aukštas šios paslaugos potencialaus patrauklumo rodiklis (28,1 proc.) leidžia teigti, kad sprendimas pasiūlyti savo paslaugų vartotojams tokį portalą yra prasmingas ir sveikintinas. Kita vertus, kol kas, esant palyginti ankstyvai projekto gyvavimo stadijai, **portalą vilnijosvartai.lt žino santykinai nedidelė tikslinių vartotojų dalis – 7,7 proc.** (žr. 15 grafiką), o pasinaudojusių šiuo portalu yra 4,7 procento. Atskirose socialinėse grupėse rodikliai reikšmingai nesiskiria (žr. 9 lentelę). Kiek daugiau žinančių portalą ir pasinaudojusių juo asmenų yra Vilniaus apskrityje (palyginti su Alytaus apskritimi), taip pat tarp moterų ir tarp tų tikslinės grupės atstovų, kurie naudojami VAVB paslaugomis, tačiau šie skirtumai dažniausiai nėra statistiškai reikšmingi.

Portalo „Vilnijos vartai“ žinomumo ir lankymo rodikliai, esant ankstyvai projekto stadijai, gali būti laikomi normaliais. Svarbu šį portalą toliau populiarinti, aktyviai ir rezultatyviai jį viešinti. Taip pat pažymėtina, kad tyrimo metu portalas buvo esmingai atnaujintas, todėl po metų būtų tikslinga iš naujo įvertinti pasiektus žinomumo, lankymo ir kitus portalo patrauklumo vartotojams rodiklius.

Iš nedidelio skaičiaus tikslinės grupės atstovų (32, patekę į tyrimo imtį), jau apsilankiusių portale „Vilnijos vartai“, **kol kas nedaug (7 proc.) naudojami šiuo portalu reguliariai** (žr. 16 grafiką). Likusieji yra pasinaudoję 1–2 kartus (34,5 proc.) arba kelis kartus (58,5 proc.). Ilgainiui reikėtų gausinti reguliarių portalo vartotojų skaičių / proporcinę dalį.

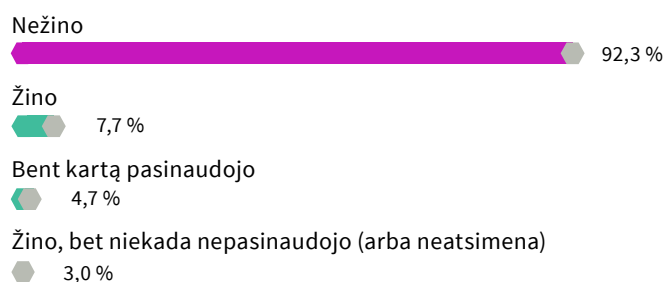
Kol kas negausus portalo „Vilnijos vartai“ vartotojų ratas vertina portalą gana palankiai: **vidutiniškai 7,78** balo iš 10.

„Ar Jūs žinote Vilniaus apskrities kraštotyrai skirtą interneto portalą „Vilnijos vartai“? Adresas www.vilnijosvartai.lt.; ar esate naudojęsi?“

Proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, n=800

Pastabos:

violetine spalva išskirtos ryškiausios tendencijos.



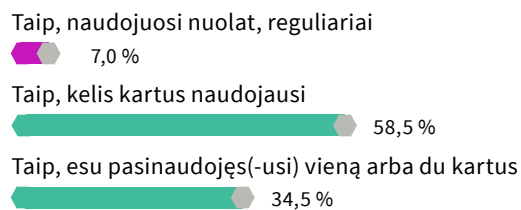
16 GRAFIKAS

„Ar Jūs esate naudojęsi interneto portalu „Vilnijos vartai“? Adresas www.vilnijosvartai.lt.“

Proc. nuo portalu pasinaudojusių apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, n=32

Pastabos:

violetine spalva išskirtos ryškiausios tendencijos.



„Ar Jūs žinote Vilniaus apskrities kraštotyrai skirtą interneto portalą „Vilnijos vartai“? Adresas www.vilnijosvartai.lt; ar esate naudojęsi.“

Proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse

	Visi (Vilniaus ir Alytaus apskritys), n=800	Vilniaus apskritis, n=500	Alytaus apskritis, n=300	Vyrai, n=367	Moterys, n=433	Naudojasi Mickevičiaus biblioteka, n=188	Nesinaudoja Mickevičiaus biblioteka, n=612
Nežino	92,3 %	91,8 %	95,0 %	94,9 %	90,0 %	88,5 %	93,9 %
Žino	7,7 %	8,2 %	5,0 %	5,1 %	10,0 %	11,5 %	6,1 %
Bent kartą pasinaudojo	4,7 %	5,2 %	2,0 %	3,7 %	5,5 %	9,2 %	2,8 %
Žino, bet niekada nepasinaudojo (arba neatsimena)	3,0 %	3,0 %	3,0 %	1,4 %	4,4 %	2,3 %	3,3 %

Pastabos:

mėlynas šriftas – reikšmingai aukštesni rodikliai, palyginti su vidutiniais; pilko fono langeliai – reikšmingai žemesni rodikliai.

Tai neblogas rodiklis, artimas vidutiniam pozityviam interneto portalų vertinimui. Tačiau, norint tiksliau įvertinti portalų patrauklumą, tikslinių vartotojų apklausose reikia apklausti daugiau portalų vartotojų. Todėl šiuo metu prioritetas yra didinti portalų žinomumą ir gausinti portalų naudotojų skaičių. Taip pat pažymėtina, kad tyrimo metu portalas buvo esmingai atnaujintas, todėl po metų būtų tikslinga iš naujo įvertinti portalų patrauklumą, pasiektą pozityvų pokytį (palyginti su ankstesnės portalų versijos vertinimu).

Dabartiniai kraštotyros portalų „Vilnijos vartai“ vartotojai portalu paprastai naudojami šiais įprastais tikslais:

1. tiesiog įdomu: domiuosi savo kraštu, įvairiomis vietovėmis, kraštotyra, pan. (60,8 proc., žr. [17 grafiką](#));
2. turizmo tikslais: ieškau informacijos kelionėms, išvykoms (38,1 proc.).

Reikšminga dabartinių portalų vartotojų dalis portalu naudojami ir specifiniais pedagoginiais tikslais: ieško informacijos vaikams, mokiniams, studentams (38,1 proc.).

Todėl **pedagogai (mokytojai, dėstytojai)** laikytini viena iš svarbių specifinių šio portalų tikslinių grupių.

I DALIS, 17 GRAFIKAS

Kokiais tikslais Jūs dažniausiai naudojate arba naudojote interneto portalą „Vilnijos vartai“?

Proc. nuo portalu pasinaudojusių apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, n=32

Pastabos:

violetinė spalva išskirtos ryškiausios tendencijos.

Tiesiog įdomu: domiuosi savo kraštu, įvairiomis vietovėmis, kraštotyra, pan.



Turizmo tikslais: ieškau informacijos kelionėms, išvykoms



Pedagoginiais tikslais: ieškau informacijos vaikams, mokinėjams, studentams



Moksliniais tikslais, moksliniams tyrimams



Savo vaikų edukacijai



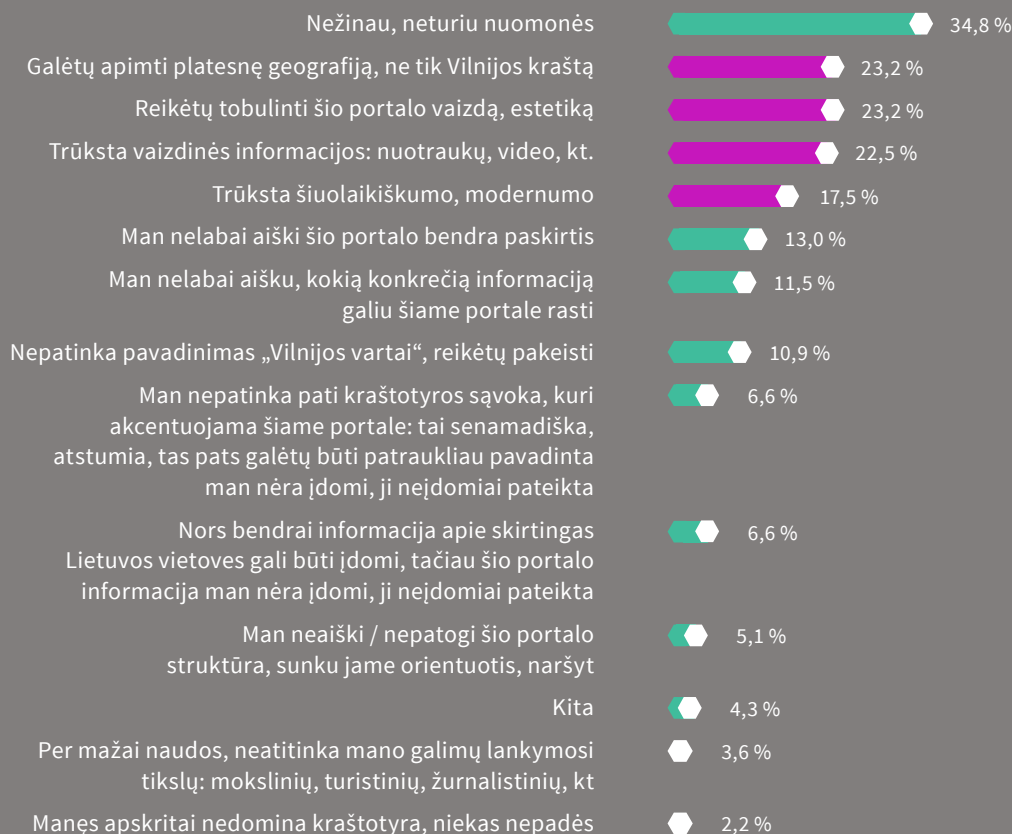
Žurnalistiniais tikslais: ieškau informacijos straipsniams



18 GRAFIKAS

Kaip Jūs siūlytumėte patobulinti interneto portalą „Vilnijos vartai“, kad jis būtų Jums patrauklesnis; kad dažniau jame lankytumėtės? Kokie šio portalo trūkumai?“

Proc. nuo portalą žinančių apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, n=56



Nors portalo „Vilnijos vartai“ vartotojai, kurių kol kas nėra gausu, įvertino jį gana palankiai (7,78 balo iš 10), tačiau pateikė ir tam tikrų pasiūlymų, kaip portalas galėtų būti tobulinamas.

Portalą žinantiems diplomuotiems specialistams svarbiausi atrodė šie galimi portalo patobulinimai:

- **Galėtų apimti platesnę geografiją, ne tik Vilnijos kraštą:** pasiūlė 23,2 proc. portalą žinančių diplomuotų specialistų (žr. [18 grafiką](#)). Pažymėtina, kad atnaujintoje „Vilnijos vartų“ portalo versijoje jau yra nuoroda į antrą analogišką portalą, skirtą Alytaus apskričiai, – „Dainavos kraštas“, dainavoskrastas.lt. Tad apklaustųjų iškelta problema jau yra sprendžiama. Portalas „Dainavos kraštas“ kol kas dar yra kuriamas. Po metų būtų tikslinga pakartotinai įvertinti abiejų kraštotyros portalų – „Vilnijos vartų“ ir „Dainavos krašto“ – žinomumą, naudojimosi jais lygį ir patrauklumą vartotojams. Pažymėtina, kad kraštotyros portalo išskaidymas į du portalus (vietoj vieno projekto, turinčio vieną pavadinimą) yra sudėtingesnė strategija, reikalaujanti daugiau pastangų, norint pasiekti tenkinantį abiejų portalų žinomumo lygį.
- **Reikėtų tobulinti šio portalo vaizdą, estetiką** (pasiūlė 23,2 proc.); **trūksta šiuolaikiškumo, modernumo** (17,5 proc.). Taip buvo įvertinta ankstesnė portalo versija. Abiem šiais susijusiais aspektais galimai pranašesnis yra atnaujintas „Vilnijos vartų“ portalas, tačiau tai reikėtų giliau ištyrėti ateityje.
- **Trūksta vaizdinės informacijos:** nuotraukų, vaizdo medžiagos, kt., – pasiūlė 22,5 procento.

Išvardintiems apklaustųjų labiausiai akcentuotiems aspektams derėtų skirti didžiausią dėmesį, vystant portalą ateityje. Taip pat **šiems aspektams derėtų skirti daugiausia dėmesio**, tiriant atnaujintą portalo versiją ir analizuojant, ar atnaujinus portalą pasiekta pozityvaus pokyčio.

Ateityje, jei bus pasiektas aukštesnis portalų „Vilnijos vartai“ ir „Dainavos kraštas“ žinomumo bei lankymo lygis, abu juos būtų galima **išnaudoti kaip vieną iš kanalų**

populiarinti VAVB ir pritraukti naujų bibliotekos vartotojų. (Šiuo metu ryšys tarp portalo „Vilnijos vartai“ ir VAVB nėra akivaizdus. „Vilnijos vartų“ portale nėra aktyvių, dėmesį traukiančių ir prasmingų jungčių su biblioteka.)

Pagrindinės išvados

- Palyginti aukštas kraštotyros duomenų bazių potencialaus patrauklumo rodiklis (28,1 proc.; žr. 3.4. skyrių) rodo, kad VAVB sprendimas pasiūlyti savo paslaugų vartotojams „Vilnijos vartų“ portalą yra prasmingas ir sveikintinas. Kita vertus, kol kas, esant palyginti ankstyvai projekto gyvavimo stadijai, **portalą vilnijosvartai.lt žino santykinai nedidelė tikslinių vartotojų dalis** – 7,7 proc. (žr. [15 grafiką](#)), o pasinaudojusiųjų šiuo portalu yra 4,7 procento. Svarbu šį portalą toliau populiarinti, aktyviai ir rezultatyviai jį viešinti.
- Reikšminga dabartinių portalo vartotojų dalis naudoja jį specifiniais pedagoginiais tikslais: ieško informacijos vaikams, mokiniams, studentams (38,1 proc., žr. [17 grafiką](#)). Todėl **pedagogai (mokytojai, dėstytojai)** laikytini viena iš svarbių specifinių portalo „Vilnijos vartai“ tikslinių grupių.
- Negausūs portalo „Vilnijos vartai“ vartotojai įvertino jį gana palankiai (7,78 balo iš 10), vis dėlto pateikė tam tikrų pasiūlymų, kaip portalas galėtų būti tobulinamas.

Svarbiausi pasiūlymai yra šie:

1. apimti platesnę geografiją, ne tik Vilnijos kraštą (pasiūlė 23,2 proc., žr. [18 grafiką](#)); šiuo metu tai yra sprendžiama, kuriant antrą susijusį portalą „Dainavos kraštas“, dainavoskrastas.lt;
2. tobulinti portalo vaizdą, estetiką (23,2 proc.); trūksta šiuolaikiškumo, modernumo (17,5 proc.);
3. trūksta vaizdinės informacijos: nuotraukų, videomedžiagos, kt. (22,5 proc.). Šiems aspektams derėtų skirti didžiausią dėmesį, tobulinant portalą ateityje, taip pat tiriant atnaujintą portalo versiją ir siekiant išsiaiškinti, ar atnaujinus pasiekta teigiamų pokyčių.

4. Abu portalus ateityje būtų galima *išnaudoti kaip vieną iš kanalų populiarinti VAVB* ir pritraukti naujų bibliotekos paslaugų vartotojų.

3.7. Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos renginių lankymas ir vertinimas

7,3 proc. apklaustų diplomuotų specialistų Vilniaus ir Alytaus apskrityse tvirtino, kad *bent kada nors yra lankęsi VAVB renginyje* (žr. [19 grafiką](#)); Vilniaus mieste rodiklis nėra reikšmingai didesnis – 8,5 proc. (žr. [10 lentelę](#)); Alytaus apskrityje jis yra šiek tiek žemesnis – 4,7 procento. Šie rodikliai leidžia spręsti, kad renginių organizavimo veiklą ir su tuo susijusią komunikaciją VAVB būtų tikslinga toliau aktyviai plėtoti, siekiant, kad tikslinės grupės labiau įsitrauktų; ypač Alytaus apskrityje, tačiau ir Vilniaus apskrityje bei Vilniaus mieste.

Daugiausia VAVB renginių lankytojų yra tarp tikslinės grupės atstovų, kurie naudojami VAVB paslaugomis (net 19,5 proc., žr. [10 lentelę](#)). Kiek daugiau nei kitose grupėse renginių lankytojų yra tarp moterų (9 proc.); tarp vyresnių asmenų nuo 40 m. amžiaus (9,7 proc.); tarp asmenų, turinčių universitetinį išsilavinimą (9,1 proc.); tarp asmenų, gaunančių aukštesnes pajamas (9,8 proc. tarp asmenų, gaunančių 600 Eur ir didesnes pajamas, tenkančias vienam namų ūkio nariui).

Mažiausia VAVB renginių lankytojų yra tarp diplomuotų specialistų, neturinčių aukštojo universitetinio išsilavinimo (3,3 proc.); tarp asmenų, gaunančių žemiausias pajamas (3,7 proc. tarp asmenų, gaunančių pajamas iki 399 Eur vienam namų ūkio nariui).

Nors VAVB renginių lankytojų ratas kol kas nėra labai gausus, tačiau *šiuose renginiuose apsilankę aktyvūs tikslinės grupės atstovai vertina bibliotekos organizuojamus renginius gana palankiai: vidutiniškai 8,06 balo iš 10*; vyrauja santykinai palankūs įvertinimai (net 88,5 proc. iš jų – daugiau nei 5 balai).

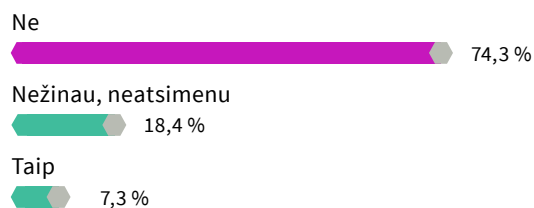
Apibendrintai vertinant visus šiuos rodiklius, *prioritetiniais uždaviniais šiuo metu laikytini VAVB renginių žinomumo ir lankytojų skaičiaus didinimas Vilniaus ir Alytaus apskrityse.*

„Ar Jūs esate kada nors lankęsi kokiam nors A. Mickevičiaus bibliotekos organizuotame renginyje?“

Proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, n=800

Pastabos:

violetine spalva išskirtos ryškiausios tendencijos.



Pažymėtina, kad bibliotekos renginiai gali būti išnaudojami kaip vienas iš būdų / komunikacijos kanalų populiarinti VAVB ir jos paslaugas, pritraukti naujų vartotojų ir plėsti jų profilį.

Nors lankytojai įvertino VAVB renginius gana palankiai (8,06 balo iš 10), tačiau pateikė ir pasiūlymų, kaip juos būtų galima tobulinti. Bibliotekos renginiuose besilankantiems diplomuotiems specialistams svarbiausi atrodė šie *galimi bibliotekos renginių ir su jais susijusios komunikacijos tobulinimai:*

- Skleisti daugiau informacijos apie renginius – pasiūlė net 45,8 proc. besilankančiųjų renginiuose (žr. [20 grafiką](#)); o informacija apie renginius turėtų būti pateikiama patraukliau, šiuolaikiškiau (pasiūlė 21,3 proc.).
- Kviesti *daugiau įdomių, garsių žmonių (rašytojų, kt.)* – pasiūlė 36,6 procento.
- Kalbant apie renginių tematiką, viena iš ryškių krypčių turėtų būti edukaciniai renginiai, *daugiau edukacinių renginių* – pasiūlė 35,9 procento.
- Svarbi ir renginių tematikos bei formų įvairovė: 30,4 proc. pasiūlė *plėsti, įvairinti renginių tematiką; demokratiškesnių, netikėtų temų, skirtų platesnei publikai*. Tai vienas iš būdų išplėsti renginių

„Ar Jūs esate kada nors lankęsi kokiame nors A. Mickevičiaus bibliotekos organizuotame renginyje?“

Proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse

	Visi (Vilniaus ir Alytaus apskritys), n=800	Vilniaus apskritis, n=500	Alytaus apskritis, n=300	Vilniaus miestas, n=354	Vyrai, n=367	Moterys, n=433	20–39 m., n=401	40–60 m., n=399
Ne	74,3 %	71,8 %	87,3 %	70,1 %	76,6 %	72,3 %	75,8 %	72,5 %
Nežinau, neatsimenu	18,4 %	20,4 %	8,0 %	21,5 %	18,1 %	18,7 %	18,9 %	17,9 %
Taip	7,3 %	7,8 %	4,7 %	8,5 %	5,4 %	9,0 %	5,3 %	9,7 %

	Visi (Vilniaus ir Alytaus apskritys), n=800	Aukštasis universitet. išsilav., n=497	Neturintieji aukštojo universitet. išsilav., n=303	Iki 399 Eur (imtinai), n=278	400–599 Eur, n=185	600 Eur ir daugiau, n=217	Naudojasi Mickevičiaus biblioteka, n=188	Nesinaudoja Mickevičiaus biblioteka, n=612
Ne	74,3 %	71,1 %	81,6 %	80,9 %	69,3 %	74,9 %	57,8 %	81,3 %
Nežinau, neatsimenu	18,4 %	19,8 %	15,2 %	15,4 %	22,0 %	15,3 %	22,7 %	16,6 %
Taip	7,3 %	9,1 %	3,3 %	3,7 %	8,7 %	9,8 %	19,5 %	2,1 %

Pastabos:

mėlynas šriftas – reikšmingai aukštesni rodikliai, palyginti su vidutiniais; pilko fono langeliai – reikšmingai žemesni rodikliai.

lankytojų profilį, į renginius (kartu ir į biblioteką apskritai) pritraukti žmonių, kurie iki šiol nebuvo tipiniai bibliotekos renginių lankytojai: vyrai, jaunesni asmenys, mažiau besinaudojantieji bibliotekos paslaugomis, kt.

- **Tobulinti bibliotekos interneto svetainę** ir efektyviau ją išnaudoti skleidžiant informaciją apie renginius – pasiūlė 21,3 procento. Kad bibliotekos interneto svetainė taptų svarbia informavimo apie renginius priemone, ji turi tapti šiuolaikiškesnė, populiareesnė ir naudingesnė lankytojams įvairiais atžvilgiais – pirmiausia kaip aktyvių nuotolinių bibliotekos paslaugų platforma (duomenų bazės, elektroninės knygos, filmai atsisiųsti ir t. t.).

- Renginiai turėtų būti organizuojami ir **kituose miestuose, kitose vietose, ne tik centriniame padalinyje Vilniuje** – pasiūlė 19,8 procento. Taip pat šie renginiai turėtų būti aiškiai ir aktyviai viešinami kaip VAVB renginiai.

Išvardintiems aspektams derėtų skirti didžiausią dėmesį ateityje, vystant VAVB renginius ir gerinant su jais susijusią komunikaciją.

Pagrindinės išvados

- 7,3 proc. apklaustų diplomuotų specialistų Vilniaus ir Alytaus apskrityse tvirtino, kad bent *kada nors yra lankęsi VAVB renginyje* (žr. 19 grafiką); Alytaus apskrityje – 4,7 procento. Šie rodikliai leidžia teigti, kad renginių organizavimo veiklą ir su tuo susijusią komunikaciją VAVB būtų tikslinga toliau aktyviai plėtoti, siekiant, kad tikslinės grupės labiau įsitrauktų.
- Nors lankytojai įvertino VAVB renginius gana palankiai (8,06 balo iš 10), tačiau pateikė ir tam tikrų pasiūlymų, kaip būtų galima tobulinti šiuos renginius ir su jais susijusią komunikaciją.

Svarbiausi tobulinimo pasiūlymai:

1. skleisti daugiau informacijos apie renginius (pasiūlė 45,8 proc., žr. 20 grafiką); informaciją apie renginius pateikti patraukliau, šiuolaikiškiau (21,3 proc.);
 2. kvieisti daugiau įdomių, garsių žmonių – rašytojų, kt. (36,6 proc.);
 3. viena iš svarbių tematinų krypčių turėtų būti edukaciniai renginiai (35,9 proc.);
 4. tačiau svarbi ir renginių tematikos bei formų įvairovė – plėsti, įvairinti renginių tematiką; reikia demokratiškesnių, netikėtų temų, skirtų platesnei publikai (30,4 proc.);
 5. tobulinti bibliotekos interneto svetainę ir efektyviau ją išnaudoti skleidžiant informaciją apie renginius (21,3 proc.). Siekiant pastarojo tikslo, bibliotekos interneto svetainę turėtų tapti šiuolaikiškesnė, populiareesnė ir naudingesnė lankytojams įvairiais atžvilgiais – pirmiausia kaip aktyvių nuotolinių bibliotekos paslaugų platforma.
- *Renginiai gali būti išnaudojami kaip vienas iš kanalų populiarinti VAVB ir jos paslaugas*, pritraukti naujų vartotojų ir plėsti jų profilį (pavyzdžiui, pritraukti daugiau vyrų).

„Kaip Jūs siūlytumėte patobulinti A. Mickevičiaus bibliotekos organizuojamus renginius, kad labiau Jums patiktų, dažniau juose lankytumėtės?“

Proc. nuo visų apklaustųjų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, n=800

Pastabos:

violeline spalva išskirtos ryškiausios tendencijos.

Skleisti daugiau informacijos apie renginius



Kviesti daugiau įdomių, garsių žmonių (rašytojų, kt.)



Daugiau edukacinių renginių



Plėsti, įvairinti renginių tematiką; demokratiškesnių, netikėtų temų, platesnei publikai



Informacija apie renginius turėtų būti pateikiama patraukliau, šiuolaikiškiau



Tobulinti bibliotekos interneto svetainę ir efektyviau ją išnaudoti informacijai apie renginius skleisti



Renginių turėtų būti ir kituose miestuose, kitose vietose, ne tik centriniame A. Mickevičiaus padalinyje Vilniuje



Koncentruotis į aukštosios, intelektinės kultūros renginius



Gerinti pačios A. Mickevičiaus bibliotekos įvaizdį, kad patrauklesni taptų šios bibliotekos renginiai



Daugiau renginių vaikams



Koncentruotis į literatūrinės tematikos renginius



Nežinau, neturiu nuomonės



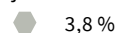
Organizuoti renginių videotransliacijas internetu



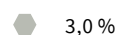
Organizuojant renginius kitur, ne Vilniuje, aiškiau komunikuoti, kad tai A. Mickevičiaus bibliotekos renginiai



Renginiai per daug senamadiški, turėtų būti šiuolaikiškesni, jaunatviškesni, šiuolaikiškiau organizuojami



Per daug jaunatviški, turėtų būti solidesni, pritaikyti išsilavinusiems vyresniems žmonėms, ne tik jaunuoliams



Apibendrintasis prekės ženklo vertės indeksas.

Rodikliai paremti apklausomis Vilniaus ir Alytaus apskrityse, n=800

	Apibendrintasis bibliotekos prekės ženklo vertės laipsnis, %			Galutinis indeksas (maks. 100 %)
	Žinomumo apibendrintas indeksas (40 proc.)	Bibliotekos įvaizdis (30 proc.)	Palankumas, preferencija (30 proc.)	
Martyno Mažvydo biblioteka (Lietuvos nacionalinė)	64,1 %	...	51,6 %	...
Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos (Vilniaus apskrities)	32,0 %	6,0 %	29,7 %	23,5 %
Vilniaus miesto savivaldybės centrinė biblioteka (arba padalinys)	25,9 %	...	15,0 %	...
Alytaus Jurgio Kunčino viešoji biblioteka	8,6 %	...	6,7 %	...
...
...

Pastabos:

mėlynas šriftas – reikšmingai aukštesni rodikliai, palyginti su vidutiniais; pilko fono langeliai – reikšmingai žemesni rodikliai.

3.8. Apibendrintasis bibliotekos prekės ženklo vertės indeksas

Kaip metodologinę situacijos vertinimo priemonę siūlytume VAVB ateityje vykdyti bibliotekos prekės ženklo vertės (arba prekės ženklo būklės) indekso skaičiavimus (žr. pavyzdį 11 lentelėje). Toks indeksas leidžia apibendrintai, vienu rodikliu, įvertinti konkrečios bibliotekos situaciją bibliotekų „rinkoje“: tikslinėje vartotojų grupėje, tarp kitų bibliotekų. Didžiausią analitinę vertę turi indekso dinamikos stebėjimas (atliekant tyrimą kas metus arba rečiau kas dvejus metus); taip pat rodiklių palyginimas su kitų svarbiausių bibliotekų rodikliais.

Atliekant rodiklių palyginimą, svarbiausiomis gali būti laikomos tos bibliotekos, su kuriomis labiausiai

konkuruojama konkrečioje tikslinėje grupėje; taip pat tos bibliotekos, į kurias labiausiai lygiuojamasi.

Indekso skaičiavimo formulė gali būti koreguojama. Pateiktame pavyzdyje 40 proc. svorio suteikta bibliotekos žinomumui; 30 proc. – įvaizdžiui; 30 proc. – bendram palankumui.

Šie trys indekso segmentai atspindi prekės ženklų ir organizacijų valdymo srityje paplitusį suvokimą, kad:

- **Žinomumas** yra pirmiausia organizacijos / prekės ženklo sėkmės prielaida: kad žmonės turėtų kokią nors nuomonę apie organizaciją; kad organizacija sulauktų bendro palankaus įvertinimo (susidomėjimo, emocinio palankumo, rekomendacijų, lojalumo, kt.); galiausiai, kad žmonės rinktųsi organizacijos paslaugas ir jomis naudotųsi.

- *Įvaizdis* parodo, ką žmonės mano apie organizaciją / prekės ženklą, kokias savybes priskiria. Žmonių pasirinkimo / pirkimo veiksmai dažniausiai būna paremti vienokiais ar kitokiais argumentais – racionaliais arba emociniais. O argumentai remiasi vaizdiniais ir savybėmis, kuriuos žmonės priskiria konkrečiai organizacijai, konkrečiam prekės ženklui, – t. y. remiasi įvaizdžiu.
- Palankus įvaizdis (t. y. organizacijai / prekės ženklui priskiriamos svarbios, pozityvios savybės) lemia bendrą palankų organizacijos vertinimą: paslaugų naudojimą, pirkimą, t. t. Tačiau iš dalies žmonių pasirinkimas išlieka iracionalus, sunkiai paaiškinamas: žmonėms daro įtaką emocijos, neįsisąmoninti motyvai, t. t. Dėl šios priežasties svarbu įvertinti ir **bendrą (emocinį) palankumą prekės ženklui / organizacijai**. Jis nebūtinai yra griežtai susijęs su palankiu įvaizdžiu.

11 lentelė rodo, kad VAVB **žinomumo indeksas** Vilniaus ir Alytaus apskričių diplomuotų specialistų grupėje (32 proc.) yra reikšmingai žemesnis nei Lietuvos nacionalinės Martyno Mažvydo bibliotekos (64,1 proc.) ir nelabai žymiai lenkia Vilniaus miesto savivaldybės centrinės bibliotekos žinomumą (indeksas 25,9 proc.).

Siūlytinos kelios galimos VAVB žinomumo didinimo gairės:

1. Vilniaus ir Alytaus apskrityse bendrai, o ypač Alytaus apskrityje, VAVB žinomumas turėtų reikšmingai pranokti Vilniaus miesto centrinės bibliotekos žinomumą;
2. Vilniaus ir Alytaus apskrityse VAVB žinomumo rodikliai ilgainiui turėtų artėti prie LNB žinomumo lygio, nes VAVB misiją Vilniaus ir Alytaus regione kai kuriais atžvilgiais galima prilyginti LNB misijai nacionaliniu mastu. Žinomumo indekso detalizaciją galima rasti 2 lentelėje, 3.1. skyriuje.

Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos įvaizdžio indeksas – 6 proc. (žr. 11 lentelę). Šis rodiklis kol kas yra santykinai žemas ir rodo palyginti ankstyvą VAVB kaip prekės ženklo brandos stadiją savo tikslinėse grupėse. Brandūs, tam tikrame veiklos lauke (~ rinkoje) lyderiaujantys prekės ženklai paprastai pasiekia

~ 30–50 proc. lygio rodiklį; tam tikrą brandos stadiją rodo priartėjimas prie 20 proc. rodiklio. Objektyviau įvertinti įvaizdžio indekso rodiklį būtų įmanoma, turint kelių kitų viešųjų bibliotekų įvaizdžio įvertinimus, tačiau analizuojamame plačios ir įvairialypės tematikos tyrime toks įvertinimas nebuvo įmanomas, taip pat nebuvo prioritetas. Rekomenduojame kartą per metus (arba bent kartą per dvejus metus) vykdyti siauresnės tematikos VAVB ir kitų viešųjų bibliotekų žinomumo ir įvaizdžio rodiklių tyrimą. Įvaizdžio indekso detalizaciją galima rasti 8 lentelėje, 3.5. skyriuje.

Palankumo, preferencijos indeksas analizuojamame tyrime matuotas remiantis tik vienu rodikliu: ar bibliotekos paslaugomis bent kartais naudojasi. Tai vienas iš rodiklių, parodančių bendrą tikslinės grupės palankumą prekės ženklui. Prekės ženklui įvertinti skirtuose ateities tyrimuose palankumo, preferencijos indeksas galėtų būti papildomas ir kuriais nors kitais galimais palankumo kriterijais:

1. Jei apklausos dalyviai šiuo metu rinktųsi biblioteką, kurias iš jų svarstytų kaip galimą pasirinkimą (angl. consideration; populiarus rodiklis panašaus pobūdžio tyrimuose);
2. Lojalumas;
3. Nusiteikimas rekomenduoti;
4. Kaip labai biblioteka patinka;
5. kt.

11 lentelė rodo, kad VAVB **preferencijos indekso būklė** (29,7 proc.) yra panaši į žinomumo indekso: indeksas yra reikšmingai žemesnis nei Lietuvos nacionalinės Martyno Mažvydo bibliotekos (51,6 proc.) ir lenkia Vilniaus miesto savivaldybės centrinės bibliotekos indeksą (15 proc.).

Šiuo atveju siektini tikslai yra panašūs kaip ir žinomumo atveju:

1. Vilniaus ir Alytaus apskrityse, ypač Alytaus apskrityje, reikšmingai pranokti Vilniaus miesto centrinę biblioteką;
2. Vilniaus ir Alytaus apskrityse artėti prie Mažvydo bibliotekos lygio. Preferencijos rodiklių detalizaciją galima rasti 2 lentelėje, 3.1. skyriuje.

VAVB prekės ženklo galutinis indeksas – 23,5 proc. (žr. [11 lentelę](#)). Objektiviai įvertinti šį galutinį rodiklį būtų įmanoma, turint kelių kitų viešųjų bibliotekų galutinius įvertinimus. Analizuojamame plačios ir įvairialypės tematikos tyrime kelių bibliotekų įvaizdžio įvertinimas nebuvo įmanomas (jį reikėtų atlikti ateityje, vykdant pakartotinius siauresnės tematikos tyrimus). Kadangi nėra įvertintas kitų bibliotekų įvaizdis, negali būti apskaičiuotas ir kitų bibliotekų galutinio indekso rodiklis. Spręsdami iš turimų rodiklių (žinomumo ir preferencijos; žr. [11 lentelę](#)), prognozuotume, kad VAVB prekės ženklo galutinis indeksas šiuo metu reikšmingai nusileistų LNB galutiniam indeksui ir nelabai žymiai viršytų Vilniaus miesto centrinės bibliotekos galutinį indeksą. VAVB siektini tikslai yra šie:

1. Vilniaus ir Alytaus regione, ypač Alytaus apskrityje, reikšmingai pranokti Vilniaus miesto centrinės bibliotekos galutinį indeksą, išlaikyti reikšmingą skirtumą;
2. Vilniaus ir Alytaus regione artėti prie LNB galutinio indekso.

Pagrindinės išvados

- Kaip metodologinę situacijos įvertinimo priemonę siūlytume VAVB ateityje atlikti bibliotekos prekės ženklo vertės (arba prekės ženklo būklės) indekso skaičiavimus (žr. pavyzdį [11 lentelėje](#)). Toks indeksas **leidžia apibendrintai, vienu rodikliu, įvertinti konkrečios bibliotekos situaciją bibliotekų „rinkoje“: tikslinėje vartotojų grupėje, tarp kitų bibliotekų**. Didžiausią analitinę vertę turi indekso dinamikos stebėjimas (atliekant tyrimą kas metus arba rečiau kas dvejus metus); taip pat rodiklių palyginimas su kitų bibliotekų rodikliais. Pateikiame tokio indekso apskaičiavimo pavyzdį, kuriame 40 proc. svorio suteikta bibliotekos žinomumui; 30 proc. – įvaizdžiui; 30 proc. – bendram palankumui. Indekso apskaičiavimo formulė gali būti koreguojama.
- Plačios tematikos tyrime nebuvo įmanoma iki galo atlikti kelių bibliotekų įvaizdžio ir galutinio indekso įvertinimo, nes tai neatitiktų pagrindinių tyrimo

tikslų. Tačiau, spręsdami iš turimų rodiklių (žr. [11 lentelę](#)), prognozuotume, kad VAVB prekės ženklo galutinis indeksas šiuo metu reikšmingai nusileistų LNB galutiniam indeksui ir nežymiai viršytų Vilniaus miesto centrinės bibliotekos galutinį indeksą.

VAVB siektini tikslai yra šie:

1. Vilniaus ir Alytaus regione, ypač Alytaus apskrityje, reikšmingai pranokti Vilniaus miesto centrinės bibliotekos prekės ženklo galutinį indeksą;
2. Vilniaus ir Alytaus regione artėti prie LNB galutinio indekso.

3.9. Ryškiausi skirtumai socialinėse grupėse

Analizuojant tyrimo rezultatus, galima pastebėti, kad didžiausius skirtumus vertinant Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešąją biblioteką ir apskritai viešąsias bibliotekas, lemia / atspindi šios svarbiausios ir ryškiausios socialinės skirtys (dimensijos):

- **Naudojamasi VAVB paslaugomis – nesinaudojama VAVB paslaugomis.** Vienas iš ryškiausių skirtumų tarp šių dviejų grupių – žymiai pozityvesnis VAVB įvaizdis tarp besinaudojančiųjų bibliotekos paslaugomis: jie daugiau žino apie biblioteką ir palankiau ją vertina, priskiria daugiau pozityvių savybių; daugiau jų yra naudojęsi „Vilnijos vartais“, daugiau yra lankęsi VAVB organizuojamuose renginiuose, t. t.
- **Vilniaus miesto gyventojai – Alytaus apskrities ir kitų nuo Vilniaus nutolusių savivaldybių gyventojai.** Tarp Vilniaus gyventojų yra didesnis VAVB žinomumas; suprantama, daugiau jų ir naudojami šios bibliotekos paslaugomis; pozityvesnis tarp Vilniaus gyventojų yra ir VAVB įvaizdis: jie daugiau žino apie biblioteką ir palankiau ją vertina, priskiria daugiau pozityvių savybių. Alytaus apskrities gyventojai gerokai skeptiškiau vertina galimybes naudotis VAVB paslaugomis: dauguma jų mano, kad niekas negalėtų paskatinti jomis naudotis, tai nelabai įmanoma; mažai jų yra lankęsi VAVB organizuojamuose renginiuose.

- **Moterys – vyrai.** Tarp moterų yra didesnis VAVB žinomumas; daugiau jų naudojasi šios bibliotekos paslaugomis; pozityvesnis moterų akyse yra VAVB įvaizdis: jos daugiau žino apie biblioteką ir palankiau ją vertina, priskiria daugiau pozityvių savybių; kiek dažniau lankosi bibliotekos renginiuose. Vyrai gerokai skeptiškiau vertina galimybes naudotis VAVB paslaugomis: daugiau jų mano, kad niekas negalėtų paskatinti jomis naudotis; jie skeptiškiau nei moterys vertina daugelį galimų bibliotekos inovacijų ir galimas bibliotekos nuotolines paslaugas (išskyrus filmų ir muzikos virtualų skolinimą / nuomą, šias paslaugas vyrai vertina palankiau nei moterys).

Būtent šios trys aptartos skirtys dažniausiai atspindi / lemia tyrimo rezultatų skirtumus. **Skirtumų tarp amžiaus grupių išryškėja rečiau.** Ryškiausi jie – **vertinant galimas bibliotekos nuotolines paslaugas:** asmenys iki 40 m. amžiaus reikšmingai palankiau vertina daugelį nuotolinių paslaugų nei vyresni asmenys. Pastarieji (asmenys nuo 40 m. amžiaus) kiek dažniau lankosi VAVB renginiuose.

Kai kuriais atvejais skiriasi rezultatai šiose grupėse:

a) diplomuotų specialistų, turinčių universitetinį išsilavinimą, ir b) diplomuotų specialistų, įgijusių neuniversitetinį išsilavinimą. Vis dėlto turėtina galvoje, kad išsilavinimo diferenciacija nemažai atspindi geografinę diferenciaciją: Vilniuje koncentruojasi daugiau žmonių, įgijusių universitetinį išsilavinimą, nei Alytaus apskrityje. Tarp diplomuotų specialistų, įgijusių universitetinį išsilavinimą, yra didesnis VAVB žinomumas; daugiau jų naudojasi VAVB ir kitų viešųjų bibliotekų paslaugomis; jie žymiai entuziastingiau vertina galimas bibliotekos nuotolines (virtualias) paslaugas; kiek dažniau lankosi bibliotekos renginiuose.

Taip pat kai kuriais atvejais skiriasi rezultatai skirtingų pajamų grupėse: **asmenų, gaunančių žemesnes pajamas** (iki 399 Eur [imtinai] vienam namų ūkio nariui), ir asmenų, gaunančių aukštesnes pajamas (nuo 600 Eur vienam namų ūkio nariui). Vis dėlto turėtina galvoje, kad pajamų diferenciacija nemažai atspindi geografinę diferenciaciją: vilniečiai uždirba daugiau nei Alytaus apskrities gyventojai. Tarp asmenų, gaunančių aukštesnes pajamas, yra didesnis VAVB žinomumas; daugiau jų naudojasi VAVB ir kitų viešųjų bibliotekų paslaugomis; kiek dažniau lankosi VAVB renginiuose.

Aptarti pagrindiniai socialinių grupių skirtumai leidžia manyti, kad ateityje **kokybinių tyrimų metodais būtų tikslinga giliau patyrinėti** šiuos kelis pagrindinius potencialaus VAVB paslaugų vartotojo profilius (aiškinantis, kas, kokie patobulinimai ir kokie stimulai galėtų paskatinti šiuos asmenis naudotis bibliotekos paslaugomis arba naudotis jomis dažniau negu dabar; ir kaip jie šiomis paslaugomis naudotųsi):

- Moterys iš Vilniaus miesto, šiuo metu besinaudojančios VAVB paslaugomis; skirtingo amžiaus.
- Vyrai iš Vilniaus miesto, šiuo metu besinaudojantys VAVB paslaugomis; skirtingo amžiaus.
- Moterys iš Vilniaus miesto, nesinaudojančios VAVB paslaugomis; skirtingo amžiaus.
- Vyrai iš Vilniaus miesto, nesinaudojantys VAVB paslaugomis; skirtingo amžiaus.
- Moterys iš Alytaus apskrities, nesinaudojančios VAVB paslaugomis; skirtingo amžiaus; įtraukiant ir diplomuotus specialistus, neturinčius universitetinio išsilavinimo.
- Vyrai iš Alytaus apskrities, nesinaudojantys VAVB paslaugomis; skirtingo amžiaus; įtraukiant ir diplomuotus specialistus, neturinčius universitetinio išsilavinimo.

Visi šiems profiliams priskiriami asmenys turi atitikti diplomuoto specialisto kriterijus (t. y. turi būti įgiję atitinkamą išsilavinimą); taip pat turėtina galvoje, kad aukštesnis išsilavinimas didina tikimybę, kad žmogus taps nuotolinių ar kitų bibliotekos paslaugų vartotoju.

Pagrindinės išvados

- *Analizuojant tyrimo rezultatus, galima pastebėti, kad didžiausius skirtumus, vertinant VAVB ir apskrityje viešąsias bibliotekas, lemia / atspindi šios svarbiausios ir ryškiausios socialinės skirtys (dimensijos):*
 1. Naudojamasi VAVB paslaugomis – nesinaudojama VAVB paslaugomis;
 2. Vilniaus miesto gyventojai – Alytaus apskrities ir kitų nuo Vilniaus nutolusių savivaldybių gyventojai;
 3. Moterys – vyrai. Būtent šios trys aptartos skirtys dažniausiai atspindi / lemia tyrimo rezultatų skirtumus. Kai kuriais atvejais įtakos turi ir amžius, išsilavinimas bei pajamos. Išsilavinimo ir pajamų diferenciacija nemažai atspindi geografinę diferenciaciją: skirtumus tarp vilniečių ir Alytaus apskrities gyventojų.
- *Ateityje kokybinių tyrimų metodais išsamiau patyrinėti šie keli pagrindiniai potencialaus VAVB paslaugų vartotojo profiliai:*
 1. Moterys iš Vilniaus miesto, šiuo metu besinaudojančios VAVB paslaugomis; skirtingo amžiaus;
 2. Vyrai iš Vilniaus miesto, šiuo metu besinaudojantys VAVB paslaugomis; skirtingo amžiaus;
 3. Moterys iš Vilniaus miesto, nesinaudojančios VAVB paslaugomis; skirtingo amžiaus;
 4. Vyrai iš Vilniaus miesto, nesinaudojantys VAVB paslaugomis; skirtingo amžiaus;
 5. Moterys iš Alytaus apskrities, nesinaudojančios VAVB paslaugomis; skirtingo amžiaus; įtraukiant ir diplomuotus specialistus, neturinčius universitetinio išsilavinimo;
 6. Vyrai iš Alytaus apskrities, nesinaudojantys VAVB paslaugomis; skirtingo amžiaus; įtraukiant ir diplomuotus specialistus, neturinčius universitetinio išsilavinimo.

IŠVADOS

1. Žinomumas ir naudojimosi paslaugomis lygis

1.1. Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos žinomumas turėtų būti reikšmingai didinamas (šiuo metu 56,8 proc., priminus pavadinimą, Alytaus apskrityje – 34,0 proc.). Tam turėtų būti skiriamas prioritetas dėmesys, siekiant, kad viešosios bibliotekos paslaugomis būtų naudojamosi. Kelios galimos gairės ateičiai:

1. bent Alytaus apskrityje VAVB žinomumas turėtų reikšmingai pranokti Vilniaus miesto centrinės bibliotekos žinomumą (38,3 proc. Alytaus apskrityje);
2. Vilniaus ir Alytaus apskrityse VAVB žinomumo rodikliai ilgainiui galėtų artėti prie LNB žinomumo lygio (92,9 proc.), nes VAVB misiją Vilniaus ir Alytaus regione kai kuriais atžvilgiais galima prilyginti LNB misijai nacionaliniu mastu.

1.2. Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos paslaugomis Alytaus apskrityje kol kas naudojamosi menkai: naudojasi 5,3 proc. tikslinės grupės atstovų Alytaus apskrityje, tik 1,7 proc. Alytaus mieste. Šie rodikliai aktualizuoja VAVB nuotolinių paslaugų vystymą.

2. Nesinaudojimo bibliotekos paslaugomis priežastys

2.1. Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos nežinojimas yra ryškiausia priežastis, kodėl nesinaudojama jos paslaugomis.

Net 61,4 proc. iš tų diplomuotų specialistų Vilniaus ir Alytaus apskrityse, kurie nesinaudoja VAVB paslaugomis, tiesiog nežino šios bibliotekos (Alytaus mieste – net 80,7 proc.).

2.2. Daugelis kitų svarbiausių nesinaudojimo VAVB paslaugomis priežasčių yra susijusios su **bibliotekos paslaugų logistika**: nepatogi vieta; toli; gyvenu ne Vilniuje; nėra nuotolinių paslaugų, todėl nematau galimybių; arba nieko nežinau apie nuotolines paslaugas (žr. 3.2. skyrių). Šie tyrimo rezultatai patvirtina, kad viena iš prioritetinių VAVB veiklos krypčių šiuo metu – **nuotolinių paslaugų vystymas ir jų žinomumo didinimas**.

3. Pagrindinės naudojimosi bibliotekos paslaugomis priežastys

3.1. 66,2 proc. VAVB paslaugų vartotojų nurodė, kad bent kartais skolinasi knygų / leidinių į namus. **Skolinimą į namus būtų galima laikyti viena iš centrinių, ašinių VAVB paslaugų**. Šiai paslaugai galėtų būti skiriamas vienas iš centrinių vaidmenų, vykdant VAVB komunikaciją, plėtojant ir vystant bibliotekos veiklą:

- a. skolinimo paslaugos procesą darant patogesnę ir paprastesnę;
- b. skiriant dėmesio analogiškų paslaugų plėtrai: garso bei vaizdo įrašų, muzikos, filmų skolinimui;
- c. fizinį skolinimą nuosekliai pratęsiant virtualiu / nuotoliniu skolinimu;
- d. kita

Sėkmingiausia VAVB paslauga galėtų tapti tolesnės paslaugų plėtros ir komunikacijos ašimi.

3.2. Iš kelių VAVB paslaugų vartotojams svarbiausių bibliotekos savybių labiausiai išskirti derėtų:

1. **bibliotekos vietos privalumus** (tiesiog patogi vieta; žavi ir patraukli vieta, nes senamiestyje; patogus susisiekimas viešuoju transportu ir kt.) ir
2. **knygų / leidinių pasirinkimą** (labiausiai vartotojų akcentuota savybė; logiškai susijusi su centrine bibliotekos paslauga – knygų ir leidinių skolinimu).

Šioms savybėms turėtų būti skiriamas didelis dėmesys, komunikuojant su tiksliniais vartotojais, – siekiant pritraukti naujų vartotojų ir išlaikyti esamus.

3.3. Tik 7,9 proc. tikslinės populiacijos galima laikyti gana aktyviais VAVB paslaugų vartotojais (žr. [3.3. skyrių](#)).

Tyrimas leidžia manyti, kad VAVB *lankymo dažnumą labiausiai galėtų pagerinti du pokyčiai, susiję su bibliotekos darbo laiku:*

- a. bibliotekos darbas savaitgaliais (šeštadieniais, pan.): nurodė 22,2 proc. žinančiųjų biblioteką;
- b. ilgesnis darbo laikas darbo dienomis, kad būtų galima lankytis ir vakare, po darbo: nurodė 18,8 proc. žinančiųjų biblioteką. Pozityvaus rezultato galima būtų tikėtis ir iš kai kurių kitų veiklos vystymo krypčių: pasirinkimo turinio ir formų plėtros (virtualus skolinimas, filmų ir muzikos skolinimas, t. t.), nuotolinių paslaugų vystymo, įdomesnių renginių, aktyvesnio informavimo, t. t. (žr. [3.3. skyrių](#)).

4. Patraukliausios nuotolinės bibliotekų paslaugos

4.1. Bendri tyrimo rezultatai rodo, kad diplomuoti specialistai gana pozityviai vertina daugelį galimų nuotolinių bibliotekos paslaugų (žr. [3.4. skyrių](#)). Krintinę reikšmę, užtikrinant tokių paslaugų sėkmę, turėtų ne tik paslaugų įgyvendinimo lygis, bet ir sėkmingas bei aktyvus jų viešinimas, populiarinimas.

4.2. VAVB jau ir šiuo metu teikia kai kurias tiksliniams vartotojams potencialiai patrauklias paslaugas; pagrindinis uždavinys – jas populiarinti ir tobulinti.

Kitos potencialiai patraukliausios nuotolinės paslaugos laikytinos galimomis *inovacijomis*: VAVB kol kas tokių nuotolinių paslaugų neteikia (arba teikia labai ribotai). Šios tikslinei grupei *patraukliausios galimos inovacijos daugiausia yra susijusios su įvairia nuoma internetu*: elektroninių knygų ir skaityklių, filmų, audioknygų, muzikos. Apskritai skolinimas gali būti laikomas centrine, vartotojams patraukliausia VAVB paslauga (žr. [3.3. skyrių](#)). Virtualus skolinimas būtų natūralus pačių patraukliausių, ašinių bibliotekos paslaugų tęsinys.

5. Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos įvaizdis

5.1. VAVB įvaizdžio indekso rodiklis (6 proc.) kol kas yra santykinai žemas ir rodo palyginti ankstyvą šios bibliotekos kaip prekės ženklų brandos stadiją tikslinėse grupėse. Brandūs, tam tikrame veiklos lauke (~ rinkoje) lyderiaujantys prekės ženklai paprastai pasiekia ~ 30–50 proc. lygio rodiklį; tam tikrą brandos stadiją rodo priartėjimas prie 20 proc. rodiklio.

5.2. Labiausiai įvaizdžio rodiklius smukdo nežinantieji VAVB; kol kas jie sudaro reikšmingą tikslinės grupės dalį: 43,2 proc. diplomuotų specialistų Vilniaus ir Alytaus apskrityse; net 66 proc. Alytaus apskrityje; 50,9 proc. tarp vyrų. **Žinomumo didinimas laikytinas viena iš pagrindinių, bazinių užduočių**, siekiant stiprinti VAVB įvaizdį, gerinti bendrą bibliotekos patrauklumą ir pritraukti daugiau vartotojų.

5.3. Bibliotekos įvaizdžio tyrimas rėmėsi 24-iomis pasirinktomis tikslinėmis bibliotekos įvaizdžio savybėmis. **Tarp dažniausiai VAVB priskiriamų savybių yra šios trys, priklausiančios svarbiausiųjų grupei:**

1. didelis ir patrauklus knygų / leidinių pasirinkimas (priskyrė 12,7 proc., labai svarbia laiko 88,1 proc.);
2. malonus, dėmesingas aptarnavimas (priskyrė 15,4 proc., labai svarbia laiko 83,1 proc.);
3. aukštas darbuotojų žinių lygis, konsultavimo kompetencija (priskyrė 11,3 proc., labai svarbia laiko 79,8 proc.). Šias savybes reikėtų toliau vystyti ir bibliotekos veikloje bei komunikacijos srityje išnaudoti kaip VAVB ~ stipriąsias puses.

5.4. Tarp rečiausiai VAVB priskiriamų savybių yra šios trys, priklausančios svarbiausiųjų grupei:

1. daug patrauklių nuotolinių paslaugų, kuriomis galiu naudotis per atstumą, iš namų (priskyrė tik 0,8 proc., labai svarbia laiko 77,0 proc.);
2. biblioteka dirba savaitgaliais (klaidingai priskyrė 2,0 proc., labai svarbia laiko 77,1 proc.). Įvairūs tyrimo rodikliai leidžia teigti, kad abiejų šių savybių vystymas galėtų būti kritiškai svarbus, siekiant greitai ir reikšmingai išplėsti bibliotekos vartotojų ratą bei pagerinti naudojimosi paslaugomis dažnumą.

5.5. Žemiausias VAVB įvaizdžio indeksas nustatytas tarp tikslinės grupės atstovų, kol kas nesinaudojančių VAVB paslaugomis (1,6 proc., žr. 8 lentelę); tarp Alytaus apskrities gyventojų (2,8 proc.); tarp vyrų (3,5 proc.).

6. Ryškiausios tendencijos socialinėse grupėse

Analizuojant tyrimo rezultatus, galima pastebėti, kad didžiausius skirtumus, vertinant VAVB ir apskritai viešąsias bibliotekas, lemia / atspindi **šios svarbiausios ir ryškiausios socialinės skirtys (dimensijos)**:

1. naudojama VAVB paslaugomis – nesinaudojama VAVB paslaugomis;
2. Vilniaus miesto gyventojai – Alytaus apskrities ir kitų nuo Vilniaus nutolusių savivaldybių gyventojai;
3. moterys – vyrai.

Šios trys skirtys dažniausiai atspindi / lemia tyrimo rezultatų skirtumus. Kai kuriais atvejais įtakos turi ir apklaustųjų amžius, išsilavinimas bei pajamos. Vis dėlto išsilavinimo ir pajamų diferenciacija nemažai atspindi geografinę diferenciaciją: skirtumus tarp vilniečių ir Alytaus apskrities gyventojų. Amžius pirmiausia turi įtakos nuotolinių paslaugų patrauklumo įvertinimui: patrauklesnės šios paslaugos atrodo asmenims iki 40 m. amžiaus.

7. Apibendrinant galima išskirti šias labiausiai vystytinas VAVB veiklos sritis, svarbiausius uždavinius:

- Didinti žinomumą.
- Vystyti nuotolines paslaugas ir aktyviai jas populiarinti, viešinti.
- Populiarią fizinio leidinių skolinimo paslaugą nuosekliai pratęsti virtualiu / nuotoliniu skolinimu; sėkmingiausia VAVB paslauga (= skolinimas) galėtų tapti tolesnės paslaugų plėtros ir komunikacijos ašimi.
- Plėsti fizinio ir virtualaus skolinimo paslaugų turinį: garso bei vaizdo įrašais, muzika, filmais, audioknygomis, elektroninėmis skaityklėmis, kt.
- Paprastinti fizinio ir virtualaus skolinimo procesus, daryti juos patogesnius; paprastinti kitus procesus – pavyzdžiui, tapimo registruotu bibliotekos lankytoju.
- Svarstyti galimybę ateityje ilginti bibliotekos darbo laiką:
 - a. dirbti savaitgaliais, bent šeštadieniais;
 - b. ilgiau dirbti darbo dienomis.
- Aktyvinti bibliotekos įvaizdinę komunikaciją; pagrindinių bibliotekos stipriųjų pusių, išskirtinumų, inovacijų, tobulinamų paslaugų viešinimą.
- Tobulinti interneto svetainę ir efektyviau ją išnaudoti, skleidžiant informaciją apie renginius ir naujoves. Kad interneto svetainė taptų svarbia bibliotekos komunikacijos priemone, ji turi tapti šiuolaikiškesnė, populiariesnė ir naudingesnė lankytojams įvairiais atžvilgiais – pirmiausia kaip aktyvių nuotolinių bibliotekos paslaugų platforma (duomenų bazės, elektroninės knygos, filmai atsisiųsti ir t. t.). Pavyzdžiui, „Chicago Public Library“, chipublib.org.

I DALIS, 1 PRIEDAS

Kiekybinio bibliotekų tyrimo *klausimynas*

(*klausimyno projektas **apklausai internetu** Vilniaus ir Alytaus apskrityse; buvo parengta ir speciali adaptuota to paties klausimyno versija, skirta apklausti gyvai*)

Atrankiniai socialiniai demografiniai klausimai

1. Pabandykite prisiminti, kokias žinote Lietuvoje (miestuose ir rajonuose, jūsų gyvenamojoje vietovėje ir kitur) veikiančias viešąsias bibliotekas. *Kuri viešoji biblioteka Jums pirmiausia ateina į galvą?*
Įrašykite jos pavadinimą.

(ĮRAŠYTI): _____

2. Kokias kitas Lietuvoje veikiančias viešąsias bibliotekas Jūs žinote?
(PABANDYKITE IŠSVARDINTI VISAS, KURIAS ŽINOTE.)

(ĮRAŠYTI): _____

KOMENTARAS (ne respondentams): atsakydami į 1 ir 2 klausimus, respondentai nematys sąrašo iš 3 kl.

3. Kurias išvardintas viešąsias bibliotekas Jūs žinote?
Pažymėkite, kurias žinote. (GALIMI KELI ATSAKymo VARIANTAI.)

Mažvydo (Lietuvos nacionalinė Martyno Mažvydo biblioteka)

Mickevičiaus (Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešoji biblioteka)

Lietuvos technikos biblioteka

Lietuvos medicinos biblioteka

Lietuvos aklųjų biblioteka

Alytaus Jurgio Kunčino viešoji biblioteka

Vilniaus miesto savivaldybės centrinė biblioteka

Nežinau nei vienos

I DALIS,

1 PRIEDAS

4. Kurių viešųjų bibliotekų paslaugomis bent kartais naudojėtės? Čia turima galvoje ir lankymasis bibliotekoje, ir nuotolinės bibliotekų paslaugos: duomenų bazės, bibliotekų organizuojami renginiai, kt. (GALIMI KELI ATSAKymo VARIANTAI.)

Mažvydo (Lietuvos nacionalinė Martyno Mažvydo biblioteka)

Mickevičiaus (Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešoji biblioteka) > jei nepasirenka šio atsakymo varianto, pereiti prie 5 kl., Tada prie 9 kl. Jei pasirenka šį atsakymo variantą – pereiti prie 6 kl.

Lietuvos technikos biblioteka

Lietuvos medicinos biblioteka

Alytaus Jurgio Kunčino viešoji biblioteka

Vilniaus miesto savivaldybės centrinė biblioteka

Lietuvos aklųjų biblioteka

Alytaus rajono savivaldybės viešoji biblioteka

Druskininkų savivaldybės viešoji biblioteka

Elektrėnų savivaldybės viešoji biblioteka

Lazdijų rajono savivaldybės viešoji biblioteka

Šalčininkų rajono savivaldybės viešoji biblioteka

Širvintų rajono savivaldybės viešoji biblioteka

Švenčionių rajono savivaldybės viešoji biblioteka

Trakų rajono savivaldybės viešoji biblioteka

Ukmergės rajono savivaldybės Vlado Šlaito viešoji biblioteka

Varėnos rajono savivaldybės viešoji biblioteka

Vilniaus rajono savivaldybės centrinė biblioteka

Kita biblioteka (JRAŠYKITE): _____

Nesinaudoju nei vienos viešosios bibliotekos paslaugomis

5 kl. Užduodamas tik tiems, kurie **nesinaudoja** A. Mickevičiaus bibliotekos paslaugomis (žr. 4 kl.), Bet **žino** a. Mickevičiaus biblioteką (žr. 1–3 kl.).

5. Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešoji biblioteka yra regioninės reikšmės biblioteka, kurios veiklos laukas apima ne tik Vilniaus miestą, bet ir visą Vilniaus apskritį, taip pat Alytaus apskritį. Kaip manote, **dėl kokių pagrindinių priežasčių Jūs nesinaudojate A. Mickevičiaus bibliotekos paslaugomis?** (GALIMI KELI ATSAKymo VARIANTAI.)

Nežinau tokios bibliotekos

Manęs apskritai nedomina jokios viešųjų bibliotekų paslaugos

Aš gyvenu ne Vilniaus mieste, todėl nematau galimybių naudotis šios bibliotekos paslaugomis

Nieko nežinau apie jokias nuotolines šios bibliotekos paslaugas

Nors gyvenu / lankausi Vilniuje, tačiau man nėra patogi miesto vieta, kurioje yra ši biblioteka

I DALIS,

1 PRIEDAS

Aš nežinau, kur yra ši biblioteka
 Man patinka kita viešoji biblioteka, esu prie jos prisirišęs (-usi)
 Nepatogus A. Mickevičiaus bibliotekos darbo laikas
 Nepatogios automobilio parkavimo galimybės
 Nepatogus susisiekimas: viešuoju transportu, dviračiu, kt.
 Ši biblioteka man atrodo nemoderni, senoviška
 Netenkina šios bibliotekos paslaugų asortimentas
 Netenkina knygų / leidinių pasirinkimas šioje bibliotekoje
 Nepatinka šios bibliotekos aplinka, interjeras, patalpos, atmosfera
 Prastas, nedėmesingas aptarnavimas
 Nepakankamas darbuotojų žinių lygis, konsultavimo kokybė
 Ši biblioteka yra labiau orientuota į studentus, o aš esu dirbantis žmogus, specialistas
 Ši biblioteka neorganizuoja įdomių renginių
 Per aukštos mokamų bibliotekos paslaugų kainos
 Kita (ĮRAŠYKITE): _____
 Nežinau, neturiu nuomonės

6–8 kl. Užduodami tik tiems, kurie **naudojasi** A. Mickevičiaus bibliotekos paslaugomis (žr. 4 kl.).

6. Nurodėte, kad naudojėtės Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos paslaugomis. Kaip dažnai? (VIENAS ATSAKYMO VARIANTAS.)

Kelis kartus per savaitę
 Kelis kartus per mėnesį
 Kelis kartus per pusmetį
 Kartą arba kelis kartus per metus
 Rečiau nei kartą per metus
 Nežinau, neatsimenu

7. Kuriomis A. Mickevičiaus bibliotekos paslaugomis naudojėtės? (GALIMI KELI ATSAKYMO VARIANTAI.)

Skaitau skaitykloje
 Ateinu padirbėti prie savo darbų, projektų
 Skolinuosi knygas / leidinius į namus
 Ieškau knygų / leidinių bibliotekos elektroniniame kataloge, internetu
 Užsisakau arba rezervuoju knygas / leidinius internetu
 Naudojuosi bibliotekos prieiga prie įvairių duomenų bazių
 Naudojuosi bibliotekos specialistų konsultacijomis ir kita pagalba

I DALIS,

1 PRIEDAS

Naudujuosi garso ir vaizdo įrašais bibliotekoje

Lankau A. Mickevičiaus bibliotekos organizuojamus renginius, parodas

Lankausi / naršau bibliotekos virtualiose parodose internetu

Naudujuosi kopijavimo paslaugomis

Naudujuosi galimybe įsirašyti informaciją į elektronines laikmenas

Naudujuosi bibliografijos sąrašų sudarymo paslauga pagal individualią užklausą

Naudujuosi tarpbibliotekiniu abonementu

Dalyvauju arba esu dalyvavęs kompiuterinio raštingumo mokymuose

Naudujuosi bibliotekos kompiuteriu ir (arba) interneto prieiga per bibliotekos kompiuterį

Naudujuosi bibliotekos belaidžiu internetu

Naudujuosi grupinio darbo (co-working) erdvėmis bibliotekoje

Dalyvauju bibliotekos skaitytojų klube

Kita (ĮRAŠYKITE): _____

Nežinau, neprisimenu

8. Kaip manote, *dėl kokių pagrindinių priežasčių Jūs naudojatės A. Mickevičiaus bibliotekos paslaugomis?*
(GALIMI KELI ATSAKYMO VARIANTAI.)

Nėra jokių ypatingų priežasčių, galėčiau naudotis bet kuria kita viešąja biblioteka

Esu tiesiog įpratęs (-usi) naudotis šios bibliotekos paslaugomis

Patogi vieta

Patrauklios / patogios bibliotekos nuotolinės paslaugos, kuriomis galiu naudotis per atstumą

Patogus A. Mickevičiaus bibliotekos darbo laikas

Patogios automobilio parkavimo galimybės

Patogus susisiekimas: viešuoju transportu, dviračiu, kt.

Tai moderni, šiuolaikiška, modernėjanti biblioteka

Tai žinoma, seną gerą vardą turinti biblioteka

Man tinka šios bibliotekos paslaugų asortimentas

Mane tenkina knygų / leidinių pasirinkimas šioje bibliotekoje

Man patinka šios bibliotekos aplinka, interjeras, patalpos, atmosfera

Man patinka, kad tai sena biblioteka, esanti senamiestyje, sename name

Geras, malonus, dėmesingas aptarnavimas

Aukštas darbuotojų žinių lygis, konsultavimo kompetencija

Ši biblioteka yra tinkama dirbantiems žmonėms, specialistams, ne tik studentams

Įdomūs šios bibliotekos organizuojami renginiai

Geros mokamų paslaugų kainos

Kita (ĮRAŠYKITE): _____

Nežinau, neturiu nuomonės

I DALIS, 1 PRIEDAS

9 kl. Užduoti tik tiems respondentams, kurie žino A. Mickevičiaus biblioteką (žr. 1–3 kl.).

9. Kaip manote, kas galėtų paskatinti Jus *pradėti naudotis* A. Mickevičiaus bibliotekos paslaugomis arba *naudotis jomis dažniau*? (GALIMI KELI ATSAKYMO VARIANTAI.)

Kadangi gyvenu ne Vilniuje – tai neįmanoma

Bibliotekos padalinys mano gyvenamojoje vietovėje arba netoli jos

Aktyvesnės / patrauklesnės nuotolinės paslaugos, kuriomis galėčiau naudotis per atstumą, iš namų

Įdomūs bibliotekos organizuojami renginiai mano gyvenamojoje vietovėje arba netoli jos

Įdomesni bibliotekos renginiai centriniame bibliotekos padalinyje Vilniuje

Bibliotekos darbas savaitgaliais

Ilgesnis darbo laikas darbo dienomis, kad būtų galima lankytis ir vakare

Patogesnės automobilio parkavimo galimybės: pvz., patogiai aikštelė netoli bibliotekos

Patogesnės susisiekimo galimybės: viešuoju transportu, dviračiu, kt.

Didesnis bibliotekos žinomumas

Daugiau informacijos apie bibliotekos veiklą, paslaugas, jų ypatumus

Didesnis šiuolaikiškumas, pokyčiai šia linkme

Platesnis, šiuolaikiškesnis paslaugų asortimentas

Paprastesnis, šiuolaikiškesnis paslaugų užsakymas, mažiau biurokratijos

Didesnis, patrauklesnis knygų / leidinių pasirinkimas

Didesnės ir patrauklesnės garso ir vaizdo įrašų kolekcijos

Didesnis bibliotekoje prieinamų duomenų bazių pasirinkimas

Operatyvesnės ir pigesnės tarpbibliotekinio abonemento paslaugos:

galimybė gauti knygų / leidinių iš kitų bibliotekų

Malonesnė, šiuolaikiškesnė aplinka, interjeras, patalpos, atmosfera

Malonesnis, dėmesingesnis aptarnavimas

Aukštesnis darbuotojų žinių lygis, konsultavimo kompetencija

Didesnis orientavimasis į dirbančius žmones, specialistus, ne tik studentus

Patrauklesnės mokamų paslaugų kainos

Galimybė skolintis į namus garso ir vaizdo įrašus, ne tik knygas / leidinius

Galimybė internetu iš anksto rezervuoti garso ir vaizdo įrašus, ne tik knygas / leidinius

Daugiau kompiuterių

Žaidimų kambariai ir renginiai vaikams

Patrauklesnės grupinio darbo (co-working) galimybės bibliotekoje

Patraukli kavinė, patogios galimybės užkąsti, atsigerti

Patraukli poilsio erdvė: su patogiais minkštais baldais, galimybe atsinešti skaitinių, t. t.

Galimybė rezervuoti susitikimų kambarius, darbo erdves, su reikiama įranga, multimedija, kt.

Aktyviau ir patraukliau organizuojamas bibliotekos skaitytojų klubas

I DALIS,

1 PRIEDAS

11 kl. Užduoti tik tiems respondentams, kurie žino A. Mickevičiaus biblioteką (žr. 1–3 kl.).

11. Iš to, ką žinote, girdėjote arba esate patyrę, – kurias iš šių *savybių galėtumėte priskirti A. Mickevičiaus bibliotekai?*
(GALIMI KELI ATSAKYMO VARIANTAI.)

Bibliotekos padalinys patogioje vietoje: arti mano namų arba darbo vietos

Daug patrauklių nuotolinių paslaugų, kuriomis galiu naudotis per atstumą, iš namų

Įdomūs bibliotekos organizuojami renginiai mano gyvenamojoje / darbo vietovėje arba netoli jos

Įdomūs bibliotekos organizuojami renginiai apskritai, nebūtinai šalia mano gyvenamosios / darbo vietovės

Biblioteka dirba savaitgaliais

Dirba pakankamai ilgai darbo dienomis, kad būtų galima lankytis ir vakare

Patogios automobilio parkavimo galimybės: pvz., patogį aikštelė netoli bibliotekos

Patogus susisiekimas: viešuoju transportu, dviračiu, kt.

Plačiai / gerai žinoma biblioteka

Daug informacijos apie šios bibliotekos veiklą, paslaugas, jų ypatumus

Moderni, šiuolaikiška biblioteka

Platus, šiuolaikiškas paslaugų asortimentas

Paprastas, šiuolaikiškas paslaugų užsakymas, mažai biurokratijos

Didelis ir patrauklus knygų / leidinių pasirinkimas

Didelė ir patraukli garso ir vaizdo įrašų kolekcija

Maloni, šiuolaikiška bibliotekos aplinka, interjeras, patalpos, atmosfera

Malonus, dėmesingas aptarnavimas

Aukštas darbuotojų žinių lygis, konsultavimo kompetencija

Orientuojasi į dirbančius žmones, specialistus, ne tik studentus

Patrauklios mokamų paslaugų kainos

Galima skolintis į namus garso ir vaizdo įrašus, ne tik knygas / leidinius

Pakankamai daug kompiuterių

Žaidimų kambariai ir renginiai vaikams

Patrauklios grupinio darbo (co-working) erdvės / galimybės bibliotekoje

Kita (ĮRAŠYKITE): _____

Nežinau, neturiu nuomonės

I DALIS,

1 PRIEDAS

12. Nuotolinėmis vadinamos tokios bibliotekų paslaugos, kuriomis galima naudotis per atstumą, iš namų, gyvenant toli nuo bibliotekos, kitame mieste, t. t. Kaip manote, **kuriomis viešųjų bibliotekų nuotolinėmis paslaugomis Jums būtų patrauklu naudotis?** (GALIMI KELI ATSAKYMO VARIANTAI.)

Įdomūs bibliotekos organizuojami renginiai mano gyvenamojoje vietovėje arba netoli jos

Įdomių bibliotekos renginių videotransliacijos internetu

Internetu suteikiama prieiga prie įvairių duomenų bazių: straipsnių, žurnalų, t. t.; kad tai būtų pasiekama iš namų

Bibliotekos virtualios parodos, internetu

Galimybė ieškoti knygų / leidinių bibliotekos elektroniniame kataloge, internetu

Elektroninių knygų skolinimas / nuoma internetu

Elektroninių skaityklių e. knygoms skaityti skolinimas / nuoma

Fizinių, ne elektroninių, knygų atsiuntimas pagal užsakymą

Elektroninių audioknygų skolinimas / nuoma internetu

Filmų, vaizdo įrašų skolinimas / nuoma internetu

Muzikos, garso įrašų skolinimas / nuoma internetu

Galimybė iš anksto internetu rezervuoti knygas / leidinius, garso ir vaizdo įrašus, vėliau juos pasiimti bibliotekoje

Bibliotekos specialistų virtualios konsultacijos ir kita pagalba internetu

Bibliografijos sąrašų sudarymas ir atsiuntimas internetu pagal individualią užklausą

Bibliotekos organizuojami virtualūs skaitytojų forumai, klubai

Kraštotyros duomenų bazės: lankytinos vietos, žinomi asmenys, turizmo informacija, t. t.

Virtualios kopijavimo paslaugos: nukopijuojama reikiama medžiaga ir atsiunčiama internetu

Virtualūs kompiuterinio raštingumo arba kiti mokymai

Kita (ĮRAŠYKITE): _____

Man nepatrauklios jokios viešųjų bibliotekų paslaugos

Man nepatrauklios jokios nuotolinės viešųjų bibliotekų paslaugos

Nežinau, neturiu nuomonės

13. Ar Jūs žinote Vilniaus apskrities kraštotyrai skirtą interneto portalą „Vilnijos vartai“? Adresas www.vilnijosvartai.lt. (VIENAS ATSAKYMO VARIANTAS.)

Taip

Ne > pereiti prie 18 kl.

14. Ar Jūs esate naudojęsi interneto portalu „Vilnijos vartai“? Adresas www.vilnijosvartai.lt. (VIENAS TINKAMIAUSIAS ATSAKYMO VARIANTAS.)

Taip, naudojuosi nuolat, reguliariai

Taip, kelis kartus naudojausi

Taip, esu pasinaudojęs (-usi) vieną arba du kartus

Ne, niekada nesinaudojau > pereiti prie 16 kl.

Nežinau, neatsimenu > pereiti prie 16 kl.

I DALIS,

1 PRIEDAS

15. Kokiais tikslais Jūs dažniausiai naudojotės arba naudojatės interneto portalu „Vilnijos vartai“?
Adresas www.vilnijosvartai.lt. (GALIMI KELI ATSAKYMO VARIANTAI.)

Turizmo tikslais: ieškau informacijos kelionėms, išvykoms

Moksliniais tikslais, moksliniams tyrimams

Žurnalistiniais tikslais: ieškau informacijos straipsniams

Pedagoginiais tikslais: ieškau informacijos vaikams, mokiniam, studentams

Savo vaikų edukacijai

Tiesiog įdomu: domiuosi savo kraštu, įvairiomis vietovėmis, kraštotyra, pan.

Kita (ĮRAŠYKITE): _____

Nežinau, sunku pasakyti

16. Ar Jums patinka interneto portalas „Vilnijos vartai“?

Įvertinkite šį portalą 10 balų skalėje, kai 1 reiškia „visiškai nepatinka“, o 10 – „labai patinka“.

Interneto portalas „Vilnijos vartai“	Visiškai nesvarbu					Labai svarbu					Nežinau, neturiu nuomonės
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

17. *Kaip Jūs siūlytumėte patobulinti* interneto portalą „Vilnijos vartai“, kad jis būtų Jums patrauklesnis; kad dažniau jame lankytumėtės? Kokie šio portalo trūkumai? (GALIMI KELI ATSAKYMO VARIANTAI.)

Manęs nedomina kraštotyra, niekas nepadės

Man nepatinka „kraštotyros“ sąvoka, kuri akcentuojama šiame portale: tai senamadiška, atstumia, tas pat galėtų būti patraukliau pavadinta

Nepatinka pavadinimas „Vilnijos vartai“, reikėtų pakeisti

Galėtų apimti platesnę geografiją, ne tik Vilnijos kraštą

Trūksta šiuolaikiškumo, modernumo

Reikėtų tobulinti šio portalo vaizdą, estetiką

Man nelabai aiški šio portalo bendra paskirtis

Man nelabai aišku, kokią konkrečią informaciją galiu šiame portale rasti

Nors bendrai informacija apie Lietuvos vietas gali būti įdomi, tačiau šio portalo informacija man nėra įdomi, ji neįdomiai pateikta

Trūksta vaizdinės informacijos: nuotraukų, videomedžiagos, kt.

Man neaiški / nepatogi šio portalo struktūra, sunku orientuotis, naršyti

Per mažai naudos, neatitinka galimų mano lankymosi tikslų: mokslinių, turistinių, žurnalistinių ar kitų

Kita (ĮRAŠYKITE): _____

Nežinau, neturiu nuomonės

I DALIS,

1 PRIEDAS

18. Ar Jūs esate kada nors lankęsi kokiame nors A. Mickevičiaus bibliotekos organizuotame renginyje?
(VIENAS ATSAKYMO VARIANTAS.)

Taip

Ne > pereiti prie baigiamųjų socialinių demografinių klausimų

Nežinau, neatsimenu > pereiti prie baigiamųjų socialinių demografinių klausimų

19. Ar Jums patiko tie A. Mickevičiaus bibliotekos organizuoti renginiai, kuriuose lankėtės?
Įvertinkite šiuos renginius 10 balų skalėje, kai 1 reiškia „visiškai nepatiko“, o 10 – „labai patiko“.

A. Mickevičiaus bibliotekos renginiai	Visiškai nesvarbu					Labai svarbu					Nežinau, neturiu nuomonės
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

20. Kaip Jūs siūlytumėte patobulinti A. Mickevičiaus bibliotekos organizuojamus renginius, kad labiau Jums patiktų, dažniau juose lankytumėtės? (GALIMI KELI ATSAKYMO VARIANTAI.)

Renginiai per daug senamadiški, turėtų būti šiuolaikiškesni, jaunatviškesni, šiuolaikiškiau organizuojami

Renginiai per daug jaunatviški, turėtų būti solidesni, labiau pritaikyti išsilavinusiems ir vyresniems žmonėms, ne tik jaunuoliams

Renginiai turėtų būti organizuojami ir kituose miestuose, kitose vietose, ne tik centriniam A. Mickevičiaus padalinijje Vilniuje

Kai organizuoja renginius kituose miestuose, ne Vilniuje, turėtų aiškiau komunikuoti, kad tai A. Mickevičiaus bibliotekos renginiai

Skleisti daugiau informacijos apie renginius

Informacija apie renginius turėtų būti pateikiama patraukliau, šiuolaikiškiau

Tobulinti bibliotekos interneto svetainę ir efektyviau ją išnaudoti informacijai apie renginius skleisti

Plėsti, įvairinti renginių tematiką; demokratiškesnių, netikėtų temų, platesnei publikai

Fokusuotis į literatūrinės tematikos renginius

Fokusuotis į aukštosios, intelektualinės kultūros renginius

Daugiau renginių vaikams

Kviesti daugiau įdomių, garsių žmonių: rašytojų, kt.

Daugiau edukacinių renginių

Organizuoti renginių videotransliacijas internetu

Gerinti pačios A. Mickevičiaus bibliotekos įvaizdį, kad patrauklesni taptų ir šios bibliotekos renginiai

Kita (ĮRAŠYKITE): _____

Nežinau, neturiu nuomonės

II DALIS

A. NOVELSKAITĖ, A. KAMINSKIENĖ,
A. ŽEMAITĖ, V. KUKLYS

2017 M.

VILNIAUS APSKRITIES
ADOMO MICKEVIČIAUS
VIEŠOSIOS BIBLIOTEKOS
PASLAUGŲ TIKSLINIŲ
VARTOTOJŲ KOKYBINIO
TYRIMO ATASKAITA

II DALIS

TURINYS

ĮVADAS	72
2. TYRIMO METODOLOGIJA	72
2.1. Interviu	72
2.1.1. Duomenų rinkimo metodas ir procedūra	73
2.1.2. Tiriamieji	74
2.1.3. Duomenų apdorojimas ir analizė	74
2.2. Stebėjimas	74
2.2.1. Duomenų rinkimo metodai ir procedūros	75
3. TYRIMO EIGA	75
3.1. Interviu	75
3.2. Stebėjimas	76
4. REZULTATAI	77
4.1. Bibliotekos paslaugų nevirtotojų motyvacija skaityti ir skaitymo įpročiai	77
4.1.1. Bibliotekos paslaugų vartotojų ir nevirtotojų skaitymo dimensijos	78
4.1.2. Esamas vartotojas kritiškesnis ir reiklesnis nei tas, kuris seniai lankėsi bibliotekoje	79
4.1.3. Studijų metais įgyta patirtis formuoja nuomonę apie biblioteką ir su ja susijusias nuostatas	81
4.2. Paslaugos	86
4.2.1. Knygos – bibliotekos pagrindinė funkcija	86
4.2.2. Nuotolinės bibliotekos paslaugos	88
4.2.2.1. Vartotojai žino, ko nori iš interneto svetainės	88
4.2.2.2. Nuotolinis skolinimas	90
4.2.2.3. Katalogai ir duomenų bazės	91
4.2.2.4. Vartotojo paskyra	91
4.3. Dalyvavimas renginiuose	95
4.3.1. Informacijos apie renginius paieškos formų ir sričių įvairovė	95
4.3.2. Lankymasis renginiuose: parodos, muziejai, kinas, teatras, kita	97
4.3.3. Renginiai bibliotekoje	100
4.3.4. Fizinė bibliotekos erdvė	107
4.3.5. Kompiuterizuotos darbo vietos	110
IŠVADOS	111
PRIEDAI	115
1 priedas. Interviu klausimynas	115
2 priedas. Interviu dalyvių sociodemografinė informacija	116
Bibliografinis sąrašas	117

ĮVADAS

Kokybinis tyrimas – tai antras Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos tyrimo etapas, einantis po kiekybinio tyrimo. Juo siekta papildyti tendencijas, išryškėjusias atliekant kiekybinį tyrimą.

Kokybinio tyrimo metu išanalizuoti bibliotekos paslaugų vartotojo ir nevartotojo naudojimosi bibliotekos paslaugomis įpročiai, priežastys bei lūkesčiai. Šis tyrimas orientuotas į potencialiai tikslinei bibliotekos auditorijai priklausantį individą: ne tik esamą, bet ir potencialų bibliotekos paslaugų vartotoją. Tyrime naudoti keli skirtingi metodai: pusiau struktūruotas giluminis interviu, papildytas idealios bibliotekos plano piešimu ir stebėjimas. Tyrimu siekta geriau pažinti VAVB tikslinį vartotoją, jo skaitymo įpročius, informacinius poreikius ir atitinkamai tobulinti bibliotekos produktus ir paslaugas.

Kokybinio etnografinio tyrimo tikslas –

pateikti įžvalgų, kurios leistų patobulinti turimas Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos paslaugas ir pasiūlyti naujų, orientuojantis į tam tikrais bruožais pasižyminčius (potencialius) vartotojus.

Tyrimo uždaviniai

- Papildant apklausos rezultatus, detalizuoti VAVB paslaugomis nesinaudojančio asmens portretą.
- Apibūdinti VAVB paslaugomis nesinaudojančio asmens bibliotekos sampratą ir idealios bibliotekos vaizdinį.
- Apibūdinti VAVB paslaugomis nesinaudojančio asmens bibliotekos vietinių ir nuotolinių paslaugų sampratą (-as) ir poreikius.

2. TYRIMO METODOLOGIJA

2.1. Interviu

Pagrindinis tyrimo duomenų rinkimo būdas – pusiau struktūruotas giluminis interviu. Tokia interviu forma pasirinkta įvertinus jos pranašumus: lankstumą, dinamiškumą, informacijos apimtį ir pobūdį. Atliekant interviu tiriamasis galėjo savarankiškai pereiti nuo vienos temos prie kitos, pokalbis nebuvo stabdomas, kadangi iš tiriamojo buvo norima išgirsti viską, ką jis turi pasakyti viena ar kita tema. Taip pat tyrėjas galėjo užduoti papildomų (tikslinamųjų, skatinamųjų ir pan.) klausimų, siekdamas pagilinti, jo manymu, svarbias įžvalgas. Taigi pasirinkta interviu forma leido sukaupti didžiausią galimą informacijos kiekį analizuojama tema. Be to, tokiu būdu sukaupia informacija padėjo taikyti skirtingas kokybinių duomenų analizės prieigas ir metodus, kadangi informacijos daugiaplaniškumas neapsiribojo tradicine turinio analize, bet leido atskleisti vyraujančius naratyvus, išskylančius diskursus, kt.

Papildomas duomenų rinkimo metodas – anketinė apklausa naudojant standartizuotą klausimyną. Šis metodas pasirinktas siekiant sukaupti standartizuotą sociodemografinę informaciją apie tyrimo dalyvius per maksimaliai trumpą laiką.

Trečias duomenų rinkimo metodas – tai in situ (Beall, 2014:26) projekcinio pobūdžio prieiga prašant tyrimo dalyvį nupiešti įsivaizduojamos bibliotekos planą. Ši prieiga sudarė galimybių surinkti informaciją, padėsiančią suprasti, kokios struktūrinės bibliotekos dalys tiriamajam yra svarbiausios. Kombinuojant su interviu, šis metodologinis sprendimas padėjo nustatyti, kokią prasmę interviu dalyvis suteikia atskiroms bibliotekos (piešinio) dalims, kaip įsivaizduoja idealią biblioteką.

2.1.1. Duomenų rinkimo metodas ir procedūra

Interviu sudarė 3 dalys.

Atliktų interviu trukmė – iki 1 valandos. Prieš interviu dalyviams suteikta standartinė informacija apie tyrimą ir jo vykdytojus.

– Tyrimo dalyviui pateiktas toks standartinis įvadas:

Šis interviu – tai dalis VAVB užsakymu atliekamo vartotojų požiūrių tyrimo, kurio rezultatai bus naudojami didinant paslaugų patrauklumą bei aptarnavimo kokybę. Interviu bus įrašomas, tačiau garantuojame, kad visų numatomų atlikti 20 interviu medžiaga bus analizuojama ir pristatoma bendrai išsaugant atskirų interviu dalyvių konfidencialumą.

Tyrimą atlieka keturių tyrėjų grupė, kuriai vadovauja Miglė Paškevičiūtė. Jei turite klausimų ar nusiskundimų, galite kreiptis el. pašto adresu migle.p@smart-vision.lt.

Gavus tyrimo dalyvio sutikimą įrašyti interviu, įjungtas diktofonas.

Interviu 1 dalis – piešinys „Idealios bibliotekos planas“

Pirmiausia tyrimo dalyvių paprašyta nupiešti idealios bibliotekos planą. Piešiant buvo galima pasirinkti vieną iš šešių spalvotų pieštukų: geltoną, raudoną, žalią, mėlyną, rudą arba juodą. Siekdama minimizuoti bent dalį pašalinių poveikių renkantis spalvas, tyrėjų grupė naudojo identiškus pieštukus.

Gavus tyrimo dalyvio sutikimą įrašyti interviu, įjungtas diktofonas.

Instrukcija tiriamajam:

„Prieš pradėdami noriu pabrėžti, kad šiai užduočiai atlikti jums nereikia turėti jokių meninių gebėjimų. Prieš Jus popieriaus lapas ir šešių spalvų pieštukai.

Per penkias minutes nupieškite idealios bibliotekos planą, kaip jį įsivaizduojate. Planas nebūtinai turi būti realistiškas. Jis turi įtraukti visas, Jūsų manymu, svarbiausias bibliotekos dalis. Užduočiai atlikti turėsite penkias minutes. Kas minutę turėsite atidėti naudojamą pieštuką ir paimti kitos spalvos pieštuką. Prieš pradėdami piešti pasirinktu pieštuku, lapo apačioje pažymėkite, kelintas tai pieštukas (1, 2, 3, 4, 5, 6).

Aš [tyrėjas] perspėsiu, kai reikės pakeisti pieštuką. Pasibaigus penkioms minutėms turėsite galimybę pakomentuoti savo piešinį.

Ar turite klausimų?“

Interviu 2 dalis – interviu

Pagrindinės tyrimo problematikos padiktuotos temos: asmens, nesinaudojančio VAVB paslaugomis, portretas; jo patirtis, susijusi su bibliotekomis; bibliotekos ir su ja susijusių poreikių sąvoka; nuotolinės paslaugos ir su jomis susijusių poreikių sąvoka.

Konkrečiau kalbant, interviu klausimyną sudarė 7 tematiniai klausimų blokai: prašymas pakomentuoti savo piešinį; klausimai apie naudojamą bibliotekos paslaugomis ir knygų skaitymą; klausimai apie bibliotekos vaidmenį šiandieninėje visuomenėje; klausimai apie renginius bibliotekose ir kitur; klausimai apie parodas bibliotekose ir kitur; klausimai apie nuotolines bibliotekos paslaugas ir kitų institucijų nuotolines paslaugas; klausimai apie bibliotekos interneto svetainę ir kitų institucijų svetaines (žr. [1 priedą](#)).

Interviu 3 dalis – sociodemografinė informacija

Bazinė sociodemografinė informacija apie tyrimo dalyvius buvo renkama baigus interviu. Tam naudotas standartinis klausimynas su uždaro ir atviro tipo klausimais. Interviu dalyvių prašyta nurodyti savo lytį, amžių, išsilavinimą, specialybę, profesinės veiklos sritį, užimamas pareigas, šeimyninę padėtį ir vaikų skaičių (žr. [2 priedą](#)).

2.1.2. Tiriamieji

Planuota, kad interviu dalyvaus 20 asmenų, kurie nesinaudoja VAVB paslaugomis, tačiau priklauso tikslinei VAVB vartotojų grupei. Siekiant užtikrinti maksimalią požiūrių įvairovę, vadovaujantis netikimybinės tikslinės kvotinės atrankos principais, Vilniuje (n=10) ir Alytuje (n=10) apklausti 20–60 metų asmenys: diplomuoti specialistai (turintys aukštąjį universitetinį, aukštąjį neuniversitetinį, aukštesnįjį (jei baigę anksčiau) išsilavinimą arba turintys technikumą (jei baigę anksčiau), specialiosios vidurinės mokyklos, kurioje gaunama profesinė kvalifikacija, diplomą.

Buvo numatyta, kad iš 20 interviu dalyvių apytiksliai 10 bus moterys ir apytiksliai 10 bus vyrai, taip pat maždaug po 10 asmenų bus besinaudojantys kitų bibliotekų paslaugomis ir nesinaudojantys jokių bibliotekų paslaugomis.

2.1.3. Duomenų apdorojimas ir analizė

Sociodemografinė informacija apdorota standartiškai parengiant dažnių lenteles, pirmiausia siekiant apibūdinti tyrimo dalyvių grupę. Vėliau ši informacija panaudota kokybinės informacijos klasifikavimo ir grupavimo tikslais.

Bibliotekos plano (piešinio) analizė atlikta keliais žingsniais, vadovaujantis klasikinės kiekybinės ir kokybinės turinio analizės principais.

Pirma, objektai suskirstyti pagal nupiešimo pirmumą, sugeneruoti 5 objektų sąrašai (pirmi nupiešti objektai, antri nupiešti objektai ir t. t.) ir suskaičiuotas objektų pasikartojimo dažnis sąrašuose. Objektai sugrupuoti į atskiras kategorijas (pvz., žmonės, baldai, erdvės, kt.).

Antra, objektų kategorijos aprašytos detaliau išskiriant subkategorijas, kontekstus, jų galimas reikšmes ir t. t., naudojantis ir per interviu pateikta informacija.

Trečia, vadovaujantis objektų piešimo pirmumu ir remiantis kategorijų turinio analize, nubraižyti galimi idealizuoti bibliotekos renovacijos planai. Pagal galimybes, remiantis turimais sociodemografiniais duomenimis ir jų atitiktimi apklausos rezultatams,

idealizuoti planai įvertinti siejant su „tipišku“ potencialiu vartotoju.

Pusiau struktūruoto interviu medžiaga analizei paruošta pažodžiui sutranskribavus garso įrašus. Toliau išanalizuoti atsakymai į kiekvieną užduotų klausimų seriją, galiausiai pateiktas apibendrintas atsakymas į užduotą klausimą. Techniškai analizė atlikta keliais žingsniais.

Pirma, visa medžiaga išanalizuota vadovaujantis klasikinės turinio analizės principais: pirminiu analizės vienetu laikant sąvoką, visuose atsakymuose identifikuoti pagrindiniai pavartoti teminiai žodžiai (pvz., fizinį bibliotekos apibūdinimą nusakantys žodžiai atsakymuose į pirmą klausimą), toliau jie suklasifikuoti ir sujungti į atskiras kategorijas (pvz., baldai, langai, kt.). Atitinkamai aprašytas suformuotų kategorijų turinys.

Antra, interviu medžiagoje ieškota kitiems kokybinių duomenų analizės metodams tinkamos medžiagos (pvz., ieškota pasakojimų, kurių naratyvinė (pvz., struktūrinė) analizė leistų identifikuoti „tipiškas“ istorijas bibliotekoje; ieškota metaforų, kurių analizė leistų atskleisti galimus asociatyvinius ryšius; t. t.).

Trečia, interviu medžiagos analizės rezultatai apibendrinti – suklasifikuoti pagal turimus sociodemografinius duomenis ir susieti su tipišku (potencialaus) bibliotekos vartotojo portretu, nustatytu atliekant anketinę apklausą.

2.2. Stebėjimas

Stebėjimo tikslas – pateikti įžvalgų, kurios leistų patobulinti esamus VAVB renginius ir pasiūlyti naujų, orientuojantis į tam tikrais bruožais pasižyminčius (potencialius) vartotojus.

Stebėjimo uždaviniai:

1. Papildant apklausos rezultatus, detalizuoti VAVB renginius lankančio asmens portretą.
2. Identifikuoti VAVB renginių dalyvių ir parodų lankytojų požiūrį į renginius ir parodas bei su jais susijusius poreikius.

2.2.1. Duomenų rinkimo metodai ir procedūros

Stebėjimas pasirinktas kaip empirinės informacijos rinkimo būdas, leido fiksuoti natūraliomis sąlygomis esančią / atsirandančią informaciją, kuri naudojant kitus metodus (pvz., atliekant interviu) būtų užfiksuota ne taip tiksliai arba net neužfiksuota.

Šio tyrimo atveju stebėjimas leidžia fiksuoti tokius domėjimąsi renginiu ar parodos eksponatais rodančius elementus, kaip faktinis atėjimas / išėjimas ir laikas. Kadangi stebėta viešoje erdvėje ir rinkti anonimiški duomenys, tyrimo dalyvių sutikimo būti stebimiems neprašyta.

Stebėjimo duomenims papildyti atlikta anonimiška anketinė apklausa, kurios metu fiksuota ne tik standartizuota sociodemografinė informacija apie sutikusius atsakyti į klausimus bibliotekos renginio dalyvius ar parodos lankytojus, bet ir jų požiūris į patį vyksmą.

Stebėjimas vykdytas keliais rakursais:

- stebėtas lankytojų įsitraukimas į renginius ir fiksuotas jų atėjimo ir išėjimo laikas, įsitraukimo į renginio veiklą trukmė;
- stebėtas lankytojų dėmesys VAVB atributikai ir fiksuoti atitinkami objektai ir lankytojų dėmesio jiems trukmė.

Stebėjimas atliktas tokiuose VAVB renginiuose:

2016 10 25 Austrijos nacionalinės šventės minėjimas

2016 10 25 skaitytojų klubas

2016 10 27 Gražinos Mareckaitės knygos „Neišmaniųjų metas“ pristatymas

2016 11 08 Danutės Kalinauskaitės knygos „Skersvėjų namai“ pristatymas

2016 11 22 Viktoro Gerulaičio knygos „V. Noreika: ir kur benueičiau...“ pristatymas

3. TYRIMO EIGA

3.1. Interviu

Tyrimo imtį formuojant duomenų rinkimo proceso metu, iš viso buvo apklausti 25 asmenys, iš kurių 15 gyveno Vilniuje ir 10 Alytuje, iš jų 16 buvo moterys (1 lentelė). Tarp apklausos dalyvių yra šiek tiek daugiau (t. y. 14 iš 25) bibliotekos paslaugomis besinaudojančių asmenų.

1 lentelė. Interviu dalyvių pasiskirstymas pagal gyvenamąją vietą, lytį ir naudojimąsi bibliotekos paslaugomis.

	Gyv. vieta	Vyrai	Moterys	Iš viso:
Bibl. paslaugų vartotojai	Vilnius	4	5	9
	Alytus	1	4	5
	Iš viso:	5	9	14
Bibl. paslaugų nevertotojai	Vilnius	1	5	6
	Alytus	3	2	5
	Iš viso:	4	7	11
IŠ VISO		9	16	25

Vidutinis apklausos dalyvių amžius yra 41 metai, tačiau Vilniuje gyvenantys apklausos dalyviai yra šiek tiek jaunesni nei gyvenantieji Alytuje (atitinkamai 37 ir 46 metai). Vidutinis bibliotekos lankytojų ir nesinaudojančiųjų jos paslaugomis amžius yra beveik vienodas (atitinkamai 40 ir 42 metai). Dauguma apklausos dalyvių turi aukštąjį universitetinį išsilavinimą; tik po vieną iš jų turi aukštąjį neuniversitetinį, aukštesnįjį, profesinį, spec. vidurinį išsilavinimą. 10 apklausos dalyvių vaikų neturi; kiti turi po 1–3 vaikus. Abiejų apklausos dalyvių grupių – bibliotekos lankytojų ir jos nelankančiųjų – charakteristikos yra beveik vienodos. Konkretizuojant interviu analizę, pasirinktos trys plačios temos:

- bibliotekos kaip fizinio objekto įvaizdis (įtraukiant ir piešinius);
- bibliotekos esamos ir pageidaujamos paslaugos, jų vertinimas;
- bibliotekos paslaugų vartotojo ir nevertotojo profilis.

Bibliotekos kaip fizinio objekto įvaizdis nagrinėtas atliekant (i) paveikslų ir (ii) jų lydimųjų komentarų teksto analizę. Paveikslų analizės pradžioje išrašyti visi nupiešti objektai (pastato karkasas, lentynos, knygos, t. t.) pagal piešimo pirmumą (kaip rodantį objekto svarbą). Antru objekto svarbumo kriterijumi laikant jo pasirodymo dažnį skirtinguose piešiniuose, objektai buvo tiesiog suskaiciuoti. Taip nustatyta bibliotekos objektų svarbos hierarchija. Interviu dalyvių pateikti piešinių komentarai traktuoti kaip papildantys ir paaiškinantys nupieštus objektus, tačiau esminės teminės informacijos neteikiantys. Komentarų ištraukos tekste naudojamos kaip citatos siekiant iliustruoti objektų apibūdinimus.

Siekiant įvertinti bibliotekos esamas ir pageidaujamas paslaugas, pirmiausia atskirti apklausoje dalyvavę bibliotekos paslaugų vartotojai ir nevirtotojai.

Toliau analizė atlikta susitelkiant į kelis pagrindinius interviu klausimus apie (a) naudojimosi bibliotekos paslaugomis patirtį; (b) požiūrį į bibliotekos vaidmenį šiandienėje visuomenėje; (c) bibliotekos renginius; (d) bibliotekos parodas; (e) nuotolines bibliotekos paslaugas; (f) bibliotekos interneto svetainę.

Atitinkamai interviu dalyvių atsakymuose į šiuos klausimus ieškota išryškėjančių (pasikartojančių, akcentuojamų) kategorijų, kurių grupės aprašytos plačiau iliustruojant citatomis iš interviu tekstų.

Bibliotekos paslaugų vartotojų ir nevirtotojų profiliai analizuoti pirmiausia interviu medžiagoje atrandant konstatavimą, ar naudojamos bibliotekų paslaugomis esamu metu, ar nesinaudojama.

Remiantis šiais atsakymais pagrindu interviu dalyviai (atitinkamai – informantai) suskirstyti į dvi grupes:

(i) bibliotekos paslaugų vartotojus ir (ii) bibliotekos paslaugų nevirtotojus.

Kadangi antrąją grupę sudarė išskirtinai tie asmenys, kurie naudojosi bibliotekų paslaugomis kažkada anksčiau, toliau ši grupė vadinama nevirtotojais. Papildomai, atliekant pirminę analizę ir siekiant identifikuoti galimus didžiausius skirtumus, visi interviu dalyviai buvo suskirstyti į dar 2 grupes pagal gyvenamąją vietą (Vilnius ir Alytus).

Atliekant bibliotekos paslaugų vartotojų ir nevirtotojų profilių analizę pagrindinis dėmesys buvo skiriamas atsakymams į kelis interviu klausimus apie (a) skaitymo įpročius ir knygų šaltinius; (b) informacijos paieškos praktiką ir kanalus; (c) naudojimąsi nuotolinėmis paslaugomis; (d) naršymą interneto svetainėse.

Visa analizuojama informacija buvo sugrupuota pagal išryškėjusias temas, kurios rezultatuose iliustruojamos interviu citatomis. Remiantis šiomis temomis suformuota rezultatų pateikties struktūra.

3.2. Stebėjimas

Aukščiau išvardytuose renginiuose stebėta apie 180 lankytojų – jų skaičius renginiuose ryškiai skyrėsi. Bendruomenės renginyje – knygų klube – sulaukta 6 dalyvių, Austrijos nacionalinės šventės minėjime – 25 dalyvių. Knygų „Neišmaniųjų metas“, „Skersvėjų namai“ ir „V. Noreika: ir kur benueičiau...“ pristatymuose apsilankė atitinkamai 25, 35 ir 90 asmenų.

Kur leido aplinka, stebėta neatskleidžiant stebėtojo. Dėl mažo skaitytojų klubo dalyvių skaičiaus ir interaktyvaus renginio pobūdžio stebėtojas lankytojams buvo pristatytas. Visais kitais atvejais stebėtojas neatskleidė savo veiklos ir aktyviai nedalyvavo renginyje. Stebėjimo duomenys fiksuoti trimis būdais.

Pirmiausia stebėtojo užrašuose fiksuotas lankytojų skaičius; lankytojų išoriniai požymiai, bylojantys apie jų socialinę padėtį; renginio dinamika; lankytojų elgesys ir komentarai, atskleidžiantys jų motyvus lankytis renginyje bei nuomonę apie renginį. Antra, į diktofoną įrašytas visas renginio turinys. Trečia, renginio aplinka užfiksuota nuotraukose. Po renginio, remiantis šiais trijų rūšių duomenimis, parengtas tolesnėje analizėje panaudotas renginio aprašas. Stebint surinkti duomenys panaudoti per interviu iškilusioms įžvalgoms pagrįsti arba paneigti. Duomenys analizuoti stebėjimo aprašuose ieškant temų, sutampančių su interviu temomis / temų turiniu. Remiantis sugretintais stebėjimo ir interviu duomenimis, padarytos išvados ir pateiktos rekomendacijos.

Metodologiškai vertinant tyrimo rezultatus svarbu pažymėti kelis dalykus. Pirma, tradicinis kokybiniuose

tyrimuose naudojamas netikimybinis imties sudarymo principas užtikrino reikiamą (t. y. leidžiantį pasiekti teorinį prisotinimą) informantų skaičių ir užtikrino tikslinį imties kvotų (lytis, amžius, gyvenamoji vieta) užpildymą. Tačiau tai taip pat lėmė skirtingą analizuojamos informacijos (taigi ir analizuojamų grupių apibūdinimo) apimtį. T. y. Vilniuje gyvenantys bibliotekos paslaugų vartotojai imtyje vyrauja; atitinkamai ši grupė apibūdinama išsamiausiai.

Antra, pusiau struktūruotas interviu, kaip duomenų rinkimo metodas, leido sukaupti maksimalų numatytos informacijos kiekį, kadangi sudarė sąlygas tikslinti ir pildyti klausimyną renkant duomenis. Tačiau, kita vertus, duomenų rinkimo procedūros lankstumas nulėmė tai, kad kai kuriais atvejais buvo surinkta nepakankamai išsami informacija (pvz., kai kur iš interviu teksto buvo sunku nustatyti, ar informantas tikrai esamu metu nesinaudoja bibliotekos paslaugomis; kt.). Trečia, nors atskirų temų analizę atliko skirtingi tyrėjai, taikant tyrėjų trianguliacijos principą, visus rezultatus vertino visi tyrėjai ir taip buvo pašalinta pateiktų rezultatų subjektyvumo tikimybė.

4. REZULTATAI

4.1. Bibliotekos paslaugų nevirtotojų motyvacija skaityti ir skaitymo įpročiai

Bibliotekos paslaugų nevirtotojų pasisakymų analizė rodo, kad tokį pasirinkimą (t. y. nesinaudoti paslaugomis) lėmė galimybė gauti knygų ir informacijos ne iš bibliotekos. Turimos omenyje ir fizinės knygos (pvz., „<...> aš gaunu knygų kol kas nemokamai nemažai visai“), ir kita informacija (pvz., „<...> didžiąja dalimi bibliotekas pralenkia mano kompas“). Kiti knygų ir informacijos šaltiniai sudaro bibliotekai konkurenciją dėl dviejų priežasčių. Pirmą – taip galima nemokamai gauti informacijos, antra – tai fizinis skaitytojo įsitvirtinimas namuose, nes „man tų knygų, kiek aš turiu namie, kol kas kaip ir užtenka“, „nes mano kompas yra mano namie [jis pralenkia bibliotekas]“. Kitaip sakant: „<...> į biblioteką

eiti yra šiek tiek nepatogumų tam tikrų – oras blogas, kažkur reikia eiti.“

Atsižvelgiant į šiuos pastebėjimus, siekiant išlaikyti bibliotekos paslaugų vartotoją (ar net pritraukti naujų vartotojų), būtų tikslinga ne tik ugdyti bibliotekos paslaugų vartotojo įpročius ir užtikrinti paslaugų įvairovę, fondų dydį bei kokybę, bet ir sukurti bibliotekoje atitinkamų erdvių (šiuo atveju – konkuruojančių su namų jaukumu). (Pastaroji – namų jaukumo skaitant – tema aptariama ir žemiau, kadangi ji aiškiai akcentuojama ir bibliotekos paslaugų vartotojų pasakojimuose.)

Kita priežastis, lemianti nesinaudojimą bibliotekos paslaugomis, gali būti ir struktūriniai pokyčiai bei fiziniai barjerai. Konkrečiau kalbant, kaip nurodė vienas iš apklausos dalyvių, bibliotekos paslaugomis jis naudojosi „labai senai, kada kaime buvo bibliotekos“. Tačiau fizinio bibliotekos pasiekiamumo svarbą nurodė Alytaus miesto apylinkėse gyvenantis vyresnio amžiaus apklausos dalyvis.

Todėl ši pastaba – įvertinant šiandienės susisiekiimo galimybes, VAVB fizinę vietą mieste ir kuruojamų bibliotekų tinklą – tėra papildomas dėmesio atkreipimas į problematiką ir užuomina į nuotolinių paslaugų plėtojimo poreikį. (Užuomina – kadangi tokios paslaugos leistų bent iš dalies išspręsti fizinio pasiekiamumo problemą, tačiau konkrečiai šiuo atveju nėra pagrindo manyti, kad informantas imtų naudotis tokiomis paslaugomis.) Apibendrinant bibliotekos paslaugų nevirtotojų priežastis svarbu pažymėti, kad knygų ir informacijos pasiekiamumą nesinaudojant bibliotekos paslaugomis, nurodė ir Vilniuje, ir Alytuje gyvenantys apklausos dalyviai, o fizinio pasiekiamumo problemą – tik Alytaus gyventojai. Tai nerodo tendencijos, kad bibliotekos paslaugų vartojimo pobūdis tiesiogiai priklauso nuo miesto dydžio, tai yra nuo tokių rodiklių ir veiksnių, kaip gyventojų ir studentų skaičius, socialiniai tinklai, miesto transporto infrastruktūra ir pan.

Be to, kadangi šiuose rezultatuose neišryškėja nei lyties, nei amžiaus svarba, (potencialių) vartotojų segmentavimas remiantis būtent šiomis asmeninėmis individų charakteristikomis, tikėtina, nebūtų prasmingas. Tačiau kuriant rinkodaros strategiją gali būti išnaudojama tai, kas atsiskleidžia daugelio apklaustų biblioteką lankančių ir jos nelankančių Vilniaus ir Alytaus miesto gyventojų pateiktoje informacijoje: atsidavimo skaitymui, dalyvavimu

renginiuose, informacijos paieškos ir naudojimosi el. paslaugomis ypatumai. Pastarieji detalai aptariami tolesniuose ataskaitos poskyriuose.

4.1.1. Bibliotekos paslaugų vartotojų ir nevirtotojų skaitymo dimensijos

Remiantis interviu medžiaga, toliau analizuotos kelios su bibliotekos paslaugų vartotojų ir nevirtotojų skaitymu susijusios dimensijos. Tai yra (a) skaitymo įpročiai, apimantys skaitymo reguliarumą ir būdus, kaip (kur, kada) skaitoma, (b) motyvacija, skatinanti skaityti, (c) skaitomų knygų tematika (grožinė, specializuotoji, kt.), formatas (fizinės knygos vs el. knygos) ir (d) knygų gavimo šaltiniai (biblioteka, knygynas, kt.).

Užbėgant į priekį analizės rezultatų pristatymui, svarbu pažymėti (ir toliau nebekartoti) bendrą tendenciją: šios dedamosios nesiskiria skirtingose – Vilniuje ir Alytuje, bibliotekos paslaugų vartotojų ir nevirtotojų, skirtingo amžiaus moterų ir vyrų – informantų grupėse.

4.1.1.1. Skaitymo įpročiai: skaityti norima, bet ne visada lieka laiko

Svarbu tai, kad tik tarp bibliotekos paslaugų nevirtotojančių Vilniuje ir Alytuje gyvenančių apklaustos dalyvių buvo tokių, kurie sakė, kad „dabar neskaityu literatūros visai“ arba kad „nepasakyčiau, kad daug skaitau“, „skaitau dabartiniu metu labai mažai“, vadinasi, „daugiausia tai skaitau per atostogas“, nors ir „vasaros atostogų metu sugebėjau perskaityti vieną knygą“, „dabar ant metų perskaityu 5 knygas“. Taigi viena nesinaudojimo bibliotekos paslaugomis (konkrečiai – knygų skolinimosi) priežasčių yra akivaizdi: mažiau laiko skiriama tikslingam knygos skaitymui.

Tačiau skaitymo reguliarumą traktuojant kaip vieną iš atsidavimo skaitymui aspektų, daugelyje interviu su besinaudojančiais bibliotekos paslaugomis ir jomis nesinaudojančiais Vilniaus ir Alytaus miesto gyventojais išryškėja dvi pagrindinės tendencijos: vieni apklaustos dalyviai skaito reguliariai, kiti – periodiškai. Tai yra vieni iš jų sakė – „skaitau kas dieną daugiau ar mažiau“, „skaitau vakarais visą laiką“, „perskaityu dvi knygas per mėnesį“; kiti (šių buvo gerokai daugiau) teigė skaitantys nereguliariai. Skaitymo nereguliarumą sąlygoja kelios priežastys.

Pirma – tai yra laiko stoka. Pavyzdžiui, apklaustieji pasakojo:

„<...> kitą kartą atsiverti kasdien ir greitai perskaityti... mėgaujiesi, o kitą kartą tau ten mėnesį gali gulėti knyga ir ūpo nebus, užgožia ten tavo ten visokie kitokie reikalai.“

Kitaip sakant, „skaitau, kaip išpuola: dažniausiai, kada atsiranda laisva akimirka“, nes „šiais laikais man ne taip dažnai jau atsiranda laiko skaitymui“.

„Televizoriai, filmai, kažkokie kompai, delfio paskaitymai arba kažkokios informacijos, straipsnių skaitymas internetu.“

Visa tai nulemia, kad nebelieka laiko skaityti. Ir nors „yra labai blogai [kad mažai skaitau]“ ir „iš principo tai mane labai traukia iš senų laikų tos knygos ir man labai norisi skaityti“, bet „tik vis to laiko trūksta, vis kažkokie buitiniai dalykai“. Prie šių priežasčių turėtų būti priskirta ir šiek tiek kitokia nereguliarus skaitymo praktika:

„<...> niekada neskaityu vienos knygos nuo pradžios... visada būna tuo metu skaitomų kelios... kartais būna, kažkokį skyrių tau reikia perskaityti, kažkokį autoriaus straipsnį ir taip toliau.“

Toks skaitymo modelis taip pat siejamas su laiko stoka, nes

„<...> aš mielai skaityčiau metus visus darbus į šoną, bet labai, kuo toliau, tuo labiau, trūksta skaitymui laiko.“

Taigi, viena vertus, apklaustos dalyviai aiškiai artikuluoja norą skaityti („seku aš naujienas“, „metams į priekį turiu ką skaityti“). Kita vertus, nepaisant šio noro, knygų skaitymą vis dėlto dažnai nukonkuruoja kiti informacijos kanalai bei elementariausiai profesiniai reikalai ir buitiniai darbai. Kitas nereguliarus skaitymo pavyzdys atskleidžia kitokią tokios praktikos priežastį, tai – asmenybės bruožas. Pavyzdžiui, per interviu nurodyta: „<...> man tokio ritualo nėra, nes tiesiog nespėju... užaina banga“.

Plačiau apie tokią skaitymo praktiką pasakojo kitas interviu dalyvis:

„Skaitau neatitraukdamas akių, neatitraukdamas nuo knygos... pastoviai ten vos ne kiekvieną savaitę bėgu“

į biblioteką, ten priduo du ir imu kita. Bet ateina toks momentas – kai kaip atsivalgai kažko ir nebenori – tai lygiai taip pat atsiskaitai. Prisiskaitai... nors per galvą duok, aš nebenoriu skaityti... ar tu šiandien paskaitysi, ar kada. Tai jau tą knygą ilgai skaitau.“

Taigi „nėra tas skaitymas, kad nenutrauk, nenutrūkstamas pastovus darbas“; jis tiesiog priklauso nuo nuotaikos, emocinių ir kitų impulsų. Pavyzdžiui, bibliotekos paslaugomis nesinaudojanti moteris interviu pripažino, kad „aš šiaip mėgstu skaityti“, ji sakė, jog

„<...> kartais reikia tiesiog pradėti; o kai pradedi, sudomina... galiu ir dešimt knygų perskaityti.“

Visi knygas skaitantys apklausos dalyviai skaito keliose vietose: namie, bibliotekose ir kitur. „Kitur“ – tai mašina, traukinys, troleibusas, eilė. Kaip buvo sakoma interviu, „mobilus“ skaitymo variantas reiškia, kad „skaitau visada: kartais net eidama, autobusuose, troleibusuose, laukdama“, traukiniuose.

Viena vertus, galbūt „troleibusuose man nesiskaito“, bet jei tai yra „lengva“ knyga, tai „važiuoji į darbą, atsisėdi ir lengvai [skaitai]; arba iš darbo“ - trumpose kelionėse skaitomos lengvo turinio knygos. Kita vertus, knygos tiesiog pasiimamos į kelionę, nes:

„<...> džiaugiuosi, kad traukinys, tai geriausia vieta skaityti, nes ten ramiai... gali sėdėti susikoncentruoti tiksliai į knygą ir nieko daugiau.“

Būtent bibliotekos paslaugomis nesinaudojanti moteris sakė:

„<...> aš knygą tai tampa su savimi visada: rankinėje, mašinoje, darbe turiu keletą tokių budinčių knygų, kad jeigu eini pietauti vienas, paskaitai arba kažkur reikia eilė laukti, arba kažkur kažko laukti, kad tas laikas nesigaištų – išsitrauki ir paskaitai.“

O bibliotekoje skaitoma tik išskirtiniais atvejais – tik kai „knygos negali išsinešti, tau reikia“. Nors šitai paminėjusi, informantė taip pat sakė, kad

„<...> jei kažkas naujo atsirastų, manau, pasinaudočiau šia [skaitymo bibliotekoje] galimybe.“

Vis dėlto vienintelė nuoroda į tokią praktiką 25-ame interviu verčia galvoti, kad bibliotekos neišnaudoja skaityklos kaip vartotojams siūlomos paslaugos.

Galiausiai namie („mano namie man jauku ir aš galiu per kompą labai daug skaityti“) skaitoma ir grožinė, ir specializuotoji literatūra; skaitoma ir rytais (pvz., „stengiuosi skaityti rytais, bet ne visada pavyksta, kai reikia išeiti į darbą“, „atsikeliu ryte ir vat noriu paskaityti, ir tiesiog pasiimu eilėraščius paskaitau“), ir dieną („per pietų pertrauką... kai, atrodo, nesinori valgyti, bet norisi atsipūsti“), ir vakarais („vakarais lovoj“, „prieš miegą žiauriai faina lovelėj paskaitinėti“), ir bet kuriuo dienos metu („prieš miegą, kartais atsikėlus ryte“); skaitoma ir tam tikromis savaitės dienomis („kada laisvo laiko [yra]“), ir savaitgaliais („šeštadienio rytais [lovoj], nes kai visi dar miega“); skaitoma ir susikuriant specialias sąlygas („kavos pasidarau kokios“, „dažniausiai lovoj... visada puodelis su arbata arba kava“, „stengiuosi būdamas vienas išnaudoti tą laiką ir skaityti“, „skaitau svetainėje dažniausiai: atsisėdi patogiai ir skaitai – visa procedūra laisvalaikio“), sulaukus specialaus laiko („būna kartais ligos metu“, „žiauriai... per atostogas paskaitinėti“).

Taigi, apibendrinant apklausos dalyvių skaitymo įpročius ir būdus, svarbu atkreipti dėmesį į kelis aspektus.

Pirma, jei reguliaraus skaitymo praktika gali būti traktuojama kaip įprotis, tai nereguliary skaitymą lemia kelios priežastys: **(a) laiko stoka ir (b) charakterio bruožai (arba tas pats įprotis skaityti būtent taip).**

Antra, knygos yra skaitomos visur: namie, darbe, automobilyje, autobuse, kt.; knygos skaitomos visaip: vienumoje, susikūrus specialias aplinkybes ar joms susidarius, šurmulyje, kt. Pastarieji rezultatai nurodo vizualizacijos ir tekstualizacijos temas, kurios galėtų būti panaudotos bibliotekos rinkodarai (pvz., kuriant paslaugų viešinimo priemones) siekiant pritraukti naujų bibliotekos paslaugų (čia – knygų skolinimosi, skaitymo bibliotekoje) vartotojų.

4.1.1.2. Skaitymas kaip gyvenimo būdas arba laisvalaikio praleidimo forma

Apklausos dalyvių (ir lankančių biblioteką, ir jos nelankančių; gyvenančių ir Vilniuje, ir Alytuje) motyvacija

skaityti gana įvairi.

Vyrauja dvi pagrindinės motyvacijos formos: *(a) skaityti siekiant profesinių tikslų; ir (b) skaityti sau, t. y. tenkinant asmeninius poreikius ir įnorius.*

Pirmojo tipo motyvacijos vedini apklausos dalyviai skaito daugiau specializuotąją, tiesiogiai su studijų ar profesine veikla susijusią literatūrą (pvz., „[skaitau] daugiausia tai, kas liečia mano darbą dabar“, „darbas to [skaityti] reikalauja tam tikrais atvejais“ arba

„<...> skaitau šiuo metu psichologinę literatūrą... kadangi mokausi šiuo metu, kartais tenka ir mokslinės literatūros pasiskaitinėti.“

ir pan.). Tačiau tokių skaitytojų tarp apklausos dalyvių buvo nedaug. Be to, net ir jie sakėsi, kad

„<...> kartais būna, kad pasiimu eilėraščius kokius nors pasiskaityti, vien tam, kad atsipalaiduoti... kad, na, galbūt sužadinti tą kūrybiškumą tokį.“

Taigi beveik visi apklausos dalyviai, kurie sakėsi apskritai skaitantys knygas, pirmiausia skaito (ir gal net iš esmės vien tik) vedini asmeninio (jei tokiais nelaikytume profesinių) pobūdžio motyvų. Atsižvelgiant į tokį rezultatą, nebūtų tikslinga konkrečiai VAVB siūlyti orientuotis į specializuotosios informacijos teikėjos vaidmenį, kadangi tokiu atveju, viena vertus, prireiktų didelių investicijų (*siekiant patenkinti skirtingų specialistų klasikinės ir naujausios specializuotosios literatūros poreikius*), kita vertus (kadangi tokie skaitytojai koncentruojasi kitokio – orientuoto į specialiąją informaciją – pobūdžio bibliotekose), nebūtų užsitikrinamas didelis vartotojų skaičius.

Asmeninio pobūdžio motyvai taip pat galėtų būti klasifikuojami į kelias grupes. Pirmą grupę – tai santykinai hedonistiniai motyvai, kai skaitoma tiesiog dėl patiriamo malonumo. Pavyzdžiui, „skaitai ir mėgaujiesi tuo rašymo stiliumi“ arba skaityti „tiesiog patinka“. Ypač „poezijos skaitymas ypatingas“, kadangi „gali vieną eilėraščių perskaityti, ar du... ir užtenka... toks poezijos skaitymas malonumui savo jau grynai“. Antra grupė – kognityviniai motyvai, kai skaitoma tikslingai (t. y. „aš pati save kažkiek motyvuuju skaitymui“), kadangi tiesiog „patinka kažką sužinoti“, „nes vis tiek žmonės tobulėja

skaitydami ir mes mokomės visą gyvenimą“. Kartu su asmeninio tobulėjimo tema atsiranda ir kita, susijusi su kognityviniais motyvais, tačiau turinti ir kiek kitokį – sąsajos su laiko dimensija – kontekstą. Tai yra, viena vertus, fiksuojant savo esamą poziciją laike, grįžtama prie anksčiau skaitytų knygų, nes dabar „kitoks vertinimas yra truputėlių“; „o skaityti norisi, [nes] gyvenimas baigsis ir daug ko liksi nesužinojęs“. Kitaip sakant, seniau skaitytos knygos skaitomos iš naujo ir vertinamos per patirties prizmę; toks vertinimas, remiantis šio apklausos dalyvio nuomone, suteikia ir naują žinojimą. Kita vertus – priešingai – siekiant išlikti dabartyje ir neatsilikti nuo jos, skaitoma ne tik todėl, kad „nori sužinoti daugiau... įdomu“, bet būtent todėl, kad „tiesiog ieškai naujos informacijos“. Tai yra skaityti „skatina mane domėjimasis [tuo], kas vyksta“ čia ir dabar. Konkrečiau kalbant:

„<...> kažką išgirdai kažkur – apie tą temą... būtinai pasiėmei knygą, paskaitai ir žinai – jau nebūtum tolimas nuo dabarties.“

Taigi galima manyti, kad knygos skaitytojams tam tikru požiūriu suteikia saugumo pojūtį per sąsają su dabartimi. Ir nors „sugrįžimas į praeitį dabartyje“ paminėtas būtent vyresnio amžiaus skaitytojo (ir svarbu tai, kad jis nesinaudoja bibliotekos paslaugomis), toks elgesys negali būti tiesiogiai siejamas su amžiaus kategorija, kadangi per interviu taip pat vyresnio amžiaus (59 metų) moteris kalbėjo apie priešingą tendenciją – neatsilikti nuo naujausios dabartinės literatūros. Tvirtindama, kad daug skaito, ji sakė, jog „labiausiai mėgstu naujas lietuvių autorių knygas“. Be to, jos nuomone:

„<...> norėtusi ją [naują knygą] gauti visada tokią šviežią, kad... pamačius per... „Labą rytą“ galėtum iš karto nueiti į biblioteką ir ją pasiimti.“

Maža to, ši moteris sakėsi ne tik norinti skaityti naujausias knygas, bet ir besistengianti tai daryti. Tai yra:

„<...> aš esu atlikus... tokį eksperimentą, kai nuėjau į biblioteką iš karto ir klausiu [naujai išleistas knygas]; sako: „Ne, mes dar neturim“... tada dar kitą kartą klausiu, dar kokį trečią kartą.“

Taigi, atsižvelgiant į šiuos rezultatus, bibliotekai būtų tikslinga formuoti savo fondus keliomis kryptimis – kaupti ir klasikinę literatūrą, ir disponuoti naujausiais literatūros

Trečia motyvų skaityti grupė – tai skaitymo laikymas tiesiog prasminga veikla. Pasak informantų, „televiziją iškeičiu į knygą – atrodo daug prasmingiau“.

Net esamu metu bibliotekos paslaugų nevirtotojai pasakojo, kad

„<...> vietoj to, kad ten kažkokią gauti informaciją mokykloj, aš sėmiausi kažkokios gyvenimo mokyklos arba tiesiog kažkokio pažinimo iš knygų“;

jiems knygų skaitymas ir dabar yra „gyvenimo patirtis“. Ketvirta, taip pat (santykinai) maža grupė – tai pragmatiniai motyvai. Tai yra, knygos gali būti imamasi, nes „geriausiai pailsiu“ arba todėl, kad, kaip pasakojo bibliotekos paslaugų nevirtotojas, knygos gali būti:

„<...> kaip tam tikras... savęs ramino būdas – pasiimti knygą – tiesiog supranti, kad kažkur kitur jau reikia pasinerti... turbūt kažkaip gerai jos [knygos] įtraukia.“

Galiausiai skaitymas, kaip įprotinis veiksmas, jau nebegali būti tiesiogiai siejamas su motyvacija. Tai yra, jei skaitymas „yra tokia laisvalaikio praleidimo forma“ ar jei tiesiog „aš visada skaitydavau knygas“, vadinasi, tokie žmonės turėtų būti traktuojami kaip fiksuoti bibliotekos paslaugų (bent vienos iš jų – knygų skolinimosi) vartotojai. Tačiau šiai prielaidai pagrįsti būtina įvertinti ir jau aukščiau minėtų bibliotekos fondų apimtį (t. y. naujos vs klasikinės knygos), ir daug makrolygmens veiksnių (pvz., užimtumo lygio, atlyginimų, kt. kitimą galimybės turėti laisvo laiko asmeniniams poreikiams tenkinti kontekste), lemiančių asmeninio gyvenimo stabilumą (t. y. užsitikrinimą, kad žmonių įpročiai (čia – skaityti knygas) nesikeis). Kitaip sakant – atlikti papildomus tyrimus.

Taigi pastarieji interviu medžiagos analizės rezultatai gali būti naudingi bibliotekai keliais atžvilgiais. Informacija apie skirtingas motyvų skaityti grupes, pirma, gali būti naudojama kaip tolesnio savo vartotojų tyrimo pagrindas siekiant juos geriau pažinti dėl įvairių tikslų (pvz., į kokias paslaugas orientuotis, kam kokias knygas siūlyti, kokį įvaizdį formuoti, t. t.).

Antra, formuojant rinkodaros strategiją, žinios apie šiuos tipažus praverčia siekiant išsiaiškinti, į kokių poreikių tenkinimą apskritai turėtų orientuotis biblioteka,

atlikdama knygų skolinimo ir tiesiogiai su tuo susijusias funkcijas. Trečia, kuriant informacines ir viešinimo priemones (pvz., reklamą), įvardinti motyvaciniai tipažai gali praversti kaip viena iš esminių tikslinio rinkos segmento charakteristikų, į kurią atsižvelgiant (pvz., klasikinė literatūra ir jos skaitytojas (nebūtinai senyvo amžiaus), ypatingus estetinius skonių tenkinanti literatūra, kt.) būtų ne tik išlaikomas esamas, bet ir (galimai) pritraukiamas naujas paslaugų vartotojas.

4.1.1.3. Skaitomų knygų tematika – tiek rimtoji, tiek laisvalaikio literatūra

Visų knygų skaitančių apklausos dalyvių skaitomų knygų tematiką galima sujungti į kelias plačias sritis. Tai (a) specializuotoji ir (b) grožinė literatūra. Apibūdinant specializuotąją literatūrą, interviu medžiaga verčia grįžti prie motyvacijos skaityti temas. Tokio pobūdžio literatūra klasifikuotina remiantis jos skaitymo motyvais – profesiniais / studijų, saviugdos ir pažintiniais.

Tai tokia literatūra, kaip, pavyzdžiui, „mokslinės knygos, straipsniai“, literatūra apie „smegenis, autistus, socialųjį ugdymą“, „diabetą“, literatūra, „susijusi su tam tikrų įgūdžių lavinimu“, psichologijos, architektūros, rinkodaros srities ir pan. knygos, skaitomos profesiniais ir studijų tikslais; filosofinė, religinė literatūra, „teologinės knygos“, literatūra, skirta dvasiniam tobulėjimui ir pan., skaitoma saviugdos tikslais; istorinės knygos (pvz., „apie visus įžymius žmones, ten pradėjus nuo 3 amžiaus ar nuo kada tai prieš Kristų“), dokumentika (pvz., literatūra „apie kultūrinius reiškinius“), biografijos, skaitomos pažintiniais tikslais. Grožinės literatūros atskirtinas charakteristikas nurodo ne skaitymo motyvai, bet literatūros kokybė. Grožinė literatūra – romanai (pvz., Baltušio kūriniai), detektyvai, nuotykių knygos, fantastika, „lietuvių poezija“, kitų šalių autorių poezija (pvz., Puškino eilėraščiai), kt. – gali būti skaitoma kaip „nerimta“, nevarginanti lektūra.

„Neskaitau rimtos literatūros... nes jeigu ir skaitau, tai skaitau tik atsipalaidavimui.“

Respondentai kalba apie literatūrą, kurią skaitant lengvai, maloniai leidžiamas laikas. Tačiau pasakymai: „man patinka anglų klasika“, „vengiu labai... modernios tos makulatūros“, kad pasigendama sudėtingesnio siužeto, filosofinių, „rimtų knygų“, nurodo į poreikį aukštesnės

intelektinės kokybės literatūros, kurios skaitymas jau negalėtų būti traktuojamas tik kaip „lengvas laiko praleidimas“.

Todėl formuojant bibliotekos fondus būtų tikslinga atsižvelgti į įvairių bibliotekos paslaugų vartotojų poreikius – bibliotekos fonduose turėtų būti gausu įvairaus pobūdžio tiek senos, klasikinės, tiek naujausios literatūros.

4.1.1.4. Skaitomų knygų šaltiniai

Vienas iš būdų gauti reikiamų knygų – skolintis jas „tiktai iš bibliotekos“.

Tokį elgesį lemia trys priežastys:

- a. kategoriškas nenoras (arba finansinis nepajėgumas) pirkti knygų „dėl baisių kainų“;
- b. žinojimas, kad knygos pakartotinai niekada nebus skaitomos (pvz., „aš nemėgstu perskaityti dar kartą jau skaitytų knygų“); ir
- c. nenoras kaupti knygų namuose.

„Aš turiu biblioteką iš ankstesnių laikų, ir gana nemažą, namuose... nenoriu ją pildyti, vien tik dėl to, kad niekada neperskaitau knygų.“

„Visai nemažai iš senų laikų, dar yra ne viskas perskaityta, dar yra ir tėvų paliktų senų knygų.“

Šiame kontekste biblioteka atsiskleidžia kaip idealiai atliekanti savo tiesiogines – knygų kaupimo, saugojimo ir skolinimo – funkcijas. Tačiau ši bibliotekos funkcija interviu medžiagoje akcentuojama gana retai ir dažniau susipina su knygų pirkimo tema. Tai yra viena patirtis – tai bibliotekos teikiamomis knygų skolinimo paslaugomis naudotis kraštutiniu atveju, kai norimos knygos negaunama kitur (pvz., „jei tos knygos nėra nusipirkti, tai tenka iš bibliotekos pasiimti, arba skolintis“); kita patirtis – tai netenkinančios bibliotekos paslaugos, verčiančios pirkti knygas (pvz., „knygą perku, nes, tarkim, to autoriaus bibliotekoj neradau“). Taigi bibliotekos paslaugų vartotojai nurodo kontroversiškus santykius su bibliotekos (čia – knygų skolinimo) paslaugomis

kontekstus: čia biblioteka nurodoma ir kaip vienintelė vieta, kurioje galima gauti norimą knygą, ir, priešingai, kaip savo tiesioginės funkcijos nerealizuojanti institucija. Be bibliotekos, yra keli skaitomų knygų šaltiniai, kuriais naudojasi ir bibliotekos paslaugų vartotojai, ir ja nebesinaudojantys apklausos dalyviai. Vienas iš tokių šaltinių yra „pasiimti“ ar pasiskolinti iš draugų („kartais su kolegėmis, su šeimos nariais pasikeičiam“ – taip sąlyginai imituojama bibliotekos funkcija), kitas – gauti knygų dovanų (tai reiškia gana ribotą knygų kiekį ir, tikėtina, (bent sąlyginę) prievartą skaityti būtent tas knygas, kurias pateikia kiti). Trečias dažniausiai nurodomas knygų gavimo šaltinis – tai, kaip jau fragmentiškai minėta aukščiau, pirkimas. Tokio elgesio priežastis, be jau aukščiau minėtos neišvengiamybės (kai nerandama bibliotekoje), yra polinkis kaupti knygas ar tiesiog noras jas turėti po ranka reikiamu momentu.

Pavyzdžiui, interviu teigta:

„Šiaip tai mėgstu nusipirkti knygą, jeigu tiktai išėina, ir turėti savo, nes aš mėgstu žymėtis knygoje, kad informacija išliktų svarbesnė.“

Apskritai kai kam:

„<...> knygos ateina labai spontaniškai: labai dažnai būna taip, kad aš nusiperku knygą, pasidedu ir nežinau, kodėl aš ją nusipirkau, bet paskui po dviejų metų paaiškėja, kad o, štai, tai knyga, kurios man reikia šiandien.“

„Kažkaip labai noriu tą perskaityti, tai tada aš tiesiog tingiu ieškoti, tingiu domėtis, kas paskolins, ir tiesiog nusiperku, pasidedu į lentyną ir laikiu, kol ateis laikas, kai galėsiu ir ją skaityti.“

Šie apklausos dalyviai knygas perka internetu („Amazon“, „Ebay“), knygynuose arba „ten, sendaikčiuose, kur yra knygos pigiai“ (pvz., „knygas nusiperku turguj senas, panaudotas, kurios man įdomios, ir aš jas perskaitau“). Tai kardinaliai priešingas elgesio būdas aukščiau minėtam kategoriškam nenorui pirkti ir vengimui kaupti knygas. Taigi toks elgesio būdas – pirkti knygas, jas kaupti – yra sąlyginis bibliotekos paslaugų vartotojų ir nevartotojų atskyrimas. (Sąlyginis – kadangi ir bibliotekos paslaugų vartotojai perka knygų.) Sujungiant skaitomų knygų pobūdžio ir jų gavimo šaltinių temas reikėtų įvertinti vieną kontroversišką aspektą, susijusį su knygų kokybe.

Yra žmonių, kurie tikrai labai vertina knygas. Pavyzdžiui, interviu teigta:

„<...> labiau vertinu geros kokybės knygas... retesnius reiškinis knygų pasaulyje... man labai svarbu, kad būtent būtų įvertinta gerai kokybė knygos.“

Tikėtina, kad būtent tokios knygos („kurios išliekamąją vertę turi“, pvz., „Auksinio fondo“ autorių knygos) yra kaupiamos namų bibliotekose. Taigi skaitomų knygų šaltinių tyrimo rezultatai patvirtina skaitomų knygų tematikos tyrimo išvadą, kad bibliotekos fondas turėtų kaupti kuo įvairesnes knygas, atsižvelgdamas tiek į klasikinės, tiek į naujausios literatūros poreikį.

4.1.1.5. Skaitomų knygų formatas

Interviu medžiagos analizė rodo, kad bibliotekai būtų tikslinga apgalvoti vartotojo santykį su fizine ir elektronine knyga. Svarbu pažymėti, kad didelė dalis bibliotekos paslaugų vartotojų ir jų nevartotojų tvirtino pirmenybę teikiantys spausdintinei knygai: „iš tikrųjų pripažįstu tiktais gyvai knygą skaityti“, „elektroninių [knygų] aš negaliu skaityti“.

Priežastys gana paprastos: „fizinės knygos“, „gyvosios knygos“ „yra patogiau“, o elektroninės knygos „man nepatinka“ (pvz., „aš galiu tik šiaip straipsnelius [skaityti] el. formatu], kai neturiu, ką veikti“), „nepatogu“, „fiziškai sunkiau elektroninę knygą skaityti“. Ir apskritai:

„<...> noriu turėti popierinį variantą... manęs netraukia elektroninis variantas, nors tai yra naujovė, bet man tai nepatinka.“

Todėl net jei el. knygų atsisiunčiama, vėliau skaityti jos išsispausdinamos, nusikopijuojamos:

„<...> nes vis tikrai kartais mokslines sunku gauti; pavyzdžiui, būna, kai kurios jau yra nebeleidžiamos, ir jau pardavime nėra.“

Be to, nors skaitant popierines knygas „gal kažkiek saugau ir savo akis“, vis dėlto „man geriau turėti apčiuopiamą daiktą ir skaityti jį“;

„<...> elektroninę [knygą skaitau] tai jau išskirtinai

atvejais, nebent ten ekstra reikia ir nėra; bet šiaip man labiau [patinka] fizinės [knygos].“

Taigi kai kurie apklausos dalyviai aiškų prioritetą teikia tradicinei popierinei knygai:

„<...> aš asmeniškai dar nepripratau prie planšečių ir jeigu man leistų – į kelionę netgi, kur patogiau būtų – imti planšetę... bus knygos dvi viduj arba imk dvi popierines knygas – aš pasirinkčiau popierines knygas.“

Tačiau interviu medžiagoje atsiskleidžia ir kardinaliai priešingas požiūris bei elgesio būdas. Pavyzdžiui, nurodant, kad „daugiau skaitau internetinius šaltinius“, buvo sakoma, kad „knygas parsisiunčiu elektroninė formoj, jeigu reikia“. Ir apskritai:

„<...> dabar literatūra yra... skaitmeninė... popierinių knygų dabar neskaitau, nes viską susirandu internete.“

Elektroninių knygų skaitymą pirmiausia lemia profesiniai interesai ir poreikiai. Tai yra tokiu atveju, kai dažniausiai skaitoma mokslinė literatūra (pvz., „daugiausiai skaitau mokslinę literatūrą“) ir kai ši literatūra skaitoma naudojantis kompiuteriu (pvz., „daugiausiai [pabrėžia] skaitau per kompiuterį“), skaitoma įvairiose vietose. Tai yra:

„<...> per kompiuterį skaitau ir bibliotekoj, ir namuose, ir kavinėj, kai pavalgau, ir kavinėj prieš, kol atneš maistą, kartais valgydama skaitau.“

Be to, kadangi „skaitymas dabar vyksta PDF formatu, namie su kompu arba darbe“, tai fiziškai palengvina gyvenimą. Pavyzdžiui:

„<...> jeigu tai yra tavo darbo priemonė, tai tik elektroninis variantas, [nes] neapsikrausi knygomis ir rankinėmis.“

Kita priežastis, skatinanti rinktis elektroninį formatą, – tai informacijos kitomis formomis stoka. Interviu pasakota:

„Lietuvoj tai nieko neįmanoma rasti apie šiuolaikinį mokymą, šiuolaikinę mokyklą, šiuolaikinius ugdymo metodus. Viskas, ką aš skaitau anglų kalba, tai aš ieškau... puslapių anglų kalba.“

Elektroniniu formatu taip pat skaitoma dėl patogumo ir (nors ir kontroversiškai) ekonomiškumo. Tiksliau, kaip pastebėjo sakantys, kad „elektroniniu formatu man labai tinka“, el. knygos skaitomos ir laisvalaikiu, kadangi:

„<...> elektroninė knyga tai visą laiką yra čia, su tavim; popierinę knygą fiziškai yra sunkiau nešiotis.“

O kai „gaila pinigų“ fizinei knygai, – išnaudojami „šaltiniai kiti: EPV formatu“, tai yra „PDF“us, kuriuos skaičiau, jie buvo ne pirkti, o tiesiog siųsti nemokamai“. Tačiau ir šiame kontekste buvo kontroversiškų pasisakymų: prieš tai cituotas apklausos dalyvis pabrėžė elektroninių knygų pigumą, kitas – priešingai – jų brangumą (t. y. „šiaip elektroninės knygos pas mus brangios, neadekvačios; popierinės brangios“).

Be šių dviejų kraštutinių požiūrių į knygas, galima rasti ir dar vieną tarpinį, kai sakoma, kad „man [nėra] jokio skirtumo“, kokio formato knygą skaityti, kad „aš galiu [skaityti] ir skaityklę“.

Šios tarpinės pozicijos šalininkė pateikė daugiau argumentų už elektroninę knygą:

„<...> net paprasčiau turbūt būtų... jei turėčiau skaityklę, aš elektroninę knygą skaityčiau ir pakeliui į darbą, ir pakeliui iš darbo... mane labai tenkintų elektroninės knygos vien tiktai... mažiau tepasi ir nesiplėšo.“

Vis dėlto respondentė skaityklę nesinaudoja; taigi nėra žinoma, kokia būtų reali jos patirtis (ir nuomonė). Nepaisant to, svarbu atkreipti dėmesį į tai, kad šiuo atveju sąlyginai laužomi stereotipai: pastarieji sprendimai buvo išsakyti moters (kurios laikomos sunkiau priimančiomis technikos naujoves nei vyrai), kuri yra viena iš vyriausių (59 m.) apklausos dalyvių (o anksčiau minėtuose pasisakymuose fizinės knygas dažniau rinkosi žymiai jaunesni respondentai (pvz., 22 m., 37 m.).

Apibendrinant galima konstatuoti: elektroninių knygų ir skaityklių paklausa yra; tikėtina, kad su laiku ji augs. Be to, nors dalis apklausos dalyvių kategoriškai atsako naudotis skaityklėmis, vis dėlto net tarp vyresniųjų yra tokių, kurie elektroninį formatą vertina palankiai.

4.1.2. Esamas vartotojas kritiškesnis ir reiklesnis nei tas, kuris seniai lankėsi bibliotekoje

Įdomus tyrimo atradimas tas, kad informantų, gyvenančių Vilniuje ir Alytuje, pamąstymuose apie bibliotekos erdvę ir su tuo susijusiuose lūkesčiuose nesijautė geografinės įtakos. Ne itin jautėsi ir amžiaus įtaka informantų požiūriui. Nors kai kuriais atvejais tai buvo susiję ir su amžiumi (vyresni informantai dažniausiai yra seniai lankęsi bibliotekoje). Tačiau svarbu pabrėžti, kad įtaką daro ne informanto amžius, o tai, kada paskutinį kartą jis buvo aktyvus bibliotekos vartotojas.

Požiūrio į biblioteką skirtumus išryškino tai, kaip seniai buvo joje lankytasi. Esminis veiksnys buvo išsiaiškinti, ar informantas yra bibliotekos vartotojas arba kada lankėsi bibliotekoje paskutinį kartą. Seniai bibliotekoje lankęsi tyrimo dalyviai turėjo mažiau ką pasakyti apie jos erdves; dažnai labai siaurai jas apibūdindavo.

„Fizine prasme – pastatas... [eini į biblioteką ir matai, kad čia yra biblioteka, kad čia yra gera aura...“; „biblioteka tai yra kur galima [pauzė] pasiimti knygų paskaitymui, o šiuolaikinė biblioteka tai dar yra, kur galima pasinaudoti internetiniu ryšiu.“

O neseniai bibliotekos paslaugomis naudojęsi informantai turėjo daugiau komentarų apie fizinę bibliotekos pusę ir platesnį bibliotekos erdvės supratimą:

„<...> man biblioteka yra būtent darbo vieta, kur aš einu su kompiuteriu, su knygom ir sėdžiu, ne šiaip kokią valandą, ne dvi, bet kokias penkias valandas per dieną.“

„Vieta, kur tu gali rasti, na... visų pirmiausia tai literatūrą; erdvė, kurioje esant reikalui galėtum padirbti; trečia, tai gal tokia na kaip ir pasibuvimo vieta.“

Tad informantų supratimas glaudžiai susijęs su jų lankymusi bibliotekoje. Kuriant naujas paslaugas ar jas testuojant vertingiausia būtų konsultuotis su esamais lankytojais arba pastarųjų kelių metų laikotarpiu besilankiusiais bibliotekoje, nes lankytojai, nebuvę bibliotekoje daugiau nei dešimt metų, jau nebežino šiuolaikinės bibliotekos realijų dėl pasenusios patirties.

4.1.3. Studijų metais įgyta patirtis formuoja nuomonę apie biblioteką ir su ja susijusias nuostatas

Tyrimo dalyvių papasakotos istorijos atskleidžia, kad skaitytojo santykis su biblioteka tendencingai užsimezga labai anksti, dažniausiai dar pradinėje mokykloje. O nuomonė apie biblioteką ir su tuo susiję lūkesčiai susiformuoja studijų metais –informantai dažnai kalbėjo apie biblioteką remdamiesi studijų metų patirtimi. 52 metų informantė savo ryšį su biblioteka mena nuo mokyklos laikų:

„Bibliotekininkė buvo mano geriausia draugė, nors jinai buvo jau tikrai pagyvenusi moteris ir, žinau, eidavau aš pas ją... Aš tiek mokykloj informacijos negaudavau, kiek iš jos. Ir buvo įdomu ateiti, sėdėti. Jinai visas rekomendavo knygas.“

23 metų mergina, kalbėdama apie savo patirtis, reflektuoja vaikystės įspūdžius apie VAVB:

„<...> man ten labai nepatiko ir nenorėčiau ten grįžti. Ten buvo labai sena tvarka tuo metu ir... Labai piktos buvo bibliotekininkės... knygų vos ne liesti negali. Aš visada straglindavau susirasti knygą ir, atrodo, niekas tau nepadės, tu ten pats turi ieškoti. Tas gražinimas, su tais lapukais, kad turi būtent tą dieną nunešti...“

Kalbėdama apie idealios bibliotekos paveikslą mergina remiasi teigiama studijų patirtimi:

„<...> aš visada naudodavausi [biblioteka] ir niekada praktiškai namie netekdavo dirbti, nes eidavau į biblioteką. Gerumas būdavo <...> privati erdvė, kurioj tavęs niekas neblaško.“

Lygiai taip pat kalbėdami apie biblioteką savo studijų metų patirtimi remiasi ir gerokai vyresni informantai:

„<...> senais laikais naudojasi. Pagrinde studijų tikslais. Kai pasibaigė studijos, pasibaigė poreikis ir bibliotekoms.“

„Naudojasi, kai buvau studentė ir rašiau darbus visus, tai susirinkti visą tą medžiagą... Buvo žiauriai sunku, kad būtų galima kopijuoti, kad nereikėtų visą laiką prasėdėti

bibliotekoj... Apie tai, kad skenuotis dokumentus ir knygas ir siųstis sau, net svajonės nebuvo...“

„Studijų tikslais, rašant darbus, mokantis. Patirtis dalinai neigiama, nes labai ilgai tekdavo laukti knygų, atnešamų iš fondų, tai susigaišdavo tikrai nemažai laiko.“

Informantų patirtys bibliotekoje vaikystės ir studijų metais paliko ryškiausią pėdsaką formuojant stereotipą apie biblioteką. Nors tyrime kartojosi bibliotekos lankymo studijų metais naratyvas, pasibaigus studijoms informantai nustojo naudotis bibliotekos paslaugomis, nes neliko poreikio. Vis dėlto galima įžvelgti ir kitą tendenciją: studijų metu daug laiko praleidę bibliotekoje, vėliau, jau baigę studijas, informantai naudojami biblioteka kaip darbo erdve. Jie atstovauja jaunesniajai kartai (iki 35 metų) ir yra iš Vilniaus. Studijuodami šie asmenys atrado bibliotekos erdves ir toliau jomis naudojami darbo reikmėms. Galima daryti prielaidą, kad ši karta jau studijavo atsinaujinusiose, šiuolaikiškesnėse bibliotekose nei vyresnioji, tad ir susiformavusi nuomonė apie biblioteką yra palankesnė.

Apibendrinant interviu medžiagoje atsiskleidusias skaitomų knygų tematikas, knygų gavimo šaltinius ir skaitomų knygų formatų tematikas, verta atkreipti dėmesį į tai, kad vienas iš pagrindinių bibliotekos paslaugų vartotojo ir nevirtotojo skiriamųjų bruožų – *tai polinkis kaupiti spausdintines knygas, kad prireikus galėtų jas turėti.*

Šis polinkis galėtų būti išnaudotas kuriant bibliotekos įvairių visuomenėje (pvz., „knyga yra visada čia ir dabar“) ir taip pritraukiant naujų skaitytojų į biblioteką. Kitas bibliotekos paslaugų vartotojų ir nevirtotojų sąlyginai skiriantis bruožas – tai galimybė pirkti (ar gauti iš draugų, pažįstamų, kt.) knygų. Viena vertus, tikėtina, kad esamomis ekonominėmis sąlygomis Lietuvos knygynai neturi stipraus konkurencinio pajėgumo bibliotekų atžvilgiu tiek dėl esamų knygų kainų, tiek dėl asortimento. Kita vertus, nors bibliotekų fonduose visada bus randama ir seniau išleistų knygų, nei pardavinėjamos knygynuose, bibliotekai būtų sudėtinga konkuruoti su knygynais naujausios literatūros pasiūlos požiūriu. Taigi bendradarbiavimo būdų paieška būtų viena iš galimybių tiek pritraukiant daugiau bibliotekos paslaugų vartotojų (pvz., reklamuojant naujausias knygas bibliotekose), tiek didinant knygynų pardavimų mastą (pvz., sužinojus apie knygą bibliotekoje gali kilti noras ją turėti). Tendencinga, kad požiūris į

biblioteką ir jos lankymo, naudojimosi jos paslaugomis įpročiai formuojasi jauname amžiuje: mokantis mokykloje, studijuojant. Todėl siūlytina nepamiršti studentų – nors jie ir nėra tikslinė auditorija, tačiau atranda bibliotekos erdves studijų metu ir naudojami jomis toliau, kai prireikia darbo erdvės.

4.2. Paslaugos

4.2.1. Knygos – bibliotekos pagrindinė funkcija

Informantai teigia, kad knygų saugojimas ir prieigos prie knygų suteikimas – tradicinė, pagrindinė bibliotekos funkcija. Knyga – ne prekė, knyga – vertybė, ir biblioteka savo veikla turėtų puoselėti šią vertybę. Biblioteka siejama su tradicija ir senove. Siauresnė bibliotekos funkcija – archyvuoti knygas, jas saugoti, papildyti fondus naujomis knygomis. Knygos saugomos tam, kad jomis galėtų naudotis žmonės. Daugeliui informantų VAVB siejasi būtent su šia funkcija, kadangi turėjo patirties naudotis tik šia paslauga.

„Tai [biblioteka yra] pirmiausia saugykla kažkokių knygų, rankraščių, spaudos ir kitokių fondų saugykla, kur gali ateiti kiekvienas žmogus ieškoti tam tikros informacijos, sakysim.“

„Mickevičiaus biblioteka, kurioje teko lankytis prieš kokius dešimt metų, man asocijuojasi tikrai su knygų paėmimo vieta, kad mokykloj reikia perskaityti kažkokią knygą, ir tada eini pasiimti. Jeigu nėra mokyklos bibliotekoj, tai eini pasiimti į Mickevičiaus biblioteką, ir aš tikrai vieną erdvę iš ten atsimečiau. Mickevičius asocijuojasi su vieta, kur gali ateiti tik pasiimti knygu.“

Viena iš dažniausiai pasikartojančių temų, kalbant apie bibliotekos paslaugas, buvo per mažas knygų asortimentas. Informantai pasakoja apie naujų, šiuolaikinių leidinių stoką, mažą egzempliorių skaičių. Tai vertinama kaip nepatrauklu arba net juokinga. Informantai įvardijo knygų pasiūlą kaip pagrindinę bibliotekos paslaugą (funkciją), todėl svarbu, kad ji būtų kokybiška ir patenkintų lankytojų lūkesčius. Kita vertus, informantai dalijasi patirtimi, kad VAVB yra nemažas skolinamų knygų pasirinkimas. Šituo atžvilgiu VAVB

apibūdinama kaip pranašesnė už Lietuvos nacionalinę LNB ar Vilniaus universiteto Mokslinės komunikacijos ir informacijos centrą. Pozityviai vertinama lankytojų pageidavimų apklausa, vykdoma tam, kad fondai būtų papildyti lankytojams reikalingų knygų.

„Kas nepatrauklu, tai tos naujos literatūros grožinės fondai, jie tikrai yra riboti, šiek tiek pasenę, naujų knygų mažokai. Tai čia finansinės turbūt problemos šitos kultūros srities visos.“

„Knygų labai daug nėra. Tos pačios populiariausios kelis mėnesius į priekį yra užsakytos. Taip vyksta todėl, kad turbūt nepakankamas skaičius knygų. Nemanau, kad mūsų mieste yra tiek skaitytojų fanų kažkurio autoriaus, kad tiesiog tas knygas imtų.“

„Universiteto biblioteka buvo, bet jau pas mus labai skurdi buvo. Daug ko labai neturėjo ir mums realiai daug kas netgi juokinga buvo, bet reikėdavo pirkti arba važiuoti į Vilnių. Elementariausių, kur einamiausios knygos – „Kultūros vadybos pagrindai“ – ten būdavo 70 žmonių ir kokios 3 knygos... Tiesiog juokinga.“

Analizuojant duomenis išryškėjo vienas naudojimosi bibliotekos paslaugomis modelis, pagal kurį knygų įvairovė, galimybė turėti prieigą prie visos reikiamos literatūros yra ypač svarbi, – naudojimasis biblioteka kaip darbo (taip pat ir mokslinio) vieta. Ribotas literatūros pasirinkimas, negalėjimas gauti tam tikros reikiamos informacijos šiems žmonėms prilygsta negalėjimui atlikti savo darbo. Su tuo jie sieja nepatogumą, neigiamas emocijas, blaškymąsi, negalėjimą susikaupti. Šią temą ypač pabrėžia Alytaus gyventojai.

„[Bibliotekoje] turėtų būti visos galimybės, kad būtų galima mokintis toje vietoje ir rasti visas tinkamas knygas, kokių reikia mokslams. Kad būtų didelis pasirinkimas ir kad nereikėtų kažkur dar blaškytis ir ieškoti tau reikiamos literatūros. <...> Naudojasi biblioteka mokslams, rašant kursinius darbus ir baigiamajam, tačiau ne visuomet randu sau tinkamos literatūros ir reikia jos ieškoti visai kitur arba ieškoti nusipirkti knygynuose, nes ne visuomet yra galimybė ją rasti. Mažas pasirinkimas knygų, norėtusi kažko įvairiau, naujesnių galbūt metų. Nes vis tiek kiekvienais metais keičiasi, norisi kažko vis naujesnio. Naujesnių autorių, sužinot kažką daugiau, plačiau.“

Dar vienas bibliotekoje dirbantiems lankytojams svarbus aspektas – galimybė pasiimti reikiamą knygą namo. Bibliotekai užsidarius šios grupės lankytojai netenka savo darbo medžiagos ir negali toliau dirbti. Taip pat kartais šios grupės lankytojams svarbu nebūti pririštiems prie fizinės lokacijos.

„Taipogi, aišku, ne visas knygas gali pasiimti. Tada reikia jau nusiteikti, kad ten skirt laiko ir sėdėti, jau skaityt ten vietoj.“

„Dar man labai svarbus atrodo bibliotekos momentas, kad leisti žmonėms išsinešti knygas į namus vienam mėnesiui, be jokių didesnių kažkokių tai apribojimų, nes... Nu, man atrodo, tai vienas esminių bibliotekos bruožų, kodėl aš, pavyzdžiui, anksčiau vaikščiodavau į Mickevičių, kad galėdavau išsinešti. Man tai buvo labai svarbu.“

Naudojimosi biblioteka kaip darbo vieta modelis iš esmės skiriasi nuo rekreacinio naudojimosi modelio, nes esama daugiau atsakomybės, didėja poreikis turėti viską, ko reikia, po ranka, o negavus, ko reikia, gali atsirasti ir neigiama patirtis. Taip pat šiai vartotojų grupei aktualus šaltinių naujumas, kadangi darbas dažnai yra mokslinis, informacinis. Šių sąlygų nebuvimas bibliotekoje dažnai verčia ieškoti alternatyvų. Tyrimo dalyviai, skaitantys laisvalaikiu, savo malonumui, iškelia knygų gausos temą kalbėdami apie mažesnes bibliotekas (Alytaus ir rajonų). Kai kurie informantai mano, kad galima būtų išplėsti bibliotekos galimybes – sukurti nacionalinį bibliotekų tinklą, kur naudojantis viena fizine bibliotekos lokacija būtų galima turėti prieigą prie kitose bibliotekose saugomų šaltinių. Šis tinklas yra sukurtas, tačiau informantų atsakymai suponuoja į nepakankamą šio tinklo komunikaciją ar išvystymą.

„Pati biblioteka neturėtų būt tokia, kaip dabar, kai ateini į biblioteką ir iš tos bibliotekos pasiimi tuos šaltinius, o kitus gali užsisakyt, jeigu tai būtų popieriniai šaltiniai, internetinius gali atsisiųst. Tai turėtų tie visi bibliotekų šaltiniai, kurie yra ne tik Lietuvoj, Vilniuj, Alytuje, būti sujungti į bendrą tinklą.“

Grįžtant prie temos apie pagrindinę bibliotekos paslaugą, reikia pažymėti, kad informantai iškėlė svarbų informacijos kokybės ir suskirstymo klausimą. Jie teigė, kad bibliotekos fondai turi būti ne tik gausūs,

bet ir pasižymėti pakankamu specialiosios dalykinės literatūros, leidžiančios išsamiai gilintis į tam tikras temas, kiekiu bei geru skoniu atrenkant knygas. Neigiamai vertinamas noras aprėpti kuo daugiau sričių.

„Vietoj noro visko savyje turėti, verta žiūrėti, kas strategiškai, į ką fokusas yra apskritai visos bibliotekos. <...> Skėtis, metaforiškai sakant, turėtų apdengti tikrai specifinį fokusą... Nes, nes jeigu tada biblioteka visko po truputį bando savyje turėti, jina bus tokia labai lėkšta. Labai mėgėjiškam lygyje bus tai nei, nelabai kam ir įdomi taps, nu...“

„Bet galbūt man labiau tokiose smulkiose bibliotekose nepatinka tai, kad būtent yra labai daug tiesiog tokių bestselerių, tai yra tokia kaip ir makulatūra. Labai mažai specializuotų knygų. Biblioteka – tiesiog kažkoks kultūrinis sandėlis vietoj kultūrinio lobyno. Kuo ta biblioteka išsiskirtų, ir ji galėtų išsiskirti būtent geru skoniu knygų pasirinkimo prasme.“

Keli informantai paminėjo elektronines knygas ir skaitykles. Šis knygų formatas traktuojamas kaip pranašumas, padedantis sutaupyti laiko. Nors dauguma informatų teikia prioritetą fizinėms knygoms, keliems iš jų svarbesnis knygos turinys nei forma.

„Galbūt tik reikia pagerint tai būtent, sulieti tuos procesus, kuriuos siūlo šių laikų technologijos ir senos knygos, tai yra skaitmenizacija, sakykim, įvairių leidinių, įvairių knygų... Nes... Tai tiesiog yra galbūt pranašumas.“

„Ne visiems elektroninis formatas patinka. Yra daug tokių: reikia pačiupinėti, reikia jausti kvapą... Man tai taip: akis įbedi – koks skirtumas. Svarbu, kad malonumą kokį teikia knyga, o ar jina popierinė, ar elektroninė, tai čia...“

Bandydami paaiškinti literatūros fondų ribotumo priežastis, informantai kaip vieną iš priežasčių įvardija finansavimo stoką ir problemas kultūros srityje. Tai pratęsia bibliotekos darbuotojo prestižo tematiką.

„Iš tikrųjų bibliotekose yra mažas pasirinkimas knygų, nes jos negali sau leisti tų knygų įsigyti. Knygas reikia... bibliotekoms kažkas duoda knygas, kažkas padovanoja. Manau, valstybės požiūris yra per silpnas, kad jie tiesiog duotų knygų, kiek yra išleista, ir kad jų būtų kažkoks atitinkamas kiekis.“

Apibendrinant galima teigti, kad duomenys dar kartą parodė, jog pagrindinė bibliotekos funkcija (ir iš to kylančios paslaugos) yra prieigos prie knygų suteikimas ir jų kaupimas. Pagrindinė informantų įvardyta problema – per mažas knygų skaičius ir naujų šaltinių stoka.

Esama situacija suvokiama kaip nepakankamo bibliotekos finansavimo pasekmė. Labiausiai šios problemos paliečia lankytojus, kurie naudojami bibliotekos resursais darbo / mokslo tikslais, ir mažesnių miestų gyventojus. Nemažai tyrimo dalyvių domisi galimybėmis, kurias suteikia elektroninės knygos.

4.2.2. Nuotolinės bibliotekos paslaugos

4.2.2.1. Vartotojai žino, ko nori iš interneto svetainės

Tiek Vilniuje, tiek Alytuje gyvenantys tyrimo dalyviai, kalbėdami apie informaciją, kuri turėtų būti prieinama bibliotekos interneto svetainėje, išskyrė šias pagrindines informacijos kategorijas (vardijama nuo dažniausiai iki rečiausiai paminėtos): **bendroji informacija, renginiai, naudojimosi taisyklės ir naujienos.**

Pirmiausia svetainėje tikimasi rasti informaciją apie bibliotekos darbo laiką, fizinę bibliotekos ir padalinių lokaciją bei kontaktinius duomenis, kitaip tariant: „Biblioteka turi pateikti visą informaciją apie save“, „turi būti viskas, ko reikia, kad atvykti į biblioteką“. Taip pat informantai norėtų puslapyje matyti ir vietoje teikiamų, ir nuotolinių paslaugų sąrašą.

„Turėtų būti kažkokia tai paslaugų sekcija, kur tu gali išsirinkti ir matai, kokias tu paslaugas gali gaut pačioj bibliotekoje ir kokias tu gali gaut nuotoliniu būdu. Čia tokie esminiai dalykai būtų.“

„Na, aš manau, kad visos paslaugos turėtų būt išvardintos, aprašytos. Ko gali žmogus tikėtis. <...> Ką gali biblioteka pasiūlyt. Čia pagrindinė informacija.“

Šios informacijos ieškoma esant tam tikram poreikiui ir: „Jeigu tų paslaugų toje pačioje bibliotekoje negauni, labai aiškiai turi būti išdėstyta, kur to ieškoti.“ Taip pat viena iš dažniausiai minimų rūšių – informacija

apie renginius ir parodas. Turėtų būti aprašoma esamų, būsimų renginių ir parodų vieta ir laikas bei jų turinys:

„[Naudojuosi svetaine] kai noriu pažiūrėti, ar bus koks nors renginys, arba girdėjau, kad bus renginys, tai nueinu pasitikslinti, koks.“

„Kas šiuo metu, kokie renginiai, kas vyksta, kokios parodos.“

„Gali pažiūrėti, kokie artimiausi renginiai.“

Ypač svarbu pasirūpinti šios informacijos atnaujinimu, kadangi „kartais, kai būna renginiai atšaukiami, tai informacija neišimama, arba kartais būna ilgai labai kabo sena.“

Svetainėje turėtų būti paaiškintos paslaugų teikimo sąlygos ir kaip naudotis šiomis paslaugomis. Svetainėje informantai norėtų rasti: „kaip čia užsiregistruoti tą knygą, pasiimti“, „grąžinimo tvarka“, „kaip, ką, kiek gali padaryti ir per kiek laiko gauti, kokios yra sąlygos“, „jeigu yra pristatymai, tai kokiomis sąlygomis, kaip pristatoma, terminai kažkokie tai“. Jei paslauga yra mokama, turėtų būti aiškiai ir suprantamai nurodoma kaina:

„Žinoma, jeigu ten yra mokamos, nemokamos, tai apie atlygį turi būt irgi, kad žmogus susigaudytų.“

Svetainės lankytojai nori išsamiai žinoti apie tai, kaip gauti bibliotekos teikiamas paslaugas, kitaip tariant – ko yra tikimasi iš jų kaip paslaugų naudotojų. Anot informantų, interneto svetainė yra ta vieta, kur jie norėtų matyti informaciją apie naujai gautas knygas ir kitas bibliotekos naujienas: „kokios naujienos, kas ateityje, kokios knygos“, „įvairios naujienos skelbiamos, papildyti šaltiniai kažkokiomis naujovėm turėtų būti“.

Vienas informantas bibliotekos svetainei pritaiko savo patirtį renkantis filmus:

„Galbūt apie naujų knygų gavimą kažkokių? Nes aš iš viso nežinau, kas kada atsiranda ar iš viso yra. Ir aprašymų, kažkokių vertinimų kaip būna filmai IMDB [internetinė filmų duomenų bazė su prašymais ir svetainės vartotojų vertinimais].“

Informacija apie knygas turėtų būti prieinama per bendrą paiešką ir būti suskirstyta pagal sritis / žanrus, kad būtų galima ne tik ieškoti konkrečios knygos, bet ir sužinoti dominančios srities / literatūros žanro naujoves.

„Manychiau, informacija apie knygas turėtų būti suskirstyta pagal tematikas. Turėtų būti ir bendra paieška, jeigu tu žinai tiksliai, ko tu ieškai, nes pagal tematiką gali ir nerasti, nes gali viena knyga tikti ir vienai, ir kitai, ir trečiai tematikai.“

Turint omenyje naujų knygų svarbą informantams, svetainėje skelbiama informacija apie naujai gautas knygas gali tapti paskata naudotis pagrindine bibliotekos paslauga.

Kalbėdami apie tai, kokia turi būti bibliotekos interneto svetainė, informantai visų pirma nurodė svetainės suprantamumą, paprastumą. Interneto svetainėje neturi būti per daug informacijos:

„Jeigu leidžia technologijos pridėti tų mirguliukų, nereikia, kad būtina. Nereikia ten tų didelių pribumbasų, bet tiesiog, kad žmogus galėtų susirasti informaciją lengvai ir paprastai.“

„Manau, kad būtent tas paprastumas, kas mus žavi ir spaudoj, kad ant paprasto balto lapo surašytas tekstas, tai gali būti ir svetainėje.“

Taip pat svarbi intuityvi puslapio struktūra, „kad greitai ir aiškiai būtų galima susirasti informaciją“, „čia vat tas blokas: paslaugos, knygos. Užsakymas ar paieška, kad būtų kuo paprastesnė“. Tai yra svarbu, nes „vyresniems žmonėms tos interneto paslaugos, jos nėra labai lengvai perkandamos“. Ir daugiau informantų akcentavo pritaikymo įvairioms socialinėms grupėms aspektą:

„Turėtų būti labai paprasta konstrukcija tos interneto svetainės, kad visiems vartotojams, nes bibliotekų vartotojai yra nuo pradinukų, ko gero, galėtų būti iki pensininkų.“

„Turėtų būti pritaikyta įvairioms grupėms ir kad vaikams būtų patrauklu, ir paaugliams būtų patrauklu, galų gale suaugusiems ir galbūt pagyvenusiems žmonėms būtų nesudėtinga tą informaciją rasti, kokios reikia, knygą užsisakyti, kaip reikia. Tiesiog atsižvelgta į įvairias grupes.“

Pabrėžiamas svetainės funkcionalumas – ji turi būti pasiekiami ir patogi naudoti ne tik kompiuteriu, bet ir mobiliuoju telefonu. Taip pat informantai paminėjo, kad „galėtų, aišku, būti sumani aplikacija, irgi pagreintų, palengvintų [naudojimasi paslaugomis]“.

Kalbant apie funkcionalumą, informacija svetainėje turi būti pateikiama glaustai, „be perteklinio teksto bei nereikšmingos informacijos“. Nereikalingas, neinformatyvus, rinkodaros pobūdžio tekstas vertinamas neigiamai.

„Šiaip tai įsivaizduoju, kur mažiau yra prirašytų romanų, tai yra informacijos. Kur laba diena, čia yra tas ir tas, ta prasme, kiekvienam puslapy paslaugų tiekėjai. Atsidarai pirmą puslapį, ten vien tik tekstas, kaip jie įgyvendins tavo svajonę nuo A iki Z.“

Taip pat keliems informantams atrodo pravartu turėti galimybę pritaikyti svetainę prie savo poreikių:

„<...> pačiam pasidėlioti dizainą, matyti savo prioritetus: ar darbo laiką, ar elektroninį katalogą ir taip toliau.“

Nuolatinis bibliotekos svetainės informacijos ir dizaino atnaujinimas yra būtinas tam, kad sudarytų gyvybingos, aktualios svetainės įvaizdį ir išlaikytų lankytojų susidomėjimą. Informantai komentuoja šią temą:

„Aišku, pagrinde tai, ką pamatai, kad visur būna arba pasenęs dizainas kažkoks, tai yra pasenusi informacija būna, kontaktai, pavyzdžiui, tai tas yra minusas.“

„Jinai neturėtų būti sena. Jinai turėtų būti mažiausiai atnaujinama vieną kartą per metus... kalbant ir apie dizainą, ir apie funkcijas, ir apie... nežinau... daugelį kitų dalykų... Jinai turi siūlyti skaitytojui galimybes.“

Dar vienas svarbus bibliotekos svetainės bruožas – ji turi būti pritaikyta įvairiems specialiesiems poreikiams:

„Pavyzdžiui, regos negalią turinčiam, man rodos, ten šriftas būna didesnis, arba klausos negalią turintiems gal garsinis kažkoks.“

Svetainė taip pat yra apibūdinama kaip portalas, per kurį galima naudotis tam tikromis nuotolinėmis paslaugomis, kurios aprašytos kitame skyriuje. Tyrimo dalyviai mano,

kad „biblioteka turi turēt išėjimą į tą bibliotekų tinklą, į tuos visus resursus“, ir:

„[svetainėje turėtų būti galima] pratęsti, jeigu tu dviem savaitėm pasiėmei knygą, tu elektroniniu būdu galėtum pratęsti savo knygos, jeigu jinai nėra kažkieno jau užsakyta.“

Kitas tyrimo dalyvis tiksliau apibūdina interneto svetainę kaip nuotolinių paslaugų teikimo priemonę:

„Kad nereikėtų ten tau vėl per pusę miesto trenktis, kad tu galėtum nueiti pas ciocią ir sakyti, na, tai aš dar dvi savaites norėčiau palaikyti. Nu tai kad tu galėtum visą tą elektroniniu būdu padaryti. Be abejo, svetainė labai svarbi. Per ją turėtų atsirasti prieiga ir prie visos tos duomenų bazės.“

Apibendrinant galima teigti, kad svetainė turi reprezentuoti bibliotekos viziją ir vykdomą veiklą, kadangi „puslapiai yra kaip vizitinė kortelė“. Bibliotekos interneto svetainėje turėtų būti skelbiama bendroji informacija, informacija apie parodas ir naujas knygas, naudojimosi paslaugomis taisyklės ir sąlygos. Jai yra keliami nemažai reikalavimų, svarbiausi iš kurių yra aiškumas, funkcionalumas bei informacijos ir dizaino naujumas. Dauguma iš šių reikalavimų yra paremti šiuolaikine patirtimi ir kitų puslapių siūlomomis galimybėmis. Be informacijos suteikimo funkcijos, bibliotekos interneto svetainė yra dar ir vieta, kurioje vartotojas gali pasinaudoti kitame skyriuje aprašomomis nuotolinėmis paslaugomis.

4.2.2.2. Nuotolinis skolinimas

Vieno informanto pasakymas puikiai apibendrina visą nuotolinių paslaugų esmę: „[Nuotolinės paslaugos tai] galimybė neiti į biblioteką ir turėti tai, ko nori.“ Toliau aprašomos pagrindinės tyrimo dalyvių paminėtos nuotolinės paslaugos, taip pat analizuojamos ryškiausios informantų iškeltos temos, susijusios su bibliotekos teikiamomis nuotolinėmis paslaugomis. Dažniausia informantų minima nuotolinė paslauga – nuotolinis knygų ir kitų šaltinių skolinimas. Nuotolinis skolinimas skiriasi nuo duomenų bazių savo turiniu – skolinami ne straipsniai, o knygos. Išskirtini du nuotolinio skolinimo tipai – elektroninių šaltinių skolinimas ir

nuotolinis fizinių šaltinių skolinimas. Elektroninių šaltinių skolinimas „paprastina, pagreitina, padeda optimizuoti kažkaip tai darbus, žmogui sutaupyti laiko“. Ši paslauga vertinama teigiamai, tačiau kai kurie informantai yra susirūpinę dėl autorinių teisių, nes iki galo nesupranta, kaip veikia nuotolinis skolinimas. Manoma, kad: „Pažeistume autorines teises, nes čia jau gaunasi, kad tas žmogus kaip ir įgyja pačią knygą.“ Tai rodo, kad norint sėkmingai vystyti elektroninių šaltinių skolinimo paslaugą turėtų būti aiškiai išdėstomos autorinių teisių sąlygos – vartotojui svarbu tai žinoti. Toks skolinimo būdas yra vertinamas kaip mažo knygų skaičiaus problemos sprendimas:

„<...> kad mėnesiui tu, nu, mėnesiui, ten dviem savaitėm, nes yra tam tikros knygos, kurios yra... Nu, tiesiog jas pasiimti yra prabanga ir... Tu ją gali skaityti tik bibliotekoje, o parsisiųsti tu ją gali va mėnesiui, ten dviem savaitėm.“

Tuo pat metu šis skolinimo būdas suprantamas kaip „tokių knygų [skolinimas], kurios pakankamai dažnai pasireiškia ir geriau, kad jos neužimtų brangią bibliotekos vietą“. Nuotolinis fizinių šaltinių skolinimas – galimybė užsisakyti popierinių knygų ar kitų šaltinių su pristatymu į namus. Jis yra labiau siejamas su specialiujų poreikių socialinėmis grupėmis.

Pavyzdžiui:

„<...> biblioteka tikrai galėtų būti ta vieta, kuri pasirūpina, kad, tarkim, neįgalieji arba pensininkai, kurie neturi galimybės išjudėti iš namų, kad jie galėtų gauti knygas į namus. Tai, manau, kad tai labai svarbu.“

„Kaimo bendruomenėse senjorams, manau, visai būtų patogiu, jei būtų galima užsisakyti, kad jiems atvežtų.“

Keli informantai išskyrė nuotolinį knygų grąžinimą kaip atskirą paslaugą. Tarp pageidaujimų paslaugų paminėtos knygų grąžinimo vietos (drop-off langeliai), kurios būtų lankytojams patogiose vietose:

„<...> kad nebūtina į biblioteką eiti. Eini pro šalį, ten dėžė tokia, kuri nei peršlampa, nei nieką, kaip seifas, ir jmeti tą knygą.“

Tyrimo dalyviai pasakoja, kad rasti laiko knygoms gražinti daug sudėtingiau, nei joms paimti:

„<...> man didesnė problema yra gražinimas knygų. [Gražinti yra sunkiau] ne dėl to, kad nenori gražinti, dėl to, kad kažkaip labai sunku rasti laiko tam.“

Paprastai bibliotekos lankytojai yra motyvuoti vykti į biblioteką pasiimti knygų (pvz., noras skaityti, darbo / mokslo reikalai). Tačiau motyvacija vykti į biblioteką jų gražinti mažėja ir tai labiau suprantama kaip nepatogumas, todėl šis procesas gali būti labiau paprastinamas, patoginamas. Nuotolinės knygų gražinimo vietos leistų ne tik sutaupyti laiko ir patogiau gražinti knygas, bet ir padarytų bibliotekos paslaugas prieinamesnes tolimesnių rajonų gyventojams.

Už Vilniaus miesto ribų esančios gyvenvietės gyventojai pasakoja apie tai, kas jai trukdo naudotis bibliotekos paslaugomis:

„Blemba, gal gerai būtų, jei iš viso niekur nereiktų eiti, jeigu tą tašką žinai kur nors bendruomenėje. Būtų idealiausia. [juokiasi] Tavo tam kaime reiktų iki tos būdelės tik nueiti – pasiimti, atiduoti. Sugebėčiau. [juokiasi] Paimti, gražinti, kad paprasta būtų.“

Turint omenyje didelę VAVB veiklos sričiai priskiriamą teritoriją, ši įžvalga tampa itin svarbi. Konkrečiau kalbant, pastarojoje citatoje išryškėja nuoroda į bibliotekos paslaugų optimizavimą atsisakant tiesioginių fizinių kontaktų.

4.2.2.3 Katalogai ir duomenų bazės

Biblioteka turėtų suteikti prieigą prie platesnių informacijos resursų: šaltinių katalogų, mokslinės literatūros duomenų bazių, kitų bibliotekų resursų. Informantai tikisi, kad prieigą prie šių paslaugų turės ir iš namų, nes tai „yra patogiu“.

„Labai patogiu tiesiog pasižiūrėti katalogus šios bibliotekos, ar yra, ar nėra, pasižiūrėti, ar knyga yra, ar nėra, galbūt jina paimta.“

Keli informantai teigiamai įvertino savo patirtį naudojantis kitų bibliotekų ne tik teksto resursais, bet ir

nuotraukų, garso bei vaizdo medžiaga:

„Labai labai nemažai esu analizavęs ir... ir ieškojęs daug vizualiosios informacijos BBC arba, sakykim, britų televizijos archyve, tai yra įvairių britų televizijų archyve. Autorines laidas įvairias... Tai irgi susijusias su mano mokslais... Sakykim, surasti kažkokį dokumentinį filmą apie vieną ar kitą kūrėją, kuris galbūt nebuvo garsus arba, arba buvo.“

Katalogų ir įvairių duomenų bazių nuotolines paslaugas informantai minėjimo itin dažnai, tačiau, kalbėdami šia tema, nesuteikė jai daug turinio – naudojamos, norimos paslaugos buvo vardijamos be platesnio konteksto, paminėta, kad tai patogiu ir reikalinga.

4.2.2.4. Vartotojo paskyra

Informantai išskyrė keletą interaktyviųjų paslaugų, kurios susijusios su vartotojo paskyra, arba, jų žodžiais tariant, – „kad tu gali „online“ kažką bibliotekiško susitvarkyti“. Prie šių paslaugų galima priskirti galimybę prasidesti knygos skolinimą, knygų užsakymą, galimybę gauti priminimus apie skolinimo laikotarpio pabaigą bei sekti savo skolos balansą, gauti pranešimus apie laisvas ir naujai atsiradusias knygas. Pagrindinė motyvacija naudotis šiomis nuotolinėmis paslaugomis –tai patogumas ir laiko taupymas: „nereikia vykti į biblioteką“, „kad sutaupyti laiko, kai užsisakai knygą ir neturi jos laukti“.

„Tai yra kelio sutrumpinimas galbūt nuo knygų suradimo iki užsisakymo, nereikia gaišti laiko, gali iš namų užsisakyti, atėjęs pasiimti ir taip toliau, tai... Smagu.“

„Greičiau visi sprendimai ir taip toliau įvyktų... E, pakankamai protinga paieškos sistema, kad... Ee... Nereiktų labai ilgai knaisiotis ir taip toliau.“

Šiame kontekste svarbios tokių paslaugų savybės – aiškumas ir patogumas:

„<...> tikrai labai nepatogu, nes, negana to, kad tai yra bendra sistema, ir jei neatkreipi dėmesio, tu gali nueiti ne į tą biblioteką ir tada tau sako: „Eik į tą, jūs ten užsisakėt.“ Tai kažkokia ta sistema labai paini. Pavyzdžiui, kalbant apie Kauno viešąją biblioteką, tai kažkaip ten niekad problemų nekildavo. Ten ateini, tu užsisakęs knygą, tau paruošta, tu ją gauni. Tai dėl to nekilo problemų.“

Apibendrinant galima teigti, kad įvardytos nuotolinės bibliotekos paslaugos yra susijusios su pagrindinėmis bibliotekos funkcijomis – knygų skolinimu ir prieigos prie informacijos suteikimu. Pagrindinės nuotolinių paslaugų grupės – nuotolinis skolinimas ir grąžinimas, katalogai ir duomenų bazės, daugiafunkcė vartotojo paskyra. Naudodamiesi nuotolinėmis paslaugomis informantai (pvz., specialiųjų poreikių grupių atstovai ir gyvenantieji toli nuo bibliotekos) tikisi lengviau gauti knygas.

Taip pat naudotis tokiomis paslaugomis skatina laiko stoka ir didesnis tokių paslaugų patogumas: užsakant knygas tikimasi išvengti laukimo, skolinantis nuotoliniu būdu – kelionės į biblioteką. Vartotojo paskyroje turėtų būti galima atlikti smulkias administracines užduotis ir tai leistų išvengti nereikalingos kelionės. Surinkti duomenys implikuoja, kad inovatyvios paslaugos turėtų būti nukreiptos knygų gavimo / naudojimo / grąžinimo proceso paprastinimo ir patoginimo linkme.

4.2.2.5 Vartotojai ieško informacijos ir naudojami nuotolinėmis paslaugomis praktiniais tikslais

Analizuojant, kokių institucijų ir kokiomis nuotolinėmis paslaugomis naudojasi apklausos dalyviai, nėra įmanoma identifikuoti specifinių Vilniaus ir Alytaus miestų gyventojų ar bibliotekos paslaugų vartotojų ir nevertotojų asmens bruožų, kadangi visi jie naršo tą pačią (iš esmės – visų prieinamą / reikiamą) institucijų tinklapiuose ir naudojami tomis pačiomis paslaugomis.

Konkrečiau kalbant, apklausos dalyviai nurodė naršantys tokių institucijų tinklapiuose:

- **Bankų tinklapiuose**, kuriuose naršoma, viena vertus, dėl to, kad tai „paprastumas ir greitis“, „laiko taupymas – ten viskas žymiai greičiau ir paprasčiau“; kita vertus, tai yra neišvengiama: „patys paslaugų tiekėjai priverčia naudotis“.
- **Valstybės institucijų tinklapiuose**: Švietimo ir mokslo ministerijos, kitų ministerijų, Mokslo tarybos, „Sodros“, Registrų centro, Valstybinės mokesčių inspekcijos (pvz., deklaravimo sistema), Lietuvos darbo biržos, Teisinės informacijos centro, Seimo informacijos centro, kitų, kuriose vykdomos

„tokios esminės pareigos, prievolės“ ir kuriose privaloma tvarka „informacijos ieškai, kontaktų dažniausiai, teikiamų paslaugų“.

- **Visuomeninių įstaigų tinklapiuose**: „Lietuvos geležinkeliai“ (pvz., „nueinu pažiūrėti traukinių tvarkaraščių“).
- **Specialiąją informaciją teikiančių institucijų tinklapiuose**: Specialiosios pedagogikos ir psichologijos asociacijos, Logopedų asociacijos, „autistų blogerių“, „šiaip visokiausių ten fondų, „dokumentacijos puslapiuose“, „jų duomenų bazėse“.
- **Žiniasklaidos tinklapiuose**: Delfi.lt, „Lietuvos rytas“, 15 minučių.lt; išskirtiniu atveju buvo minimi ir CNN, lenta.ru, kt.

Šiuose tinklapiuose lankomasi, nes:

„<...> noriu sekti pulsą, kas vyksta visuomenėje, kas vyksta pasaulyje, kokia informacija žmones pasiekia, nes man tai yra aktualu ir profesinėje srityje... pajauti... kaip tai perteikia visuomenei.“

Šiuo atveju skirtį tarp Vilniaus ir Alytaus specifikos nurodo miesto dienraščio – „Alytaus gido“ – paminėjimas.

- **Kultūros organizacijų ir kultūros iniciatyvų tinklapiuose**: renginių, teatrų ir pan. institucijų tinklapiuose.
- **El. parduotuvių tinklapiuose, el. prekybos platformose**: nacionalinėse (mainyk.lt, sena.lt, bilietai.lt) ir tarptautinėse („Ebay“, „Amazon“).
- **Darboviečių tinklapiuose**: Alytaus kolegijos, VDU, kt., kadangi ten „naujienas iš karto pamatau“ ir tai „tiesiog darbinė visa aplinka ten yra“.
- **Kitų organizacijų tinklapiuose**: telefonų operatorių, grožio paslaugų, kt.

Naršyti tinklapius pasirenkami pagal poreikį: todėl, kad „tiesiog kokios tau informacijos [reikia]“. Ir kartais tai „skatina tiesioginę darbo veiklą“, „kai kada reikia ir asmeniniais [klausimais]“.

Pavyzdžiui:

„<...> jeigu reikia informacijos, tarkim, apie kokį karą, galvoji, kaip ten nušviečia vieni šaltiniai, kiti šaltiniai, palygini, priimi savo sprendimus – ne vien tik tai šaltiniais, kurie yra čia, nes gali būti tendencingi.“

Išryškėjęs neigiamas naršymo tinklapiuose aspektas yra tas, kad apskritai šiandien nėra galimybės išvengti naudojimosi el. paslaugomis. Konkrečiai bankininkystės atveju buvo sakoma:

„<...> aš mielai nesinaudočiau bankininkyste arba, tarkim, dar kažkokiais elektroniniais. Nesu labai fanas didelis.“

Taip pat kai kurių institucijų tinklapiai nėra gana „draugiški“ vartotojui:

„<...> paskutinį kartą juodai sunervino Registrų centras, nes ten nesuprasi, kaip ten prisijungti ir susirasti informaciją, užpildyti paraišką. Nenurodyti nei terminai, nei niekas, nu... Visiškai neaiški informacija!“

Atsižvelgiant į šias pastabas galima rekomenduoti bibliotekai išnaudoti visuomenėje įsišaknijantį supratimą, kad naudojimas el. paslaugomis yra neišvengiamas, ir skirti pakankamai dėmesio savo tinklapio tobulinimui tiek teikiamos informacijos, tiek naudojimo patogumo ir paprastumo požiūriu.

Remiantis apklausos rezultatais, dar verta atkreipti dėmesį į tai, kad informantai dažniausiai naršo Lietuvos institucijų, organizacijų, iniciatyvų tinklapiuose; išskirtinai retai paminėti informaciniai (CNN, lenta.ru) ir prekybos („Ebay“, „Amazon“) tinklapiai verčia galvoti, kad tiek Vilniuje, tiek Alytuje gyvenantys knygų skaitytojai operuoja gana ribotoje geografinėje (t. y. nacionalinėje) erdvėje ir tenkinasi nors ir nuotolinėmis, bet beveik išskirtinai Lietuvoje lokalizuotomis paslaugomis.

Konkrečiau kalbant, naudojamos keliomis nuotolinių paslaugų grupėmis. Tai būtų:

- El. bankininkystės paslaugos (pvz., „Paysera“, kt.): mokėjimai telefonų operatoriams, mokėjimai už parkavimąsi, mokėjimai už paslaugas, kai „visus mokesčius moku internetu“. Kitaip sakant, tai yra „viskas, kas susiję su... elektronine kasdienybe“, kadangi, nors tai ir neišvengiama, vis dėlto sutaupo laiko: „<...> jei tu gali apmokėti sąskaitą devynios trisdešimt vakare iš namų, o nebūtinai iki penktos valandos... klientų aptarnavimo skyriuje.“
- El. prekybos ir mainų paslaugos: Prekyba fiziniiais daiktais, kai „daiktus visokius atsisiunčiu“. Tai ir „rūbai online“, ir knygos, ir kitos paslaugos, „nes tai gali būti pigiau“.
- Mainymasis nuotoliniu būdu, kai, pavyzdžiui: „<...> buvo etapas, kai ieškojau kažkokių knygų išsimainyti... kur [gali] susirasti reikalingų knygų, kur žmonės tikrai nori atsikratyti savo bibliotekos... pavyzdžiui, mokslinės, po studijų baigimo.“
- Kultūros (taip pat turizmo) organizacijų paslaugos. Tai bilietų užsakymai, „bilietų rezervacija – arba į renginius, arba kelionėms“, taip pat „išankstinė registracija į kažkokių renginius, mokamus ar nemokamus“.
- Maisto užsakymas į namus.
- Profesinės informacinės paslaugos, kurios tiesiogiai priklauso nuo veiklos, kuria užsiimama. Tai:

Mokslinė, akademinė veikla:

„<...> turiu kažkokių mokslinius puslapius, kur pastoviai pasižiūriu, kažkokių tinklaraščių nuolat seku.“

„Aš nuolatos naudojuosi... Ieškodamas informacijos arba, sakykim, kažkokių straipsnių labai konkretaus, arba labai konkretaus mokslininko straipsnio... randu kokią nors universiteto kito duomenų bazėje... jie iš karto man duoda arba per savo instituciją galiu aš prisijungti ar negaliu.“

Pedagoginė veikla, kuri kelia poreikį sekti informaciją, susijusią su nuotoliniu mokymu, jos ieškoti. Tai yra „[vairiausių žinių, kurios reikalingos darbui“ poreikis. Tokie žmonės sako, kad:

„<...> daugiau prie duomenų bazių prisijungiu, pasižiūriu... reikia kažkiek tai studentams sudominti, papasakoti... randi ar apie kažkokias elektrines šiek tiek įdomesnės medžiagos, ar įtraukiant į studijų programos turinį.“

Studijos, kurios sąlygoja poreikį ieškoti el. mokymų. Dalyvavimas tokiuose mokymuose yra „patogu tiesiog“.

Kitose profesinės veiklos srityse reikalingos tokios paslaugos ir informacija, kaip: „<...> apie žemės ūkį... kas susiję su darbu“ ir kurių ieškoma ten, „kur paprasčiau, kur mažiau reikia vaikščioti.“

- Kitų institucijų paslaugomis, be bendrosios informacijos ir privalomos veiklos (pvz., pajamų deklaravimo), naudojamos minimaliai. Tai yra, „kai užsakius el. formą, ją atsiunčia tau“.

Galiausiai šiame kontekste verta atkreipti dėmesį į tai, kad kai kurie apklausos dalyviai turi suformuotus tinklapių, kuriuose nuolat rodo sąrašus. Tai yra „kažkokius tinklaraščius nuolat seku“.

„Yra... pagrindas svetainių, kur aš jau ilgą laiką lankausi, tai tiesiog iš įpročio ten lankausi, kad niekad nenusivyčiau, ten viskas tenkino.“

Tačiau nepaisant to, kai:

„<...> kyla poreikis paslaugos... pirmas dalykas, ką darai, tai lendi į internetą, susivedi į „Google“ paiešką to, ko tu ieškai, ir tau iš esmės išmeta tai, kokiais būdais, ar gyvai, ar negyvai, tu gali gauti visą tą informaciją ir užsisakyti paslaugą.“

Tai yra „dažniausiai tai yra „Google“, jeigu ieškai kažko naujo“, „jeigu reikia kažkokios naujos paslaugos ir sužinoti, tai per „Googlą“ turbūt ieškau, domiuosi“ ir „jeigu reikia kažkokios specifinės informacijos, pavyzdžiui, kur galima atlikti kokią nors grožio procedūrą... [tai] aš nueinu į „Googlą“... dažniausiai „Googlas“ parodo pirminį šaltinį, kur ką žiūrėti.“

Taigi savęs pozicionavimas „Google“ sistemoje (bet ne, pavyzdžiui, „Microsof Bing“, kuri nebuvo paminėta nė viename interviu) yra vienas esminių būdų užsitikrinti, kad (potencialūs) vartotojai (galimai) pastebėtų organizaciją.

Apibendrinant galima teigti, kad visomis šiomis paslaugomis naudojamosi dėl trijų pagrindinių priežasčių.

Pirma, tam, kad būtų sutaupyta laiko, nes, pavyzdžiui:

„<...> jeigu aš galiu kažką nusipirkti internetu ir man atsiųs arba aš galiu nueiti kažkur ir nusipirkti, tai aš visada norėsiu sutaupyti laiko, nes tai atima laiko, – nuvažiuoti, pasiimti ir sugrįžti.“

„Tu nueini į biblioteką, užsisakai knygą ir tada turi jos laukti. [Internetu] tu užsisakai iš namų ir žinai, kad kai nueisi, ji jau bus.“

Antra priežastis – patogumas. Tai yra – „aš labai mėgstu pirkti iš namų... nereikia niekur eiti... tiesiog sumoki iš savo sąskaitos“.

Trečia priežastis – pigumas. Tai yra, „kai kuriais dalykais ir pigesnis naudojimas“ naudojantis internetinėmis paslaugomis. Kaip buvo nurodyta viename interviu, pavyzdžiui, „steigti įmonę arba įstaigą yra pigiau internetu negu, negu realiai – ir laiko sąnaudomis, ir [kt.]“. Galiausiai ketvirta priežastis – tai faktinis neišvengiamumas. Ši priežastis pirmiausia buvo paminėta kalbant apie naudojimąsi bankų paslaugomis, tačiau šiai kategorijai priskirtinos ir mainų knygomis, specializuotos informacijos paieškos praktikos, kurios vargiai būtų įmanomos nesinaudojant internetinėmis paslaugomis. Paskutinė fragmentiškai paminėta priežastis – tai galimybė išvengti tiesioginio kontakto su paslaugą teikiančiais žmonėmis. Tai yra, kaip minėta viename iš interviu, apskritai el. paslaugomis naudotis:

„<...> yra greičiau, tai taupo tavo laiką, nereikia specialiai eiti, važiuoti, varstyti duris ir ten bendrauti. Tiesiog prisijungi, pasirenki, ko tau reikia, atsirenki.“

Pastarosios priežastys sukonkretina aukščiau minėtą tinklapių tobulinimo idėją ir pasiūlo kelias akcentuotinas el. paslaugų charakteristikas: naudojimosi greitumą, paprastumą, pigumą, išvengimą žmogiškojo veiksnio esant tiesioginiam fiziniam kontaktui su vartotoju.

4.3. Dalyvavimas renginiuose

4.3.1. Informacijos apie renginius paieškos formų ir sričių įvairovė

Apklaustieji Vilniuje ir Alytuje gyvenantys bibliotekų paslaugų vartotojai ir nevertotojai dažniausiai informacijos apie renginius tiesiog neieško, kadangi „informacija, ji pati lipa per kraštus, jos nereikia ieškoti“. Todėl informacijos apie renginius požiūriu, laikantis pasyvios pozicijos, tiesiog atsiduodama atsitiktinumui ir „jeigu jie [informacija] pasiekia mane per išorę, per reklamą, tai aš tada turiu tą informaciją“. Arba:

„<...> aš [informacijos] neieškau – aš turiu „Facebook“ paskyrą, į kurią suplaukia renginių tikrai labai daug.“
Be to, „gauname lankstinukų į pašto dėžutes gyvenamose vietose“, „elektroniniu paštu daug siunčia“.

Net užimant aktyvesnę poziciją – t. y. „tiesiog, jeigu tu domiesi“ – tokiu „neieškojimo“ būdu pasiekianti informacija taip pat yra fragmentiška ir atsitiktinė:

„<...> tiesiog tu pamatai afišą, gal tu išgirsti per televiziją, kad bus ten kažkur kažkokia paroda.“ „Arba gatvėje pamatai plakatą, arba... skaitmeninėje erdvėje kažkur tai pamatai, ar tai svetainėse kažkuriose, ar draugai socialiniuose tinkluose pasidalina.“

Svarbu pabrėžti, kad informacija sklando ne tik virtualiais ir fiziniiais kanalais, bet ir tiesioginėse „veidas į veidą“ sąveikose, kai:

„<...> tie žmonės, kurie labiau verda kažkokioje kultūros srityje, jie tiesiog pasiūlo, rekomenduoja ar tiesiog pareklamuoja kažkokį renginį, kuris gali būti tau įdomus.“

Be to, šiame kontekste taip pat svarbu atkreipti dėmesį ir į informacijos pasikartojimo begaliniame sraute reikšmę.

Tai yra, jei konkreti (ir galimai aktuali) informacija „iš karto neužsifiksuoja“, tai „tą pačią informaciją gal vėl pamatai internete, na, socialiniuose tinkluose“ ir tuomet jau informacija pasiekia sąmonės lygį, kada artėjama link pasirinkimo ir sprendimo, kur ir kada lankytis.

Kitai sakant:

„<...> yra informacijos srautas – tu gauni daug visokios informacijos... iš visur ji tave pasiekia... išsifiltruoji, kas tave domina... tu tiesiog žiūri tai, kas pateikiama, ir iš to renkiesi.“

Šis interviu medžiagos analizės rezultatas skatina akcentuoti informacijos apie bibliotekos paslaugas (ir konkrečiai renginius) sklaidos kiekybinį aspektą: norint, kad informacija pasiektų esamus ir potencialius paslaugų vartotojus, būtina (a) ją skleisti naudojantis kuo daugiau skirtingų kanalų ir (b) kartoti ją kuo dažniau.

Kitokia – sąlyginai aktyvi informacijos apie renginius paieškos ar sąmoningiesnio mėginimo filtruoti ir (arba) valdyti informacijos srautus – pozicija pirmiausia reiškia informacijos kanalų pasirinkimą. Tai reiškia, kad sekama konkrečiai pasirinktų institucijų ir iniciatyvų socialiniuose tinkluose publikuojama informacija:

„<...> aš seku tam tikrų institucijų „Facebooko“ puslapius, dažniausiai per juos mane pasiekia informacija apie būsimus renginius.“

„Aš seku tam tikras vietas [„Facebooke“], kur... atliepia mano poreikius.“

„Turiu kontaktuose kultūros skyriaus [„Facebooko“ paskyrą].“

Registruojamasi konkrečiai pasirinktų institucijų klientų sąrašuose, kad galima būtų gauti informaciją:

„<...> kažkokį naujienlaiškį gal esi užsisakęs ir gauni [informaciją].“

„Miesto savivaldybės kultūros skyriaus užsiprenumeravus renginių planą, kur vis įplaukia renginiai visi pradžio mėnesio.“

Aktyvumo požiūriu dar sąmoningesnė pozicija – tai informacijos sekimas konkrečiai pasirinktuose kultūrinės spaudos šaltiniuose ir tikslinė jos paieška internete:

„<...> tiesiog paseki repertuarą... tiesiog vis tiek pasidomi ir internete pasiskatai, ir tada pasirenki.“

Pastarieji rezultatai rodo ne tik skirtingus apklausos dalyvių santykio su informacija apie renginius tipus (kurie, tikėtina, nurodo ir prioritetų įsivardijimo ir apsirėžimo, ir interesų, ir kt. skirtumus), bet ir papildo kanalų, kuriais informacija pasiekia konkrečius vartotojus, sąrašą.

Taigi iš esmės „informacijos šaltinių tai tikrai dabar [daug]“, informacija ateina „per pažįstamus, aišku, ir per viską“ – tai yra „šiais laikais nėra... labai... fiksuoto vieno kanalo“.

Vieni apklausos dalyviai kaip pagrindinį informacijos šaltinį įvardijo apskritai internetą (pvz., „dažniausia informacija yra pasiekama internete“), kiti nurodė konkrečius socialinius tinklus (išskirtinai dažnai buvo minimas „Facebooko“ tinklas (pvz., „informacija dabar jau kurį laiką turbūt išimtinai mane pasiekia tik per „Facebooką“), dar kiti teigė, kad (nors tik „kartais“) į renginius „kas žodiniu būdu pakviečia“. Šitai leidžia aukščiau minėtą kiekybinį informacijos apie bibliotekos paslaugas (ir renginius) sklaidos aspektą ne tik papildyti turiniu, bet ir išskirti sąlyginai (kadangi apklausoje dalyvavo nedaug bibliotekos paslaugų vartotojų ir nevartotojų) prioritetinius informacijos sklaidos kanalus.

Pirmiausia tai bibliotekos „Facebooko“ paskyra, kurioje turėtų būti (a) aktyviai (t. y. dažnai ir pakartotinai) skelbiama įvairaus pobūdžio informacija ir (b) siekiama įgyti (ir išlaikyti) kuo daugiau sekėjų. Tačiau svarbu atkreipti dėmesį ir į tai, kad nors „Facebookas“ buvo dažniausiai minimas informacijos kanalas, per jį tikrai nebus pasiekti visi (potencialūs) bibliotekos paslaugų vartotojai (konkrečiai renginių lankytojai), kadangi kai kuriems iš jų jis tiesiog nėra pakankamai patrauklus. Kaip minėjo viena informantė:

„<...> per „Facebooką“ [informacijos ieškau] retokai... kažkodėl per „Facebooką“ mažai einu į renginius, nors dabar labai populiaru.“

Taigi, norint pasiekti tokius asmenis, reikalingi kiti komunikacijos kanalai. Tai – antra ir trečia (vertinant bent santykinį paminėjimų dažnumą) – ne tik pačios bibliotekos tinklapis, bet ir kitų renginius organizuojančių institucijų (pvz., Savivaldybės ir atskirai jos Kultūros skyriaus, teatrų, kt.) tinklapiai bei specializuoti informaciniai portalai ir renginiai. Konkrečiai Alytuje – tai

Alytaus miesto savivaldybės svetainė RenginiaiAlytuj.lt, „Alytaus gidas“, Alytaus kultūros ir komunikacinio centro tinklapis (kuriame skelbiami mėnesio renginių Alytuje sąrašai), radijas FM 99, Alytaus radijas.

Sąlyginėje ketvirtoje vietoje būtų draugai ir pažįstamieji kaip informacijos apie renginius šaltinis. Tačiau šį informacijos šaltinį dažniausiai visiškai nukonkuruoja „Facebookas“ ir todėl bibliotekos atveju jis laikytinas mažai efektyviu. Galiausiai penktoje ir šeštoje vietoje atsirastų stendiniai gatvių plakatai, afišos ir televizijos reklama. Gatvių plakatų, afišų kaip informacijos apie renginius kanalų naudojimas reikalauja ir santykinai didesnių investicijų (pvz., renginio informacinio plakato leidyba vs skelbimas internete), ir žada potencialiai mažesnę grąžą: gatvių plakatai, afišos pastebimi gatvėse tik labai fragmentiškai; O trečiasis iš minėtų šaltinių, televizijos reklama, apskritai nenaudotina: kaip dėmesį atkreipė apklausoje dalyvavęs renginių organizatorius, „TV yra neefektyvu, nes mažai žmonių dabar ją žiūri“.

Taigi galima išskirti kelis pagrindinius informacijos apie renginius ieškančių apklausos dalyvių bruožus.

Pirma, kaip ir kitais atvejais, nėra akivaizdaus skirtumo tarp apklausoje dalyvavusių Vilniuje ir Alytuje gyvenančių moterų ir vyrų, kurie naudojasi ar nesinaudoja bibliotekos paslaugomis.

Antra, pagal informacijos paieškos būdus apklausos duomenyse išryškėjo 3 elgesio tipai: pasyvusis, kai informacijos neieškoma ir ji tiesiog priimama / atmetama, kai pasiekia adresatą; sąmoningai pasyvus, kai siekiama užsitikrinti, kad atsiradusi norima informacija pasieks adresatą, bet jos neieškoma; ir aktyvusis, kai reikiamos informacijos ieškoma sąmoningai. Tačiau, remiantis turimais duomenimis, nėra galimybės tvirtinti, kad šie tipai yra visiškai atskirti ir tas pat žmogus skirtingais atvejais nesielgia kitaip. (T. y., pavyzdžiui, nors niekada informacijos apie renginius neieško, visiškai atsitiktinai išgirdęs apie jį dominantį renginį, nesiima ieškoti papildomos informacijos.)

Trečia, pažymėtinas informacijos gavimo / radimo / paieškos fragmentiškumas. Tikėtina, kad tik labai retai lankymasis renginiuose planuojamas iš anksto ilgesniam laiko periodui (pvz., vienam mėnesiui) peržiūrėjus renginių sąrašus; dažniausiai tai yra spontaniškas sprendimas

arba atsitiktinai gavus informacijos, arba spontaniškai ėmus jos ieškoti.

Ketvirta, pagrindinis kanalas, kuriuo apklausos dalyvius pasiekia informacija apie renginius, – tai internetas, konkrečiau kalbant – socialiniai tinklai (tarp jų dažniausiai minėtas „Facebookas“). Kitais kanalais – specializuotą spauda (taip pat naujienlaiškiais), informaciniais portalais (kurie taip pat priskirtini internetui kaip kanalui) – naudojami tik tikslingai siekiantieji valdyti informacijos srautus ar tikslingai tos informacijos ieškantieji. Dar kiti informacijos kanalai – afišos, radijas ir televizijos reklama bei tiesioginio (priešingai nei virtualaus) bendravimo metu gaunama informacija – nėra naudojami tikslingai ar sistemiškai, jais informacija apie renginius perduodama tik fragmentiškai, atsitiktinai. O šių kanalų potencialas dėl gausaus vartotojų skaičiaus ir demografinio pasiskirstymo išlieka nemažas. Reikia pabrėžti, kad išskirtinai efektyvi komunikacijos forma yra iš psichografiškai panašių žmonių tiesiogiai gaunama informacija.

Taigi pagal šiuos duomenis ir galima spręsti apie informacijos apie bibliotekos paslaugas (ir renginius) sklaidimą. Viena vertus, kaip jau minėta aukščiau, informacija pirmiausia turėtų būti sklaidžiama virtualioje erdvėje tikslingai pasirenkant sklaidos taškus („Facebookas“, renginius organizuojančių / viešinančių organizacijų tinklapiai) ir būdus (naujienlaiškiai, kvietimai). Alytaus atveju sprendimų realizavimo laukas konkretizuotas apklausos dalyvių: portalai, radijas, kt. Antra, informacija turėtų būti kartojama pakankamai dažnai (optimaliam dažnumui nustatyti būtų reikalingi skaičiavimai – pavyzdžiui, kaip dažnai tikrinama informacija „Facebooke“, kituose interneto taškuose).

4.3.2. Lankymasis renginiuose: parodos, muziejai, kinas, teatras, kita

Renginiai, kuriuose lankosi apklausoje dalyvavę Vilniuje ir Alytuje gyvenantys bibliotekos paslaugų vartotojai ir jų nevertotojai, yra gana tipiški. Dažniausiai tai parodos, koncertai, teatras, kinas („jei tai renginys“), „kažkokie pristatymai“. Prie jų galima priskirti ir lankymąsi muziejuose ir miesto šventėse.

„Vyksta kasmetiniai tradiciniai renginiai: Velykos, Kalėdos, kažkokios kitos Lietuvoje švenčiamos tos valstybinės šventės.“

Nors lankymąsi miesto renginiuose minėjo tik Alytuje gyvenantys apklausos dalyviai, vis dėlto išskirti, kur dažniausiai lankomasi, nėra įmanoma, kadangi kai kurie iš apklausos dalyvių net pabrėžė, kad renginiuose lankosi „labai retai“, kad „atsilikusi aš renginiuose“ arba renginiuose nesilanko, nes „kartais pražiopsau, kartais nesužinau“. Kiti jų sakė, kad į kokį nors renginį eina „galbūt kartą per savaitę“; dar kiti teigė, kad renginiuose lankosi kai netyčia sužino apie renginį (pvz., „kur netyčia sužinau“) ir pan.

Be to, lankymosi renginiuose dažnumas buvo vertinamas ir retrospektyviai – renginiuose dažniau lankytasi anksčiau:

„<...> dabar jau rečiau, bet dar prieš kokius tris metus, tai aš renginiuose lankiausi labai daug ir labai dažnai.“

Tačiau dabar tai keičiasi, nes „kuo tolyn, tuo labiau mėgstu sėdėti namuose ir ten kažkur kažką veikti“ arba tai sąlygoja pakitusi (taip pat ir finansinė) žmogaus situacija:

„<...> didžiausią savo algos dalį išleisdavau kultūriniam renginiams... dabar, kadangi turiu vis mažiau laiko... kadangi buičiai išeina žymiai daugiau pinigų, tai į renginius eiti vis dar labai noriu... bet galimybės nebeleidžia.“

Detaliau analizuojant lankymosi skirtinguose renginiuose ypatumus galima pažymėti, kad kai kurie apklausos dalyviai parodose lankosi retai (arba iš viso nesilanko) dėl laiko stokos (pvz., „nespėju visur, kur noriu“, „neužtenka laiko šalia visko“) ar tiesiog todėl, kad tai jų nedomina (pvz., „nesu vizualiojo meno... gerbėjas“, „nejaučiu poreikio“, „nesu parodų mėgėja“).

Kiti – priešingai – parodose lankosi nuolat (pvz., „parodose tai pastoviai kažkur dalyvauji“), jų lankomų renginių sąrašė „dažniausiai būna parodos“. Tarpinė pozicija parodose lankytis kartais interviu medžiagoje randama dažniausiai. Nepaisant to, lankytis parodose skatina kelios priežastys.

Pirma – asmeniniai pomėgiai ir interesai: **(a) smalsumas, domėjimasis menu** (pvz., tiesiog „įdomu nueiti“, „paroda ypatinga“) ir **(b) domėjimasis konkretais autoriais** darbais (pvz., „yra konkretus autorius, kuris man patinka“ (šiuo atveju buvo minimas Sauka ir jo darbų paroda Nacionalinėje dailės galerijoje), „įdomu pamatyti gyvai kažkokio autoriaus, kurį tu gerbi, kuriuo tu žaviesi“ (šiuo atveju konkrečiai minimos fotografijos parodos)) ar **(c) domėjimasis tam tikru stiliumi:**

„<...> man patrauklu yra stilius žmogaus darbo... gal ne tiek žmogus.“

„Šiuolaikinis tas menas, tos visos instaliacijos, tai būdavo labai įdomu, nes jos skirtingos, iš viso pasaulio, skirtingų menininkų.“

Taigi, apibendrinant galima teigti, kad lankymasis parodose suteikia asmeninį pasitenkinimą (pvz., „parodos gali duoti kažką, kažkokį pasitenkinimą“. Kita lankymąsi parodose skatinanti priežastis – tai parodų rinkodaros priemonių efektyvumas (pvz., „reklama sužavi“).

„Paroda surinko tikrai labai daug žmonių – aišku, tas galbūt pritraukė, kad tai buvo žinomi žmonės, gana populiarūs visuomenėje.“

Trečia priežasčių grupė – tai socialiniai interesai, tarp kurių galima išskirti (a) informacijos sklaidimą socialiniuose tinkluose:

„<...> socialinis mano burbulas pradeda kalbėti apie kažkokią parodą ir tada pamąstai, kad reikia nueiti pažiūrėti, apie ką čia visi kalba“;

„Einu į parodas tų autorių, kuriuos draugai pasiūlo“ ;

(b) asmeninius menininkų, parodų organizatorių ir lankytojų santykius:

„<...> tu daug pažįsti ir asmeniškai, ir tu eini [į parodą] dėl to, kad asmeniškai palaikyti, sužinoti... kaip ir pagerbti tą žmogų“;

ir (c) profesinius poreikius (pvz., parodos „atrodo susiję su mano veikla“).

Tik viename interviu buvo atkreiptas dėmesys į sąlyginai novatorišką parodų formatą:

„<...> dažniausiai tiesiog pasižiūriu tą, ką internete randu... paroda, kuri yra „Facebook“ grupėj ir ką draugai žiūri.“

Aptariant tokio pobūdžio parodas bibliotekos renginių kontekste, buvo sakoma:

„<...> tai čia tikrai yra tokia paroda, kokia turėtų būti bibliotekoje: ji yra besikeičianti, labai labai mobili – tu kiekvieną vos ne minutę, valandą gali rasti kitą informaciją... kodėl biblioteka negali sukurti man tokią virtualią [parodą] „Facebook“? – aš ten einu ir kad ten man keitūsi ta informacija... Tegul vienijasi į tokį bendrą tinklą.“

Lankymasis muziejuose, kaip specifinėse ekspozicinėse erdvėse, buvo minimas rečiau nei lankymasis parodose. Tačiau lankymosi muziejuose motyvai yra gana panašūs į lankymosi parodose motyvus. Tai ir emocinis pasitenkinimas (pvz., „į muziejus yra smagu nueiti“), ir individualūs pažintiniai interesai –

„<...> norisi kažką vis naujo sužinoti, pažiūrėti – tai įdomu... ar paskui palyginti, kaip pas mus Lietuvoje vyksta, kaip kitur“; „Kadangi aš tai domiuosi istorija, man įdomu“;

– ir profesiniai interesai (pvz., „darbas kažkiek įpareigoja“). Akivaizdu, kad lankymosi muziejuose motyvų ir priežasčių sąrašas yra daug trumpesnis nei lankymosi parodose. Tikėtina, kad tokį rezultatą tiesiogiai nulėmė duomenų rinkimo pobūdis – apklausos dalyvių klausta konkrečiai apie parodas ir tik bendrai apie visus kitus renginius. Tačiau šiuo atveju nėra pagrindo teigti, kad lankymosi muziejuose ir parodose motyvai ir priežastys yra vienodi ar skirtingi.

Lankymąsi koncertuose, spektakliuose, kine dauguma apklausos dalyvių traktavo „kaip ir laisvalaikio praleidimo form[ą] – žiūri, kas tave domina, ir atsirenki renginius“.

Vieni teigė, kad kinas, teatras „yra dažniausiai lankomas dalykas“, kad „į teatrus mėgstu nueiti“. Kiti sakė, kad lankosi „menininkų renginiuose“, tarp kurių dominuoja muzikos renginiai (t. y. „koncertuose daugiausiai“, „įvairiuose – ir kameriniuose, ir ne tik“, „[kur] dažnai būna man patinkančios muzikos“ (konkrečiai nurodytos renginių vietos „Loftas“, „Kablus“).

Dar kiti renginių ir jų vietų nekonkretizavo (pvz., „poreikius atliepančios vietos“). Visuose šiuose renginiuose lankomasi todėl, kad „įdomu pasiklausyti muzikos“. „Jeigu tai mano mėgstama muzika arba mėgstama grupė, tai aišku, kad aš noriu gyvai paklausyti.“

Kai kuriems apklausos dalyviams lankymasis tokiuose renginiuose yra „naujų patyrimų... įspūdžių... paieška“ tikintis, kad tai sukels „kažkokių pamąstymų“; kitiems – tai „noras pasikultūrinti... tiesiog, neužsisėdėti... žinoti, kas vyksta... kaip tas vyksta“; dar kitiems – „tiesiog įdomu ir malonu, ir laisvalaikio praleidimas, ir kažkoks malonumas“, „kai pasidaro sunku ar nori pailsėti, labiausiai išvalo“.

„Nueinu į naudos nenešantį filmą, kovinį kokį, kur rūbinėj palieki pasikabinęs smegenis – nueini, pabūni, po to grįžti, užsidedi vėl.“

Taigi, kitaip nei lankymosi parodose ir muziejuose atveju, lankymasis kine, teatre, koncertų salėje labiau sietinas su poilsiu ir pramoga nei estetiniais, pažinimo ar profesiniais tikslais.

Svarbu atkreipti dėmesį į tai, kad kine, teatre, koncertuose ir pan. dažniausiai lankomasi neplanuotai. Vieniems apklausos dalyviams apsilankyti renginyje, regis, yra visiškas atsitiktinumas – jie lankosi „kur netyčia sužiniai“; kitiems tai yra ir asmeninių pastangų rezultatas („kur nors randu internete“). Tačiau ir vienu, ir kitu atveju apsilankymą koncerte, kine, teatre dažnai inicijuoja draugai, kiti šeimos nariai (pvz., „dažniausiai draugė nuperka bilietus“, „vaikai padovanoja [bilietus į renginį]“, „nueinu per draugų rekomendacijas, [nes] šiaip neseku, kas kur vyksta“, „aš daugiau pasiduodu kvietimui negu pati inicijuojau“, „dažnai gaunu pakvietimų, tai kartais būnu priversta eiti ten... pats būtum nesugalvojęs“); dar kitiems tai siejasi su tradicija (pvz., „tai yra proginiai... dovanoja giminė vienas kitam bilietus“, „mūsų grupė turi

savo jau kaip ir tokias tradicijas, pomėgius... kai vaikai į tą teatrą“).

Dar viena grupė renginių, kuriuose dalyvauja nemažai apklausos dalyvių, tai – „pokalbiai“, „diskusijos ar kažkokie pristatymai“, renginiai, kai „kažkoks ypatingas žmogus skaito kažkokią tai paskaitą“ ar tiesiog „vyksta poezijos pavasariai, poezijos ruduo... daugiau tradicijos“. Tokiuose renginiuose lankomasi dėl kelių priežasčių.

Pirma dėl renginyje dalyvaujančių asmenybių (pvz., dėl to, „kad žmogus imponuoja ar kad muzika imponuoja“, „tavo kokie kumyrai ar muzikine prasme, ar fotografijos, ar dailės prasme“), antra – dėl estetinių motyvų (pvz., kad „būtų gera klausyti“, „atgaiva kažkokia“), trečia – tam, kad lankytojas gautų inspiracijų (pvz., kad „apie ką padėtų susimąstyti“). Be to, lankymasis būtent tokiuose renginiuose gali būti ir „pramoga“, ir „susimatymas su draugais“ ar tiesiog „kažkoks bendravimas“ ir „kažkokios tai žinios“, „pažinimas“. Taigi čia ir vėl akcentuojami tiek emociniai estetiniai, tiek kognityviniai, tiek socialiniai motyvai.

Šiuos motyvus papildžius pragmatiniais profesinių ar specialios srities žinių siekimo motyvais (pvz., „senai norėjau sužinoti, išgirsti ir pasitaikė proga... smalsumas“), kaip atskirą lankomų renginių tipą galima išskirti tiesiogiai su specializuotų žinių įgyjimu susijusius renginius (pvz., seminarus ir renginius, „kurie susiję su mokslu... kurie susiję su vadyba, su įmonių įkūrimu“, renginius „apie aromaterapiją, apie ugdymą“). Be to, vienu išskirtiniu atveju kaip renginys buvo minimos sporto varžybos, o lankymasis jose susietas su „jaunystės pomėgių, hobi turėjimu“ ir noru

„<...> pabūti su tais žmonėmis, kurie tau yra brangūs, iš tavo aplinkos, pabūti kartu su jais ir po to dar kažkiek laiko praleisti pabūnant.“

Galiausiai dalyvaujantys miesto (miesto šventės, mugės, kt.), bendruomeniniuose renginiuose nurodė tik Alytuje gyvenantys apklausos dalyviai. Šiuose renginiuose lankomasi, nes jie patenkina gyventojų „kultūros poreikius“, „laisvalaikio turinio poreikius“. „Vyksta Japonų dienos festivalis – toks renginys, kur labai įvairiapusiškai ta japonų kultūra parodyta... į tokius nueini tiesiog pasižiūrėti.“

Taip pat renginiai patenkina „norą pabūti kartu“.

Šiame kontekste atsiskleidė ir vienas kituose interviu nepaminėtas renginių bruožas – tai renginių sukumercinimas ir kaip jo priešprieša nekomerciniai bendruomeniniai renginiai, „kur žmonės patys iš savęs net labiau kažką sugalvoja“. Lankymasis tokiuose renginiuose traktuojamas kaip „palaikymas tų, kurie daro“, nes:

„<...> žavi pati idėja, nes tai būna dažniausiai kažkas naujo, nes dažniausiai tai būna tokios utopinės idėjos, kurios dėl to ir nekomercinės, nes jos neatsiperka.“

Apibendrinant apklausos dalyvių lankymosi renginiuose – parodose, spektakliuose, koncertuose, kt. – priežastis ir motyvaciją svarbu pabrėžti, kad renginių pasirinkimą nulemia arba jų turinys, arba vieta. Tačiau kai kuriais atvejais svarbiau gali būti viena, kitais – kita.

Pavyzdžiui:

„<...> renginius dažniausiai diktuoja arba jo turinys, arba vieta: tai vieta gali turėti reputaciją kaip kad ji turi kažkokius renginius, tam tikro būvio, tam tikros kokybės ir, priklausomai nuo vietos, aš jau atsirenku, ar noriu eiti į jį.“

Kitaip sakant, būtent renginio vietos įvaizdis gali tiesiogiai praversti pritraukiant lankytoją į konkretų renginį. Kita vertus, „gali būti tokie atvejai, kad būtent turinys renginio yra daug svarbesnis už vietą“ (pvz., „kažkokia ypatinga grupė“, „ypatingas autorius“, „paroda ypatinga“) – „kas būtent sudomintų tiesiog asmeniškai“. Čia išryškėja kelios papildomos kontekstinės dedamosios, sąlygojančios lankymąsi renginiuose.

Pirma, asmeninis interesas, kurį dažniausiai lemia tiek individualios charakteristikos (pvz., pomėgiai, hobiai, t. y. „kaip žmogus jaučiu, kad tobulėju, kai vaikštau į visokius kultūrinius renginius“), tiek socialiniai impulsai (pvz., „noras žinoti, kas vyksta“, „draugai kalba apie tai“) ir poreikiai (pvz., bendrauti, „būti su kitais“).

Antra, renginio turinio svarba sietina ir su individų įprastine kasdiene veikla: „aš labai dažnai renginiuose dalyvauju ir lankausi – to reikalauja mano darbas“, „su darbu susiję tie renginiai“, „bendravimas ir su kolektyvu

ir kažkoks mokymo procesas“, „mano profesinėj srity visada labai padeda lankymasis tokiuose renginiuose, nes man iššaukia naujų idėjų... pati per savo prizmę perleidžiu tą patirtį ir naujų pavyzdžių kažkokių tai sugalvoju“. Taip vartotojo įpročių, prioritetų, poreikių, kitų savybių pažinimas įgauna ypatingą reikšmę siekiant tikslingai formuoti siūlomų renginių repertuarą. Žvelgiant iš vartotojų perspektyvos, renginio turinys, forma (renginio vieta) ir viešinimo būdas turi būti integralūs. Laikantis šios ašies, bus pritraukiamas tikslingas lankytojas, o tai savo ruožtu gerins paties renginio kokybę ir sklaidą.

4.3.3. Renginiai bibliotekoje

Šioje dalyje analizuojami interviu metu surinkti duomenys apie renginius, kaip vieną iš pagrindinių bibliotekos paslaugų grupių. Analizuojant iškilusios įžvalgos paremtos stebėjimo, atlikto per įvairius VAVB renginius, duomenimis, kad galima būtų sudaryti kuo tikslesnį vaizdą apie šią paslaugų grupę ir palyginti tai, ką informantai pasakoja apie VAVB renginius, su tuo, kas per juos vyksta.

4.3.3.1. Įvairovė ir žmogiškasis santykis

Paklausti apie tai, ar bibliotekoje turėtų vykti renginiai, dauguma informantų teigė, kad renginiai yra reikalingi. Tačiau keli informantai (vartotojas ir nevartotojas) papasakojo apie sąlygas / situacijas, kuriomis biblioteka gali būti netinkama vieta renginiams. Pavyzdžiui, šiuo metu bibliotekos paslaugomis nesinaudojantis tyrimo dalyvis pasakoja:

„Vykstantys renginiai bibliotekose, tarsi kažkoks kultūros židinys biblioteka daba yra jau. Tai, mano nuomone, yra per daug, nes yra per didelis krūvis darbuotojams. <...> Labai gerai, kad yra tokia atsvara, bet, manau, neturėtų būti per daug į bibliotekas kišama tų renginių, nes tam tikro masto renginiai turėtų vykti kitose patalpose, erdvėse ar ten kino teatre, tarkim, jeigu toks yra, ar kultūros namuose, ar tiesiog teatre.“

Kitas bibliotekos paslaugų vartotojas nepalankiai vertina bibliotekos renginius:

„Bibliotekos turėtų būti skirtos knygoms ir kartais būna labai keistas jausmas, kai tu bibliotekoj būdamas, čia ypač MKIC'e, pasijauti kaip mažiau svarbus ar pašalinis

lankytojas, kai vyksta kažkoks tai renginys. <...>

Kuo mažiau susiję su vadyba, projektais, nuoma – tai yra absoliučiai nesusiję. Aš manau, kad šitie projektai tokie vat yra antibibliotekinė veikla, kuri mažina erdvės vertę.

<...> Aš manau, kas yra susiję su knyga, literatūra, tai turi būti, o kas susiję su prekių, paslaugų pristatymu, turėtų keltis į kažkur privatų sektorių.“

Šiuose pasakojimuose galima įžvelgti sąsają su parodų bibliotekoje tematika – manoma, kad renginys suteikia pridėtinės vertės, tačiau yra antraeilė paslauga, „papildomas krūvis darbuotojams“, bibliotekos patalpos nėra tinkamos tam tikriems renginiams. Kaip ir parodos, tam tikri renginiai reikalauja atitinkamų patalpų, todėl negali būti rengiami bibliotekoje. Neigiamai vertinami komerciniai renginiai, kurie nėra skirti bibliotekos lankytojui. Analizuojant informantų pasakojimus apie tai, kokie renginiai gali vykti bibliotekoje, pagal turinį ir formą buvo išskirti keli pagrindiniai renginių tipai. „Knygų pristatymas“ dažnai buvo pirma mintis atsakant į klausimą „Kokie renginiai turėtų vykti bibliotekoje?“. Rečiau buvo detalizuojama, patikslinama, koks turėtų būti šis knygų pristatymas. Daugiau informacijos apie knygų pristatymą suteikė informantai pridūrę, kad pristatomos knygos turėtų būti naujos ir aktualios.

Taip pat mintis apie knygos naujumą kartojasi kalbant apie knygos autoriaus šiuolaikiškumą:

„<...> šiuolaikinis rašytojas, populiarus, irgi įdomiai jo pasiklausti, tarkim, tos pačios knygos pristatymą, kaip atsirado ir kaip viskas rutuliojosi.“

Neatsiejama knygos pristatymo dalis – autorius. Ši tema jau minėta kalbant apie parodas bibliotekoje ir kartojasi kalbant apie renginius. Kitas informantas pasakoja:

„Knygų pristatymai, autoriai atvažiuoja, pristato knygą, žmonės, kurie suinteresuoti, gali atvykti išklausti ir nusipirkti tą knygą, galbūt, jeigu nėra galimybės, galėtų iš bibliotekos pasiimti su parašu, su autografu, nes dažniausiai mėgsta žmonės, ir tokia kaip motyvacija būna skaityti. Gyvai pamatęs autorių, nori nusipirkti knygą, labai įdomu, ką pasakoja.“

Įdomus knygos autorius, jo patirtis ir pasakojimas apie kūrinį motyvuoja lankytojus tiek lankyti bibliotekos renginiuose, tiek įsigyti ir skaityti knygą: „Motyvacija būna skaityti. Pamatęs autorių, nori nusipirkti knygą, įdomu, ką pasakoja.“ Knyga su autoriaus parašu – ypatinga knyga.

Nors knygos pristatymas dažniau įsivaizduojamas kaip tam tikros naujovės pristatymas, autoriaus populiarumas yra minimas kaip motyvas apsilankyti ir anksčiau išleistų, bet vis dar skaitomų ir populiarių knygų pristatyme:

„<...> naujausių kūrinių pristatymas, naujausių knygų pristatymas, susitikimas su jaunais, naujais autoriais. Aišku, neužmirštant ten ir tų, kurie jau seniau buvo autoriai, kurie vis tik dar yra populiarūs.“

Pažymėtina, kad, kalbėdami apie knygų pristatymus, informantai gana skurdžiai plėtojo naratyvą apie šią renginių rūšį. Žemiau aprašytos renginių grupės, nors ir paminėtos rečiau, tačiau buvo apibūdinamos detaliau. Tai gali nurodyti į knygų pristatymo tradiciškumą – kitaip tariant, toks renginys yra įprastas, todėl nereikalauja platesnio aptarimo. Stebėjimo duomenys leidžia palyginti naujos (2016 m.), neseniai išleistos knygos ir šiek tiek anksčiau išleistų (2015 m., Lietuvoje jau pristatytos kelis kartus) knygų pristatymų patirtį.

Pirmasis stebėtas Gražinos Mareckaitės knygos „Neišmaniųjų metas“ (2016 m.) pristatymas. Nors knyga išleista neseniai, renginys sulaukė sąlyginai nedaug lankytojų – jame dalyvavo iki 25 žmonių, įskaitant bibliotekos darbuotoją, profesionalų operatorių, fotografą ir du žurnalistus. Dauguma renginio lankytojų – moterys nuo 60 m. amžiaus. Dalyvavo ir keli 45–60 m. amžiaus lankytojai. Dauguma susirinkusiųjų, kalbėdamiesi prieš renginį, vadino vieni kitus ir autorę vardais, teiravosi bibliotekos darbuotojos, ar pasirodys dar žmonių. Keli lankytojai atsinešė gėlių, kad pasveikintų autorę su knygos pristatymu. Šios detalės leido manyti, kad renginyje dalyvavo kone vien tik bibliotekos bendruomenės, kurios dalis yra knygos autorė, nariai. Tikėtina, kad tokių lankytojų motyvas ateiti į renginį buvo asmeniniai, draugiški santykiai su knygos autore. Pirma renginio dalis – nuotaikinga ir įtraukianti. Akompanuodami sau gitara, jaunų aktorių pora skaitė ištraukas iš knygos. Antra renginio dalis – knygą apžvelgusios žurnalistės ir kygos nautorės pristatymas – labai statiška, lėta, monotoniška. Dalis lankytojų pastebimai nuobodžiavo.

Kitas – Danutės Kalinauskaitės knygos „Skersvėjų namai“ (2015 m.) pristatymas. Šis renginys sulaukė šiek tiek daugiau lankytojų – jame dalyvavo iki 35 žmonių. Lankytojai – apie 20 moterų ir 15 vyrų, atitinkamai priskirtini prie 45–60 m. ir per 60 m. amžiaus grupių. Buvo pastebėta nemažai tų pačių veidų, kaip ir ankstesniame knygos pristatyme. Knyga buvo išlesta jau prieš kurį laiką, todėl keli skaitytojai turėjo atsinešę knygos egzempliorių ir diskusijos metu pasakojo savo įspūdžius, dalijosi pastebėjimais, gyrė autorės vaizdžią rašymo manierą. Kaip ir ankstesniame renginyje, čia buvo keli autorės šeimos ir bendruomenės nariai – diskusijos metu jie uždavė autorei su asmenine patirtimi susijusių klausimų, tai leido jai atsiverti ir papasakoti lankytojams daugiau apie save. Po renginio prie autorės stalo išsirikiavo eilutė lankytojų, norinčių gauti parašą knygoje ir padėkoti už pristatymą.

Trečias – Viktoro Gerulaičio knygos „Virgilijus Noreika: Ir kur benueičiau“ (2015 m.) pristatymas. Šis renginys buvo išskirtinis, nes jame dalyvavo žymus žmogus V. Noreika. Pristatymas sulaukė itin daug dėmesio – dalyvavo iki 90 žmonių, salėje nebuvo laisvų vietų. Šiek tiek daugiau nei pusė renginio lankytojų – moterys. Dauguma lankytojų vyresnio amžiaus (45–60 m. ir per 60 m.), tačiau dalyvavo ir šiek tiek jaunesnio amžiaus lankytojų. Visą renginį sudarė trumpi knygos autoriaus komentarai ir detalūs V. Noreikos pasakojimai apie įvairius gyvenimo laikotarpius. Renginys užsitęsė, tačiau nebuvo nutrauktas. Dauguma lankytojų iki pabaigos klausėsi su susidomėję.

Šie duomenys paremia prielaidą, kad knygos naujumas nėra vienintelis pakankamas gero knygos pristatymo veiksnys. Autoriaus asmenybė ir gebėjimas pristatyti savo kūrinį ir pristatymo metu sukurti malonią, asmenišką atmosferą taip pat svarbus renginio lankytojų susidomėjimo motyvas ir renginio kokybės aspektas. Lyginant šias dvi iškeltas temas remiantis stebėjimo duomenimis, autoriaus populiarumą galima išskirti kaip reikšmingesnę ir lankytojams labiau imponuojantį veiksnį. Kita stambi renginių grupė – tai renginiai, kuriuose svarbiausia yra bendruomenė ir kurti tarpusavio ryšius: „biblioteka – bendruomenės namai, labai tinkama“, taip pat „šiltas toks betarpiškas ryšys, kai užsimezga, vat toks turi būti jaukus renginys“. Tokių renginių pavyzdžiai – pasisėdėjimai, diskusijų klubai, literatūriniai vakarai, būreliai, skaitovų konkursai. Šio pobūdžio renginiai išskirtiniai tuo, kad yra rengiami bendruomenės resursais

(t. y. juose pasirodo, juos veda, dalijasi žiniomis vieni su kitais bendruomenės nariai) ir skirti jie „entuziastams“, „tiems, kurie dažniau vaikšto“ – t. y. bibliotekos bendruomenės nariams. Bendruomenės renginys vienija įvairaus amžiaus žmones, tačiau tuo pat metu yra skirtas ne tiek jaunajai kartai, kiek pagyvenusiems žmonėms. Dalis bendruomenei skirtų renginių nebūtinai yra tiesiogiai susiję su pagrindine bibliotekos paslauga – knygų pasiūla. Šiuo atveju biblioteka labiau piešiama kaip erdvė, skirta bendruomenei susiburti. Minimimi įvairūs užsiėmimai, pavyzdžiui:

„Tas pritraukimas po darbo dirbančio žmogaus. Tai galbūt moterims ten kažkokios kūrybinės dirbtuvės. <...> Galbūt didžiąją dalį sudarytų, tarkim, moterys, kurias būtų galima pritraukti kažkokiomis tai kūrybinėmis dirbtuvėmis, ten kokios, nežinau, tašių nertuvių dirbtuvės... [juokiasi] Tikrai ant bangos dabar iš virvių. Tarkim, ir tos moterys ir netgi galėtų susimesti, paremti tą pačią biblioteką.“

Kitas tyrimo dalyvis pasakoja apie erdvę bendruomenės renginiams:

„<...> kad nereiktų galbūt turėti tame pačiame pastate, nuo bibliotekos dydžio, aišku, priklausau, bet turėtų būti kažkokia salė bendruomenei, tarkim, renginiams, būreliams...“

Arba kitas informantas pasakoja apie salę, kurioje lankytojai galėtų žiūrėti norimus filmus:

„Projektorių atvirą salę, tai ten galėtų vykti filmų kažkokios peržiūros, kurios galbūt turėtų edukacinę reikšmę. Atvirumą skatintų, pavyzdžiui, visą laiką reiktų užsakinėti tenai daugiau negu porai žmonių tą salę filmams žiūrėti arba kviesti kažką pažiūrėti.“

Visus šiuos pasakymus sieja mintis, kad biblioteka galėtų būti vieta, suteikianti bendruomenei erdvės ir galimybę rengti bibliotekoje lankytojui aktualaus turinio renginius. Bendruomenės renginiams svarbus tradiciškumas, reguliarumas. Informantai teigia, kad biblioteka turėtų rengti tradicinius renginius: „Velykos, Kalėdos, kažkokios kitos Lietuvoje švenčiamos tos valstybinės šventės.“

Tai gali būti renginiai, susiję ne tik su šalies kultūrinėmis / religinėmis tradicijomis, bet ir su bibliotekos kuriamomis tradicijomis: „kasmet norėčiau sudalyvauti knygų mugėje“.

„Poezijos pavasariai, poezijos ruduo kažkur vyksta – daugiau tradicijos būna. Alytuje vyksta kiekvienais metais Jurgio Kunčino vakaras, kuris yra tikrai labai populiarus. Ir kas ten lankosi, žino, kas ten vyksta, žino, kad ten yra skaitoma Kunčino.“

Taip pat tradiciją padeda kurti mažesnio masto ir dažniau pasikartojantys renginiai:

„<...> paskaitos, užsiėmimai, kad, tarkim, žinai, kad trečiadieniais šeštą valandą renkasi, tarkim, koks fotografų būrelis ir jie visi nori dalintis informacija.“

Čia svarbu, kad bendruomenės nariai žino apie nuolat vykstančius renginius, yra juose lankęsi ir turėjo teigiamos patirties, mėgsta šiuos renginius. Tokie renginiai tampa bibliotekos vizitine kortele. Stebėtas bendruomenės renginys – skaitytojų klubas – yra kamerinis renginys, buriantis skaityti mėgstančius žmones kartu atrasti naujų knygų, dalytis įspūdžiais, drauge analizuoti. Skaitytojų klubo nariai susirenka reguliariai, kas mėnesį. Svarbiausia yra šio susibūrimo atmosfera: atrodo, kad tai bičiulių susitikimas prie arbatos ir sausainių aptarti neseniai perskaitytos knygos, taip pat šių dienų aktualijų, pasidalyti nuomonėmis. Susitikimas dinamiškas – patys dalyviai kuria jo turinį. Kalbėdami apie renginius bibliotekoje, informantai dalijosi savo lūkesčiais, susijusiais su tam tikrais bibliotekos renginių bruožais. Visų pirma, iš bibliotekos renginių tikimasi kokybės (tiek turinio, tiek aplinkos požiūriu).

Vieno informanto pasakojime atsiskleidžia kelios šiame skyriuje analizuojamos temos:

„Kad būtent būtų dalykas, kuo ta biblioteka išsiskirtų ir ji galėtų išsiskirti būtent geru skoniu tiek renginių pasirinkimo prasme. <...> Patiko tas renginys, nes būtent jis atspindėjo tą tokį jaukumą, gal kurį kartais ir pačios knygos simbolizuoja, namų aplinką, patogią, jaukią aplinką. [Renginys bibliotekoje] labiau švietėjiškas, labiau ekstravagantiškas ir rafinuotas. Geresnio skonio negu kiti renginiai ir tame tarpe galbūt biblioteka turėtų turėti savo išskirtinį braižą nuo kitų renginių. Tai būtent toks, po kurio, kaip po kokios geros knygos, tu norėtum pasidėti ją į šalį ir tiesiog šiek tiek pasvarstyti, pagalvoti.“

Informantai nurodė, kad renginiai bibliotekoje turi būti kuo įvairesni. Tai yra svarbu, kadangi renginių įvairovė, naujos formos yra bibliotekos pažangumo rodiklis, būtinas, kad biblioteka išliktų:

„<...> įvairias idėjas, galbūt netgi drąsesnes idėjas. Ir būtent tas viešumas ir reikštų, kad ne tik knygos, bet ir kitos medijos ir kitos žinių rinkimo ir dalinimosi formos būtų taip pat priimtos. Tai yra paskaitų, parodų, koncertų, įvairiausių renginių ir taip toliau formomis. Priimti visas formas biblioteka turėtų, nes kitaip ji savo tokiaime sename kiauče neišgyvens.“

Kitas informantas pasakoja apie bibliotekos atvirumą naujoms renginių idėjoms:

„Biblioteka turi būti kuo atviresnė, kaip knygos yra atviros ir, mano akimis, turi būti kuo labiau tarpdisciplininė, lygiai taip pat, kaip ir pati biblioteka savyje saugo informaciją iš įvairiausių sričių. Lygiai taip pat ir renginiai gali būti įvairių įvairiausių. Stagnavimas, proto stagnavimas [juokiasi], kad tikrai taip ir ne kitaip... Tai aš noriu palinkėti tikrai lankstumo Lietuvos bibliotekom ir atvirumo.“

Šią temą papildoma pasakojimas, kuriame sugretinamos tradicinė ir šiuolaikinė kultūros, pabrėžiant jų derinimo svarbą:

„<...> liaudies kultūros puoselėjimas bibliotekose taip pat turi didelę prasmę, kaip ir šiuolaikiniam žmogui skirti renginiai, šiuolaikiniam jaunimui.“

Dar kartą pabrėžiama, kad net toje pačioje renginio temoje galima atrasti naujų formų bei įvairovės:

„Man labiausiai patinka tie renginiai, kurie tiesiogiai susiję, kaip ir sakiau, su, su raida, žodžiu, knyga, viršeliu... Nes dabar knyga yra labai įvairialypis toks reiškinys... Ir jį galima iš visų pusių nagrinėti. Nebūtinai per žodį, bet gali būti ir vizualas. Tai man atrodo labai įdomu.“

Lankstumas, atvirumas naujoms, šiuolaikiškoms renginių formoms ir idėjoms – šias savybes apklausos dalyviai laiko vertingomis ir leidžiančiomis bibliotekai ne tik išlikti, bet ir tobulėti, eiti į priekį. Tačiau tuo pat metu keli informantai pasakoja, kad bibliotekos renginiai vis dėlto turėtų atspindėti pagrindinę bibliotekos funkciją ir išlikti kultūriniame bei švietėjiškame lauke.

„Jeigu biblioteka pasilieka tas funkcijas informacijos šaltinių, informacinių šaltinių apdorojimo, bendravimo per tuos informacinius šaltinius, tai ir turėtų būti tos srities renginiai, aš nematau, kad ten turėtų būti koks nors biliardas ar ten šachmatai, kaip ne kartą čia pasisakiau, ar šaškės, tai vis vien turėtų būti kultūrinės terpės renginiai ir skirti tiems žmonėms, kurie toje bibliotekoje daugiau ir lankosi.“

„Galbūt norėtusi, kad biblioteka prisiimtų to tokio kultūrinio, na, tarpininko funkciją tarp individo ir viso kultūrinio turto, kurį gali pasiūlyti biblioteka, ir kad skatintų žmones mokytis kitus, kviešti, stengtis prijungti kuo daugiau, sakykim, aktyvios veiklos prie savęs.“

„Kai tenka matyti, tai dažniausiai... na, pavyzdžiui, vis tiek turi atspindėti švietėjišką misiją. Na, supažindinti ar su kažkoku autoriumi, ar apskritai su kažkoku reiškiniu. Manau, gal dauguma tą ir atlieka.“

Kitas svarbus renginio bibliotekoje bruožas – informacijos apie renginį sklaida. Buvo pasakojama apie tai, kad bibliotekoje trūksta informacijos apie renginius. Jos mažai net ir socialiniuose tinkluose. Informaciją apie bibliotekos renginius turėtų būti įmanoma rasti ne tik bibliotekos interneto svetainėje:

„Šiaip jeigu būtų naujų knygų, literatūrų pristatymai, teminiai, su autoriais, ir tai būtų pakankamai plačiai paskleista informacija, nes dažniausiai ta informacija būna, kad jei neįeisi į bibliotekos kokį tinklalapį, tu jos nerasi. Tai jei ta informacija būtų paskleista, tarkim, kad bibliotekoje vyksta vat tokių tai naujų knygų pristatymas, diskusija su autorium, – manau, kad tai pritrauktų.“

Informacijos apie kokybiškus, įdomius renginius platintojais galėtų tapti ir bibliotekos bendruomenės nariai, kadangi draugų / pažįstamų rekomendacija / kvietimas / kompanija motyvuoja informantus lankytis tokiuose renginiuose:

„Žmonėms, kurie toje bibliotekoje daugiau ir lankosi. Jie bus tos žinios nešėjai, kad čia vyksta kažkas įdomaus, sakysim, parodos ten tikrai įdomiai turėtų atrodyt, ar ten tapybos ar IT įdomių būna visokių sprendimų.“

Atliekant stebėjimą ne tik lankytasi renginiuose, bet ir ieškota informacijos apie renginius internete (bibliotekos

svetainėje, socialiniuose tinkluose). Pastebėta, kad VAVB interneto svetainėje informacija pateikiama painiai ir nepatogiu formatu – pagrindiniame puslapyje galima pamatyti tik renginio pavadinimą ir laiką, o norint sužinoti apie renginio vietą bei turinį reikia atsisiųsti dokumentą PDF formatu. Tai sukelia nepatogumų norint gauti informacijos apie renginius naudojantis išmaniuoju telefonu. Taip pat toks sudėtingas procesas gali būti sunkiai suprantamas vyresnio amžiaus lankytojams.

Pastebėtas ir informacijos sklaidos netolygumas. Vieni renginiai buvo viešinami ir interneto svetainėje, ir socialiniuose tinkluose. Informaciją apie kitus renginius buvo įmanoma rasti tik interneto svetainėje. Bibliotekos paskyros sekėjams buvo siunčiami kvietimai ne į visus socialiniuose tinkluose viešinamus renginius. Taip informacija apie renginius pasiekia tik tuos sekėjus, kurie tiesiogiai skaito VAVB paskyrą arba dalydamiesi informacija naršo socialiniuose tinkluose. Asmeninis kvietimas į renginį ir sekėjų skatinimas dalytis informacija apie renginius pagerintų tokios informacijos matomumą socialiniuose tinkluose ir padidintų žmonių, kuriuos pasiekia informacija, skaičių.

Paminėjus šiuos informacijos sklaidos trūkumus, verta pažymėti, kad vis dėlto keli informacijos kanalai veikia. Stebėtas renginys, kuriame savo biografinę knygą pristatantis autorius kalbino žymų Lietuvos tenorą V. Noreiką. Salė buvo perpildyta, visiems, norintiems išgirsti klabant žymų žmogų, neužteko sėdimųjų vietų – renginį stebintiems bibliotekos darbuotojams teko užleisti savo vietas ir prisėsti ant didelio stalo, esančio salės kampe. Prieš prasidedant renginiui bibliotekos darbuotoja komentavo: „<...> kai tik žinomesnis veidas – iš karto prisirenka žmonių.“

Dauguma susirinkusiųjų – pensinio amžiaus lankytojai, šiek tiek mažiau priklausančių 40–60 metų amžiaus grupei ir vos keli lankytojai iki 40 (subjektyvia stebėtojo nuomone). Ši situacija leidžia daryti prielaidą, kad yra gerai veikiančių komunikacijos kanalų – informacija pasiekia tam tikros grupės lankytojus. Atsižvelgiant į renginio lankytojų amžių, tikėtina, kad šie kanalai – tai skelbimai bibliotekoje, bendruomenės narių rekomendacijos arba informacija interneto svetainėje, kadangi, remiantis TNS tyrimų bendrovės 2016 metų duomenimis, vos dešimtadalis Lietuvos gyventojų, vyresnių nei 60 metų, naudojami socialiniu tinklu „Facebook“.

Apibendrinant galima teigti, kad socialiniuose tinkluose (pagrindiniame tikslinės grupės informacijos kanale) informacijos apie renginius trūksta ir ji nėra matoma tikslinės bibliotekos auditorijos atstovams, informacijos skleidimo strategija nėra nuosekli. Vyresnio amžiaus lankytojų naudojami informacijos paieškos kanalai veikia ir, vykstant aktualiam renginiui, informacija pasiekia šios amžiaus grupės lankytojus.

Renginių patalpų tema, palyginti su parodų patalpų tema, nebuvo itin aktuali, tačiau vienas informantas pasidalino savo patirtimi, kuri rezonuoja su stebėjimo metu surinktais duomenimis, todėl verta ją paminėti. Informantas pasakoja, kad per renginį svarbu jausti komfortą – turi būti pasirūpinta tinkamu oro kondicionavimu, apšvietimu ir sėdimosiomis vietomis:

„Manau, kad per mažai lėšų yra skiriama specialiai tai salei aprūpinti apšvietimu, kondicionavimu, tarkim, nes jeigu renginyje daug žmonių susirenka į ten, tarkim, kažkokios knygos pristatymą ar parodos atidarymą, susirenka šimtas penkiasdešimt žmonių į salytę, kuri yra, tarkim, keturi ant šešių maždaug metrais.“

Šią patirtį pagrindžia dviejų renginių metu atlikti stebėjimai. Pirmu atveju renginys buvo filmuojamas profesionalaus operatoriaus, tam prireikė atitinkamo apšvietimo. Buvo įrengti du prožektoriai, nukreipti į salės vidurį, improvizuotą sceną, kur prie stalo turėjo sėdėti autorė ir ją pristatanti žurnalistė. Pradėję rinktis lankytojai salėje bandė rasti vietą, kurioje apšvietimas jų neakintų, tačiau daugelis, apėję salę, tokios vietos nerado. Girdėjosi lankytojų komentary, kad jie nežino, ar pavyks „išsėdėti visą renginį“ tokioje aplinkoje. Subjektyvi stebėtojo patirtis patvirtina šias pastabas – praleisti valandą tokioje aplinkoje buvo sunku ir dėmesys buvo atitrauktas nuo renginio turinio.

Kitu atveju perpildytame renginyje kilo nepatogumų dėl oro kondicionavimo. Renginys vyko ilgiau, nei buvo planuota (vietoj 1 val. vyko 1,5 val.). Baigiantis pirmai valandai patalpoje ėmė trūkti oro, temperatūra pakilo. Keli lankytojai, sėdintys prie langų, skundėsi dėl skersvėjo, komentavo, kad „nušalo šonus“. Renginio pabaigoje lankytojams pasidarė sunku sukaupti dėmesį – pasigirdo daugiau pašnekėsių. Keli asmenys laukė momento, kai galės išeiti. Remiantis šia informacija galima teigti, kad norint vykdyti ilgesnius (1–1,5 val.)

renginius yra ypač svarbu užtikrinti lankytojų komfortą.

Apibendrinant surinktą informaciją apie renginius bibliotekoje, galima teigti, kad apskritai biblioteka yra suprantama kaip vieta, skirta įvairiausiems renginiams. Renginiai yra vertinami teigiamai su sąlyga, kad jie išlieka kultūrinės arba švietimo srities ir išlaiko aukštą kokybę (turinio, formos ir komforto požiūriu). Manoma, kad biblioteka turėtų stengtis įsileisti naujų renginių rūšių bei formų, nes tai būtina, kad biblioteka išliktų šiuolaikinėje visuomenėje bei tobulėtų ir judėtų į priekį. Renginių kontekste išryškėjo ryšio su knygų autoriais ir bendruomenės temos. Galima teigti, kad knygų pristatymuose pirmiausia skatina lankyti autoriaus asmenybę, populiarumas ir lankytojo noras sužinoti apie kūrinį iš autoriaus lūpų, gauti jo asmeninį prisilietimą prie knygos. Knygos naujumas ir noras sužinoti apie ją daugiau lieka antrame plane. Gyvas santykis su knygas pristatančiais autoriais ir galimybė dalytis žiniomis, leisti laisvalaikį su bendraminčiais – svarbi renginių bibliotekoje dalis. Šiam bibliotekos vaidmens vystymui bei palaikymui turėtų būti skiriamas ypatingas dėmesys, turint omenyje, kad bibliotekos bendruomenės nariai – pastoviausi bei aktyviausi lankytojai, kurie kartu yra ir informacijos apie renginius skleidėjai.

4.3.3.2. Paroda bibliotekoje – nepriklausomas renginys ir fonas, interjero puošmena

Kalbėdami apie bibliotekoje vykstančias parodas, tyrimo dalyviai išskyrė pagrindinius jų bruožus. Analizuojant duomenis, informacija apie parodas bibliotekoje buvo atskirta nuo informacijos apie kitus renginius dėl parodos laiko specifikos – parodos bibliotekoje vyksta tam tikrą laikotarpį (pvz., 1 mėnesį), ir tai lemia tam tikrus lankymosi jose ypatumus.

Dauguma bibliotekos parodose besilankančių informantų pasakoja, kad nesilanko jose tikslingai: „neteko lankyti specialiai“, „[lankausi parodose] einant į biblioteką. Tikslingai – ne“ arba „ateini į biblioteką dar plius pamatai kažką“, „tai yra tokia jau kaip šalutinė, ne pagrindinė bibliotekų funkcija“. Tyrimo dalyvių pasakojimai atskleidžia, kad paroda bibliotekoje yra suprantama kaip priedas prie pagrindinės bibliotekos funkcijos,

skiria parodą nuo renginio, kuriame lankomasi tikslingai. Vyrauja dvi situacijos, kuriose parodos yra apžiūrimos. Pirmoji – laukimas, kai dėl paslaugų specifikos bibliotekos lankytojas turi laisvo laiko:

„Aš ėjau į biblioteką ir tuo pačiu, kadangi ten tekdavo ilgai laukti iš fondų atnešamų knygų, tai tiesiog apeini, apsižiūri.“

„Parodos reikalingos, be abejo, jos užpildo erdvę ir ypač laukiantiems.“

Be to, laisvo laiko bibliotekoje turi lankytojai, kurie dirbdami / skaitydami daro pertraukų:

„Tai ir geras poilsio būdas: dirbi, dirbi ir nueini pasižvalgyti į parodą, atsijungi pusvalandžiui. Pamišti darbus, akis pailsini.“

Kita dažnai minima situacija – kai lankytojas pamato parodą kur nors pakeliui / atlikdamas kitą veiksmą:

„<...> eini pro šalį ir kartais, ar tai telefonu kalbi, ir vat žiūri“, „tiesiog užėini į biblioteką ir matai, kad paroda, na ir pasižiūri“, „tiesiog praeini ir jeigu įdomu, apžiūri“.

Šios situacijos dar kartą atskleidžia, kad paroda nėra lankoma tikslingai, ir leidžia daryti prielaidą, kad parodos lokacija, išdėstymas bibliotekos patalpoje yra ypač svarbūs:

„Kad jinai vaizdžiai matytųsi. <...> Nes vis tiktai paveikslai kalbėti negali ar kažkokios nuotraukos, tai, na, galbūt tas pateikimas turėtų būti toks, kad viliotų prieiti, išdėstymas.“

Remiantis informantų pasakojimais, labiau tikėtina, kad lankytojų pritrauks paroda, kuri yra tinkamoje vietoje, pakeliui, prieinama laukiant knygų užsakymo, poilsio vietoje. Paroda nėra pagrindinė motyvuojanti bibliotekos paslauga ir parodos apžiūrimos naudojantis kitomis paslaugomis. Kalbant apie parodas, dar viena dažnai pasikartojanti tema – tai parodos erdvė. Šiuo klausimu informantai išreiškė dvejopą nuomonę. Viena vertus, nėra tikimasi aukšto parodos organizacinio lygio, kadangi paroda – antraeilė bibliotekos paslauga:

„Paroda bibliotekoje turėtų būti pirmiausia netrukdanti skaityti. Paroda bibliotekoje yra puikus dalykas, papildantis erdvę, tiek ją keičiantis, jaukinantis, transformuojantis, bet... Nekeičiantis pirminės jos paskirties: tai yra skaitymas, rašymas arba su kompiuteriu ir taip toliau.“

Kai kurie tyrimo dalyviai sumenkina parodos bibliotekoje reikšmę, traktuoja ją kaip foną ir nemato galimybių rengti bibliotekoje visaverčių parodų: „Ir ten jos [parodos] paprastos tokios. Eksponuot... Apšvietimo ten, aišku, nebus kokio specialaus, kad ten šviesa kristų ant to darbo, ten bus kaip kambary.“

„Bet gal turėtų būti sudominti žmones ne tik knygų skaitymu, bet gal kokia ten dailės paroda kokia nedidelė. Aišku, ten didelės ir prabangios tai bibliotekoj nesuruoši. Nėra tokių galimybių tikriausiai.“

Kitų nuomone, paroda bibliotekoje gali būti visavertis renginys. Pasak informantų, rodomi meno kūriniai reikalauja tinkamos erdvės, apšvietimo ir kitų techninių galimybių. Bibliotekai yra priskiriama galerijos funkcija. Informantai pasakoja:

„<...> bibliotekose yra tekę būti savo ar kažkokiam kitam mažesniai miestelyje. Trupučiuką nuvilia tos patalpos, kuriose vyksta paroda. Neparuošta iki galo parodinė erdvė.“

„Paroda bibliotekoje turėtų neapsiriboti vien bibliotekos turimais rėmeliais ir sakyti, kad kiekvienas atėjęs menininkas turi įtilpti į tuos rėmelius ir mes kabinsime tikrai tose vietose, kurios yra ūkvedžio numatytos [juokiasi]. Turi būti tos sienos laisvos ir į jas turi būti leidžiama gręžti, klijuoti. Kaip ką mes lygiai taip pat matome visur galerijose. Gali klijuoti ir rėmelių jokių nenaudoti. Yra nesunku po to paimti, užspakliuoti, uždažai – ir viso gero, ir vėl naujos sienos [juokiasi]. Tai, kad tos sienos neliečiamos būna, man turbūt yra toks naftaliniškiausias požiūris iš institucijų. <...> Staiga visai kitaip žiūrisi ir tie patys darbai... Negi tu kiekvieną kartą atėjęs į tą pačią erdvę matai tikrai taip pat. Kartais nepabijoti ir vat ten parodai paimti ir perdažyti vieną sieną pilkai, kitą – žaliai ar ten visą salę, tarkim... <...> Pamatai tai, kaip, sakykime, paprasta erdvė gali būti labai drąsiai panaudota.“

Kai kas net mato biblioteką kaip vietą, kurioje galima pristatyti šiuolaikiškus, inovatyviomis technologijomis grįstus meno kūriniai:

„Na, kokia ji turėtų būt, tos IT technologijos neišvengiamos yra, turėtų tuo keliu padirbėt. Galbūt su tais laser show visai įdomu būtų, kad būtų tokia juoda patalpa dūmų prileista ir aš ten pastatau 15 lazerių: čia toks ir pristatymas – visi pažiūrim, tikrai visi laimingi būtų [juokiasi].“

Apibendrinus šiuos duomenis, išryškėja du parodos bibliotekoje tipai: foninė paroda ir paroda kaip renginys. Foninė paroda suprantama kaip interjero detalė, tuščios erdvės užpildymas, veikla, kai kažko lauki arba tiesiog eini pro šalį. Tokio pobūdžio paroda kuria bibliotekai pridėtinę vertę ir bendrai informantų yra vertinama teigiamai. Tačiau atitinkami turėtų būti parenkami ir meno kūriniai – foniniai, lengvesni. Paroda kaip renginys reikalauja atitinkamų techninių galimybių, kurias biblioteka ne visada gali išpildyti. Tai vertinama neigiamai, kadangi neleidžia iki galo atskleisti meno kūrinį arba jais mėgautis. Turinio požiūriu informantai supranta parodą gana tradiciškai. Kaip tinkamos bibliotekai dažniausiai minimos tapybos darbų, grafikos, fotografijos meno parodos. Taip pat buvo pasakojama apie senovinių knygų parodas: „<...> ištraukia savo kolekcijas, pamatai, ką jie turi, tai vat, tos senos knygos.“

Tačiau kai kurie informantai turėjo ir keletą originalių parodų idėjų: „Gali būt muzikinė paroda, kurios nesu matęs, kai prieini prie vieno – kažkokius išgirsti muzikinius garsus, prieini prie kito stendo, pasiklausai, prie trečio stendo, kad būtų tokių akustinių. Toliau, per televiziją mačiau ir patiko tokie virtualūs pristatymai, kai paveikslas nėra nutapytas, bet jis yra kaip filmas su trumpa tema. Tai prieini, pasižiūri – tai tikrai įdomu.“

Vienas iš bendrų parodos ir renginio bruožų – autoriaus svarba lankytojui, kai darbų autorius pristato savo kūriniai ir, suteikdamas informacijos, juos įprasmina: „Bet tos parodos, bent jau man, yra visiškai... Yra tikrai šiaip paveikslukai, kol nėra žmogaus, kuris galėtų tu paaiškinti.“

Arba autorius tiesiog įdomus lankytojams: „<...> įdomu pamatyti gyvai autoriaus, kurį tu gerbi, kuriuo tu žaviesi, pamatyti jo darbus.“ Šiuo atveju patraukli autoriaus

asmenybė tampa papildomu motyvu apsilankyti bibliotekos parodoje. Taip pat paroda bibliotekoje matoma kaip galimybė jaunam arba nežinomam kūrėjui pasiekti savo publiką. Informantai komentuoja:

„<...> tikrai svarbu, kad jauniems autoriams, pradedantiems menininkams tai labai gera erdvė, nes į kažkokias prestižines erdves pakliūt yra labai sunku, nes ten viskas yra suplanuota metam į priekį mažų mažiausiai.“

Čia biblioteka vėl yra sugretinama su profesionalia galerija. Iš dalies informantų pasakojimuose atsispindi ir anksčiau minėtas parodos antraeiliskumas – kadangi bibliotekoje parodos nėra rengiamos profesionaliai, nėra ir didelio menininkų susidomėjimo šia erdve. Apibendrinus visus parodos formatus, tikimasi, kad parodos plačiaja prasme bus patrauklios lankytojams ir funkcionalios:

„[Parodos bus] prasmingos, tam tikru būdu atlieps tų metų kažkokius kultūrinius tikslus ir taip toliau. Tikslus, kuriuos kelia ar švietimas, ar dar kažkas, ir pagal juos kažkaip tai stengtis formuoti parodas arba jų turinį.“

„Kad žmogui tiesiog kažkiek sukeltų minčių, patenkintų tą meninį poreikį žmonių.“

Kitaip tariant, paroda turi būti aktuali, atspindėti svarbius įvykius / procesus ir atitikti lankytojų poreikius, būti jiems patraukli. Nors paroda ir nėra pagrindinė bibliotekos teikiama paslauga, iš jos tikimasi tam tikro turinio lygio.

4.3.4. Fizinė bibliotekos erdvė

Analizė remiasi respondentų piešiniais ir interviu medžiaga, kurioje kalbama apie biblioteką kaip fizinę erdvę, bibliotekos paslaugas ir jų naudojimosi / nesinaudojimo jomis priežastis. Pasirinktas piešinio metodas papildė interviu. Tyrimo dalyvio piešiamas bibliotekos planas ant balto popieriaus lapo leidžia pamatyti, kokius objektus jis priskiria bibliotekai, kaip suvokia bibliotekos erdvę, taip pat jos funkcijas. Papildomos informacijos suteikia kas minutę keičiamas vis kitos spalvos pieštukas, – tai leidžia pamatyti, kokiu eiliškumu kas buvo piešiama: kurie objektai buvo piešiami pirmiausia, o kurie paskiausiai; atskleidžia, kam respondentai skiria didesnę prioritetą. Tačiau svarbiausias piešinio metodo taikymo privalumas yra tas, kad jis

skatina žmones pasakoti. Tai yra puikus akceleratorius pokalbio pradžioje – padeda dalyviams lengviau pradėti kalbėti, struktūruoti savo mintis, nes jie pasakoja ir komentuoja savo piešinį. Toliau aptariamos išryškėjusios tendencijos.

4.3.4.1. Bibliotekos erdvės įvaizdis: klasikinis, modernus

Daugelyje piešinių bibliotekos planas buvo vaizduojamas stačiakampio formos, aiškios, griežtos struktūros su tvarkingai erdvėje išdėstytais objektais. Piešiant bibliotekos planą pirmiausia aiškiai išryškėję objektai yra knygos, knygų lentynos. Jos užima pagrindinę vietą. Galima teigti, kad respondentų sąmonėje biblioteka išlaiko klasikinį bibliotekos kaip knygų saugyklos įvaizdį. Didelė respondentų dalis knygas išskiria kaip vieną iš svarbiausių fizinės bibliotekos aspektų.

Tokia samprata būdinga tiek jauniems, tiek vyresniems pašnekovams:

„Įstaiga, į kurią tu gali nueiti... rasti sau knygas ir visom temom.“

„Yra gyvas santykis su knygomis, kad knygą vieną po kitos gali atrasti atviruose fonduose, ją pavartyti, spontaniškai užsikabinti ir kuo man galbūt Mickevičiaus biblioteka patiko.“

„Biblioteka tai yra, kur galima [pauzė] pasiimti knygų paskaitymui.“

„Daug naujų knygų.“

Taigi galima teigti, kad bibliotekos išlaiko aiškų identitetą, net ir darant įtaką naujoms tendencijoms. Yra aiškūs vartotojų ir nevertotojų lūkesčiai – tai knygos, knygos ir dar kartą knygos. Į biblioteką užsukama pasiskolinti knygų, tačiau ne visada iš anksto žinant kokių – taigi svarbų vaidmenį atlieka atvirų fondų lentynos. Jose bibliotekos lankytojas gali savarankiškai ieškoti jį dominančios knygos, ją atrasti ir pavartyti. Pats rinkimosi, ieškojimo procesas turi savito žavesio, tad vertinga bibliotekoms išlaikyti atvirų fondų lentynas, kurios kvieštų atrasti knygas, praleisti laiką jas vartant.

Tarp informantų vis dar gajus supratimas, kad klasikinė bibliotekos veikla – knygų skolinimas. Modernūs bibliotekos sprendimai – šiuolaikinių duomenų bazių prenumerata, turinio prieinamumas bet kuriuo metu ir kt. (Abram & Luther, 2014) – papildė ir išplečia klasikinės bibliotekos sąvoką, tačiau jos nenukonkuruoja.

„Man visgi atrodo, kad bibliotekos pagrindas yra santykis su knygomis, su informacija... Ir mažiau visokių konferencijų, videoprojekcijų ir taip toliau...“

Nors keli pašnekovai minėjo ir kino salės bei filmų archyvo poreikį bibliotekoje, tačiau didesnių erdvės modernizavimo planų nepasiūlė.

Žinoma, pasitaikė ir labiau vizionieriško požiūrio pavyzdžių:

„<...> bibliotekai net nereikia pastato, galbūt ji gali būti ir virtuali, gali sėdėti tie lankytojai namie ir sakyti, kad mes esam bibliotekoj.“

Dar vienas nestandartinis piešinys ir jo paaiškinimas:

„<...> pirma nupiešiau kontūrą, kuris yra apvalus, nes biblioteka – tai yra toks <...> žinių ratas, kur tu gali sugrįžti: kai esi mažas vaikas, tada tu ateini, kai esi vyresnis, tada, kai jau esi senas. Viskas vyksta ratu, tai man ir skaitymas, ir žinios yra toksai ratas. [Aukštų] gali būti iki begalybės. Toksai aukštas stulpas, pavyzdžiui. Toks bokštas tiesiog.“

4.3.4.2. Komfortas bibliotekoje: patogumas, šviesa, kava, tylą

Kalbant apie bibliotekos erdvės itin išryškėjo komforto poreikis. Jį atskleidė įvairios išvardytos detalės, informantų lūkesčiai, susiję su bibliotekos erdve: erdvumas, minkšti baldai, kilimai, dideli langai ir geras apšvietimas, žaluma, palaikoma šilta temperatūra, privatumas, erdvė pokalbiams, karštieji gėrimai ir daug kitų dalykų. Šių skirtingų detalių bendras vardiklis – patogumas, kurį galima suskirstyti į skirtingas kategorijas. Kartojasi informantams svarbus bibliotekos komponentas – erdvės pojūtis ir šviesa. Informantai, kalbėdami apie biblioteką kaip erdvę, nori matyti ją šviesią, jaukią ir patogią: „turi būti šilta, erdvi, šviesu, gaiviu... ee patogiu...“.

arba „Šilta... Tokia pastovi temperatūra, ko, pavyzdžiui, gal namie nėra kartais...“ Aiški šviesos linija: tiek natūralios šviesos, apšviečiančios erdvę per didelius langus: „langai dideli iš visų pusių“, tiek lokalių šviesos šaltinių, kuriančių jaukią atmosferą: „Šviesa man patinka, kai būna... vat tokia tau skirta šviesa“. Kalbėdami apie didelius langus, trys pašnekovai piešė ir vaizdą, kurį norėtų pro juos matyti:

„<...> žalumą, žolę, medžių viršūnes ir taip toliau, kas, man atrodo, būnant viduj padeda atsipalaiduoti.“

„Čia nupiešiau langą, kad čia būtų vasaros sodas, būtų galima pailsėt nueiti ten. <...> Toks uždaras, žalias kiemas. Gal čia fontaniukas dar galėtų būti <...>.“

„Gamta yra neatsiejamas toks dalykas, kai tu skaitai; nupiešiau medžių ir išorėj, ir viduj.“

Nors apie augalus, žalumos elementus kalbėjo tik trys pašnekovai, tačiau jie itin vaizdžiai ir emociškai papildė žalumos temą savo pageidavimais. Šiuos pašnekovus sieja jautrumas estetikai, tad ir jų lūkesčiai bibliotekos aplinkai yra aukštesni.

Taip pat išryškėja pašnekovų noras jaustis bibliotekoje ne kaip institucijoje, bet labiau savoje erdvėje: „[sivaizduoju tokią jaukią šiek tiek namų erdvę...“.

„Žodžiu, tai yra erdvė, kur gali žmonės pailsėti, pavalgyti, susitikti su kažkuo, nes dažnai būna, kad, jeigu dirbi bibliotekoje, tai kartais susitari su kuo nors susitikti, jeigu yra kokių reikalų aptarti arba šiaip kokį parašą padėti.“

Erdvės jaukumą, anot pašnekovų, kuria patogumas – komfortas.

Daugelis tyrimo dalyvių minėjo, kad jiems svarbi patogi aplinka, ir dažniausiai tą pabrėždavo kalbėdami apie minkštus baldus, sėdmaišius: 14 informantų savo piešiniuose pavaizdavo minkštus baldus ar kitus minkštus elementus (sėdmaišius, minkštą kilimą ir t. t.). Iš jų net 10 piešė pirmuoju arba antruoju pieštuku – tai išryškina minkštiems baldams ir patogumui teikiamą prioritetą bibliotekos erdvėje:

„<...> šalia didelių langų turėtų stovėti sofa, patiesti minkšti kilimai.“

„Skaitymo zonoje norėtusi tokios minkštos patogios erdvės skaityti... „puškai puškai“, staliukai, lemos... toks zonis apšvietimas. Galbūt galėtų būti poilsio zona, kur galima būtų pasidalinti įspūdžiais su kažkuo.“

„Tokie kilimai minkšti, jeigu netyčia užsiskaitytum knygą, kai išsitrauki iš kažkurios lentynos, būtų patogų ten ir paskaityti.“

Mokslinės komunikacijos ir informacijos centras minimas kaip gerasis bibliotekos pavyzdys Lietuvoje:

„MKIC'as yra postmodernios, šiuolaikiškos bibliotekos tikras pavyzdys, nes ir pastatas architektūriškai yra toks neva modernus, stilingas, ir interjeras stilingas ten... Ir, žodžiu, ten knygas gražinti gali ir ateiti, į tokį automatą įkiši ir net nereikia kontaktuoti su žmogum. Tai gali net ir naktį ateiti ir atiduot... Ir kavinė yra, ir kompiuteriai yra, ir poilsio erdvės, ir tyliosios erdvės yra, ir netgi kabinetukai, kur gali užsisakyti. Irgi turėjau prieš pusę metų užsisakius, užsirezervavus savo kabinetuką, žodžiu, kur netgi nakvojau vieną kartą su miegmaišiu po stalu. Tai, man atrodo, MKIC'as būtų pavyzdys, va, tokios šiuolaikiškos bibliotekos.“

Kiti informantai taip pat gyrė Mokslinės komunikacijos ir informacijos centrą: „Naudojasi MKIC'u... Todėl, kad manau, jog tai yra labiausiai pasisekusi Vilniuje...“ O vyresni pašnekovai rėmėsi savo blogąja patirtimi: „Aplinka tokia man nelabai... Geriau namie kokį grožinės literatūros kūrinių skaityt... Smagiau... O ten kažkaip... gal aplinka tuo laiku buvo tokia labai senovinė... Nebuvo to jaukumo ir tamsi jinai man buvo.“

„Tose skaityklose tokia formali labai, dalykiška aplinka, jaukumo trūksta.“

Komforto, jaukumo poreikis bibliotekoje yra bendras įvairaus amžiaus pašnekovams. Kalbant apie komfortą dažnai pasikartojantis bendras vardiklis buvo kava. Kavinės ar kavos bei vandens aparatų svarbą įvardijo ir tie informantai, kurie siejo biblioteką su poilsiu, atsipalaidavimu, ir tie, kuriems biblioteka yra darbo erdvė.

„Idealiausias variantas būtų, kad tai biblioteka ir kažkoks mini knygynėlis, kur tu gali knygą nusipirkti, ir kofišopas, kur kavos galima nusipirkti atsigerti, ir tuo atveju neribotai sėdėti, niekas tavęs nepakels ir nepasakys: „Prašom išeiti“.

„Gera kavinė, iš kurios gali pasiimti kavą ir skaityti kažkur, pačioj bibliotekoj.“

Informantai dažnai minėjo poreikį susikaupti, įsigilinti į skaitomą knygą ar dokumentą. Išryškėjo ramios darbo erdvės poreikis: „Tyla. Tokia privati erdvė, kurioj, kurioj tavęs niekas neblaško...“, „individualios, atskirtos arba individualizuotos tylios darbo vietos man labai patikdavo...“ Tyrimo dalyviai teigė pageidaujantys atskiros neformalios poilsio erdvės, kurioje būtų galima susitikti, bendrauti ir dalintis įspūdžiais, kurioje būtų laukiami vaikai:

„<...> man atrodo, biblioteka turi turėti gerą laisvalaikio erdvę, ir šiandien yra būtina vaikų erdvė. Tai iš esmės ką, aš sakyčiau, jeigu vat, pavyzdžiui, mano biblioteka yra trijų aukštų, tai pirmas yra laisvalaikio erdvė su kažkokia tai galimybe būti vaikams, tai gali būti triukšminga, susitikimams, susitikimų erdvė, man atrodo, yra labai svarbu.“

„Vaikų vietą, kur jie galėtų ir triukšmauti, ir, žodžiu, būt savim, ne tik kad ten laikyti tylą ir... Atvirą erdvę, kuri irgi yra skirta laisvalaikiui ir atsipalaidavimui.“

„Skani kava... Kažkokių pažįstamų gali rasti, gali paplepėt, paskui eiti vėl dirbti. Tu nesijauti atskirtas, kaip namie dirbdamas.“

Taigi tyrimo dalyviai aiškiai išreiškė ir ramios skaitymo erdvės, ir mažiau formalios laisvalaikio erdvės poreikį. Galima teigti, kad tęsiama komforto tema: vienu atveju tai pasireiškia tinkamomis sąlygomis susikaupti dirbant, kitu atveju – neįpareigojančia erdve bendrauti, susitikti, leisti laiką su vaikais.

4.3.5. Kompiuterizuotos darbo vietos

IT sprendimai bibliotekoj: kompiuterizuotos darbo vietos, patogi paieška fonduose – tiesiog nediskutuotini. Beveik pusė tyrimo dalyvių savo piešiniuose pažymėjo kompiuterius, vis dėlto jiems vietos tiek piešiniuose, tiek pasakojimuose buvo skirta minimaliai. Galima teigti, kad kompiuterizuotų vietų buvimas yra bazinis, savaime suprantamas dalykas – jis paminimas, tačiau neplėtojamas, tam neskiriama ypatingo dėmesio. Darbo kompiuterių poreikis šiai tikslinei auditorijai pasirodė mažai aktualus, dauguma teigė, kad jie patys jais

nesinaudoja: „IT zona, čia man jos nereikia, aš namie turiu kompiuterį“, tačiau kelios kompiuterizuotos darbo vietos reikalingos žmonėms, kurie neturi kompiuterių namuose (pvz.: vyresnio amžiaus žmonės, vaikai): „bibliotekos moko kompiuteriais naudotis senjorus“, „arba tie vaikai prie tų pačių kompiuterių“. Kompiuteriai bibliotekoj, anot informantų, reikalingi knygos ar kitokios informacijos paieškai atlikti:

„Ateini į patalpą, kažkur stovi kompiuteris, kur gali ten, tarkim, įlįsti ten po katalogus pasiknaisioti, ar kažkas tokio.“

„Ir dar prisiminiau, kad jeigu nerastum knygos ir reiktų paieškoti, tai dar kompiuteriuką tokį nupiešiau.“

„Keli kompai, kur ateini, gali kataloguose susiieškot ten, ar yra tas, ar nėra to, ir kur ieškoti ar ne. Žodžiu, biblioteka „seft service“.“

Tie vartotojai, kurie minėjo dirbantys bibliotekos erdvėse, visi be išimties naudojami savo nešiojamuoju kompiuteriu:

„<...> man biblioteka yra būtent darbo vieta, kur aš einu su kompiuteriu, su knygom ir sėdžiu.“ „Per kompiuterį skaitau ir bibliotekoj, ir namuose, ir kavinėj, kai pavalgau, ir kavinėj prieš, kol atneš maistą. Kartais valgydama skaitau.“

Apibendrinant galima pažymėti, kad tyrimo informantai išskyrė dvi jiems svarbias bibliotekos kaip fizinės erdvės funkcijas: tai darbo vieta, kurioje gali susikaupti, ir poilsio / laisvalaikio erdvė, kurioje galima atsipalaiduoti ir komunikuoti su kitais bibliotekos lankytojais, atsivesti vaikų. Kompiuterizuotoms darbo vietoms daug dėmesio neskyrė, nors minėjo, kad jos gali būti reikalingos kitiems bibliotekos vartotojams, neturintiems galimybių dirbti kompiuteriu namuose. Komforto, estetikos tematika buvo itin juntama kalbant apie bibliotekos erdves: vartotojai tikisi ne tik rasti juos dominančią knygą, bet ir patogiai įsitaisę ją pavartyti, idealiausia – su puodeliu karšto gėrimo rankoje.

IŠVADOS

Interviu medžiaga rodo, kad bibliotekos paslaugų vartojimas nepriklauso nuo apklausos dalyvių gyvenamosios vietos (t. y. Vilniaus ar Alytaus) ir apklausos dalyvių sociodemografinių charakteristikų: abiejuose miestuose yra ir besinaudojančiųjų bibliotekos paslaugomis, ir jomis nesinaudojančiųjų; bibliotekos paslaugomis naudojasi ir nesinaudoja skirtingo amžiaus, skirtingos šeimyninės padėties, profesijos vyrai ir moterys.

Sąlyginai bibliotekos paslaugų vartotoją ir nevirtotoją skiriantys bruožai ir nuostatos yra kelios:

- Polinkis kaupti knygas norint prirreikus jas turėti (nevirtotojas) vs kategoriškas nenoras pirkti ir kaupti knygų (virtotojas).
- Galimybė pirkti (ar gauti iš draugų, pažįstamų, kt.) knygų (nevirtotojas) vs ribotos galimybės pirkti knygų (virtotojas).
- Asmeninės dispozicijos ir situacijos: pomėgis skaityti knygas (kuo daugiau skaitoma, tuo didesnė tikimybė, kad bus einama į biblioteką); turimas fizinis laikas (knygos skaitomos laisvalaikiu); kt.

Tik tarp bibliotekos paslaugų nevirtotojų yra žmonių, kurie visiškai neskaito knygų (nors visi tą darė anksčiau). Ir tarp bibliotekos paslaugų virtotojų, ir nevirtotojų yra ir tokių, kurie knygas skaito retai, taip pat tokių, kuriems knygų skaitymas yra kasdienė veikla. Detaliau:

- Reguliarus skaitymo praktika sietina su įpročiu skaityti knygas nuolatos; nereguliarų knygų skaitymą sąlygoja (a) laiko stoka ir (b) asmeniniai charakterio bruožai (pvz., nenuoseklumas, impulsyvumas, pan.) ar įprotis skaityti būtent taip (t. y. nereguliariai).
- Knygos skaitomos visur: namuose, darbe, automobilyje, autobuse, bibliotekoje, kt..

- Knygos skaitomos visai: vienuoje, susidarius specialioms aplinkybėms ar jas susikūrus, šurmulyje, kt.
- Pagrindiniai skaitomos literatūros porūšiai yra du: (i) specializuotoji literatūra ir (ii) grožinė literatūra.
- Didesnė grupė apklausos dalyvių prioritetą teikia fizinei knygai, tačiau yra ir tokių, kurie išskirtinį prioritetą teikia elektroninei knygai.
- Knygų įsigijimo šaltiniai yra keli: (i) skolinimasis (iš bibliotekos, draugų, kt.), (ii) pirkimas (knygynuose, el. platformose), (iii) nemokamai atsisiunčiamų knygų skaitymas.

Vykdamas virtotojų segmentavimą, formuojant ir diegiant tikslines rinkodaros priemones bei tobulinant bibliotekos paslaugas reiktų atsižvelgti į atskiras (potencialių) bibliotekos paslaugų virtotojų charakteristikas.

Pirma, esamas virtotojas bibliotekos paslaugas vertina remdamasis patirtimi ir pagrįstais argumentais, todėl informacija apie šias paslaugas jam gali būti efektyviai teikiama tiesiogiai.

Antra, skirtinguose regionuose (Vilniuje ir Alytuje) gyvenantys (potencialūs) bibliotekos paslaugų virtotojai iš esmės turėtų būti imlūs toms pačios rinkodaros priemonėms; vienintelis informacijos sklaidos tikslinei auditorijai palengvinimas mažesniuose miestuose – tai vietinių (mažesniuose miestuose žinomų) informacijos sklaidos kanalų išnaudojimas. Galiausiai amžius ir lytis nėra reikšmingai su bibliotekų paslaugų vartojimu susijusios individų charakteristikos, todėl į jas gali būti orientuojamasi minimaliai.

O šeimyninė padėtis ir profesinės veiklos etapas bei sritis, kaip diktuojančios pagrindinius racionalia praktika grįstus interesus (vaikai, mokymasis, kt.), yra pagrindinės bibliotekos paslaugų vartojimo pobūdį teminiu požiūriu sąlygojančios individų charakteristikos, į kurias turėtų būti orientuojamos tiek bibliotekos paslaugų transformacijos, tiek tikslinės rinkodaros priemonės. Interviu medžiaga atskleidžia kelias skirtingas motyvų skaityti grupes.

Tai: (i) profesiniai (studijų) tikslai ir (ii) asmeniniai tikslai.

Pastarieji skirstytini į kelias grupes:

- a. Hedonistiniai motyvai, kai skaitoma dėl patiriamo malonumo.
- b. Kognityviniai motyvai, kai skaitoma siekiant sužinoti naujų dalykų.
- c. Egzistencialistiniai motyvai, kai skaitymas laikomas išskirtinai prasminga, gyvenimo patirties suteikiančia veikla.
- d. Pragmatiniai motyvai, kai skaitoma suvokiant, kad tai tinkamiausia poilsio forma.

Kadangi egzistuoja kelios skirtingos motyvų skaityti grupės (t. y. orientuotas į mėgavimąsi skaitymu, orientuotas į skaitymą kaip naujos informacijos šaltinį, orientuotas į skaitymą kaip laisvalaikio praleidimo formą, kt.), būtina į juos atsižvelgti, klasifikuojant ir atitinkamai viešinant bibliotekos teikimas paslaugas bei tikslingai orientuojantis į skirtingus skaitytojų motyvacinius tipažus. Interviu medžiagoje atrandami keli reikšmingi santykio su informacija apie renginius aspektai:

- a. Informacijos paieškos atžvilgiu egzistuoja 3 elgesio tipai: (i) pasyvusis, kai informacijos neieškoma ir ji tiesiog priimama / atmetama, kai pasiekia; (ii) sąmoningai pasyvus, kai siekiama užsitikrinti, kad atsiradusi norima informacija pasieks, bet jos neieškoma; (iii) aktyvusis, kai reikiamos informacijos ieškoma sąmoningai. Tačiau remiantis turimais duomenimis nėra galimybės tvirtinti, kad šie tipai yra visiškai atskiri ir tas pats žmogus skirtingais atvejais nesielia skirtingai.
- b. Informacijos gavimui / radimui / paieškai būdingas fragmentiškumas: tikėtina, kad tik labai retais atvejais lankymasis renginiuose planuojamas iš anksto ilgesniam laiko periodui; dažniausiai tai yra spontaniškas sprendimas arba atsitiktinai gavus informacijos, arba spontaniškai ėmus jos ieškoti.
- c. Pagrindinis informacijos apie renginius kanalas yra internetas, konkrečiau kalbant – socialiniai tinklai („Facebook“).

Papildomi tokios informacijos kanalai yra keli:

- i. Tokie informacijos kanalai, kaip specializuotoji spauda (taip pat naujienlaiškiai), informaciniai portalai (kurie taip pat priskirtini „internetui“ kaip kanalui), naudojami tik tikslingai siekiančiųjų valdyti informacijos srautus ar tikslingai tos informacijos ieškančiųjų;
- ii. Tokie informacijos kanalai, kaip afišos, radijas ir televizijos reklama bei tiesiogiai (priešingai ne virtualaus) bendraujant gaunama informacija, nėra naudojami tikslingai ar sistemiskai, jie atsiveria informacijai apie renginius perduoti tik fragmentiškai, atsitiktinai.

Kaip ir knygų skaitymo atveju interviu medžiaga atskleidžia tas pačias motyvų lankyti renginius grupes: (i) profesiniai (saviugdod), dažniausiai – kognityvinio pobūdžio (lankomasi siekiant gauti reikiamą informaciją) ir (ii) asmeniniai motyvai. Pastarieji skirstytini į dar kelias smulkesnes grupes:

- a. Estetiniai hedonistiniai motyvai, kai renginiuose lankomasi dėl patiriamo estetinio malonumo.
- b. Pragmatiniai motyvai, kai renginiai traktuojami kaip pramoga, juose lankomasi siekiant pailsėti.
- c. Socialiniai motyvai, kai renginiuose lankomasi, nes siekiama išlikti socialiniame tinkle žinant tą pačią informaciją ir (arba) tiesiog išlaikyti kontaktą, bendrauti.
- d. Kognityviniai motyvai, kai renginiuose lankomasi siekiant gauti naujos informacijos, žinių ir saviugdod tikslais.

Apskritai apklausos dalyviai naudojami įvairiomis elektroninėmis paslaugomis ir naršo skirtingų (dažniausiai – Lietuvos) institucijų tinklapiuose.

Pagrindinės priežastys ir motyvai, skatinantys / verčiantys tai daryti, yra keli: (i) tokių paslaugų naudojimo neišvengiamumas ir (ii) pragmatika, tai yra:

- a. Galimybė sutaupyti laiko išteklių.
- b. Galimybė fiziškai išlikti toje pačioje vietoje.
- c. Galimybė sutaupyti finansinių išteklių.
- d. Galimybė išvengti tiesioginio fizinio kontakto su paslaugų teikėjais.

Turint omenyje atsiskleidusius informacijos paieškos įpročius, siekiant užsitikrinti bibliotekos (ir jos paslaugų) žinomumą, būtų naudinga:

- a. Apsvarstyti bibliotekos paieškos optimizavimo pirmiausia „Google“ paieškos sistemoje galimybes;
- b. Viešinti informaciją tokiuose informaciniuose portaluose, kaip Delfi.lt, „Lietuvos rytas“, 15 minučių.lt. Mažesniuose miestuose išnaudoti vietines masinės informacijos priemones (informacinius portalus, dienraščius, radiją);
- c. Siekti, kad bibliotekos „Facebook“ paskyrą matytų kuo daugiau Lietuvos gyventojų, skelbti joje patrauklią informaciją, rengti viktorinas, kitas virtualias pramogas;
- d. Nusistatyti optimalią informacijos sklaidos per skirtingus kanalus apimtį ir skleisti informaciją pakankamai dažnai.

Tyrimo duomenų analizė parodė, kad bibliotekos reikalingumas šiuolaikinėje visuomenėje yra nevienareikšmis. Biblioteka vertinama kaip reikalinga ir svarbią funkciją atliekanti institucija, jei asmuo turi poreikių, kuriuos, jo manymu, biblioteka gali patenkinti. Dėl bibliotekos reikalingumo abejoja asmenys, turintys alternatyvių būdų patenkinti savo skaitymo, informacijos gavimo poreikius.

Pagrindinė bibliotekos funkcija – knygų kaupimas ir prieigos prie knygų suteikimas visuomenei. Pagrindiniai įvardinti trūkumai – mažas knygų skaičius ir naujų knygų stoka.

Siūlomi tokie šių problemų sprendimo būdai:

- Atskirti 2 skirtingus paslaugų vartotojų segmentus, į kurių poreikius biblioteka turėtų orientuotis. Šis atskyrimas remiasi prioritetais, teikiamais fizinei arba elektroninei knygai.
- Plėsti (kiekybiškai ir kokybiškai) literatūros ir kitos informacijos fondus, kurie galėtų patenkinti skirtingus vartotojų poreikius. Vienas iš galimų sprendimų – bendradarbiavimas su knygynais, atsižvelgiant į jų rekomendacijas ir užtikrinant, kad naujausios knygos kuo greičiau atsidurtų bibliotekose; kitas kelias – bendradarbiavimas su leidyklomis ir autoriais, vertėjais.
- Plėsti teikiamų paslaugų, skirtų skirtingų interesų vartotojams, spektrą (pvz., el. formato knygų skolinimas, skaityklių nuoma, naudojimas kitų bibliotekų resursais per tarpbibliotekinį tinklą.).

Bibliotekos interneto svetainė turi reprezentuoti bibliotekos viziją ir vykdomą veiklą. Pagrindiniai svetainei keliami reikalavimai – funkcionalumas, aiškumas ir naujos bei aktualios informacijos skelbimas. Svetainėje turi būti visa reikalinga informacija, pritaikyta įvairiems poreikiams (specialiesiems, amžiaus grupėms), tačiau šios informacijos neturi būti per daug. Svetainėje turi būti suteikiama prieiga prie nuotolinių paslaugų, tokių kaip vartotojo paskyra, nuotolinis skolinimas / grąžinimas, duomenų bazės. Nuotolinių paslaugų paskirtis – patoginti prieigą prie knygų ir aprūpinti spec. poreikių grupes knygomis.

Būtina išnaudoti visuomenėje įsišaknijantį supratimą, kad naudojimas el. paslaugomis yra neišvengiamas, – tobulinti bibliotekos tinklapį siekiant, kad juo naudotis būtų kuo patogiau. Šiuo požiūriu reikėtų atsižvelgti į keturis kriterijus: naudojimosi greitumą, paprastumą, pigumą ir galimybę išvengti tiesioginio fizinio kontakto su aptarnaujančiuoju personalu. Pastarasis kriterijus turėtų būti papildomai analizuojamas, kadangi šiuo atžvilgiu esama kelių bibliotekos paslaugų vartotojų nuostatų: vieni jų siekia išvengti tiesioginio kontakto, kiti – priešingai – akcentuoja kontakto svarbą.

Paroda bibliotekoje apibūdinama kaip antraeilė paslauga. Čia išskirtinos dvi parodų rūšys: foninė, atliekanti interjero

puošimo funkciją, ir paroda kaip renginys, reikalaujanti atitinkamų techninių ir erdvės resursų.

Renginių požiūriu bibliotekai priskiriamas švietėjiškas ir kultūrinis vaidmuo. Manoma, kad naujos renginių formos ir atvirumas naujoms idėjoms – būtina bibliotekos vystymosi prielaida. Biblioteka – vieta įvairaus turinio renginiams, tačiau daugumą paminėtų renginių tipų sujungia autoriaus ir skaitytojo tarpasmeninio santykio arba bendruomenės tarpusavio santykių temos.

Siekiant užtikrinti vartotojų lūkesčius atitinkančias paslaugas, siūlytina:

- a. Kurti ir plėsti bibliotekos bendruomenę siūlant jos nariams aktualaus turinio renginių bei suteikti patalpų ar sukurti sąlygas esamoms bendruomenėms įsikurti bibliotekoje.
- b. Rengiant knygų pristatymus, nesivadovauti vien knygų naujumu, bet rinktis tas knygas, kurias skaitytojai jau spėjo pamilti, arba naujas gerai žinomų autorių knygas. Įtraukti pasakojimą apie autoriaus asmenybę, gyvenimo istoriją ir užtikrinti tiesioginį autoriaus ir lankytojų bendravimą, kad tarp jų užsimegztų ryšys.

Paslaugų temos analizė atskleidė, kad pagrindinės įvairiose potemėse atsikartojančios linijos – tai knyga ir santykis tarp žmonių. Būtent šios dvi kategorijos turėtų tapti patrauklių inovatyvių paslaugų pagrindu ir biblioteka, kaip įstaiga, turi potencialą suderinti šias kategorijas. Kitaip tariant, bibliotekos užduotis yra ne pritraukti lankytojų išskirtine fondų gausa ir įvairiapusiškumu arba naujausiomis technologijomis, o šviesti visuomenę. Savo nišos tarp žinių / informacijos ir žmogiškojo santykio suradimas padės bibliotekai atrasti unikalų vaidmenį visuomenėje ir išlaikyti savo ištikimą lankytoją. Tad biblioteka turėtų planuoti ir vykdyti savo auditorijos (skaitytojo, kitų paslaugų vartotojo) ugdymą ir bibliotekos paslaugų vartojimo įpročių formavimą. Taip pat dideli lūkesčiai sietini su paties bibliotekininko asmenybe – iš jo tikimasi draugiškumo, paslaugumo, kompetencijos. Asmenys, nesinaudojantys bibliotekos paslaugomis, stokoja asmeninio ryšio su bibliotekos darbuotojais patirties. Esamiems paslaugų vartotojams aptarnavimas ir asmeninis ryšys su darbuotojais – svarbi bibliotekos paslaugų dalis.

Išanalizavus tyrimo dalyvių pieštus bibliotekos planus ir interviu medžiagą, galima teigti, kad šiandienis bibliotekos lankytojas yra susidaręs klasikinės bibliotekos erdvės įvaizdį: tai pastatas, kuriame svarbiausią vietą užima knygos, knygų lentynos, fondai, o pagrindinė teikiama paslauga – knygų skolinimas. Knygos išlieka pagrindinė bibliotekos ašis; su erdve siejami lūkesčiai – ji turi būti patogi ir jauki. Tiek jaunesni, tiek vyresni informantai kalbėjo apie patogius minkštus baldus, kilimus. Pašnekovai daug dėmesio skyrė šviesai: įsivaizdavo didelius bibliotekos langus, gerą erdvių apšvietimą, išskyrė zoninio apšvietimo svarbą kuriant jaukumą. Informantai atkreipė dėmesį į augalijos, žalumos poreikį tiek pastato viduje, tiek jį supančioje aplinkoje. Estetikos ir jaukumo linija buvo jaučiama kone visose temose, susijusiose su bibliotekos erdve.

Pašnekovai atskyrė darbo erdves, kaip reikalaujančias tylos ir galimybių susikaupti, nuo laisvalaikio erdvių, kuriose galima bendrauti, dalintis įspūdžiais. Kompiuterius paminėjo kaip vieną iš bibliotekos dalių, tačiau šios temos neišplėtojo. Tad galima sakyti, kad biblioteka išlaikė savo kaip knygų namų įvaizdį, kurį papildo ir virtuali erdvė. Didžiausias pokytis yra tas, kad esami ir galimi vartotojai tikisi, jog bibliotekoje ne tik ras juos dominančią knygą, bet ir galės patogiai ją skaityti pasiėmę puodelį kavos ir įsitaisę ant minkštos sofos jaukioje erdvėje su natūraliu apšvietimu.

Kuriant rinkodaros priemones tikslinėms (potencialių) bibliotekos paslaugų vartotojų grupėms, kuriant naujas paslaugas ir gerinant esamų kokybę, galima pasinaudoti interviu medžiagoje atsiskleidžiančiomis vizualizacijos ir tekstualizacijos temomis (pvz., galimos patenkinti skaitymo praktikos, motyvacijos tipai). Siekiant užtikrinti bibliotekos fizinių erdvių patrauklumą vartotojui, reikia skirti dėmesio bibliotekos erdvių jaukumui, apšvietimui; kokybiškiems minkštiems baldams skaityklose; sukurti poilsio zonų. Bibliotekoje galima efektyviau išnaudoti skaityklos paslaugą, ją padaryti patrauklesnę (jaukios zonos, galimybė atsipalaiduoti, kt.).

1 priedas. Interviu klausimynas

1. Komentuojant savo piešinį, kas Jums yra biblioteka? (Kokia ji turėtų būti fizine prasme? Kokias paslaugas turėtų teikti?)

2. Ar naudojātės (kada nors naudojotės) bibliotekos paslaugomis?

TAIP. Papasakokite apie savo patirtį naudojantis bibliotekos paslaugomis: kokių bibliotekų kokiomis paslaugomis, kaip dažnai ir kokiais tikslais? Ar Jus tenkino aptarnavimas? Ar paslaugos buvo patogios / paprastos naudoti? Kas Jums patraukliausia ir (arba) mažiausiai patrauklu? Kodėl?
NE. Kodėl nesinaudojate?

Apskritai: kiek daug ir kokią literatūrą skaitote? Papasakokite, kada, kur, kaip skaitote, kas Jus skatina skaityti? Kaip gaunate tai, ką skaitote?
3. Ar dabartinės Jums žinomos bibliotekos atitinka šiuolaikinio žmogaus poreikius? Kodėl taip manote? Kokia yra (arba turėtų būti) šiuolaikiška biblioteka? Jūsų nuomone, ar šiuolaikinėje visuomenėje biblioteka yra reikalinga institucija? Koks jos esamas vaidmuo visuomenėje ir koks turėtų būti?
4. Kaip įsivaizduojate, kas tai yra renginys bibliotekoje? Koks jis turėtų būti? Ar yra tekę dalyvauti bibliotekų renginiuose?

TAIP. Papasakokite, kokiuose, kur, kada? Kodėl juose lankėtės? Ko iš jų tikėjotės ir ką atradote, kas nuvylė ir kaip tas turėjo būti?
NE. Kodėl nesilankote?

Apskritai: kaip dažnai ir kokiuose renginiuose lankotės? Kas Jus skatina juose lankytis? Kur ieškote informacijos apie renginius? Kaip pasirenkate, kuriuose lankytis?
5. Kaip įsivaizduojate, kas tai yra paroda bibliotekoje? Kokia ji turėtų būti? Ar yra tekę lankytis bibliotekų parodose?

TAIP. Papasakokite, kokiose, kur, kada? Kodėl jose lankėtės? Ko iš jų tikėjotės ir ką atradote, kas nuvylė ir kaip tas turėjo būti?
NE. Kodėl nesilankote?

Apskritai: kaip dažnai ir kokiose parodose lankotės? Kas Jus skatina jose lankytis? Kur ieškote informacijos apie parodas? Kaip pasirenkate, kuriose lankytis?
6. Kaip įsivaizduojate, kas tai yra nuotolinės bibliotekos paslaugos? Kokios jos turėtų būti? Ar yra tekę naudotis nuotolinėmis bibliotekų paslaugomis?

TAIP. Papasakokite, kokiomis, kur, kada? Kodėl jomis naudojotės? Ko iš jų tikėjotės ir ką atradote, kas nuvylė ir kaip tas turėjo būti?
NE. Kodėl nesinaudojate?

Apskritai: kaip dažnai ir kokiomis bei kieno teikiamomis nuotolinėmis paslaugomis naudojātės? Kas Jus skatina jomis naudotis? Kur ieškote informacijos apie tokias paslaugas? Kaip pasirenkate, kuriomis naudotis?
7. Kaip įsivaizduojate, kas tai yra „bibliotekos internetinė svetainė“? Kokia ji turėtų būti? Ar yra tekę naršyti bibliotekų internetinėse svetainėse?

TAIP. Papasakokite, kokiose, kur, kada? Kodėl jose naršėte? Ko iš jų tikėjotės ir ką atradote, kas nuvylė ir kaip tas turėjo būti?
NE. Kodėl nenaršote?

Apskritai: kaip dažnai ir kokių institucijų internetinėse svetainėse naršote? Kas Jus skatina jose naršyti? Kur ieškote informacijos apie institucijų internetines svetaines? Kaip pasirenkate, kuriose naršyti?

II DALIS, PRIEDAI

2 priedas. Interviu dalyvių sociodemografinė informacija

Suteikite bendro pobūdžio informaciją apie save.

I. Jūsų lytis:

1. Moteris
2. Vyras

II. Jūsų amžius (įrašykite suėjusių metų skaičių):

_____ metai

III. Jūsų išsilavinimas:

1. Aukštasis universitetinis
2. Aukštasis neuniversitetinis
3. Aukštesnysis (jei baigę anksčiau)
4. Technikumas (jei baigę anksčiau)
5. Specialioji vidurinė mokykla
6. Kitas (įrašykite) _____

IV. Jūsų specialybė: _____

V. Jūsų profesinė veikla: _____

VI. Jūsų dabartinė šeimyninė padėtis:

1. Nevedęs / netekėjusi
2. Gyvenu partnerystėje
3. Vedęs / ištekėjusi
4. Išsiskyręs / išsiskyrusi
5. Našlys / našlė
6. Kita (įrašykite) _____

VII. Kiek turite vaikų ir kokio jie amžiaus? (jei turite, įrašykite vaikų metus)

DĖKOJAME UŽ BENDRADARBIAVIMĄ

II DALIS,

BIBLIOGRAFINIS SĄRAŠAS

1. Abram, S., Luther, J. 2004, 1 May. „Born with the Chip: the next generation will profoundly impact both library service and the culture within the profession“. Library Journal.
2. Asher, A., Miller, S. 2011. „So you want to do anthropology in your library?: A practical guide to ethnographic research in academic libraries. The ERIAL Project.“ <http://www.erialproject.org/wp-content/uploads/2011/03/Toolkit-3.22.11.pdf>
3. Berger, A. A. 2000. Media and Communication Research Methods. An introduction to qualitative and quantitative approaches. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.
4. Beall, A. E. 2014. Strategic Market Research, A guide to conduct research that drives business. 2nd ed. Bloomington: Universe LLC.
5. Kvale, S. 2012. Doing Interviews. The SAGE Qualitative Research Kit. Los Angeles, etc.: Sage.
6. Pink, S., ed. 2012. Advances in Visual Methodology. Los Angeles, etc.: Sage.
7. Strauss, A.; Corbin, J. 1990. Basics of Qualitative research. Grounded theory procedures and techniques. Newbury Park, etc.: SAGE Publications.

III DALIS
R. SYMINAITĖ
2017 M.

VILNIAUS APSKRITIES
ADOMO MICKEVIČIAUS
VIEŠOSIOS BIBLIOTEKOS
PREKĖS ŽENKLO
REKOMENDACIJOS

III DALIS

TURINYS

ĮŽANGA	120
2. GRĖSMĖS KURIANT IR PLĖTOJANT VILNIAUS APSKRITIES ADOMO MICKEVIČIAUS VIEŠOSIOS BIBLIOTEKOS PREKĖS ŽENKLĄ	120
3. TRUMPAI APIE KONKURENTUS	122
4. KAIP FORMUOTI IŠSKIRTINĮ PREKĖS ŽENKLĄ IR SU JUO SUSIJUSIĄ KOMUNIKACIJĄ?	123
4.1. A. Mickevičiaus asmenybė ir jos panaudojimas kuriant stiprų šiuolaikinį prekės ženklą	123
4.2. Svarbiausios Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos prekės ženklo kryptys	123
IŠVADOS	134

ĮŽANGA

Kaip matome iš pateiktų tyrimų rezultatų, pirminė ir pagrindinė nesinaudojimo Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos paslaugomis priežastis – nepakankamas informavimas apie biblioteką, jos nežinomumas. Net 61,4 proc. tikslinės bibliotekos auditorijos – 20–60 m. diplomuoti specialistai Vilniaus ir Alytaus apskrityse, nesinaudojantys VAVB bibliotekos paslaugomis, – tiesiog nežino šios bibliotekos (Alytaus mieste – net 80,7 proc.). Todėl labai svarbu sutelkti didelį dėmesį į bibliotekos prekės ženklo formavimą ir žinomumo didinimą.

Prekės ženklo kūrimas – plati tema. Tai ne tik logotipas ar pasirinktos identiteto spalvos, ne tik skambus šūkis, ne tik tonas ir žodžiai socialinės medijos žinutėje ir ne tik straipsnių, atsirandančių žiniasklaidoje, turinys – nors visi šie komponentai labai svarbūs.

Prekės ženklas yra patirtis. Lankytojo patirtis bet kokiame galimame sąveikos su organizacija taške. Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos atveju tai ir bibliotekos erdvės, jėjimas į jas, ir darbuotojai, jų skleidžiama emocija, ir reklama mieste ar tinklapio turinys. Kiekvienas iš šių taškų – fizinis ir virtualus – formuoja bendrą bibliotekos įvaizdį ir lankytojo patirtį. Jeigu logotipas bus subtilus, o bibliotekos vidus žaismingas, tai klaidins lankytoją. Jeigu socialinės medijos žinutės bus konstruojamos linksmi, tačiau paskambinus į biblioteką su lankytoju bus kalbama labai oficialiai – tai vėlgi sujauks prekės ženklo žinutę ir neprisidės prie sėkmingo patirties konstravimo.

Tad norint sukurti vientisą, stiprų, prie organizacijos strateginių tikslų prisidedantį prekės ženklą – patirtį – labai svarbu apgalvoti ir identifikuoti visus sąlyčio su vartotoju taškus ir išanalizuoti, ar žinutė ir paslaugų kokybė visuose šiuose taškuose yra vientisos ir atitinka organizacijos tikslus.

2. Grėsmės kuriant ir plėtojant Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos prekės ženklą

Prieš kalbant, ką ir kaip reiktų daryti sėkmingai kuriant prekės ženklą, būtina užbėgti už akių ir labai trumpai apibrėžti, ko nedaryti, – t. y. kaip prekės ženklo kūrimą paversti efektyvesniu ir tinkamesniu procesu.

Klaidų ir nesklandumų gali būti (ir bus) daug bei įvairių, tačiau dažniausiai prekės ženklo kūrimo ir plėtojimo procese daromos šios klaidos, kurios lemia proceso neefektyvumą:

1. Atskirtis tarp bendrų organizacijos tikslų ir prekės ženklo komunikacijos ir rinkodaros tikslų. Tai dažnai lemia prasta vidinė komunikacija, pavyzdžiui, kai asmenys, atsakingi už prekės ženklo kūrimą, neįtraukiami į bendrus organizacijos veiklos klausimus ir sprendimus.
2. Nesuvokimas, kad prekės ženklo komunikacija ir rinkodara – tai procesai, tiesiogiai susiję su bendrais organizacijos rezultatais. Geras prekės ženklas dažnai vis dar suvokiamas kaip antraeilis (angl. nice-to-have) atributas, neatnešantis tiesioginės naudos, mat prekės ženklo sukuriama kiekybinę vertę išmatuoti sunku. Todėl organizacijose neskiriama pakankamai dėmesio prekės ženklo kūrimui. Taip prekės ženklo kūrimas praranda sistemiškumą ir strateginį įgyvendinimą, jo palaikomoji veikla „įsivelia“ į mikroveiksnius, kurie dažnai yra trumparegiški, trumpalaikiai, nekonkretūs ir neprisideda prie ilgalaikių ir bendrų organizacijos strateginių tikslų.
3. Aiškus auditorijos neapsibrėžimas ir norėjimas komunikuoti visiems, pavyzdžiui, kai auditorija apsibrėžiama kaip „plačioji visuomenė“ (dažna klaida kultūros organizacijų veikloje). Tai kelia grėsmę komunikuoti niekam, pasiklysti trumpalaikėse komunikacijos taktikose ir nepasiekti ilgalaikių efektyvių strateginių tikslų. Auditorija (arba kelios tikslinės auditorijos, kurioms kuriamos atskiros komunikacijos priemonės ir strategijos) turi būti apibrėžta ne tik pagal tradicinius kriterijus – gyvenamąją vietą, amžių, lytį, bet labiau pagal pomėgius, požiūrį ir motyvus – t. y. kodėl ji

naudojasi ar nesinaudoja paslauga. Tai nereiškia, kad lankytojas, neįeinantis į apsibrėžtos auditorijos sąvoką, nėra įdomus – tiesiog tikslinei ir efektyviai komunikacijai reikia sukonkretinti, kas yra tas (tie) svarbiausias (-i) klausytojas (-ai).

Kalbant apie šias grėsmes, norima parodyti, kad kuriant prekės ženklą reikia:

1. Bendradarbiauti, turėti informacinę prieigą prie visų organizacijos padalinių – nes kiekvienas iš jų turi vienokį ar kitokį sąlyčio su esamu ar potencialiu klientu tašką, todėl svarbu žinoti, kaip, kada su lankytojais bendraujama, bei turėti galios padaryti atitinkamus pakeitimus tų procesų, kurie lemia bendravimą su lankytoju.
2. Sistemingai dirbti ir nepasiklysti trumpalaikėse taktikose – suvokti didesnę visos organizacijos paveikslą, t. y. ką organizacija nori pasiekti, ir atitinkamai sudėlioti žingsnius pagal prioritetus.
3. Aiškiai apsibrėžti auditoriją, jos charakteristikas ir galimus naudojimosi ar nesinaudojimo bibliotekos paslaugomis motyvus.

Teikiant bibliotekai prekės ženklo komunikacijos ir rinkodaros rekomendacijas, siekiama tai parodyti remiantis šiomis gairėmis.

3. Trumpai apie konkurentus

Svarbu suvokti, kokiaje aplinkoje veikiama ir kas gali sukurti lankytoji papildomą pridėtinę vertę, palyginti su konkurentais.

Išnagrinėjus tiesioginius VAVB konkurentus – kitas bibliotekas, tyrimo rezultatai parodė, kad savo žinomumu itin išsiskiria Lietuvos nacionalinė Martyno Mažvydo biblioteka, o Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešoji biblioteka Vilniaus ir Alytaus regionuose pagal žinomumą – antra. Trečia lieka Vilniaus miesto savivaldybės centrinė biblioteka. Žemiau pateikta trumpa analizė parodo, kokį įvaizdį kuria šios minėtos bibliotekos ir kokios jų stipriosios pusės.

Tad galima pažymėti, kad VAVB atsiduria tarp šiuolaikinės, klasikinės, stiprius tiek vizualinius, tiek funkcinis pranašumus turinčios modernios bibliotekos ir gana pasenusiai atrodančios ir išskirtinių pranašumų neturinčios bibliotekos. Tai leidžia pamatyti kontekstą ir pagalvoti, kaip jame galėtų atrodyti VAVB.

Tad galima pažymėti, kad VAVB atsiduria tarp šiuolaikinės, klasikinės, stiprius tiek vizualinius, tiek funkcinis pranašumus turinčios modernios bibliotekos ir gana pasenusiai atrodančios ir išskirtinių pranašumų neturinčios bibliotekos. Tai leidžia pamatyti kontekstą ir pagalvoti, kaip jame galėtų atrodyti VAVB.

Pavadinimas	Ženkloroda – simbolika, spalvos	Stipriosios pusės
 <p>LIETUVOS NACIONALINĖ MARTYNO MAŽVYDO BIBLIOTEKA</p> <p>Lietuvos nacionalinė Martyno Mažvydo biblioteka (LNB)</p>	<p>LNB ženkloroda atspindi modernaus minimalizmo ir klasikos sąjungą. Tai byloja tiek pasirinkta simbolika, tiek spalvos – balta, pilka. Logotipas puikiai atspindi ir bibliotekos architektūrinę pusę, ir kelionės įspūdį (t. y. linijomis sukuriamą judėjimo į objektą perspektyvą).</p> <p>Logotipas neperkrautas detalių, įsimenamas ir lengvai nupiešiamas net nepatyrusia ranka.</p> <p>Logotipą papildo bibliotekos pavadinimo užrašas, parašytas paprastu, įskaitomu, prie logotipo derančiu (plonu, grakščiu ir minimalistiniu) šriftu.</p>	<p>1. Modernesnis požiūris į biblioteką – knygos nebeakcentuojamos kaip svarbiausia bibliotekos funkcija, labiau pabrėžiami susibūrimai, intelektualų diskusijos, renginiai – erdvė kūrybai ir įdomiems susitikimams, kur visi laukiami.</p> <p>Taip, atsiveriant įvairiems, netiesiogiai su biblioteka susijusiems renginiams ir kitiems organizatoriams (pavyzdžiui, „Virtuvės mitų griovėjams“, kurie ten šventė savo gimtadienį ir pan.), įgaunamas stiprus pranašumas ir galimybė stiprinti savo kaip erdvės įdomiems intelektualų susitikimams įvaizdį. Taip lankytojai bei kiti prekės ženklai tampa ambasadoriais, taip pat populiarinančiais šį prekės ženklą.</p> <p>2. Partnerystės su DELFI ir kita žiniasklaida rengiant įvairias akcijas.</p>
 <p>Vilniaus miesto savivaldybės centrinė biblioteka Central Library of Vilnius City Municipality</p>	<p>Šios bibliotekos logotipas, palyginti su LNB, yra jau pasenusio stiliaus – tai apeliuoja į bendrą visos bibliotekos įvaizdį. Logotipe naudojamas knygos simbolis, kuris nesimbolizuoja nieko daugiau, tačiau nėra lengvai įsimenamas ar atkartojamas.</p> <p>Logotipe yra daug klaidų, kurias reikėtų pastebėti ir jų nekartoti – ženklas apkrautas detalėmis, spalvomis, jame dominuoja skirtingi šriftai, teksto čia taip pat per daug, jis neįskaitomas. Tekstas, parašytas su šešėlio efektu, taip pat kelia asociacijų su pasenusia dizaino tendencija.</p>	<p>1. Bibliotekos lokacija aplink ją gyvenantiems ar dirbantiems žmonėms – daugiau pridėtinės vertės nei knygų / informacijos šaltinių, nei erdvės patrauklumo atžvilgiu nesiuo.</p>
<p>Vilniaus miesto savivaldybės centrinė biblioteka</p>		

4. Kaip formuoti išskirtinį prekės ženklą ir su juo susijusią komunikaciją?

4.1 A. Mickevičiaus asmenybė ir jos panaudojimas kuriant stiprų šiuolaikinį prekės ženklą

A. Mickevičius – labai įdomi asmenybė. Jo vardas simbolizuoja idėjas ir aspektus, aktualius ir šiandienos žmogui.

1. **Bendruomeniškumas ir pilietiškumas.** A. Mickevičius žinomas kaip politiškai aktyvus visuomenės veikėjas, siekiantis burti bendraminčius į grupes (pavyzdžiui, Filomatų draugijos įkūrimas) tam, kad būtų plėtojamos pažangios idėjos. Bendruomeniškumo siekimas ir plėtojimas buvo ryškus įvairiuose jo gyvenimo etapuose – gyvenant Lietuvoje, bendraujant su dekabristais Rusijoje ir pan.

A. Mickevičiaus figūra – tarsi tiltas tarp Lietuvos ir Lenkijos. Tačiau, užuot ginčijusis, kuriai šaliai ši asmenybė labiau atstovauja, A. Mickevičiaus vardą būtų galima paversti simboliu, reiškiančiu stipresnių ryšių puoselėjimą – tiek tarp Lietuvos ir Lenkijos, tiek tarp kitų šalių, bendruomenių, nuomonių, kultūrų, žmonių, ir įprasminti tai bibliotekos veikloje.

2. **Modernios idėjos.** Savo veikla A. Mickevičius siekė skleisti modernias gyvenamojo laikmečio idėjas. Nors jo kūryboje yra svarbūs istoriniai motyvai, tačiau savo akademinė ir bendruomeniška veikla A. Mickevičius siekia vesti tautą ir jos identiteto savivoką į priekį, kalbėti apie esamos situacijos gerinimo būdus, ypač daug dėmesio skiriant pažangaus jaunimo idėjai.
3. **Išraiškos ir asmens laisvė.** A. Mickevičius – romantizmo simbolis, nešantis asmens ir individualumo laisvės vėliavą. Tai pasireiškia tiek jo bendruomeniškoje, akademinėje veikloje, tiek kūryboje, bendraujant su įvairių šalių intelektualais. A. Mickevičiaus laisvės siekį įprasmina jo pasisakymai prieš baudžiąvą, caro vienvaldystę, kompromisų nepripažįstantis protestas prieš galingųjų savivalę.

4. **Nuolatinis ugdymasis.** A. Mickevičiaus akademinė veikla ir platus interesų ratas – nuo literatūros iki ekonomikos, nuo istorijos iki politikos – rodė jį esant žingeidžią, nuolat besimokančią asmenybę. A. Mickevičius – intelektualumo ir plačios pasaulėžiūros simbolis, savo pavyzdžiu skatinantis ir aplinkinius žmones tokiais būti.

Labai svarbu, kad šie A. Mickevičių įprasminantys simboliai taptų atspirties taškais kuriant stipresnį, išskirtinį ir geresnį VAVB prekės ženklą ir su juo susijusią patirtį. Jie ir taps toliau aprašomų ir siūlomų VAVB prekės ženklo kryptį pagrindu.

4.2 Svarbiausios Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos prekės ženklo kryptys

Tikslinė bibliotekos auditorija – dirbantys profesionalai, Vilniaus ir Alytaus regione gyvenantys 20–60 metų aukštą kvalifikaciją turintys specialistai, kuriems biblioteka – ne tik knygų paieškos, bet ir darbo ar socialinės veiklos erdvė.

Didelę bibliotekos lankytojų grupę sudaro moksleiviai, studentai, senjorai. Nors tai ne tikslinė bibliotekos auditorija, tačiau į ją reikėtų atsižvelgti, nes ji svarbi bibliotekos prekės ženklo formavimo procesams.

Ši apibrėžta VAVB auditorija – išranki. Ji turi iš ko rinktis – Vilniuje gausu ir laisvalaikio erdvių, ir informacijos šaltinių, jų alternatyvomis tampa įvairūs kultūros ir meno centrai, kitos bibliotekos, asmeniniam domėjimuisi ar darbui – kavinės ir kitos miesto erdvės ar net namai, kur visa informacija yra pasiekama per asmeninius kompiuterius. Tad unikalus prekės ženklas ir visa jo kuriama patirtis – vienas iš būdų kurti VAVB išskirtinumą, patraukti potencialaus lankytojo dėmesį ir skatinti esamų lankytojų lojalumą.

Respondentų atsakymai rodo, kad jie turi daug neigiamų asociacijų su biblioteka – tvarka čia atrodo pasenusi, neaiški, darbuotojai niūrūs, visas įvaizdis – taip pat nepatrauklus. Kaip matome iš rezultatų, daugeliui užteko vienos ar kelių blogų patirčių, kad nesilankytų bibliotekoje.

Esant tokiai situacijai, reikia išdrįsti *iš esmės pakeisti su prekės ženklu susijusią komunikaciją, kad bibliotekos įvaizdis ir lankytojo patirtis pagerėtų ar kad jie duotų bibliotekai antrą galimybę.*

Žemiau pateikiamos kryptys (A-I), kuriomis VAVB galėtų sekti, formuodama naują prekės ženklą, ir kurios apima bendrą bibliotekos įvaizdį, darbuotojus, internetinę ir fizines erdves, įvairias interakcijas su lankytoju.

A. Praeities ir ateities ženklai viename; spalvinga, energinga simbolika

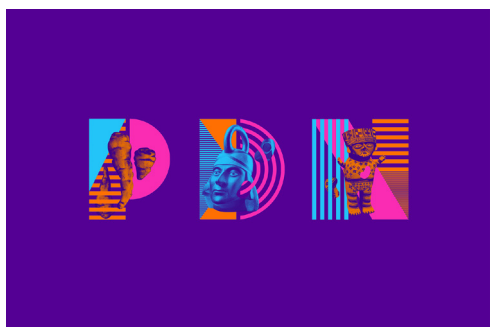
Biblioteka iš esmės yra siejama su klasika, subtilumu, rimtimi – tačiau taip nebūtinai turi būti. Kaip ir analizuota anksčiau, A. Mickevičiui buvo labai svarbūs istoriniai motyvai, tačiau kartu jis skleidė modernias idėjas, ypač pasitelkdamas energingą ir maištingą jaunimą. Tą patį galima būtų pritaikyti ir bibliotekos simbolikai – sujungti klasikinius, romantizmo elementus, tačiau juos parodyti naujai, drąsiai, energingai, jaunatviškai ir spalvingai. Toks įvaizdis visame bibliotekų ar kitų kultūros institucijų kontekste padėtų įgyti konkurencinį pranašumą.

A. Mickevičiaus žingeidumas ir nuolatinis ugdymasis gali tapti įkvėpimu bibliotekos ženklo darą grįsti žinių, įkvėpimo simboliais. Šiandien, kai visa informacija yra pasiekama internete, bibliotekos pirminis tikslas yra ne suteikti knygą, bet veikiau – įkvėpti, paskatinti domėtis, todėl visa vartotojo patirtis turi atlikti šią funkciją. VAVB ženklo daro tikslas – ne pavaizduoti knygą, bet *konceptualiai išreikšti žinias, įkvėpimą, veržlų visokeriopą domėjimąsi ir optimistinę energiją, kurių šie komponentai suteikia.*

Prekės ženklas turėtų būti ir minimalistinis, paprastas, neperkrautas detalių, tačiau kartu ir nebijantis aštrių, modernių elementų. Kultūros sričiai tai nėra itin būdinga, tačiau tai galima vertinti tik kaip privalumą ir įdomų sprendimą.

Toliau esantys pavyzdžiai atspindi energingų spalvų ir minimalių, įsimintinų formų, jų panaudojimo skirtinguose kontekstuose idėją, bet ne konkrečius simbolius, kuriuos reiktų naudoti.





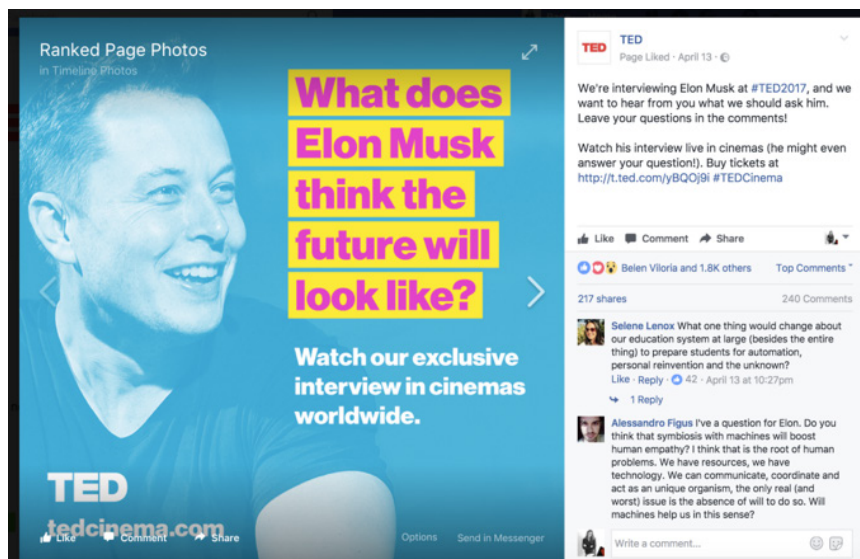
Ryškių, nestandartinių spalvų pasirinkimas ir sujungimas su romantizmo simbolika sukurtų visų vizualių komunikacijos priemonių – socialinės medijos, naujienlaiškių apipavidalinimo, tinklapio, bibliotekos erdvių, darbuotojų aprangos, lankytojų kortelių ir kitos atributikos – išskirtinį įvaizdį (kaip pateikta viršuje esančiame pavyzdyje).

Tai leistų kurti ne tik bendrą energingą, veržlią, modernios bibliotekos įvaizdį, bet ir leistų bibliotekai tapti įsimenamai ir labiau pastebimai naujienų, socialinių tinklų žinučių srautuose.





„TED2017“ vizualizacijos socialiniuose tinkluose.



Pavyzdžiui, „TED2017“ konferencija vietoj būdingos raudonos ir juodos spalvų 2017-aisiais pasirinko sukurti ryškesnį ir iki tol naudotų dizaino praktikų neatitinkantį identitetą. Komanda pateikė konferencijos pranešėjus ir kitą kertinę informaciją ryškiomis spalvomis, kurios atrodo ne įkyrios, o veikiau įdomios, sužadinančios smalsumą (žr. žemiau), ir taip sulaukė daugiau dėmesio socialinės medijos priemonėse. Panašiu būdu, naudodama savo logotipo ir kitas identiteto spalvas, biblioteka galėtų tapti išskirtinesnė ir pastebimesnė įvairių medijų kontekste.

B. Drąsus, neformalus tonas ir teigiama emocija

Bibliotekos (LNB, Vilniaus miesto savivaldybės centrinė biblioteka, VAVB ir kitos) renkasi atsargią ir neutralią komunikaciją – išlaiko rimtą ir konservatyvų toną, praneša tik neutralias, su biblioteka susijusias naujienas.

Tai tapo įprasta, bet nebūtinai sėkminga praktika.

The INSTANT CRITIC Collection

Teito Britanijos
muziejaus reklama

Your boss, your aunty, the vice-president of Paraguay. Whoever it may be, you're coming to Tate Britain with someone you want to impress. This Collection is designed to turn your visit into a glittering walk-through advertisement for your intelligence. First, a heads-up: don't say 'next to,' say 'juxtaposed with,' don't say 'lots of,' say 'multitude' and whatever you do, don't say 'nice,' say 'visionary.' After memorising these, lead your companion to the lesser known works as true genius always goes against the grain. On your way, nod at our attendants like you know them (they'll play along) and stop at Paul Nash's *Kinetic Feature*. Examine it so closely your nose hairs threaten to brush the canvas and then study it from so far away it becomes a blur. Move on, with hands clasped behind your back, to *Harvest Home* by John Linnell. Stand before it and say something like, 'It really displays his admiration for Turner, even if the technique and style are quite different.' Then read the painting's label and look unsurprised when it says exactly the same thing. Now glide off to the still-lives (the pictures of stuff on a table). These are perfect for referring to later in dinner party conversation when you can compare the dining table in front of you with say, the table in Edward Collier's *Still Life with a Volume of Wither's Emblemes*. Saunter on in meditative silence. When you spot Reynolds's *Lady Bampfylde* approach it as though being pulled in by some sort of tractor beam. Praise the remarkable artistry but also the model. Say, 'To remain so poised when Reynolds's pet macaw was running amok in the studio shows incredible self-discipline.' As the laughter subsides and before any tricky questions (you'll need to come to one of our specialist talks to handle those) suggest closing the tour with a trip to the café. They have a multitude of sandwiches juxtaposed with cakes and the scones are really visionary.

Create your own Collection
BP British Art Displays 1500 – 2008

Supported by BP 
Admission Free  Pimlico
www.tate.org.uk  Millbank Pier



VAVB gali tapti tokia, kuri siūlo drąsesnį, ne klasikinį, neformalų toną su savo lankytojais. Tai prisidėtų prie anksčiau aptartos veržlios, ryškios komunikacijos ir įprasminų A. Mickevičiaus, kaip modernias idėjas skleidžiančios figūros, įvaizdį. Drąsesnė, smalsumą ir apskritai intelektą stimuliuojanti komunikacija prisidėtų prie bendros intelektualų erdvės formavimo.

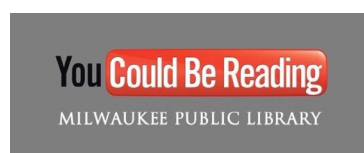
Kuriant tokią emociją, galima panaudoti Lietuvos prekės ženklų komunikacijos srityje ne taip plačiai paplitusią saviironiją.

Puikus jos pavyzdys – Teito Britanijos muziejus, kuris savo reklamose (žr. apačioje) panaudojo daug teksto ir taip, galima sakyti, ironiškai pašiepė savo kaip modernios, rimtos, net snobiškos vietos įvaizdį. Ši kampanija buvo sėkminga ir prisidėjo prie muziejaus, kaip nekonservatyvios, modernios erdvės, kur kiekvienas laukiamas, o dar svarbiau – kur kiekvienas intelektualiai provokuojamas, įvaizdžio.



Kitas panašus pavyzdys – „The Economist“ reklamos, kurios pasižymi paprastumu – naudojama tik spalva ir tekstas. Tačiau tai, ką jos sako, yra labai įdomu, kiekvienas užrašas ten išreiškia aštrią mintį, rodo aukštą intelekto lygį, išvengiant pagyrūniškumo. Tokia komunikacija įgauna daug formų – geros, aštrios citatos vėliau naudojamos atvirukuose, plakatuose, kurie kabinami biuruose ar net namuose. Taip naudotojas vėl tampa prekės ženklo ambasadoriumi.

Šiais pavyzdžiais norima parodyti, kad biblioteka turėtų rasti būdų, kaip skambėti įdomiau, šiuolaikiškiau, intelektualiai stimuliuoti skaitytoją, išvengiant nereikalingo formalumo. Tai gali būti padaroma ir minimaliais resursais. Puikus to pavyzdys – Milvokio bibliotekos reklamos (žr. žemiau):



Milvokio
bibliotekos
reklama



„The Economist“ reklamos, naudojamos skirtinguose kontekstuose



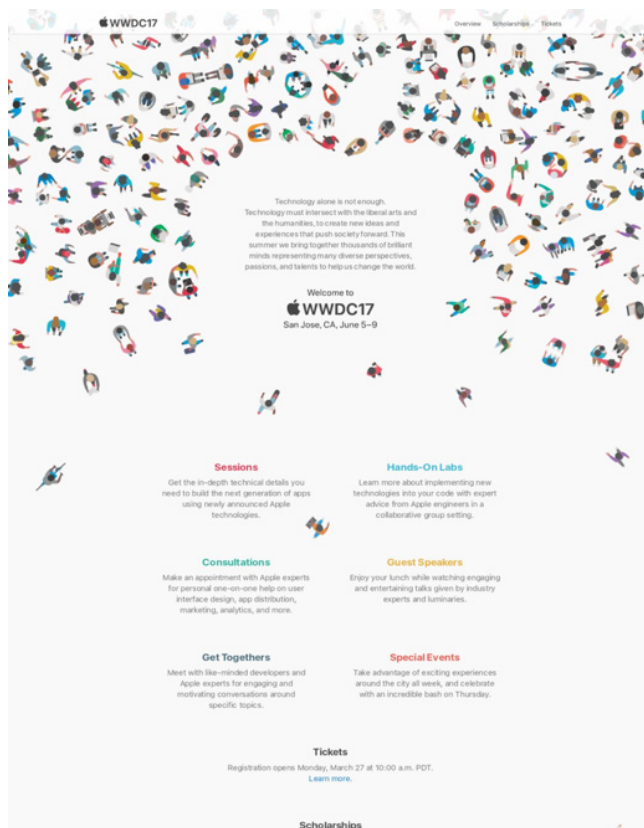
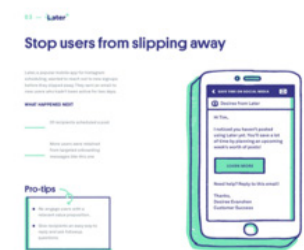
C. Virtualumas – naujieji bendruomeniški bibliotekos namai ir žinių šaltinis

Biblioteka – nebe tik fizinis pastatas, o knygų teikimas nėra stiprų konkurencinį pranašumą kuriantis bruožas. Bibliotekos, kaip ir visos šiandien egzistuojančios kompanijos, organizacijos ir žmonės, „apsigyvena“ internete, todėl jis tampa fizinei bibliotekos erdvei savo svarba prilygstančia vieta. Tai gali būti panaudojama įprasminant anksčiau aptartus A. Mickevičių simbolizuojančius aspektus – bendruomeniškumą ir nuolatinį žinių siekimą.

Biblioteka gali išplėsti savo informacinį lauką ir pati tapti žiniasklaidos priemone –

- rekomenduoti ar viešinti rekomenduojamus straipsnius iš kitų žiniatinklų, portalų; bendradarbiauti su žiniasklaidos priemonėmis ir siūlyti kurti savo rubrikas jose, skelbti vertingus jų straipsnius savo platformose;
- tapti atviru žiniatinkliu, į kurį atvirai gali rašyti bibliotekos lankytojai, – pavyzdžiui, lietuviškasis „Medium“ – sparčiai augantis ir milijonines auditorijas pasiekiantis atviras žiniatinklis, kuris žmones sužavėjo dizainu ir patogia vartotojo sąsaja, kokybišku turiniu ir galimybe straipsniu sekti dominančias temas. Į tinklapį „Medium“ rašo tokie autoriai kaip Billas ir Melinda Gatesai, Sheryl Sandberg ir kiti
- tapti diskusijų vieta (teksto arba vaizdo formatu), kurioje kalbama apie pasaulio ir Lietuvos aktualijas, o diskusijas moderuoja visuomenės veikėjai.

Tam, kad virtuali bibliotekos erdvė taptų įdomi ir lankytina, ji turi patraukti ne tik stipriu turiniu, bet ir dizainu, kuris taip pat gali pasižymėti žaismingesniais sprendimais, spalvingais elementais (žr. apačioje), tačiau svarbiausia – aiškia ir tikslia struktūra.



Galimo bibliotekos pradinio interneto puslapio dizaino pavyzdžiai

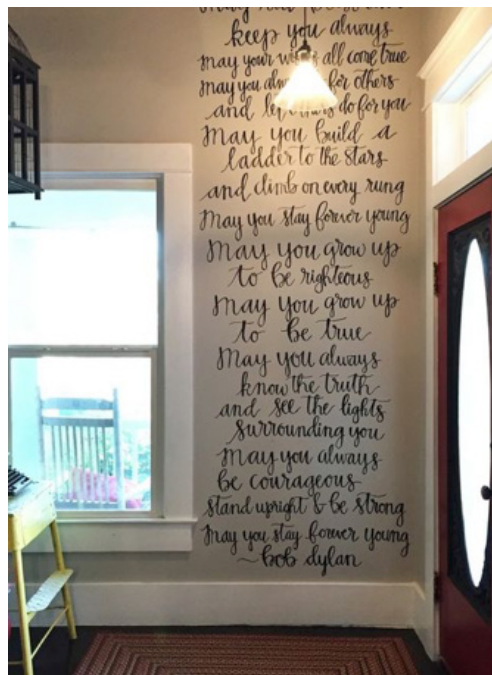
D. Dirigkliai ir interakcijos

Labai svarbu savo komunikacijos priemonėse sukurti interakcijų, kurios padėtų išgauti viruso efektą, – t. y. taptų pačių lankytojų ar skaitytojų platinamu turiniu. Tai pasiekama ne tik anksčiau aptartomis reklamomis, tonu ir žinutėmis, bet ir sukuriant įvairių interakcijų bibliotekos erdvėje.

Jeigu kuriamas spalvingas ir veržlus prekės ženklas, bibliotekos erdvėje galėtų atsirasti toks pat ryškus grafičio piešinys, kuriame būtų vaizduojamas A. Mickevičiaus gyvenimo fragmentas. Bibliotekos erdvėje gali atsirasti įvairių įkvepiančių, istorinių ar šmaikščių citatų ant sienų (žr. apačioje) ir kituose kontekstuose, šias citatas lankytojai taip pat galėtų papildyti savo užrašais ar mėgstamomis citatomis iš knygų ir, pavyzdžiui, nufotografuoti ir pasidalinti savo socialiniuose tinkluose.



Kūrybiški užrašai ant sienos





Netikėtos smulkmenos (pavyzdžiui, nemokama šilta arbata šaltą žiemos dieną, knygoje palikti skirtukai su šmaikščiais užrašais ar pakabintas hamakas, kuriame lankytojai galėtų paskaityti knygą (žr. apačioje) sukuria impulsyvų ir teigiamą įspūdį, kai lankytojai nori pasidalinti šia patirtimi savo draugų rate socialiniuose tinkluose ir apskritai grįžti į šią kūrybišką erdvę. Visos šios nebrangios, tačiau prisidedančios prie bendros pozityvios patirties priemonės leidžia sukurti modernios, draugiškos, veržlios ir bendruomeniškos erdvės įvaizdį.

Kūrybiškai įrengtos erdvės



E. Ypatingas dėmesys darbuotojams

Kad ir kiek investuojama į išorines komunikacijos priemones, modernų logotipą, gerą interneto svetainę ir kitas dažnai brangias priemones, svarbiausias prekės ženklo žinutės nešėjas yra darbuotojas, kuris visas prieš tai išvardintas pastangas gali nubraukti, nemaloniai aptarnaudamas lankytoją, grubiai atrašęs jam į žinutę ar aplinkiniams sakydamas, kaip jam nepatinka dirbti toje organizacijoje. Todėl ne tik svarbu, kad darbuotojas jaustųsi laimingas, bet ir žinotų, kokią žinutę ir prekės ženklo patirtį skleidžia biblioteka, – tam būtina gera vidinė komunikacija, darbuotojų nuolatinis informavimas apie organizacijos žinutę ir mokymas, kaip jie turėtų elgtis įvairiose situacijose. Tai – sistemingas darbas, nes darbuotojai – geriausi prekės ženklo ambasadoriai.

F. Aktyvesnė komunikacija per kitas Vilniaus ir Alytaus regiono bibliotekas

Neišnaudotas, tačiau labai svarbus komunikacijos kanalas – Vilniaus ir Alytaus regiono bibliotekos, kuriose taip pat veikia VAVB, organizuojanti renginius ir vykdanči kitas iniciatyvas. Ši komunikacijos kryptis šiuo metu efektyviai neišnaudojama.

Tam, kad VAVB vardas ir įvaizdis stiprėtų, reikia vykdyti dvikryptę komunikaciją, t. y. tiek iš VAVB pusės, tiek ir inicijuojant komunikaciją regionų bibliotekose. Visų pirma VAVB tinklapyje turėtų būti aiškesnė ir aktyvesnė skiltis, skirta visoms žinutėms apie regionų bibliotekas ir ten vykstančias iniciatyvas. Taip pat turėtų būti išnaudojami socialinės medijos kanalai, žiniasklaidos priemonės ir pati bibliotekos erdvė. Tinklapyje galėtų atsirasti atskira ir aktyvesnė skiltis „Renginiai aplink“, kurioje būtų skelbiama su regionų bibliotekomis susijusi informacija.

Analogiška komunikacija ir aukščiau A–E punktuose paminėtos prekės ženklo patirties formavimo kryptis turėtų būti pritaikoma ir regiono bibliotekose – pirmiausia centralizuotai kuriant vizualines priemones. Už tai turėtų būti atsakingas vienas dizaineris ar dizainerių komanda tam, kad bibliotekos prekės ženklas būtų vienodo stiliaus. Visose ir bendrai su kitomis priklausančiomis bibliotekomis, ir atskirai

kitomis priklausančiomis bibliotekomis, ir atskirai organizuojamose iniciatyvos priemonėse turėtų atsirasti VAVB logotipas ir priedas „Kartu su Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešąja biblioteka“.

Tam, kad regionų bibliotekos būtų labiau suinteresuotos kartu dirbti komunikacijos klausimais, VAVB galėtų vykdyti įvairias netradicines iniciatyvas auditorijos pritraukimo į regionus tikslu: bendradarbiauti su „Uber“, „Taxify“ ar „Citybee“ (kurie taip pat suinteresuoti pritraukti naujų auditorijų) pigesnės kelionės iniciatyvomis.

G. Bendradarbiavimas su įvairiais miesto prekės ženklais

Bendradarbiavimas su pavėžėjimo paslaugas teikiančiomis įmonėmis – ne vienintelė galimybė. Šiandien bibliotekai būtina išplėsti savo identiteto ribas ir pateikti save kaip plataus požiūrio ir paslaugų prekės ženklą. Tam būtina bendradarbiauti su prekės ženklais, kurie nebūtinai sietini su kultūros organizacijomis, tačiau susiję su keturiais aspektais, kuriuos aptarėme anksčiau, – bendruomeniškumu ir pilietiškumu, modernių idėjų, išraiškos ir asmens laisvės bei nuolatinio ugdymosi vertybėmis. Tai gali būti įvairios organizacijos, galerijos, lokacijos, verslai ar startuoliai, kurie simbolizuoja tas pačias keturias vertybes. Svarbiausia – kiekvienoje iš jų pamatyti ne konkuravimo, o partnerystės galimybes.

VAVB lokacija yra itin gera, aplink kuriasi modernūs verslai ir vietos, kuriose lankosi bibliotekos tikslinė auditorija. Tai kavinės, parkai, mokslo įstaigos ar net drabužių parduotuvės. Tam, kad VAVB išnaudotų savo strategiškai palankią vietą, galima rasti įvairių partnerystių sąlyčio taškų su aplink įsikūrusiomis įmonėmis – pavyzdžiui, šalia esančioje kavinėje įkurti bibliotekos kampą – jį moderniai ir spalvingai, pagal savo prekės ženklą apipavidalinti, pastatyti knygų lentyną, iš kurios lankytojai galėtų imti knygų ir skaityti gerdami kavą, ar kitaip įkurti jaunuolių skaitymo kampą (pavyzdžiui, pakabinti hamaką); kitaip išplėtoti bendradarbiavimą su kavine, pavyzdžiui, lankytojai su skaitytojo pažymėjimu galėtų gauti kavos su nuolaida (ir, žinoma, ją galėtų gerti ir bibliotekoje).

Tokios akcijos ir bendradarbiavimas su aplink esančiu ar kitas vertybes puoselėjančiu verslu padėtų ne tik garsinti

kitas vertybes puoselėjančiu verslu padėtų ne tik garsinti bibliotekos vardą, skatinti žmones lankytis bibliotekoje ir aplinkinėse erdvėse, bet ir pabrėžti svarbiausius prekės ženklo akcentus – bendruomeniškumą, modernumą, išraiškos ir asmens laisvę bei nuolatinį ugdymąsi.

H. VAVB – vieta bendruomenėms kurtis

Adomo Mickevičiaus bendruomeniškumas turėtų būti įprasminamas jo vardo biblioteką paverčiant vieta, kurioje įvairiai veiklai buriasi bendraminčių bendruomenės – hobių puoselėtojai, renginių iniciatoriai, diskusijų dalyviai. Kaip kalbėta anksčiau, knygų išdavimas nebėra pagrindinė įvaizdį formuojanti žinutė. Bibliotekai svarbu tapti erdve, kurioje skleidžiasi talentai, žingeidumas, bendruomeniškumas ir nuolatinis asmeninis tobulėjimas. VAVB, atverdama savo erdves susibūrimams ir komunikuodama atvirumą įvairioms bendruomenėms, sustiprintų savo bendruomeniškumo ir nuolatinio tobulėjimo, saviraiškos įvaizdį.

Šis motyvas gali būti išnaudojamas ir akcentuojant Lietuvos ir Lenkijos bendradarbiavimą. Biblioteka galėtų ypatingą dėmesį skirti iniciatyvoms, į kurias susiburia abiejų šalių bendruomenės, – kviesti svečių iš Lenkijos ar lenkų bendruomenių Lietuvoje, organizuoti įvairias dirbtuves, aktualias abiejų šalių bendruomenėms.

III DALIS

IŠVADOS

1. Kuriant prekės ženklą atspirties taškais turėtų tapti vertybės, kurias simbolizuoja pati A. Mickevičiaus asmenybė – bendruomeniškumas ir pilietiškumas, modernios idėjos, išraiškos ir asmens laisvė bei nuolatinis ugdymasis.
2. Drąsus, ryškus prekės ženklas – nebūdingas ir nematytas kitų bibliotekų kontekste. Būtent tai gali padėti sukurti išskirtinę ir prarastai arba potencialiai auditorijai patrauklią prekės ženklo patirtį – taip pagrįsti anksčiau minėtą A. Mickevičiaus asmenybės simboliką.
3. Biblioteka – ne tik fizinė erdvė. Reikia išnaudoti savo virtualią erdvę, ją paversti įkvepiančių žinių, naudingos informacijos (ne apie pačią biblioteką), keitimosi nuomonėmis ir bendruomeniškumo erdve.
4. Bendras prekės ženklas yra kuriamas visuose prekės ženklo interakcijos su lankytoju taškuose – nuo bibliotekos erdvės iki darbuotojų, nuo socialinių tinklų iki bibliotekų regionuose. Todėl už prekės ženklą atsakingi asmenys turi turėti informacinę prieigą ir sprendimų teisę visuose organizacijos taškuose, kuriuose susiduriama su lankytojais.

IV DALIS

Ž. BUDRYS, D. KARPOVIČ,

E. KAMINSKIS

2017 M.

INOVATYVIŲ PASLAUGŲ

BEI PRODUKTŲ, SKIRTŲ

BIBLIOTEKŲ VEIKLAI

TOBULINTI IR VARTOTOJAMS

PRITRAUKTI, DIEGIMO

REKOMENDACIJOS

IV DALIS

TURINYS

ĮVADAS	137
IŠ TEKSTO Į HIPERTEKSTĄ	137
BIBLIOTEKA KAIP PLATFORMA	138
MOKYMASIS: NUO INFORMACIJOS PRIE PRASMĖS	139
ANTREPRENERIS: NAUJAS PROFESIONALO APIBRĖŽIMAS	140
HOBIS: BŪDAS ANTREPRENERIUI GIMTI IR AUGTI	141
BIBLIOTEKA KAIP BENDRUOMENIŲ VIETA	142
BIBLIOTEKA KAIP ERDVĖ	142
BIBLIOTEKOS PERSONALAS	143
BIBLIOTEKA VISIEMS	144
MEDIJŲ ETIKA	144
BIBLIOTEKOS ĮVAIZDIS	145
IŠVADOS	147

IVADAS

Kiekybinis tyrimas atskleidė kaip tikslinė auditorija vertina dabartinę situaciją iš kasdienės perspektyvos tiek Vilniuje, tiek Alytaus apskrityje. Papildydamas kiekybinį tyrimą, kokybinis tyrimas aprašė santykį, kuriame yra tikslinė auditorija ir biblioteka. Keičiantis sociokultūrinei situacijai, kinta tiek paslaugų vartojimo specifika (supratimas, kas yra gerai, prabangu, adekvatu, teisinga), tiek individualus žmogaus savęs supratimas (norai, poreikiai, lūkesčiai, baimės, siekiai, vertybės). Norint išnaudoti turimą bibliotekos potencialą, reikia atliepti esamus kultūrinius pokyčius bei būsimas tendencijas.

Globalus šių dienų technokultūros pokytis, prasidėjęs su industrine revoliucija, išskirtinai palietė individo raidą informacinių technologijų pagalba. Kas yra laisvė, viešumas, edukacija, darbas, laisvalaikis, hobs - ribos buvo nubrėžtos iš naujo ir yra nuolat koreguojamos. Tai reiškia, jog kiekviena institucija nuo privačių verslų iki viešųjų institucijų turi atitinkamai prisitaikyti. Visa fizinė ir paslaugų infrastruktūra turi atliepti esamą situaciją ir susijusias tendencijas tiek turiniu, tiek forma. Prasmės klausimo kėlimas darbo vietoje, atsakingas vartojimas, kavos vietų išpopuliarėjimas darbui atlikti ir t.t. yra indikatyvūs reiškiniai, patvirtinantys poslinkius kultūroje. Globalėjančiame pasaulyje Lietuva nėra išimtis, ir todėl privalo reaguoti į šį pokytį. Tam, kad reakcija ir rezultatas būtų veiksmingi ir tvarūs turi būti identifikuotas konkrečios situacijos kontekstas. Todėl toliau yra svarbu holistiškai suprasti keturių esminių perspektyvų, lemiančių tolimesnę bibliotekos kaip viešosios įstaigos veiklos kryptį: tikslinės auditorijos poreikių, pagrindinių atsakomybių, infrastruktūros specifikos ir viešinimo(si) krypties bei galimybių.

Iš teksto į hipertekstą

Informacija niekada nebuvo stabili, ji sklido įvairiais formatais, populiariausias iš kurių iki šiol buvo knyga. Šiuolaikinė visuomenė dabar yra pereinamajame laikotarpyje, kai vis dar remiamasi spausdintiniu raštu ir skaitymu, tačiau kitos informacijos formos užima

vis didesnę dalį mūsų mokymosi ir komunikacijos praktikų. Net ir atsiradus spausdintinei knygai, raštas nebuvo vienintelis būdas informacijai cirkuliuoti: egzistavo paveikslai, nuotraukos, žodinis mokymas ir kt. žmogiškosios raiškos priemonės. Tačiau atsiradęs spausdintinis raštas ėmė grasinti pačios informacijos pertekliumi, atsirandančiu kartu su lengvai prieinamomis knygomis. Imta bijoti, kad skaitytojai nuolat ieškos naujų knygų, pernelyg nebesigilindami į jų turinį. Šios baimės iš dalies išsipildė, kai pakito pats informacijos priėmimo būdas: nepertraukiamą skaitymą pamažu pakeitė fragmentiškesnis skaitymas, kuris įgalino greitą atskirų dalių įsisavinimą, bet sumažino visumos supratimą ir neskatino gilintis į skaitomą turinį. Praktiškumas nugalėjo žinojimą.

Po Gutenbergo rašto (r)evoliucijos informacijos sklaidos formos darėsi vis įvairesnės. Reikėjo priimti naują idėją, kad mūsų civilizacija taps orientuota į vaizdus, o tai reiškė ir raštingumo griežtąją prasme mažėjimą. Raštingumo sąvoka jau apėmė daugiau nei vieną raštą, o veikiau gebėjimą įvaldyti visų medijų teikiamas galimybes. Kaip skelbė Marshallas McLuhanas, linijinį mąstymo būdą, pakitusį išradus spaudą, pamažu pakeitė globalesnis supratimo būdas, paremtas televizijos ar kitų elektroninių įtaisų medijuojamu vizualumu. Jei televizijos ekranas čia gali būti matomas kaip tobulas langas, pro kurį įvaizdžiais stebimas pasaulis, kompiuterio ekranas yra ideali knyga, kuri skaitoma vaizdais. Naujosios technologijos įgalino hipertekstinį pasaulio suvokimą. Kaip pažymi Walteris Ongas, technologijos yra dirbtinės, bet paradoksaliai, pats dirbtinumas žmonėms yra natūralus. Tad, tinkamai suprastos ir panaudotos, technologijos ne tik nenumenkina žmogiškumo, bet ir jį praturtina.

XXI amžiuje spartus išmaniųjų technologijų plitimas ir naujos medijos – interneto – prieinamumas sukūrė plačias informacijos (pa)naudojimo arba naudojimosi ja galimybes: išmanioji televizija, televizija internete, itin greita reikalingų straipsnių paieška, knygų skaitymas telefone ir t. t. Šis fenomenas pakeitė daugelio žmonių nusistovėjusį supratimą apie informaciją. Jos gausa ir efektyvus *prieinamumas kasdienybėje paskatino nemažą dalį visuomenės mąstyti, kad visa, ką informacija gali suteikti, yra įmanoma gauti per kasdien plačiai naudojamus įrenginius*: išgirsti Niujorko filharmonijos orkestro kūrinį per mobiliąją programėlę, sužinoti, kas yra

Afrikos samburų gentis, iš aukščiausiai esančių nuorodų „Google“ paieškoje, išsiaiškinti medicinos srities startuolio rinkos galimybes iš daugelio straipsnių „TechCrunch“ svetainėje ir t. t. Šis **greitas informacijos vartojimas leido žmonėms žinoti daugiau ir efektyviau**. Tačiau fenomeno ar situacijos supratimo dimensijos išvardintieji ir panašūs būdai nesuteikia. **Tikram suvokimui reikalingas gylis, kuris yra pasiekimas per tiesioginį ar kuo artimesnį patyrimą, ir naudojamos informacijos patikimumas**.

Jau Sokratas bijojo, kad skaitytojai priims rašytinį žodį negebėdami jo kritiškai analizuoti. Juk galima priimti informaciją per jau sukonstruotus apibrėžimus, o galima į visą informacijos srautą žvelgti iš kritinės perspektyvos, atsirenkant, kas svarbiausia. Sokratas buvo įsitikinęs, kad tam reikia mentoriaus ar mokytojo, kuris galėtų įspėti savo mokinius apie rašto pavojus ir mokyti juos, kaip atskirti informaciją nuo tikrojo žinojimo. Taigi, besitęsianti informacijos sklaidos istorija rodo, kad jau mūsų protėviai iš esmės kovojo su tomis pačiomis problemomis ir nerimavo dėl tų pačių dalykų. Jie taip pat patyrė sunkumų tvarkydamiesi su informacijos pertekliumi ir kontroliuodami informacijos srautą. Jiems taip pat buvo sunku sutelkti dėmesį į ilgesnius akademinis tekstus, o gebėjimas perprasti informacijos esmę buvo vienas iš pagrindinių tikslų per šimtmečius. Skaitmeninės terpės atsiradimas nepadarė lemiamos įtakos mūsų skaitymo ir informacijos vartojimo įpročiams, o veikiau išryškino, kas mums šiame procese svarbiausia.

Biblioteka kaip platforma

Su skaitymo įpročiais keitėsi ir pagrindinės žinių institucijos – bibliotekos – forma ir funkcija. Bibliotekos visada gaudavo išteklių, sistemindavo juos, saugodavo ir padarydavo prieinamus. Tačiau, pasikeitus informacijos šaltinių formoms, imta svarstyti, ką tai reiškia pačioms bibliotekoms ir kaip jos gali šį pokytį įsisąmoninti bei likti nuolat besikeičiančių medijų sistemų dalimi. Kodėl gi žmonės turėtų ateiti į biblioteką, kai galima gauti bet kokią reikiamą informaciją, bet kur ir bet kada? Ray’us Oldenburgas biblioteką vadina trečiąja vieta – būdama nei namai, nei darbas, bet universali ir prieinama vieta, ji suteikia galimybę žmonėms susitikti ir tiesiog būti.

Bibliotekos kaip žinių institucijos funkcija negali būti supaprastinta iki techninių įvairių formų informacijos teikimo paslaugų. Žinojimas yra daugiau nei technologijos ir jos teikiamų galimybių produktas. Biblioteka visada būdavo vieta, kur fiziškai susitinka informacinės ir socialinės infrastruktūros. Šiame kontekste išryškėja nauja bibliotekos kaip platformos metafora. Platforma – tai pagrindas, ant kurio kuriama nauja realybė: daiktai, technologijos ir procesai. Biblioteka gali tapti atvira platforma, skirta ne tik apčiuopiamiems rezultatams, bet ir žinojimui bei bendruomenei kurti. Platformos modelis nukreipia dėmesį ir misiją ne į išteklių priežiūrą, o į vertingų žmonių ir idėjų tinklų kūrimą, nes šie ištekliai sudaro tokią galimybę. Medijų gausos amžiuje bibliotekų žvilgsnis krypsta ne link išteklių, o link to, ką su jais gali sukurti žmonės.

Žmonės kooperuojasi, veikia kartu norėdami pasiekti bendrų tikslų. Ši savybė leidžia pasiekti daug geresnių rezultatų nei veikiant po vieną. Šiam veikimui reikalinga komunikacija, bendrų žinių akumuliacija. Informacijos perdavimas buvo ir tebėra itin svarbus žmonijos vystymuisi. Bibliotekos, nuo senų laikų kaupusios informaciją, šiuo metu **išgyvena transformacinius pokyčius, nes funkciškai pradeda konkuruoti su virtualiai beribėmis informacijos talpyklomis**. Deja, ribotas informacijos kiekis, kurį turi bibliotekos, negali nugalėti beribės debesijos. Todėl, norint atsakyti į bibliotekos identiteto ir jos paslaugų vartojimo klausimus, reikia žvelgti į situaciją iš kitokios nei kiekio ar grynos funkcijos perspektyvos. **Bibliotekos ribos turi tapti ne ribojančios, o įgalinančios**, kaip kiek kitame kontekste apie ribas kalba britų sociologas Basilis Bernsteinas.

Šis įgalinimas slepiasi už bibliotekos **galimybės dirbti su žmonėmis, o ne tiesiog būti vienu iš informacijos kanalų**. Kai bibliotekos yra vertinamos per jų informacijos pateikimo funkciją, vartotojų galvose jas lengvai nukonkuruoja kiti kanalai: „didžiąja dalimi bibliotekas pralenkia mano kompas“, tačiau kai į biblioteką žvelgiama visapusiškai – kaip į kokybiškas paslaugas, tarp kurių viena yra ir informacijos teikimas, teikiančią instituciją, vartotojų akyse vertinimas pasikeičia: „Vieta, kur tu gali rasti, na... visų pirmiausia tai literatūra; erdvė, kurioje esant reikalui galėtum padirbti; trečia, tai gal tokia na kaip ir pasibuvimo vieta“. Juntamas ir stiprus žmogiškasis faktorius: „Bibliotekininkė buvo mano geriausia draugė, nors jinai

buvo jau tikrai pagyvenusi moteris ir, žinau, eidavau aš pas ją... Aš tiek mokykloj informacijos negaudavau, kiek iš jos. Ir buvo įdomu ateiti, sėdėti. Jinai visas rekomendavo knygas.“

Todėl bibliotekai reikia pozicionuoti save ne kaip „Google“ alternatyvą, o kaip žmonių poreikius atliepančią viešą instituciją, kurioje žmonės gali gauti jiems reikalingas paslaugas.

Pavyzdžiui, atliktuose interviu ir apklausoje respondentai dažnai kalba apie laiko stygių ir poreikį greitai gauti informacijos. Greičiu biblioteka sunkiai gali konkuruoti su kitais interneto paieškos varikliais. Tačiau jie, skirtingai nuo bibliotekų, dažnai susiduria su vadinamąja filtro nesėkme (angl. *Filter failure*, Shirky, 2008), o biblioteka su savo paieškos varikliais ir kvalifikuotu personalu gali sumažinti nesėkmės tikimybę ir pozicionuotis kaip „filtro sėkmės“ vieta (angl. *Filter success*²). Todėl žmonės, kuriems trūksta laiko apsilankyti bibliotekose, gali būti pasiekiami skelbiant žinutę, kad ***biblioteka taupo užimtųjų laiką.***

Mokymasis: nuo informacijos prie prasmės

Apšvietos amžius išskėlė idėją, kad žmogui verta siekti ne tik dieviškojo pažinimo, bet ir savęs tobulinimo. Biblioteka čia gali tapti tai įgalinančia vieta, kviečiančia lankytojus lavintis ir dalintis tokiomis žiniomis bei įgūdžiais, kurie dėl savo materialaus pobūdžio negali būti lavinami internetu. Žmonės nori eiti į biblioteką ne vien knygos paskaityti ar filmo pažiūrėti, daug iš jų apskritai neturi jokio aiškaus tikslo. Jie tiesiog eina ten tam, kad pabūtų bendruomenės dalimi. Ateities biblioteka taip pat gali tapti vieta, kur galima praleisti valandų valandas darant tik vieną dalyką, pamirštant išorinį pasaulį su telefonais, elektroniniais laiškais ir tūkstančiais užduočių, kurias išsikeliame kiekvieną dieną.

Norint suprasti ne tik kokybiškos informacijos ir kokybiško jos patyrimo bendrą poreikį, reikia pažvelgti į bibliotekas iš viso žmogaus gyvenimo ciklo perspektyvos. Vaikui biblioteka dažnai yra pirmosios durys į kultūrą. Tai pirmasis savarankiškas santykis su kultūra, kai galima pačiam pasirinkti.

Šiame etape žmogus dažniausiai renkasi pagal tai, kas jam asmeniškai įdomu ar linksma. Moksleivio pasirinkimą lemia jo pagrindinė veikla – mokymasis. Būtent mokykla tuo metu vaidina svarbiausią vaidmenį jaunuolio gyvenime. Todėl ir biblioteka atsiranda dažniausiai iš privalomybės atlikti konkrečią užduotį ar paruošti pristatymą. Toks santykis intensyvėja studijuojant, kai biblioteka ir konspektai yra dvi vienintelės galimybės išlaikyti egzaminus ir tęsti studijas. Tokia situacija mokykloje, kolegijoje ir universitete dažnam palieka nemalonių atsiminimų, kurių kartoti nesinori. ***Taip atsiranda emocinė takoskyra tarp žmogaus ir bibliotekos, kuri neretai taip ir lieka netransformuota.*** Dirbantieji visą dieną praleidžia biuro erdvėje, o laisvai samdomi darbuotojai – įvairiose vietose, tokiose kaip „Caffeine Roasters“, „Huracan Coffee“ ir t. t. Jie reikalingos informacijos ieško internete, konferencijose ar per kolegas ir bibliotekas aplanko retai. Bedarbiai ir pensininkai yra linkę iš naujo atrasti biblioteką ir panašias institucijas, ieškodami prasmingos ar protinės veiklos palaikymo.

Šioje informacijos prieinamumo šviesoje, *galimybė mokytis internetu ir demokratizuos, ir sutrikdys pasaulinį mokymąsi (IFLA, 2016)*. Jau šiuo metu labai išpopuliarėjo e. mokymosi platformos. Nuotolinio mokymosi kursas turi ir daugelis universitetų, ir tam sukurtos specialios platformos, tokios kaip *coursera.org*, *edX.org* ar *Lynda.com* ir daug panašių. Norint laisvai mokytis šiose platformose užtenka tiesiog turėti interneto prieigą (kartais kai kurie kursai yra apmokestinti). E. mokymasis, nors ir lėtai pradėjęs skintis kelių rinkoje, pastaraisiais metais kasmet matuoja dešimtprocentinius augimo šuolius. Tikėtina, kad aukštasis mokslas susiskirstys į elitinį studijavimą institucijoje su aukščiausio lygio pedagoginiu personalu ir į visiems prieinamą e. mokymąsi. Be abejo, daugybė kompleksinių sprendimų egzistuos šalia, tačiau, mąstant apie šią tendenciją, bibliotekos gali įnešti netgi pedagoginių kompetencijų ar patirčių į savo erdves.

Erdvių, kuriose būtų patogu studijuoti internetu, kūrimas gali paskatinti žmones, studijuojančius internetu, naudotis bibliotekos paslaugomis. Taip biblioteka galėtų pritraukti gana pastovių lankytojų, kuriems yra reikalinga vieta mokytis. Čia kalbame ne tik apie studentus, bet ir apie dirbančius profesionalus, kurie studijuoja, kelia kvalifikaciją jau dirbdami.

2. Tyckoson, David, A. (2015) „Where Do We Go From Here?“ In Dove, John, G., Tyckoson, David, A.; Reimagining Reference in the 21st Century, Purdue University Press.

Visuomenės aktyvumas, hobių puoselėjimas ir mokymasis visą gyvenimą paveiks ir darbo santykius bei galimybes išlikti ekonomiškai aktyviems net ir vyresniame amžiuje. Kaip teigia IFLA, šiuolaikinės technologijos transformuos pasaulio informacijos ekonomiką. Čia biblioteka, tapdama šios naujosios ekonomikos puoselėtoja, gali pradėti konkuruoti dėl nansavimo dydžio ir šaltinių iš valstybės lėšų.

Pirmiausia biblioteka, tapdama antreprenerių, mokymosi visą gyvenimą, vyresnio amžiaus žmonių ekonominės veiklos vieta, gali kurti bendrąją pridėtinę vertę. Taip pat, išlaikydama senyvo amžiaus žmones aktyvius ir puoselėdama juos intelektualiai, psichologiškai ir netgi fiziškai, sukurti naudą valstybiniam sveikatos sektoriui, kai žmonės ilgiau išlieka sveiki ar nevartojančys vaistų.

Kaip teigia Goulding (2005, 357³): nors vartotojas, būdamas bibliotekoje su niekuo nekalba, bendruomeniškumo jausmas yra vis tiek stiprus, skatinantis jausmą, kad esi kažko dalis.“

Tyrimų duomenimis, individualios išlaidos sveikatos priežiūrai iki 60 metų didėja labai nežymiai, sulaukus 70 metų – padvigubėja, sulaukus 80 metų – išauga keturis kartus⁴. Todėl bibliotekos, kurdamos visas sąlygas tiek žmonių hobiams skleisti, tiek išlaikydamos ir motyvuodamos būti juos aktyviais visuomenės nariais, atneša didelę naudą Lietuvos valstybei.

Antrepreneris: naujas profesionalo apibrėžimas

Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos tikslinė auditorija, žvelgiant į žmogaus gyvenimo ciklą, yra dirbantieji ir laisvai samdomi darbuotojai. Tai kategorija individų, pasiekusių savo kūrybos ir produktyvumo viršūnę. Tačiau jų **veikimo būdas ir lūkesčiai yra priklausomi nuo konkrečios kultūros, kurioje jie tarpsta**. Kadais H. Fordas ir J. D. Rockefelleris sukūrė kompanijas remdamiesi efektyvios plėtros principu. Šis principas teigia: organizacijos sėkmei garantuoti reikia, kad darbuotojai atliktų konkrečius darbus, neperžengtų priskirtų funkcijų rėmų ir veiktų itin patikimoje bei prognozuojamoje aplinkoje.

Tokia veikimo logika nustatė darbininkų visuomenės pradžių ir vystymąsi, kartu priskirdama galią ir turtus tokio verslo pionieriams. Tačiau nuo 1965 m. iki šiandien investuoto turto grąža sumažėjo 75 procentais. Tokia situacija rodo **poreikį kitokio veikimo būdo, kurį dauguma organizacijų, remdamiesi P. Druckeriu, vadina antreprenerių visuomene**. Ji vis ryškiau ir aiškiau vystosi ne tik startuolių ekosistemoje, bet ir didelių korporacijų žmogiškųjų išteklių atrankos procesuose. **Esmiškai keičiantis darbo kultūrai, kinta ir reikalavimai darbuotojui bei apskritai darbo supratimas**. Šiandien JAV jau vienas iš trijų dirbančiųjų yra laisvai samdomas. Ir jų skaičius auga. Šis faktas iliustruoja mintį, kad suprasti profesionalus dabar ir artimoje ateityje – reiškia visavertiškai įsigilinti į tai, kas yra antrepreneris ir kokie jo poreikiai. Antrepreneris nėra tik startuolių įkūrėjas, turintis plačią ir įspūdingą viziją bei vertinamas didele suma pinigų, kaip dažnai apibrėžia įvairi spauda. Tai yra kitoks mąstymo ir veikimo būdas:

„Antreprenerystė yra veikimas, kuris susideda iš galimybių atradimo, įvertinimo ir išnaudojimo sukuriant naujus produktus, paslaugas ar atrandant būdus organizuoti rinkas, procesus ir medžiagas taip, kaip iki šiol nebuvo daroma“

(Venkataraman, 1997; Shane and Venkataraman, 2000)

Galimybių (per)vertinimas ir išnaudojimas yra visų šiuo metu vystomų projektų bei infrastruktūrų ašis. Taigi „Startup Highway“, „Vilnius TechPark“ ir t. t. koncentruojasi į tai, kaip kurti produktą ar paslaugą ir efektyviai įsilieti į rinką. Nekultivuojamas etapas iki produkto ar paslaugos. Kai žmogus tiesiog ieško ir gilinasi į tai, kas jam ar jai yra įdomu bei svarbu. Toks veikimo būdas yra aktyvus ir kryptingas atradimų identifikavimas. Ši terpė ir yra paieškos transformacija į konkrečią galimybę. **Kai hobis, kaip tikslinga veikla, virsta pašaukimu ir (arba) galimybės išnaudojimu. Tokia kultūra angažuoja mąstymo būdai, reikalaujančiam pripažinti aplinką kaip nepastovią ir nuolat kintančią**, prie kurios būtina prisitaikyti norint kurti naudingai bei tvariai. Tai reiškia pastoviai domėtis ir mokytis apie tai, kas vyksta aplinkoje ir konkrečioje srityje. Kitaip sakant, **esama darbo kultūra nebepripažįsta efektyvios plėtros principo ir skatina nuolatinio mokymosi veikimo būdą**. Būtent **šiame hobio kultūravimo kaip nuolatinio mokymosi kontekste VAVB gali maksimaliai įgalinti savo identitetą**.

3. Goulding, A. 2005. „A Community Forum: UK Public Libraries as Meeting Places“. In Librarianship in the Information Age: Proceedings from the 13th BOBCATSSS-Symposium, edited by M. Langeland, 349–358, Oslo.

4. Kanopienė, V., Mikulionienė, S. 2006. Gyventojų senėjimas ir jo iššūkiai sveikatos apsaugos sistemai

Hobis: būdas antreprenieriui gimti ir augti

Hobis dažnai yra suprantamas kaip tiesiog malonus laiko leidimas. Tačiau toks apibrėžimas yra per platus, nes neidentifikuoja svarbiausio elemento – pasiekimo pojūčio. Šis aspektas atskiria kitas veiklas nuo hobiaus, nes prie malonumo prijungia struktūrą ir organizuotumą. Toks laiko leidimas įspraudžia žmogų tarp betikslio ir atsitiktinio ir darbo aplinkos nustatyto būdų. Kaip savo knygoje „Hobbies: Leisure and the Culture of Work in America“ teigia S. M. Gelberis: „Hobiai yra kontradikcija: jie paima darbą ir paverčia jį laisvalaikiu ir paima laisvalaikį ir paverčia jį darbu. Kaip darbas hobis reikalauja specifinių žinių ir įgūdžių kurti poreikį atliepiantį produktą ar paslaugą (nors ir be tikslo parduoti). Kaip laisvalaikio hobiaus imamas laisvu noru, ir kad ir kaip žmonės sunkiai dirbtų prie jų, hobiaus puoselėtojų niekada nemotyvuoja pinigai.

„Hobiai peržengia ribinę žaidimo erdvę, bet dar nepasiekia darbo. Daugiau nei bet kuri kita pramogų rūšis, hobiai meta iššūkį sujungti darbo ir laisvalaikio polių“

(S. M. Gelber, Hobbies: Leisure and the Culture of Work in America, 1999)

America“ teigia S. M. Gelberis: „Hobiai yra kontradikcija: jie paima darbą ir paverčia jį laisvalaikiu ir paima laisvalaikį ir paverčia jį darbu. Kaip darbas hobis reikalauja specifinių žinių ir įgūdžių kurti poreikį atliepiantį produktą ar paslaugą (nors ir be tikslo parduoti). Kaip laisvalaikio hobiaus imamas laisvu noru, ir kad ir kaip žmonės sunkiai dirbtų prie jų, hobiaus puoselėtojų niekada nemotyvuoja pinigai.

„Hobiai peržengia ribinę žaidimo erdvę, bet dar nepasiekia darbo. Daugiau nei bet kuri kita pramogų rūšis, hobiai meta iššūkį sujungti darbo ir laisvalaikio polių“

(S. M. Gelber, Hobbies: Leisure and the Culture of Work in America, 1999)

Žmogus, turintis hobį, tobulinasi konkrečioje srityje aktyviai ir tikslingai. Šis tobulinimasis yra skirstomas į dvi rūšis: pasyvųjį (skaitymą ir pan.) ir aktyvųjį (krepšinio

žaidimą ir pan.). Tačiau svarbu atkreipti dėmesį į tai, kad pasyvusis hobis skirstytinas į du porūšius: bekryptį ir kryptingą. Pirmasis yra susijęs su veikla, kuri yra tiesiog įdomi ir neturi integralios ašies, pavyzdžiui: „Silva Rerum IV“ skaitymas, nes patinka skaityti knygas, tačiau nėra gilinamasi į konkretų knygą aptariamą informacijos lauką. O kryptingas hobis reikėtų skaityti „Silva Rerum IV“, nes knygoje pateikiamos detalės yra svarbios aiškinantis Vilniaus miesto istoriją. **VAVB vaidmuo yra atliepti abu pasyviojo hobiaus porūšius, tačiau koncentruotis į kryptingąjį, nes tai kurs informacijos gylį ir jos kokybę puoselėjančią aplinką.** Bekryptis pasyvusis hobis toje terpėje natūraliai ras sau vietą, nes kokybiškos informacijos poreikis išlieka tas pats.

Kalbant apie pačią informaciją, pabrėžtina, kad informaciją sudaro dvi esminės dalys: forma ir turinys. Forma yra informacijos vartojimo būdas, o turinys – tai, kas tuo būdu pateikiama. **Bibliotekai kuriant į kokybę orientuotą aplinką svarbu atkreipti dėmesį į abu aspektus, nes formos ir turinio tarpusavio sąryšingumas yra būtinas norint pasiekti informacijos gylį.** Todėl į profesionalus orientuota biblioteka negali turėti vien knygų ar kitokia forma pateiktos informacijos apie konkretų dalyką, ji turi rūpintis ir informacijos pateikimu tam, kad kokybinis informacijos aspektas būtų pranašesnis už tiesiog namų kompiuterį ar „Google“ paieškos rezultatus. Tik tokiu atveju hobiaus puoselėtojai iš tiesų pripažins šią bibliotekos aplinką. Pavyzdžiui, melomanas bus lojalus VAVB klientas, jei bibliotekoje esanti garso įranga ir muzikos įrašų pasirinkimas pranoks namų aplinką.

Taip pat svarbu pabrėžti, kaip yra kultivuojamas hobis, tam, kad bibliotekos infrastruktūra ir galimybės ne ribotų, o skatintų tokią veiklą. Pirmiausia hobiaus puoselėtojai filtruoja informaciją, atsirinkdami tai, kas naudinga. Toliau jie, pasitelkdami įvairias medijas, gilinasi į konkrečią temą (skaito knygą, žiūri vaizdo įrašus ir t. t.). Taip pat tai daro dalyvaudami diskusijose ir pokalbiuose – esant santykiui su žmogumi ar žmonėmis. Ir galiausiai atlieka susistemimą į konkretų dalyką (tekstą, skulptūrą, muziką ir t. t.). Visa tai vyksta nuolat ir nebūtinai tokia tvarka. **Norint pritraukti ir išlaikyti dabartinį bei ateities profesionalą, VAVB infrastruktūros erdvės turi būti tikslingai nukreiptos į minėtą hobiaus puoselėjimo veiklą.**

Taigi VAVB nustatytos tikslinės grupės – **profesionalų – veikimo būdas yra pasikeitęs.** Atsiranda kitaip

pasireiškiančių poreikių ir lūkesčių. Darbuotojų visuomenės transformavimas į antreprenierių visuomenę pakeitė pamatinį efektyvios plėtos principą į nuolatinį mokymąsi. Tai reiškia, kad **profesionalas dabar yra ne tikslus funkcijų atlikėjas, o kryptingas kūrėjas**. Dėl susiaurinto antreprenerystės apibrėžimo antreprenieriams skirtos erdvės dažniausiai koncentruojasi į veiklos galimybių vertinimą ir išnaudojimą (prototipavimas, testavimas, investicijų pritraukimas ir t. t.). Tačiau **pirminis šios kultūros formavimosi etapas -- (funkcinio) darbo ir laisvalaikio ribų išnykimas**. Jis žymi ankstesnį kritinį **antreprenierio identitetui momentą – hobio kultivavimą ir puoselėjimą**. Būtent **tokiai veiklai skirtos erdvės sukūrimas VAVB leistų maksimaliai įveiklinti savo identitetą ir iš esmės prisidėti kuriant naują profesionalo (darbe) kultūrą**.

Biblioteka kaip bendruomenių vieta

Šis pokytis atsispindi ir pačioje visuomenėje, kaip ji socializuojasi ir kaip keičiasi informacija, netgi kaip leidžia savyje gimti naujoms idėjoms, revoliucijoms ar pasireikšti demokratiniais judėjimams. Tarptautinės bibliotekų asociacijų ir institucijų federacijos tendencijų ataskaitos (angl. *International Federation of Library Associations and Institutions, toliau tekste – IFLA*) teigimu, viena iš sąryšingų tendencijų yra tai, kad hiperryšiais susietos bendruomenės klausys ir suteiks galią naujiems balsams ir grupėms. **Būtent atsižvelgdamos į šią tendenciją bibliotekos gali dar labiau kreipti savo paslaugas nuo knygų sandėliavimo į žmonių poreikių tenkinimą ir darbą su žmonėmis, jų įgalinimą**. Žmonės bibliotekoje gali ne tik atskleisti savo hobius, bet ir bendrauti bei bendradarbiauti bendrais tikslais. Lietuvoje nemažai yra kalbama apie reikalingą bendruomenių stiprinimą, kūrybišką vietokūrą, kuri atvertų kelius kūrybinėms partnerystėms, vietos verslumui ir leistų bendruomenėms įsitraukti į vietos kultūrinį gyvenimą, tačiau erdvių, skirtų įvairioms nuomonėms reikšti ir bendruomenėms pasireikšti, stinga arba jos yra kuriamos dirbtinai, atsietai nuo konteksto ir dėl to nesulaukia sėkmės. O vietos bibliotekos gali būti puikūs bendruomenės centrai. Pradedant bendruomenei skaudamomis temomis ir pačios bendruomenės sutelktumo klausimais, baigiant dalijimusi įvairių žmonių hobiais ar kitų bendruomenės narių mokymu.

Bibliotekose gali atsirasti erdvių keistis informacija ne tik tarp bibliotekos ir vartotojų, bet ir vien tik tarp vartotojų, kai numatytu laiku žmonės pristato savo hobius ar idėjas kitiems žmonėms, konsultuoja ekspertiniais klausimais. Savo ruožtu pati biblioteka turi taip pat stengtis auginti lyderius, kurie skatintų **naudingas ir apčiuopiamas, o ne tik formalias partnerystes su kitomis institucijomis**. Šiuo atveju ji galėtų tapti labiau matoma kitose tiesiogiai nesusijusiose sferose ar siejama su kitais prekės ženklais. Biblioteka, būdama vieta, kurioje skleidžiasi įvairiausias turinys, turi daugybę galimybių kooperuotis su plačiausiu spektru organizacijų. Reikia pabrėžti, kad biblioteka turėtų būti suvokiama ne kaip knygų talpykla, o kaip visa, apie ką kalba knygos ir kitos medijos, tad, formuodama savo veiklos turinį, biblioteka gali imtis pačios įvairiausios tematikos, pavyzdžiui: laisvalaikio pomėgių, sporto, sveikos gyvensenos temų. Bibliotekos ateitį turi formuoti patys lankytojai, nes biblioteka išgyvens tik tada, jei jos reikės bendruomenėms, kurioms ji tarnauja. Tam biblioteka turi rasti ryšį su vietos bendruomene, įkontekstindama vietos identitetą. Žmonės nori, kad biblioteka būtų tarp jų, tad biblioteka turi būti apsupta bendruomenės. Vietos biblioteka čia tampa pirminiu bendruomenės kontaktu su šiuo milžinišku archyvu, kur bendruomenė gali ne tik naudotis turiniu, bet ir jį kurti.

Biblioteka kaip erdvė

Tokie vartotojų veiklos ir erdvės galių pokyčiai turi atsispindėti ir pačioje bibliotekos erdvėje. Daugelis autorių pripažįsta, kad bibliotekos turėtų vis labiau kreipti dėmesį į savo vartotojus – žmones, – ir tai skatina. Esama įvairių žmonių, turinčių įvairių poreikių, todėl bibliotekoms taip pat reikia įvairių erdvių: tylių, gana privačių darbo vietų, triukšmingų bendradarbiavimo vietų, aktyvios veiklos vietų, informacinių ryšių technologijų (toliau – IRT) vietų, garso ir vaizdo patirčių vietų, kūrybos vietų, poilsio, kavos ir t. t. Kaip puikiai pažymi Lawsonas (2008⁵): „Sąveikos (angl. *connectedness*) prasme biblioteka nelabai kuo skiriasi nuo „Starbucks“ kavinės ar kai kuriais atvejais nuo viešojo parko.“ VAVB šiuo atveju turi unikalią galimybę išnaudoti savo vidinį kiemą, sukurti erdvę žmonėms būti, studijuoti, užkandžiauti ar tiesiog bendrauti. Kiemą galima būtų paversti skaityklos tęsinio šiltuoju metų laiku, kur bibliotekos lankytojai galėtų išsinešti knygų į kiemą.

5. Lawson, K. (2008) „Libraries as Hybrid Space“. In 36th Annual Conference of the Canadian Association for Information Science (CAIS) 31 (3–4): 275.

Oldenburgo (1989) žodžiais tariant, reikalinga trečioji vieta (angl. third place), kuri yra nei darbas, nei namai, kuri būtent egzistuoja kažkur per vidurį. Kitaip tariant, neutrali vieta, kurioje žmonės gali laisvai būti, mokytis ir socializuotis, kur jie yra padrašinami, o spontaniškumas remiamas⁶. Biblioteka turi tapti ne tiesiog gerai architektūriškai suplanuota erdve, bet ji turi kurti savitą emocinį ryšį su vartotojais „Kodėl mes teikiame pirmenybę vienam barui, restoranui ar teatrui, o ne kitam? Juk tai ne tik alus, maistas ar pasirodymas. Tai daug dažniau efemeriški dalykai, tokie kaip atmosfera, erdvė ir žmonės, kurie nulemia mūsų pasirinkimą“ (Colin, A. 2013⁷). Dažnai sėkmingai veikiančios bibliotekos turi įžymios ir lankytinos vietos statusą. Tai galima formuoti ir atsižvelgiant į patį pastatą kaip architektūrinio ir kultūrinio paveldo objektą. Biblioteka yra įsikūrusi XV–XVI a. statybose Zenkovičių-Tiškevičių rūmuose. Juose galima atrasti daug kultūrinio ir architektūrinio paveldo, kurį biblioteka tikrai turėtų išnaudoti norėdama pritraukti lankytojų.

Formuodama savo veiklos turinį ir rinkdamasi rinkodaros ir komunikacijos priemones, biblioteka būtinai turėtų atsižvelgti į savo ypatingą padėtį miesto plane: Trakų gatvė, kurioje įsikūrusi biblioteka, yra vartai į senąjį, akademinį ir naktinį Vilnių. Naudodamasi savo ypatinga padėtimi, biblioteka turi galimybę tapti patraukliu turizmo objektu. Adomo Mickevičiaus vardas taip pat turėtų būti išnaudotas. Kiekvienais metais į Lietuvą atvyksta 130 tūkstančių turistų iš Lenkijos, kurie įprastai labai domisi bendromis Lietuvos ir Lenkijos istorinėmis asmenybėmis. Biblioteka galėtų tapti žymia lankytina vieta, puoselėjančia šalių dialogą, kuris šiuo metu yra gana apleistas. Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešoji biblioteka galėtų skatinti bendradarbiavimą su kaimyninės šalies institucijomis, susijusiomis su Adomu Mickevičiumi, pavyzdžiui, Adomo Mickevičiaus universitetu Poznanėje ir pan.

Naujosios bibliotekos nebėra vien tik nepriklausomos institucijos ar pastatai, tai didesnių struktūrų dalys, sudarančios sąlygas komunikuoti, mokytis, puoselėti kultūrą ir taip praturtinančios visą vietovės ekosistemą. Kitaip tariant, biblioteka yra integruotų, viena kitą papildančių, nuolat besivystančių – architektūrinių,

technologinių, socialinių, epistemologinių ir etinių – infrastruktūrų tinklas. Čia biblioteka vaidina lemiamą tarpininkės vaidmenį, atverdama erdvę kūrybiškumui. Tai tarsi nuolatinė pasaulinė paroda, kurioje lankytojai gali nuolat patirti visus gyvenimo aspektus.

Bibliotekos personalas

Kvalifikuotas personalas yra neatsiejama bibliotekos dalis. Nors jo funkcijos ir darbo profilis su laiku kinta, būtent personalas ir padaro biblioteką biblioteka, tai yra sužmogina pastatą, skirtą informacijai perduoti, kuria *erdvę, kurioje vartotojai domisi, studijuoja, susitinka, atsipalaiduoja, gilina savo žinias ar bendrauja ir bendradarbiauja. Naujųjų bibliotekininkų tikslas būtent ir yra atliepti žmonių, o ne tik knygų poreikius.*

Žmonių poreikiai kinta ir jų yra begalybė, todėl bibliotekos turi nuolat domėtis visuomeninėmis tendencijomis ir pokyčiais kultūroje, tokiu atveju biblioteka galės patenkinti aktualiausius poreikius ar numatyti esminius visuomenės pokyčius, kurie turės didelę įtaką bibliotekos teikiamoms paslaugoms artimoje ar tolesnėje ateityje.

Bibliotekininko profesija, galima teigti, vis dar aktualėja. Ji tampa itin svarbi pastaruoju metu, kai atrodytų, kad bibliotekas gali lengvai nukonkuruoti kiti informacijos pateikimo šaltiniai ir kai prieigos prie informacijos nebesuvaldo nė viena iš grupių, net valstybės. Tokioje situacijoje bibliotekininko dėmesio centre atsideria poreikis padėti vartotojams padėti sau. Šis dėmesys sutelkiamas būtent į turinį, o ne į mediją ar informacijos perdavimo būdus⁸.

Žvelgiant tiek iš technologinės, tiek iš visuomeninės perspektyvos, pastaruoju metu įsigali naujos tendencijos, susijusios su informacija ir jos naudojimu. Kinta pačios visuomenės samprata apie tai, kas yra vertinama ir vertinga. Bibliotekos, suprasdamos šiuos globalius ir lokalius pokyčius, gali mėginti tiksliai atliepti savo vartotojų bei ir apskritai visuomenės poreikius. Nereikia pamiršti, kad biblioteka ir atsiranda tam, kad patenkintų žmonių poreikius: bibliotekininkas, norėdamas būti atviras ateičiai, turėtų: pirma, nepamiršti, kad pagrindinė

6. Baker, David (2013) „Beyond space: access is all – or is it?“ In Better Library and Learning Space: Projects, trends, ideas, edited by Les Watson. Facet Publishing.

7. Colin, Allan (2013) „Thinking inside the box“. In Better Library and Learning Space: Projects, trends, ideas, edited by Les Watson. Facet Publishing.

8. Feather, John (2011) „Redefining the librarian“. In Evans, Wendy, Baker, David.; Libraries and Society : Role, Responsibility and Future in an Age of Change.

priežastis, kodėl biblioteka egzistuoja, yra žmogiškosios paslaugos, skirtos žmonėms ir bendruomenėms; antra, pripažinti, kad būtent žinios ir supratimas, o ne duomenys ir informacija yra pagrindinis bibliotekų rūpestis⁹. Arba, kaip teigia W. A. Lizabeth:

„Bibliotekos, toldamos nuo tapimo knygų sandėliais, tampa gyvomis erdvėmis, kuriose žmonės susitinka ir bendradarbiauja su ekspertais, IRT ir su kitais bibliotekos vartotojais“¹⁰.

Taigi bibliotekos turi nujausti, kokios yra jų veiksmų ar paslaugų ribos, bet kartu suprasti, kad jos gali pranokti kitus informacijos teikimo kanalus, jei į savo veiklą neįžvelgs tiesmukai funkciškai ir būtent akcentuos savo kokybinius pranašumus prieš kiekybinę informacijos gausą.

Biblioteka visiems

Viena iš tokių tendencijų, pasak IFLA, yra tai, kad šiuolaikinės technologijos vieniems išplės, kitiems apribos prieigą prie informacijos. Bibliotekose būtent ir stengiamasi sumažinti atskirtį tarp grupių, kurioms informacija yra pasiekama arba ne. Nors bibliotekose buvo ir tebėra stengiamasi kurti sąlygas informaciniam raštingumui skatinti, naudotis naujausiomis technologijomis, tačiau šiuo metu aiškėja ir dar viena žmogiškoji dedamoji – ne visi žmonės nori naudotis naujosiomis technologijomis, tad pačios technologijos tik dalinai išsprendžia prieigos prie informacijos problemą. Kaip teigia Cooke ir Greenwood¹¹(2008), žmonės atsiduria užburtame rate: jeigu žmonės nevysto savo gebėjimų, jie ir negali pasinaudoti informacijos prieinamumu, tad, norint išvengti skaitmeninės stokos spąstų (angl. *digital poverty trap*), bibliotekos **turi padėti savo vartotojams peržengti psichologinius barjerus ir parodyti naudojimosi naujosiomis technologijomis reikantiškumą, kad būtų išvengta nenoro vystyti kompetencijas, reikalingas naudotis IRT.**

Žmonės pakliūva į šiuos spąstus nebūtinai tik dėl socialinių ar geografinių priežasčių, netgi išsivysčiusiose šalyse vis dar egzistuoja skaitmeninė atskirtis (angl. *digital divide*).

Nesinaudoti IRT savaime galbūt nebūtų blogai, tačiau nemokantiems jomis naudotis žmonėms dažnai yra apribojamos galimybės ką nors daryti ar atlikti, arba kokia nors paslauga tampa neadekvačiai brangi, pavyzdžiui, pervesti pinigus naudojantis elektronine bankininkyste yra daug pigiau, negu tai daryti banko skyriuje. Šis ir panašūs pavyzdžiai ragina ieškoti būdų, kaip žmonės, kurie nesinaudoja ar nenori naudotis IRT, paskatinti jomis naudotis reikalui esant, kad nebūtų kuriama skaitmeninė atskirtis, ypač ta, kuri varžo nesinaudojančiųjų galimybes atlikti vieną ar kitą veiksmą, gauti vieną ar kitą norimą paslaugą.

Taigi biblioteka **ne tik turi suteikti galimybių naudotis IRT, dar svarbiau yra tai, kad ji motyvuotų savo vartotojus tai daryti, siekdama parodyti šių technologijų aktualumą.** Tai apima ne tik patogių vietų su IRT prieiga kūrimą, bet ir raginimą (angl. *nudging*) nurodant IRT aktualumą savo vartotojams. Pavyzdžiui, tautose, kuriose yra ženkli emigracija, žmonės labiau linkę išmokti naudotis tokiomis komunikacijos priemonėmis kaip „Skype“, „Facetime“ ar panašiomis. Emigracijos problema yra svarbi ir Lietuvoje, todėl galima Lietuvos bibliotekose rengti kursus, parodančius nuotolinės komunikacijos naudojimosi galimybes.

Medijų etika

Dar viena su IRT susijusi problema, į kurią bibliotekos turėtų gilintis, yra privatumas ir duomenų apsauga. Duomenų kiekiai yra neribotai kaupiami, o duomenų apdorojimo metodai tampa vis pažangesni ir sudėtingesni, gebantys filtruoti ir rinkti informaciją apie IRT naudotojus vis lengviau ir pigiau. Turėdami beribę prieigą prie informacijos, žmonės turi būti supažindinti ir su **tamsiąja medijų prigimtimi. Todėl, kaip anksčiau minėta, bibliotekos turi mažinti skaitmeninę atskirtį, tiek suteikdamos sąlygas, tiek skatindamos žmones jomis naudotis demonstruojant pastarųjų aktualumą kiekvienu atveju, bet kartu turi stengtis ir pergaltoti tradicines**

9. Crawford, Walt, Gorman, Michael. (1995) Future Libraries: Dreams, Madness, & Reality. American Library Association; 1 edition.

10. Lizabeth A. Wilson, „Creating Sustainable Futures for Academic Libraries“. Journal of Library Administration 52, no. 1 (2012): 78–93, <http://dx.doi.org/10.1080/01930826.2012.630241>.

11. Cooke, L., ir Greenwood, H. (2008) „Cleaners don't need computers: bridging the digital divide in the workplace“. Aslib Proceedings: New Information Perspectives, 60 (2), 143–57.

savo informacinio raštingumo programas ir daugiau dėmesio skirti asmenų skaitmeninio įvaizdžio kūrimui – kaip pasiekti, kad kiekvienas individas jaustųsi saugus internete, o jo pateikiami duomenys nebūtų panaudoti prieš jį (Juchnevič, 2016¹²). Tad siūloma bibliotekoms vis labiau kreipti dėmesį į vartotojų supažindinimą su naujųjų technologijų teikiama nauda, bet ir neužmiršti pristatyti, kokie informacijos mainai įvyksta atliekant vieną ar kitą veiksmą, kokia informacija yra renkama apie IRT naudotoją pasitelkiant vieną ar kitą programą ar technologiją.

Taip pat kintant informacijos pateikimo būdams bibliotekoms labai svarbu supažindinti visuomenę su teisinėmis ir etinėmis šaltinių naudojimo galimybėmis ir įsipareigojimais. Lietuvos visuomenėje informacija, kurios forma nėra apčiuopiama, dažnai traktuojama kaip nepriskirtina prie intelektinės nuosavybės. ***Bibliotekos fondus vis labiau skaitmenizuojant, bibliotekų darbuotojai turi turėti daug kompetencijos intelektinės nuosavybės, autorių teisių, publikavimo internete klausimais.*** Visuomenė turėtų būti šviečiama šiais klausimais, norint didinti vartotojų atsakomybės jausmą naudojantis informacija ir skirtingų teisių apribojimų išmanymą naudojantis vienaip ar kitaip sukurta bei pasidalinta informacija.

Bibliotekos turėtų sekti naujienas, susijusias su publikacijų tvarka. Išmanyti atviros prieigos klausimus ir galimybes pasinaudoti vis augančiu skatinimu publikuoti mokslinius rezultatus auksinio kelio (angl. *gold open access*) principu. Šias prieigas derinant su profesionaliu personalu ir anksčiau minėtu „filtro sėkmės“ principu, žinių ir supratimo kategorijomis galima puikiai konkuruoti su duomenų ir informacijos alternatyvomis.

Bibliotekos įvaizdis

Biblioteka gali pasinaudoti ir savo pavadinimu, norėdama sukurti lankytinos vietos įvaizdį. Adomo Mickevičiaus asmenybė ir su juo sietinas romantizmas gali pritraukti tiek miesto svečius, tiek vietinius. Adomo Mickevičiaus kultūrinių pėdsakų yra gausu Vilniuje ir dažnas turistai aplanko su poetu susijusias Vilniaus vietas. Šis poetas yra itin patrauklus turistams iš Lenkijos, kurių kasmet Lietuvoje apsilanko apie 130 tūkstančių. Tad erdvės

turistams suformavimas, mito sukūrimas, įsitraukimas į lankytinas vietas gali sukurti žymios ir lankytinos vietos Vilniuje įvaizdį. Taip pat informacijos centro ar suvenyrinių prekių parduotuvės įsteigimas gali žymiai padidinti bibliotekos pajamas.

Savo įvaizdžio kūrimas yra neatsietina ir kitų bibliotekų komunikacijos dalis. Galbūt kai kurios iš jų neturi tokių gerų sąlygų to pasiekti kaip VAVB, tačiau galima paieškoti kitų būdų, kaip sukurti patrauklią vietą tiek miesto gyventojams, tiek svečiams, asocijuojant savo veiklą su tam tikrais vardais ir jų kūryba bei tos kūrybos turiniu. Pavyzdžiui, Alytaus Jurgio Kunčino viešoji biblioteka gali formuoti savo įvaizdį būtent per šį autorių, kalbėdama ne tik apie jo kūrybą, bet ir apie tos kūrybos turinį: žmonių santykius, tiek intymiu lygmeniu, tiek socialiniu. Pats Kunčinas mėgo stebėti gyvenimą, o jo kūriniai yra dialogiški. Tad Alytaus biblioteka galėtų tapti psichologų, antropologų ir kitų žmogiškųjų mokslų ekspertų ir jiems prijauciančiųjų vieta.

Plačiau bibliotekos įvaizdžio formavimo priemonės ir koncepcija remiantis tyrimu ir gairėmis yra pateikiama atskirame skyriuje.

12. Juchnevič, L. (2016) Šiuolaikiniai bibliotekos konceptai tinklaveikos visuomenėje: kontekstas ir požūriai, DOI: <http://dx.doi.org/10.15388/lm.2016.74.9920>

IŠVADOS

Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešoji biblioteka yra apibrėžta savo tikslinės auditorijos - dirbančių profesionalų. Keičiantis sociokultūrinei aplinkai ir techninėms galimybėms tai kas yra *dirbantys profesionalai* taip pat kinta. Darbas iš savo tradicinės formos vis labiau tampa pašaukimo klausimu - kai žmonės gauna pinigus kaip atlygį už veiksmą, kuris yra jiems/oms įdomus, vertingas, naudingas. Taip *dirbantys profesionalai* tampa *profesionalais iš pašaukimo* (antreneriais). Kadangi erdvių pritaikytų šiems antreneriams veikti yra sukurta nemažai, problema išlieka su antrenerystės pradžios kultivavimu, kitaip sakant galimybių sudarymo tikslingai puoselėti hobį/ius. Tokiems žmonėms bibliotekos erdvė yra tinkama, nes atliepia dvilypį poreikį: iš vienos pusės ieškoti, tirti ir taip burtis į konkrečią bendruomenę, iš kitos - atrasti konkrečią problemą ir gilintis į sprendimą individualiai. Todėl kaip individualiems profesionalams biblioteka jiems yra įdomi užėiti po darbo laisvalaikio, vietoj kavos vietų darbui, ieškant naujų patirčių, kitokios legalios informacijos. Tuo tarpu kaip besidomintiems bendruomenės nariams biblioteka suteikia galimybę išgirsti naudingą informaciją iš kitų profesionalų, ieškoti bendraminčių problemos sprendimui ar prisidėti prie kitų, suprasti kas vyksta platesnėje erdvėje nei individuali situacija. Taip bibliotekai natūraliai susiformuoja tikslas - hobijų - kaip antrenerystės pradžios - kultivavimas ir galimybių kurti bei burtis bendruomenėms suteikimas.

Tikslinė auditorija formuoja veiklos atsakomybes. Šiuo atveju kelios iš jų yra: kokybiškos literatūros ir informacijos atrinkimas, įrangos patirtims gilinti suteikimas, nuotolinės paslaugos skolintis, sužinoti, dalyvauti, tikslingos konferencijos apie pokyčius ir tendencijas, vidiniai mokymai apie kintančią bibliotekos kultūrą. Svarbiausia bibliotekos atsakomybė tampa kokybiškos (atrinktos, patikrintos, geresniu įrenginiu pateikiamos) informacijos suteikimas ir aktyvios bendruomenės kūrimas.

Atsakomybės pilnaverčiam įgyvendinimui yra būtina atitinkama infrastruktūra. Esminis jos bruožas yra erdvių įvairovė pritaikyta skirtingiems poreikiams - kaip

namai su įvairių funkcijų kambariais veikiančiais visą parą: informacijos atsirinkimas, gilinimasis į ją įvairiomis medijomis, pokalbiai ir diskusijos, darbo (pra) tęsimas nuotoliniu būdu ne bibliotekos erdvėje, galimybė laisvai kurti, mokymasis vietoje ir t.t.

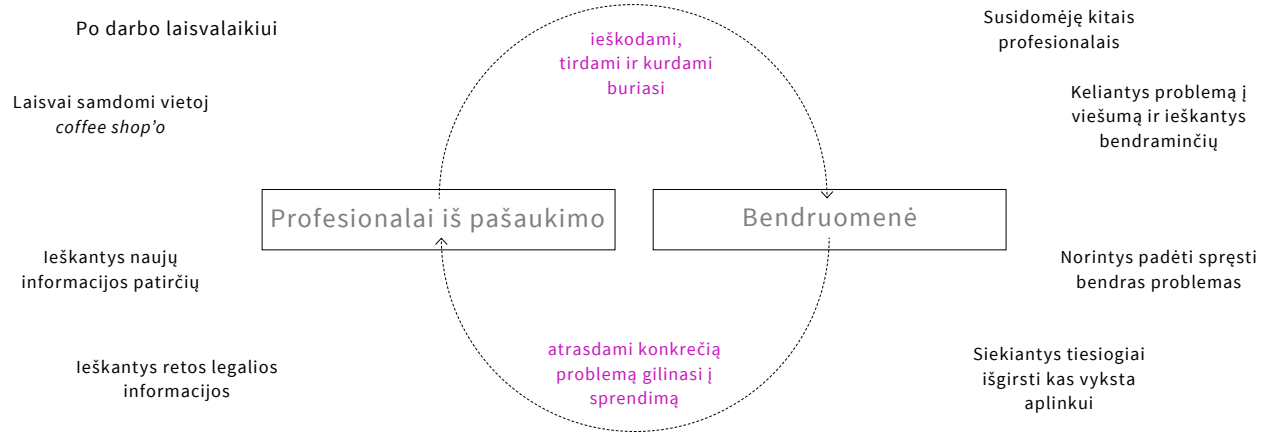
Vilniaus apskrities Adomo Mickevičiaus viešosios bibliotekos vienas pagrindinių iššūkių yra sukurti vientisą prekės ženklą puoselėjantį susijusias vertybes. Tai privalo būti daroma atliepiant tikslinės auditorijos - *profesionalų iš pašaukimo* (pradedančių antrenerių) - įpročius ir bruožus.

Trys pagrindinės ašys išlaikyti ir auginti ryšį su savo tiksline auditorija galėtų būti:

- prekės ženklui reikia kalbėti apie vertybes per A. Mickevičiaus asmenybę;
- kalbėjimo tonas privalo būti neformalus, ir svarbiausia drąsus bei teigiamas;
- žinučių turinys turi konceptualiai išreikšti žinias ir įkvėpti veržlų domėjimasi.

Tokia VAVB situacija suprantant tikslinės auditorijos pokytį, su ja susijusias atsakomybes, infrastruktūros specifiką ir viešinimo turinį apibrėžia pagrindinę veiklos kryptį - suteikti atradimams prasmę. Tai, ko kitos viešos erdvės tikslingai atlikti negali.

Tikslinė auditorija

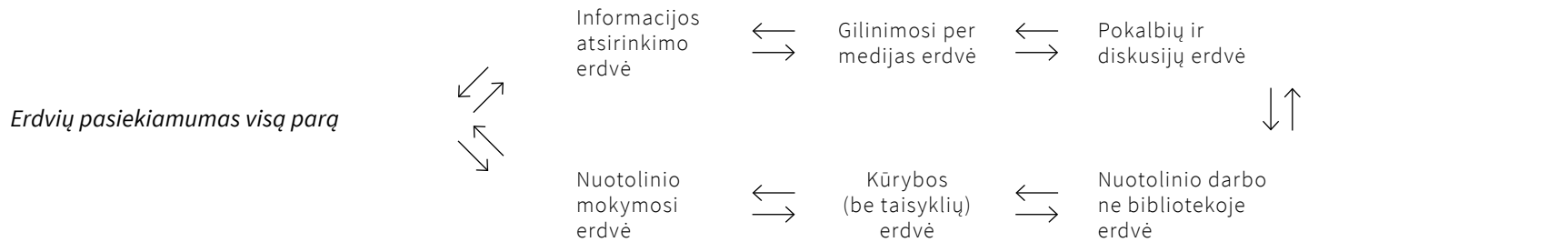


TIKSLAS:

Tiesioginė atsakomybė

Žmogiškos paslaugos žmonėms Mentorystė ir profesionalumas	Kokybiškos literatūros ir informacijos atrinkimas	Įrangos patirtims gilinti suteikimas	Nuotolinės paslaugos, leidžiančios mokintis, sužinoti ir dalyvauti	Konferencijos apie tendencijas ir pokyčius informacijos srityje	Vidiniai mokymai apie bibliotekos kultūros kūrimą ir tikslinės auditorijos temas
--	---	--------------------------------------	--	---	--

Infrastruktūra



Viešinimas

Tikslinės auditorijos įpročiai ir bruožai

Prekės ženklas A. Mickevičiaus asmenybė	Kalbėjimo tonas Neformalus, drąsus ir teigiamas	Žinučių turinys Konceptualiai išreikšti žinias, įkvėpti veržlų domėjimasi
--	--	--