



Курганская областная
универсальная научная
библиотека им. А. К. Югова

ЗАУРАЛЬЕ – ТЕРРИТОРИЯ ЧТЕНИЯ 2025

Материалы социологического исследования

Государственное бюджетное учреждение культуры
«Курганская областная универсальная научная
библиотека им. А. К. Югова»
город Курган, Курганская область

**Исследовательский проект
«Зауралье – территория чтения–2025: материалы
социологического исследования»**

Руководитель: Постовалов Игорь Владимирович,
директор ГБУК «Курганская областная универсальная
научная библиотека им. А. К. Югова»
город Курган, Курганская область

Авторский коллектив:
Жегулина Марина Александровна,
заведующий сектором библиотечного маркетинга
Курганская областная универсальная научная библиотека им. А. К. Югова
город Курган, Курганская область
;

Контактные телефоны: +7 (965)865-70-17
Электронная почта: kounb.mark@mail.ru

г. Курган
2026

Результаты исследования «Зауралье – территория чтения».

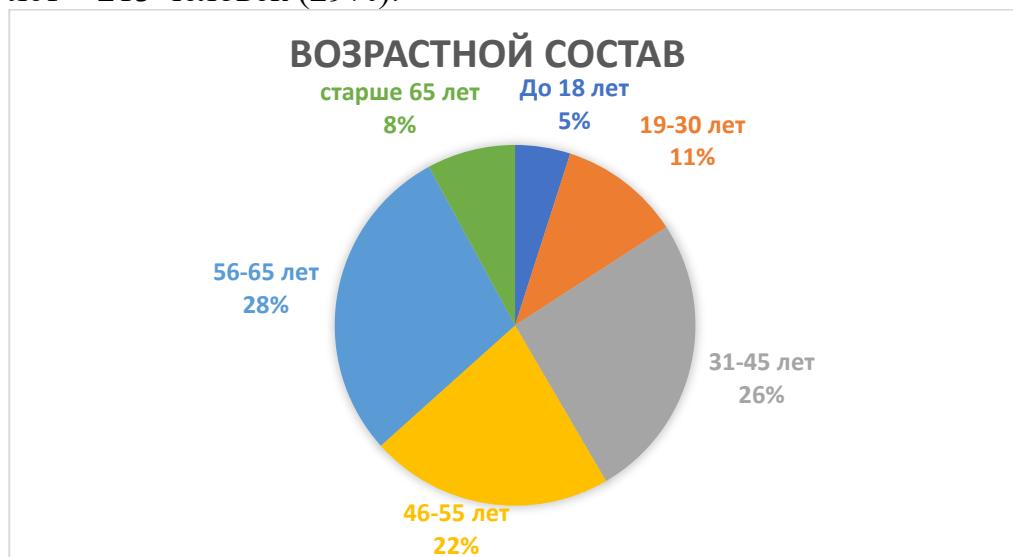
С сентября по декабрь 2025 г. Курганская областная универсальная научная библиотека им. А. К. провела исследование «Зауралье – территория чтения». Оно опиралось на материалы исследований, проведенных в 2006 и 2015 гг. Анкетирование проводилось на официальном сайте библиотеке. Для этого на базе сайта была специально разработана система опроса с возможностью глубокой аналитики специалистом отдела информационных технологий библиотеки.

Исследование было направлено на комплексную оценку изменений в читательских предпочтениях, степени удовлетворенности библиотеками по ассортименту и их роли в организации досуга. Особое внимание уделялось влиянию чтения на межличностные отношения в различных контекстах (семейном, профессиональном, учебном). Результаты анализа должны были послужить основой для определения перспективных направлений развития библиотечной деятельности в сфере продвижения чтения.

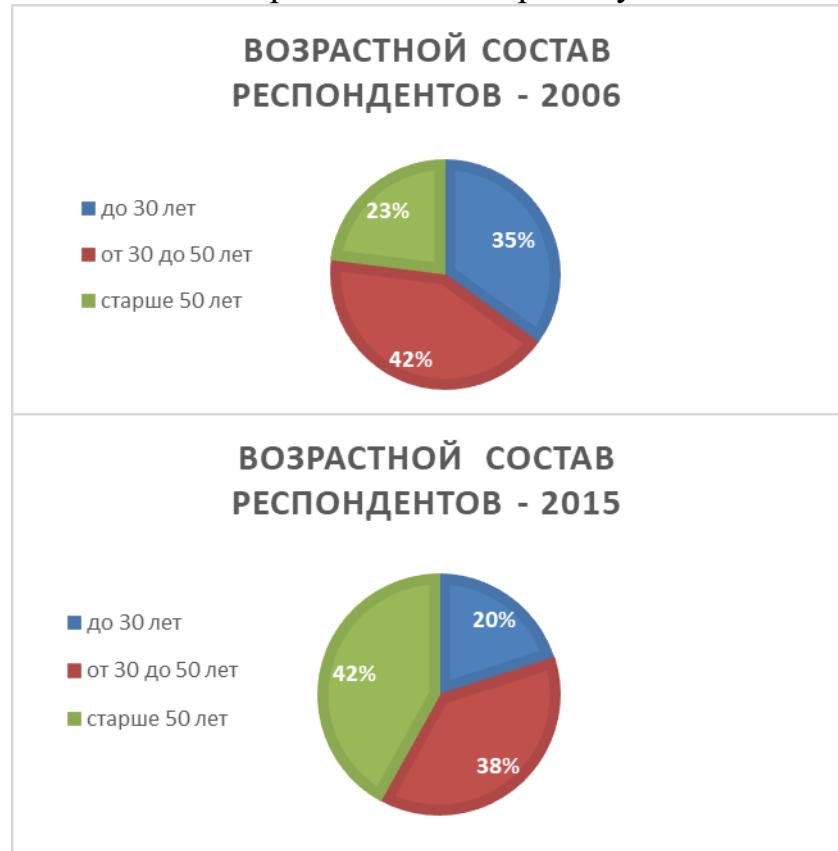
В 2025 году было опрошено 745 человек (в 2006 г. – 1000, 2015 - 2978). Анкеты для обработки поступили из 24 муниципальных округов Курганской области. Относительно небольшое количество респондентов связано с коротким сроком опроса.

Большинство из опрошенных – женщины (89%), мужчин всего 11%. Такое распределение респондентов показывает, что основными посетителями библиотеки являются женщины. Выводы о мужчинах-читателях на основе 11% выборки (около 82 человек) нельзя распространять на всё мужское население области. Их ответы стоит анализировать отдельно как мнение специфической группы мужчин, которые уже вовлечены в библиотечную среду.

Возрастной состав участников опроса разнообразен. Наименее представлены молодые люди до 18 лет 37 человек (5%) и старше 65 лет - 58 человек (8%), от 19 до 30 лет – 78 человек (11%). Самые большие группы в возрасте от 31 до 45 лет – 192 человека (26 %), от 46 до 55 лет – 22 %, от 55 до 65 лет – 213 человек (29%).



Возрастной состав респондентов сегодняшнего исследования отличается от состава респондентов предыдущих исследований.



Количество посетителей до 30 лет уменьшилось. Это говорит о том, что молодежь все реже пользуется услугами библиотек в их традиционном формате. Возможные причины этого:

- 1) Цифровизация информации: основные источники знаний и развлечений (книги, статьи, медиа) стали доступны онлайн.
- 2) Изменение моделей досуга: свободное время молодежи все больше занимают цифровые развлечения, социальные сети, стриминговые сервисы и онлайн-общение.
- 3) Функциональность пространства: традиционная библиотека может не восприниматься как комфортное и современное пространство для работы, учебы или встреч, уступая коворкингам, кафе и университетским площадкам.
- 4) Конкуренция со стороны других институтов: роль библиотек в предоставлении уникальных услуг (доступ к редким материалам, живое общение с экспертами, специализированные мероприятия) могла снизиться или быть неочевидной для молодой аудитории.

Однако данные также показывают важный тренд. Библиотека остается очень востребованной среди среднего и старшего поколения (возрастные группы от 31 до 65 лет составляют в сумме 77% посетителей). Это говорит о том, что библиотека успешно выполняет свою роль для этой аудитории, возможно, как центр информации, культурной жизни, общения и доступа к

материалам, с которыми эта группа привыкла работать в физическом формате.

По образованию состав респондентов следующий: со средне специальным и высшим образованием по 42% и 44% соответственно. Среднее образование у 7% респондентов, незаконченное высшее у 5%, с незаконченным среднем – 2% опрошенных.



Читателей с высшим образованием в 2025 году стало больше по сравнению с предыдущими исследованиями. Уменьшилось число читателей с образованием ниже среднего. Это показатель отражает сдвиг в читательской аудитории.

Основная категория участников в опросе – работающие (56%). К остальным категориям относятся школьники и студенты, пенсионеры, госслужащие, неработающие.

Таким образом, портрет современного читателя библиотеки – это женщина средних лет с высшим или средним специальным образованием, работающая.

Для такого читателя библиотека — это надежный источник качественной информации для профессионального развития, написания работ, углубления в хобби; пространство для интеллектуального труда. Кроме того, это культурная и социальная среда для встреч с единомышленниками, посещения лекций, презентаций книг (часто ориентированных на подготовленную аудиторию).

Лидирующее место в проведении свободного времени у респондентов занимает чтение книг (22%) от общего числа вариантов. В возрасте от 55 и старше это вариант выбрали больше 25% респондентов. Молодежь в возрасте до 18 лет предпочитает слушать музыку (15%). На втором месте от общего числа вариантов читатели выбирают занятие домашними делами (16%).

Как Вы обычно проводите свое свободное время? (Возможно несколько вариантов ответа) (ответили: 100%)			
Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Читаю (книги, газеты, журналы и пр.)	549	21.6%	
Смотрю телевизор	203	8.0%	
Смотрю фильмы, сериалы	277	10.9%	
Слушаю музыку	182	7.2%	
Играю в компьютерные игры	53	2.1%	
Использую Интернет (сижу в социальных сетях, смотрю ролики развлекательные, познавательные, образовательные)	251	9.9%	
Занимаюсь домашними делами	415	16.3%	
Хожу в гости, гуляю	194	7.6%	
Посещаю клуб, досуговый центр	88	3.5%	
Занимаюсь спортом	76	3.0%	
Занимаюсь хобби	170	6.7%	
У меня практически нет свободного времени	79	3.1%	
Затрудняюсь ответить	4	0.2%	

При ответе на вопрос, что для вас книга и чтение большинство респондентов выбрали вариант «Чтение – это отдых». Так считает 20% опрошенных. Книга - важная часть жизни, так считает 18% опрошенных. На третьем месте вариант «Книга - форма самообразования».

Среди молодежи до 18 лет преобладает вариант «Книга помогает в получении образования». При этом старшее поколение (от 55 лет и старше) считает, что без книг нельзя стать образованным человеком.

Подобные ответы были получены в исследованиях в 2006 и 2015 гг.

Исследование показывает устойчивость базовых ценностей на протяжении 20 лет. Это доказывает, что глубинные, экзистенциальные потребности, которые удовлетворяет чтение (отдых, саморазвитие, образование), остаются неизменными, даже если меняются форматы и каналы получения книг.

Молодежь воспринимает книгу инструментально – как помощник в учебе. Это прагматичный, внешне заданный мотив.

Старшее поколение воспринимает книгу культурно-ценностно – как неотъемлемую основу образованности. Это мотив, сформированный временем, где книга была главным источником системных знаний.

Среднее поколение (наиболее многочисленное в опросе) находится между этими полюсами. Для них книга совмещает отдых (20%), важность для жизни (18%) и самообразование. Это гибкая, комплексная модель пользования.

С одной стороны, аудитория сужается и «стареет» по возрасту, но растет в уровне образования. Библиотека становится центром качественного интеллектуального досуга и профессионального роста для сложившейся, требовательной публики.

С другой стороны, базовые причины, по которым люди читают, не меняются десятилетиями. Чтение как отдых, развитие и основа образованности — это константы.

Чаще всего для чтения респонденты выбирают книги. Это самый популярный вариант, его выбрали 61% опрошенных. С большим отрывом на втором месте Интернет-источники (27%). При этом интернет выбирает молодежь до 18 лет. Все остальные возрастные группы выбирают книги.



Наиболее популярными жанрами читатели назвали российскую классическую литературу, российскую современную литературу и историческую прозу. При этом читатели до 18 лет выбирают российскую классическую литературу, детективы, а также комиксы, манга и графические романы. Любовные романы как предпочтаемый жанр появляется в возрастной категории от 45 лет.

Разница в жанрах по возрастам — это не просто список, а карта литературной социализации и смены жизненных приоритетов.

До 18 лет чтение как «запрос» и «идентификация». Классика — это часто внешнее требование (школьная программа). Однако сам факт выбора говорит о её статусе. Детективы, комиксы, манга — это инструменты развлечения, социализации и формирования собственного мира в рамках молодёжных субкультур. Это выбор в пользу динамичного сюжета, визуальной культуры и жанрового разнообразия, которое предлагает цифровая среда.

Какую художественную литературу Вы читаете? (Возможно несколько вариантов ответа) (ответили: 100%)			
Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Российская классическая литература	381	15.6%	60%
Российская современная литература	312	12.8%	58%
Зарубежная современная литература	144	5.9%	58%
Зарубежная классическая литература	144	5.9%	58%
Фантастика	97	4.0%	58%
Фэнтези	105	4.3%	58%
Любовные романы	227	9.3%	58%
Детектив. Триллер	230	9.4%	58%
Исторические романы	248	10.2%	58%
Ужасы и мистика	59	2.4%	58%
Приключения	134	5.5%	58%
Поэзия и стихи	165	6.8%	58%
Фольклор	67	2.7%	58%
Юмор. Сатира	82	3.4%	58%
Комиксы, манга, графические романы, книги-квесты	43	1.8%	58%

От 45 лет чтение как «переживание» и «ностальгия». Появление любовных романов — яркий маркер. Это не просто жанр, это запрос на эмоциональное сопереживание, чувственную историю, «удобный» сюжет с предсказуемым хэппи-эндом. Он удовлетворяет потребность в психологической разгрузке и отдыхе, которая была названа главной.

Сравнение с результатами предыдущих исследований показывает не просто смену модных жанров, а глубокую трансформацию самой роли чтения и культурных иерархий.



Происходит смещение от «развлекательного блока» к «смысловому ядру». Если в 2006-2015 гг. доминирует универсальный развлекательный набор любовный роман + детектив, то в 2025 лидируют российская классика, современная проза и исторический роман. Это жанры, требующие

осмысления — своей идентичности, текущей реальности, исторического пути. Чтение становится инструментом понимания себя и общества.

Раньше жанры были более универсальны по возрастам. Теперь они четко сегментированы, что отражает разные жизненные запросы.

До 18 лет школьный канон (классика) + динамичные жанры (детектив) + новая визуальная культура (манга). Это поколение легко совмещает традиционное и цифровое, текст и изображение.

В 45+ лет запрос на эмоциональный комфорт и ностальгию. Выбор любовного романа — это потребность в предсказуемой, чувственной истории, дающей психологическую разгрузку и, возможно, связь с моделями молодости.

Раньше популярность определялась жанром (детектив, любовный роман), который мог быть как переводным, так и отечественным.

Сейчас в лидеры выходят российская классика и современная проза. Это свидетельствует о мощном запросе на самопознание через культуру, на художественное осмысление именно своей, близкой реальности и истории.

Признание комиксов и манги как популярных жанров у молодёжи в опросе 2025 года — это революция. Литературное поле легитимизирует визуальные нарративы, которые раньше считались субкультурными. Для нового поколения история — это единый поток, который может быть выражен и словом, и изображением.

Из нехудожественной литературы явных лидеров опроса нет. Предпочтение отдается таким жанрам, как хобби и досуг, биографии и мемуары, гуманитарное направление, путешествие и туризм, профессиональная литература.

Какую нехудожественную литературу Вы предпочитаете читать? (Возможно несколько вариантов ответа) (ответили: 100%)		
Вариант ответа	Количество	Процент
Красота, мода, этикет	146	8.8%
Эзотерика	58	3.5%
Гуманитарное направление (философия, филология, искусство и тп.)	173	10.5%
Политика, право и социальные науки	80	4.8%
Бизнес и экономика	27	1.6%
Военное дело. Спецслужбы	35	2.1%
Биографии. Мемуары	210	12.7%
Путешествия и туризм	172	10.4%
Прфессиональная литература	165	10.0%
Научно-популярные книги	158	9.5%
Хобби и досуг	261	15.8%
Здоровье и спорт	170	10.3%

Во всех возрастных группах распределение по жанрам не отличается от общего. При этом у женщин преобладает жанр хобби и досуг, а у мужчин гуманитарное направление и военное дело.

Предпочтения в нон-фикшн — это прямой срез реальных жизненных интересов и потребностей посетителей. Они идеально сочетаются с их

мотивацией («отдых» и «самообразование») и демографическим портретом (возраст 31-65 лет, высшее образование).

Хобби и досуг – это практическое воплощение «чтения как отдыха». Библиотека здесь – источник идей для творчества и заполнения свободного времени качественными активностями. Это прямая альтернатива пассивному цифровому потреблению.

Биографии и мемуары – это потребность в осмысленном опыте и историческом контексте. Для зрелого человека чтение о судьбах других – способ рефлексии над собственной жизнью, поиска образцов и уроков. Это «гуманитарное» и личностно ориентированное чтение.

Гуманитарное направление (история, философия, культурология) – это инструмент для понимания сложного мира. Люди с высшим образованием часто стремятся к системному знанию. Эти книги удовлетворяют потребность в глубоком самообразовании, выходящем за рамки профессиональной необходимости.

Путешествия и туризм – сочетает в себе мечту, планирование и познание. Это одновременно и практическое руководство к действию, и способ интеллектуального путешествия. Для основной аудитории библиотеки это ключевая тема для планирования досуга.

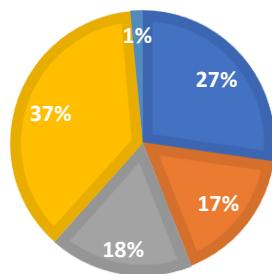
Профессиональная литература – подтверждает тренд на рост доли посетителей с высшим образованием. Библиотека для них – не только место отдыха, но и ресурс для поддержания профессиональной компетентности, переподготовки или углубления в смежные области.

Основным ориентиром при выборе книги для большинства читателей является аннотации книги (37%). На втором месте рекомендации друзей или семьи (27%). Социальные сети, блоги и подкасты пользуются меньшей популярностью.

При этом социальные сети и блоги популярны у группы читателей в возрасте до 30 лет.

КАК ВЫБИРАЕТЕ КНИГИ

- Рекомендации друзей/семьи
- Блоги, подкасты, ролики и рецензии в интернете
- Социальные сети
- По аннотации книги в книжном магазине или библиотеке
- Не читаю



Предпочтение аннотации (37%) и личных рекомендаций (27%) перед советами из соцсетей (в сумме это 64%) — это не просто статистика. Это ценностный выбор и маркер доверия.

Аннотация как «профессиональный фильтр». Это выбор в пользу экспертной, институциональной оценки, которая заложена в саму систему библиотечного или издательского дела. Читатель доверяет не алгоритму и не блогеру, а профессиональному (библиотекарю, редактору, критику), который составил этот текст. Это говорит о запросе на качественную предварительную селекцию информации.

Личные рекомендации («сарафанное радио») как «доверительный фильтр». Это выбор в пользу человеческого, проверенного опытом мнения из ближнего круга. Это антипод анонимным отзывам в сети. Такой выбор отражает потребность в значимом, разделенном культурном опыте и высокий уровень доверия к близким.

Почему соцсети проигрывают? Для ядра аудитории библиотеки (зрелые люди, ценящие глубину) рекомендации из соцсетей могут ассоциироваться с поверхностностью, коммерческим заказом, неразборчивостью и кликбейтом. Их авторитет в вопросах серьезного чтения невысок.

Примерное число книг, которые читают респонденты за месяц от 1 до 4. При этом от возраста это не зависит.

Это говорит о том, что чтение для постоянных посетителей библиотеки — это устойчивая, рутинная практика, интегрированная в образ жизни, а не просто хобби.

Это подтверждает роль книги в «отдыхе и досуге». 1-4 книги в месяц — это как раз регулярный, но не обременительный ритм для отдыха и саморазвития. Это не скорость книжного блогера, а комфортный темп для совмещения чтения с работой, семьей и другими делами. Это практика для себя, а не для галочки.

Несмотря на колossalные различия в выборе форматов (книга или интернет), жанров (классика или манга) и мотивов (отдых или учёба), интенсивность практики у них одинакова. И подросток, и пенсионер приходят в библиотеку с запросом на регулярное пополнение своего «читательского рациона».

Пользователь библиотеки — это не случайный посетитель, а «подписчик». Он рассчитывает, что библиотека сможет регулярно, раз в месяц или чаще, удовлетворять его спрос на новое чтение.

Чтение исторически было крепкой семейной традицией: ещё в 2005 и 2015 годах каждый второй опрошенный обсуждал прочитанное в кругу семьи. Однако к 2025 году эта доля сократилась до 30%, что говорит об ослаблении роли семьи как главного «книжного клуба». Тем не менее, семья вместе с друзьями по-прежнему формирует основную доверительную среду для обсуждения книг (53%). В исследовании 2025 года также, абсолютное большинство (53.2%) обсуждает прочитанное в неформальной, доверительной среде. Семья (29.9%) — это самый популярный вариант.

Обсуждения с супругом, родителями или детьми часто носят глубокий и личный характер.

Друзья (23.3%) — второй по значимости канал. С друзьями часто делятся впечатлениями, рекомендациями и спорят о сюжетах.

За последнее десятилетие значительно снизилась роль обсуждения книг в формальных коллективах. Если в 2015 году с коллегами по работе обсуждали прочитанное 32% респондентов, то в 2025 — лишь 19,7%.

Падение с 32% (2015) до 19.7% (2025) может быть связано с удалённой работой, ростом цифрового общения (где про книги говорят реже) или большей сегрегацией личного и профессионального.

Значительна доля «одиночных» читателей (15%). Каждый шестой-седьмой читатель ни с кем не обсуждает прочитанное. Для них чтение — сугубо интимный, личный процесс, либо у них просто нет сложившегося круга для таких бесед.

Обсуждение с единомышленниками в книжных клубах или онлайн-сообществах — это самый целенаправленный и глубокий формат, но им пользуется относительно небольшая, хотя и активная, часть аудитории.

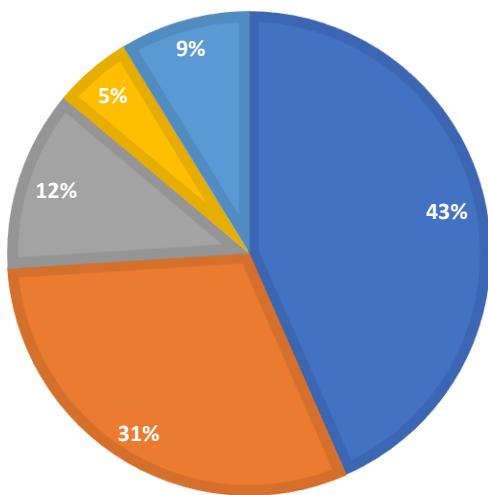
Ещё более резко сократилось обсуждение в учебных группах (с 7% до 2.5%). Учебные/студенческие коллективы — наименее активны (2.5%). Это может говорить о том, что вне учебной программы молодёжь предпочитает обсуждать книги в более неформальных кругах (друзья, семья) или в интернете.

Таким образом, основная модель обсуждения — горизонтальная и неформальная. Люди в первую очередь делятся впечатлениями от книг с теми, с кем их связывают близкие личные отношения (семья, друзья), а также с теми, с кем проводят много времени (коллеги). Чтение для многих остаётся социальной активностью, но способы этой социализации меняются: традиционные форматы (учеба) уступают место неформальному общению и специализированным сообществам в интернете. При этом сохраняется значительная прослойка читателей, для которых этот процесс глубоко приватный.

Данные 2025 года кардинально меняют картину, наблюдавшуюся десятилетием ранее. Если в 2015 году исследование фиксировало спад посещаемости библиотек (в 2015 году доля активных посетителей сократилась с 72.6% до 51%, а число тех, кто их не посещает, выросло с 3% до 17%), то сегодня мы видим результат их масштабной перезагрузки.

ПРОДАЖИ

■ Несколько раз в неделю ■ 1-2 раза в месяц ■ 3-4 раза в год ■ 1 раз в год и реже. ■ Не посещаю



Из анализа анкет следует, что в 2015 году 58% (2006 г. – 70%) опрошенных респондентов предпочитают брать книги в библиотеке, причём почти в 3 раза увеличилось число пользователей электронных библиотек. В 2025 году библиотека остаётся абсолютным лидером по точке доступа к книгам. 39.7% всех источников получения литературы приходятся на библиотеки города и села. Это подтверждает, что для ядра своей аудитории библиотеки — важнейший и незаменимый ресурс.

Однако прямое сравнение с 58% в 2015 году показывает не падение, а изменение методологии вопроса. В 2025 вопрос был множественный («возможно несколько вариантов ответа»), что отражает реальное, гибридное поведение современного читателя. Один человек может брать книги и в библиотеке, и покупать, и скачивать. Поэтому 39.7% — это не доля людей, а доля упоминаний этого канала среди всех используемых. Это более точный и современный показатель.

Библиотеки совершили успешную трансформацию, вернув и преумножив свою аудиторию: сегодня 74% респондентов посещают их не реже раза в месяц. Каждый второй активный пользователь (43.4%) бывает в библиотеке несколько раз в неделю, что говорит о её новой роли — публичного центра для работы, учёбы и культурного досуга. Доля тех, кто совсем не посещает библиотеки, сократилась более чем вдвое (с 17% до 8.7%), что свидетельствует об эффективности программ по привлечению новой аудитории через мероприятия, клубы по интересам и модернизацию услуг.

Как часто Вы бываете в библиотеке? (ответили: 100%)			
Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Несколько раз в неделю	323	43.4%	
1-2 раза в месяц	228	30.6%	
3-4 раза в год	90	12.1%	
1 раз в год и реже.	39	5.2%	
Не посещаю	65	8.7%	

Высокий процент посещающих несколько раз в неделю (43.4%) говорит о том, что люди ходят туда не только за книгами. Это место для работы, учебы, встреч. Удобные пространства, тишина — это новый востребованный ресурс. Цифры 2025 года — это прямое свидетельство того, что библиотеки не просто адаптировались к новым реалиям, а нашли в них свою уникальную и востребованную нишу.

Основные причины посещения библиотеки, согласно опросу.

За книгой (51.4%) — главная и традиционная функция. Библиотека остается важным источником физических книг (учебников, художественной литературы, специализированных изданий) для более половины посетителей. Это ядро ее деятельности.

На мероприятия (40.5%) — вторая по значимости и динамично растущая функция. Библиотека трансформируется в культурный и образовательный центр. Сюда приходят на лекции, мастер-классы, встречи с авторами, кинопоказы, детские кружки и т.д. Это показывает, как библиотеки адаптируются к потребностям общества, становясь площадкой для общения и досуга.

Не хожу (4.5%) — Сравнительно небольшая, но значимая группа.

Таким образом, библиотека успешно совмещает традиционную роль (хранилище и выдачу книг) с современной (коммуникационная и событийная площадка).

Почти каждый второй посетитель приходит именно на событие, что кардинально меняет представление о библиотеке как о тихом месте только для чтения.

Суммарно более 90% опрошенных (те, кто приходит за книгой или на мероприятия) видят в библиотеке полезный и актуальный институт.

Таким образом, люди приходят в библиотеку сегодня не только за информацией (книгой), но и за живым общением, новыми знаниями в интерактивной форме и культурным досугом. Библиотека становится многофункциональным общественным пространством.

Анализ показывает, что современный посетитель ждет от библиотеки не пассивного получения информации, а активного участия, общения и разнообразного, в том числе развлекательного, досуга. Библиотека успешно превращается в гибкую платформу.

Аудитория видит в библиотеке центр живого общения и интерактивного досуга. Лидируют не пассивные, а вовлекающие форматы, требующие активного участия посетителя.

Наиболее популярных категорий мероприятий:

- 1) Встречи с интересными людьми (16.3%). Читатель хочет персонализированного контакта, истории из первых уст и возможности задать вопрос. Это запрос на авторитетное мнение и личный опыт, а не на сухую информацию.
- 2) Интерактивный досуг (квесты, квизы, мастер-классы) (13.6%). Библиотека воспринимается как площадка для развлечения с интеллектуальной или творческой составляющей. Важны игровые механики, соревновательность и практический результат (сделанная своими руками вещь).
- 3) Литературные вечера (11.8%), выставки (11.2%), клубы по интересам (10.8%). Выявлен запрос на глубину и регулярность. Аудитории интересно не только разовое событие, но и углубленное обсуждение тем (литвеча), визуальное искусство и экспозиция, постоянное сообщество и хобби (клубы и кружки).

Абсолютное большинство видит в библиотеке не архив, а активную общественную точку притяжения. Этот образ складывается из трех равнозначных ролей.

Культурный центр местности (24.9%) — ядро нового позиционирования. Библиотека воспринимается как главная площадка локальной культурной жизни, организующая события и предоставляющая пространство.

Центр общения (17.6%) — библиотека выполняет важную социальную функцию, создавая среду для нетворкинга, дискуссий и формирования сообществ.

Место интересного времяпровождения (14.8%) — критически важный сдвиг: библиотека ассоциируется с досугом и позитивными эмоциями, а не только с обязательной учебой.

Параллельно с новыми ролями сохраняется уважение к классическим функциям.

Информационный центр (13.8%) — остается важной гарантией доступа к проверенным данным и медиа в эпоху цифрового шума.

Хранитель культурного наследия (9.7%) — библиотеке доверяют миссию сохранения памяти и культуры, что добавляет ей глубины и авторитета.

Учебный и научный центр (5.4%) — хотя эта роль менее выражена, она остается важной для конкретной аудитории (студенты, исследователи).

На основе данных опроса о судьбе книги в цифровую эпоху складывается четкая картина. Около 80% респондентов выражают твердую веру в непреходящую ценность книги. Они разделяются на две ключевые группы: 40% видят в книге вечный социально-культурный институт, основу образования и идентичности, а 39% ценят её как незаменимый источник эстетического удовольствия, глубоких эмоций и того особого погружения, которое даёт только бумажный носитель. Этот мощный культурный

консерватизм служит фундаментом общественной поддержки и легитимизирует существование библиотек как физических пространств.

Противоположный взгляд, разделяемый примерно 17% опрошенных, заключается в уверенности, что цифровые технологии если не полностью вытеснят, то значительно оттеснят традиционную книгу. Часть из них (7%) полагает, что библиотечные фонды превратятся в музеи архаичных артефактов, а остальные ожидают их вытеснения более эффективными цифровыми источниками информации.

Для стратегии современной библиотеки эти данные означают необходимость гибридного подхода. С одной стороны, она должна опираться на запрос большинства, культивируя и представляя книгу как высочайшую культурную и эстетическую ценность через качественные фонды, выставки и литературные мероприятия. С другой — развивать цифровые сервисы и, что ещё важнее, позиционировать себя как центр живого общения, творчества и событийного досуга. Это позволит оставаться актуальной не только для традиционных читателей, но и для скептически настроенной аудитории, для которой ценность заключается не в носителе, а в предоставляемом опыте и знаниях. Таким образом, будущее библиотеки видится не в защите бумажной книги от цифры, а в гармоничном синтезе, где книга служит смысловым якорем, а современные форматы — инструментом привлечения и взаимодействия с обществом.

Основные выводы.

На основе анализа данных анкетирования 2025 года были сделаны следующие выводы по каждой из поставленных задач:

1. Выявить цели чтения, читаемые виды изданий, тематику читаемой литературы и периодики, читательские интересы и мотивы чтения.

Цели и мотивы чтения остаются стабильными на протяжении двух десятилетий. Доминирующими являются отдых (20%) и самообразование. Чтение воспринимается как важная часть жизни (18%). Выявлена возрастная специфика: молодежь до 18 лет относится к чтению инструментально (помощь в учебе), а старшее поколение (55+) — ценностно (основа образованности).

Виды изданий и тематика: Абсолютным лидером по формату остаются бумажные книги (61%). Среди жанров художественной литературы лидируют российская классика, современная проза и историческая литература. В нон-фикшн спрос сконцентрирован на литературе по хобби и досугу (15,8%), биографиях и мемуарах (12,7%), гуманитарном направлении (10,5%), что напрямую связано с мотивами отдыха и саморазвития основной аудитории.

Интересы четко разделены по возрастам: молодежь выбирает детективы, комиксы и мангу; у аудитории 45+ появляется запрос на любовные романы. Выявлены гендерные различия: женщины чаще интересуются литературой по хобби, мужчины — гуманитарной и военной тематикой.

2. Определить наличие образа библиотеки в сознании жителей.

В сознании жителей (преимущественно активных пользователей) сложился новый, комплексный образ библиотеки, вытесняющий традиционный образ «книгохранилища».

На первом месте стоит восприятие библиотеки как культурного центра местности (24,9%) и центра общения (17,6%). Критически важным стал образ места интересного времяпрепровождения (14,8%).

Классические функции (информационный центр – 13,8%, хранитель наследия – 9,7%) сохраняются как важный, но не доминирующий компонент имиджа. Библиотека успешно ассоциируется с активным досугом и социальной активностью.

3. Выявить влияние чтения на межличностные отношения в семье, на работе, в учебе и т.п.

Социальная функция обсуждения прочитанного претерпела значительные изменения. Если в 2006-2015 гг. чтение активно обсуждалось в семье и с коллегами, то к 2025 году круг обсуждения сузился и сместился в приватную сферу.

Основными каналами для обсуждения стали неформальные, доверительные связи: семья (29,9%) и друзья (23,3%). Роль обсуждения в формальных коллективах резко упала (с коллегами – с 32% до 19,7%, в учебных группах – с 7% до 2,5%).

Таким образом, чтение продолжает влиять на межличностные отношения, но преимущественно углубляя и обогащая уже существующие близкие связи, а не создавая новые в профессиональной или учебной среде. Значительная доля читателей (15%) ни с кем книги не обсуждает, что указывает на рост интимного, личного характера практики.

4. Определить место чтения в структуре свободного времени.

Чтение сохраняет лидирующие позиции в структуре свободного времени основной аудитории библиотек, занимая первое место (22%) среди всех видов досуга.

Чтение является устойчивой, рутинной практикой: большинство респондентов прочитывают от 1 до 4 книг в месяц, и эта интенсивность не зависит от возраста.

Однако выявлена возрастная динамика значимости: для группы 55+ чтение — безусловный приоритет (более 25%), в то время как молодежь до 18 лет на первое место ставит прослушивание музыки. Это подтверждает тезис о чтении как о базовой практике для сложившегося ядра аудитории библиотеки.

5. Выяснить читательские ожидания и пожелания к репертуару библиотечных фондов.

Ожидания от фондов напрямую вытекают из выявленных читательских предпочтений. Аудитория ожидает качественного пополнения по жанрам-лидерам: российская классика, современная литература, историческая проза, нон-фикшн в сфере хобби, биографий, истории и путешествий.

Ключевой запрос — на качественный отбор. При выборе книги читатели больше всего доверяют аннотации (37%) и личным рекомендациям (27%), что указывает на ожидание экспертной, а не алгоритмической, кураторской функции библиотеки.

Помимо фондов, сформировались четкие ожидания от библиотеки как от события. Посещение мероприятий стало второй по значимости причиной визита (40,5%). Наибольший спрос — на живые встречи с интересными людьми, интерактивные форматы (квизы, мастер-классы) и работу клубов по интересам. Таким образом, ожидания сместились от пассивного получения ресурса к активному участию в создаваемой библиотекой интеллектуальной и социальной среде.

Исследование подтвердило, что фундаментальные ценности чтения (отдых, развитие) консервативны, в то время как способы доступа к текстам и модели обсуждения прочитанного динамично адаптируются к цифровой эпохе и меняющемуся образу жизни, становясь более гибридными, персонализированными и избирательно-социальными.

Рекомендации по совершенствованию библиотечного обслуживания.

Стратегия развития должна быть дифференциированной, направленной на укрепление связей с ядром аудитории и целенаправленное привлечение дефицитных групп.

1. Для лояльного ядра (взрослые, образованные пользователи):

Актуализировать фонды в соответствии с подтверждёнными запросами: российская классика и современная проза, историческая литература, качественный нон-фикшн (биографии, история, хобби, путешествия).

Внедрить персонализированные сервисы: рекомендательные списки «книга месяца» от библиотекарей, услугу «книжный абонемент» с тематическими подборками.

Развивать форматы, пользующиеся спросом: приглашать региональных авторов, экспертов в области истории и культуры; создавать тематические клубы (исторические, литературные, по хобби) с регулярными встречами.

2. Для привлечения молодёжи (16–30 лет):

Активно позиционировать библиотеку как гид в мире цифрового контента. Создать агрегированные подборки в соцсетях (Telegram, VK). Например, «Аудиокниги месяца», «Бесплатные научные статьи», «Комиксы по подписке».

Вовлекать саму молодёжь в организацию мероприятий: чемпионаты по настольным играм, встречи книжных блогеров, дискуссионные клубы на актуальные темы (экология, технологии, психология).

Создать в фонде и активно продвигать отдельные коллекции графических романов, манги, научпопа в современных форматах, а также оборудовать зоны для их комфортного чтения.

3. Для привлечения мужской аудитории:

Разработать циклы мероприятий и тематические подборки, ориентированные на традиционно «мужские» интересы, выявленные в опросе: военная история, техника, научно-популярная литература, приключения, биографии известных деятелей.

Организовывать совместные события с мужскими сообществами: клубами исторической реконструкции, авто- и мотоклубами, ИТ-компаниями.

Проводить встречи с учёными, инженерами, путешественниками, предпринимателями.

4. Общие стратегические инициативы:

Развивать экспертный контент: видеоблоги библиотекарей с обзорами новинок, рубрики в соцсетях, что отвечает запросу аудитории на качественную селекцию информации.

Организовать в 2026–2027 гг. отдельные качественные исследования (фокус-группы, глубинные интервью) среди молодёжи и мужчин для более детального понимания барьеров и ожиданий от современной библиотеки.

Список использованных источников

1. Зауралье – территория чтения - 2015: материалы социологического исследования / сост. Самар Л.М.; Курган. обл. универс. науч. б-ка им. А. К. Югова – Курган, 2016. – 32 с.
2. Зауралье – территория чтения: материалы социологического исследования [Текст] / сост. О. А. Чепарухина; Курган. обл. универс. науч. б-ка им. А. К. Югова. – Курган, 2007. – 28 с.
3. Социология чтения [Электронный ресурс] : материалы лекций / [сост. specialitet.ru]. — [Б. м.], [б. г.]. — URL: https://specialitet.ru/bb/lekcyy_modul_2_vopros_2.pdf (дата обращения: 20.01.2026).
4. Чтение как социокультурное явление [Текст] : [статья] // КиберЛенинка. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chtenie-kak-sotsiokulturnoe-yavlenie> (дата обращения: 15.01.2026).

Приложение 1

Программа исследования «Зауралье – территория чтения» 2025 г.

Теоретическое обоснование проблемы:

В условиях цифровизации, изменения моделей досуга и информационного потребления публичные библиотеки сталкиваются с вызовом сохранения релевантности. Трансформируется не только канал доступа к знаниям (с бумажного на цифровой), но и сама роль библиотеки как социального института. Для разработки эффективной стратегии развития необходимо регулярное, основанное на данных, изучение аудитории: ее демографического портрета, устойчивых и меняющихся практик чтения, ожиданий от библиотеки как пространства. Исследование 2025 года является третьим в серии (после 2006 и 2015 гг.). Сравнивая их результаты, можно увидеть не просто сиюминутные изменения, а настоящие тенденции: что в чтении остаётся неизменным, а что уходит в прошлое. Это помогает принимать верные решения о будущем библиотек.

Объект: читатели библиотек области и Курганской областной универсальной научной библиотеки им. А. К. Югова.

Предмет: отношение читателей к чтению, читательские предпочтения.

Цели исследования: Выявление сложившихся проблем чтения у жителей области, определение путей совершенствования библиотечного обслуживания в поддержку и поощрению чтения.

Задачи исследования:

1. Выявить цели чтения, читаемые виды изданий, тематику читаемой литературы и периодики, читательские интересы и мотивы чтения;
2. Определить наличие образа библиотеки в сознании жителей;
3. Выявить влияние чтения на межличностные отношения в семье, на работе, в учебе и т.п.;
4. Определить место чтения в структуре свободного времени;
5. Выяснить читательские ожидания и пожелания к репертуару библиотечных фондов.

Гипотезы исследования:

1. Библиотека в сознании пользователей трансформируется из «книгохранилища» в многофункциональный культурный и коммуникационный центр.
2. Базовые мотивы чтения (отдых, самообразование) остаются устойчивыми, тогда как каналы получения книг и социальные практики их обсуждения меняются.

Обоснование выборки. Для обеспечения презентативности и достоверности результатов исследования была применена комбинированная стратифицированная квотная выборка.

Инструментарий исследования – анкета, состоявшая из 23 закрытых вопросов, на каждый из которых респонденту были предложены готовые варианты ответов.

Это обусловлено:

Широтой охвата: возможность охватить респондентов из всех муниципальных округов области через сайт библиотеки.

Стандартизацией данных: закрытые вопросы обеспечивают единообразие ответов, что облегчает последующую количественную обработку и сравнение с предыдущими волнами исследований (2006, 2015 гг.).

Экономичностью и скоростью: позволяет в сжатые сроки собрать значительный массив данных.

Приложение 2

Анкета «Зауралье – территория чтения»

Уважаемые читатели! Анкета предназначена для сбора информации о читательских предпочтениях, интересах и предложениях жителей Зауралья. Ваши ответы помогут нам улучшить культурные инициативы и развивать чтение в нашем регионе. Заранее благодарим за участие!

1. Какое место в вашей жизни занимают книга и чтение?

- 1) Мне книги помогают в получении образования
- 2) Для меня чтение - это форма самообразования
- 3) Необходимы для того, чтобы расширить профессиональные знания
- 4) Без книг нельзя стать культурным человеком
- 5) Чтение для меня семейная традиция
- 6) Не могу жить без книг
- 7) Книги читать не обязательно, информацию можно получить из других источников
- 8) Читаю для отдыха
- 9) Не читаю книги, читаю редко
- 10) Затрудняюсь ответить

2. Как Вы обычно проводите свое свободное время? (Возможно несколько вариантов ответа)

- 1) Читаю (книги, газеты, журналы и пр.)
- 2) Смотрю телевизор
- 3) Смотрю фильмы, сериалы
- 4) Слушаю музыку
- 5) Играю в компьютерные игры
- 6) Использую Интернет (сиджу в социальных сетях, смотрю ролики развлекательные, познавательные, образовательные)
- 7) Занимаюсь домашними делами
- 8) Хожу в гости, гуляю
- 9) Посещаю клуб, досуговый центр
- 10) Занимаюсь спортом
- 11) У меня практически нет свободного времени
- 12) Затрудняюсь ответить

3. С какой целью вы читаете?

- 1) По работе/учебе
- 2) Отдых, развлечение
- 3) Саморазвитие

4. Что чаще всего вы читаете?

- 1) Книги
- 2) Газеты
- 3) Журналы (на физических носителях)
- 4) Интернет (источники, статьи, паблики)
- 5) Вообще ничего не читаю

5. Книги какого формата предпочтительнее для Вас?

- 1) Бумажные

- 2) Аудиокниги
- 3) Электронные

6. Как вы обычно выбираете книги для чтения?

- 1) Рекомендации друзей/семьи
- 2) Блоги, подкасты, ролики и рецензии в интернете
- 3) Социальные сети
- 4) По аннотации книги в книжном магазине или библиотеке
- 5) Не читаю

7. Какую художественную литературу Вы читаете? (Возможно несколько вариантов ответа)

- 1) Российская классическая литература
- 2) Российская современная литература
- 3) Зарубежная современная литература
- 4) Зарубежная классическая литература
- 5) Фантастика
- 6) Фэнтези
- 7) Любовные романы
- 8) Детектив. Триллер
- 9) Исторические романы
- 10) Ужасы и мистика
- 11) Приключения
- 12) Поэзия и стихи
- 13) Фольклор
- 14) Юмор. Сатира
- 15) Комиксы, манга, графические романы, книги-квесты

8. Какую нехудожественную литературу Вы предпочитаете читать?

- 1) Красота, мода, этикет
- 2) Эзотерика
- 3) Гуманитарное направление (философия, филология, искусство)
- 4) Политика и социальные науки
- 5) Бизнес и экономика
- 6) Военное дело. Спецслужбы
- 7) Биографии. Мемуары
- 8) Право
- 9) Путешествия и туризм
- 10) Профессиональная литература
- 11) Научно-популярные книги
- 12) Хобби и досуг
- 13) Здоровье и спорт

9. Сколько книг в месяц вы читаете?

- 1) 1
- 2) 2-4
- 3) 5 и более
- 4) Ваш вариант
- 5) Не читаю

10. С кем Вы обсуждаете прочитанное? (Возможно несколько вариантов ответа)

- 1) Дома, в семье
- 2) С друзьями
- 3) С одноклассниками, одногруппниками
- 4) С коллегами по работе
- 5) Ни с кем не обсуждаю
- 6) Затрудняюсь ответить
- 7) С единомышленниками (книжный клуб, книжный клуб онлайн, интернет-сообщество)

11. Как Вы представляете себе судьбу книги и чтения в эпоху электронных коммуникаций? (Возможно несколько вариантов)

- 1) Социально-культурная значимость книги сохранится всегда
- 2) Книга сохранится как источник эстетического наслаждения, положительных эмоций и просто увлекательного чтения
- 3) Книги будут вытеснены другими источниками информации
- 4) Библиотечные фонды превратятся в музеи
- 5) Книги полностью заменят Интернет
- 6) Затрудняюсь ответить

12. Если Вы читаете, то, где берете литературу (Возможно несколько вариантов ответа)

- 1) В домашней библиотеке
- 2) У знакомых, друзей
- 3) В библиотеке города, села
- 4) Покупаю
- 5) Использую электронные библиотеки
- 6) Не читаю

13. Выписываете ли Вы периодические издания на дом?

- 1) Местные газеты
- 2) Центральные газеты
- 3) Журналы
- 4) Не выписываю

14. Как часто Вы бываете в библиотеке?

- 1) Несколько раз в неделю.
- 2) 1-2 раза в месяц.
- 3) 3-4 раза в год.
- 4) 1 раз в год и реже.
- 5) Не посещаю

15. Зачем вы приходите в библиотеку?

- 1) За книгой
- 2) На мероприятия
- 3) Не хожу
- 4) Затрудняюсь ответить
- 5) Ваш вариант

16. Какие мероприятия в библиотеке Вам нравится или хотели бы посещать? (можно выбрать несколько вариантов)

- 1) Презентации книг.
- 2) Встречи с интересными людьми.
- 3) Мероприятия развлекательного характера (квесты, квизы, мастер-классы)
- 4) Всероссийские акции (Библионочь и др.)
- 5) Музыкальные вечера.
- 6) Литературные вечера.
- 7) Информационные мероприятия (лекции, обзоры).
- 8) Посещение клубов, кружков, объединений
- 9) Выставки (книжные, художественные, фотовыставки)
- 10) Затрудняюсь ответить

17. Каков образ современной библиотеки в Вашем сознании? (Возможно несколько вариантов ответа). Библиотека – это:

- 1) Культурный центр нашей местности
- 2) Информационный центр
- 3) Центр общения
- 4) Учебный и научный центр
- 5) Место интересного времяпровождения
- 6) Центр эмоциональной разрядки
- 7) Это музей устаревшей литературы
- 8) Затрудняюсь ответить

18. Книг какой тематики не хватает в библиотеке, которую Вы посещаете?

- 1) Новинок литературы
- 2) Учебной, методической литературы
- 3) Профессиональной литературы
- 4) Молодежной литературы
- 5) Научно-популярной литературы
- 6) Художественной литературы
- 7) Всего хватает
- 8) Затрудняюсь ответить

Пожалуйста, сообщите сведения о себе.

19. Ваш пол

- 1) Мужской
- 2) Женский

20. Ваш возраст

- 1) До 18
- 2) От 19 до 30 лет
- 3) От 31 до 45
- 4) От 46 до 55
- 5) От 56 до 65
- 6) Старше 66

21. Образование

- 1) Начальное
- 2) Незаконченное среднее
- 3) Среднее
- 4) Среднее специальное
- 5) Незаконченное высшее
- 6) Высшее.

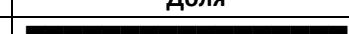
22. К какой социальной категории себя относите?

- 1) Школьник
- 2) Студент
- 3) Госслужащий
- 4) Работающий
- 5) Пенсионер
- 6) Неработающий
- 7) Самозанятый
- 8) Предприниматель

Приложение 3

Статистика опроса: Опрос «Зауралье - территория чтения»			
Всего респондентов: 745			
Какое место в вашей жизни занимают книга и чтение? (Возможно несколько вариантов ответа) (ответили: 100%)			
Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Мне книги помогают в получении образования	151	8.5%	
Для меня чтение - это форма самообразования	279	15.7%	
Необходимы для того, чтобы расширить профессиональные знания	204	11.5%	
Без книг нельзя стать культурным человеком	255	14.3%	
Чтение для меня семейная традиция	164	9.2%	
Книги - это важная часть моей жизни.	313	17.6%	
Книги читать не обязательно, информацию можно получить из других источников	15	0.8%	
Читаю для отдыха	361	20.3%	
Не читаю книги, читаю редко	31	1.7%	
Затрудняюсь ответить	5	0.3%	
Как Вы обычно проводите свое свободное время? (Возможно несколько вариантов ответа) (ответили: 100%)			
Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Читаю (книги, газеты, журналы и пр.)	549	21.6%	
Смотрю телевизор	203	8.0%	
Смотрю фильмы, сериалы	277	10.9%	
Слушаю музыку	182	7.2%	
Играю в компьютерные игры	53	2.1%	
Использую Интернет (сиджу в социальных сетях, смотрю ролики развлекательные, познавательные, образовательные)	251	9.9%	
Занимаюсь домашними делами	415	16.3%	
Хожу в гости, гуляю	194	7.6%	
Посещаю клуб, досуговый центр	88	3.5%	
Занимаюсь спортом	76	3.0%	
Занимаюсь хобби	170	6.7%	
У меня практически нет свободного времени	79	3.1%	
Затрудняюсь ответить	4	0.2%	
С какой целью вы читаете? (ответили: 100%)			
Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
По работе/учебе	133	17.9%	
Отдых, развлечения	368	49.4%	
Саморазвитие	234	31.4%	
Не читаю	10	1.3%	

Что чаще всего вы читаете? (ответили: 100%)			
Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Книги	451	60.5%	
Газеты	42	5.6%	
Журналы (на физических носителях)	44	5.9%	
Интернет (источники, статьи, паблики)	202	27.1%	
Вообще ничего не читаю	6	0.8%	

Книги какого формата предпочтительнее для Вас? (ответили: 100%)			
Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Бумажные	620	83.2%	
Аудиокниги	24	3.2%	
Электронные	57	7.7%	
Затрудняюсь ответить	44	5.9%	

Какую художественную литературу Вы читаете? (Возможно несколько вариантов ответа) (ответили: 100%)			
Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Российская классическая литература	381	15.6%	
Российская современная литература	312	12.8%	
Зарубежная современная литература	144	5.9%	
Зарубежная классическая литература	144	5.9%	
Фантастика	97	4.0%	
Фэнтези	105	4.3%	
Любовные романы	227	9.3%	
Детектив. Триллер	230	9.4%	
Исторические романы	248	10.2%	
Ужасы и мистика	59	2.4%	
Приключения	134	5.5%	
Поэзия и стихи	165	6.8%	
Фольклор	67	2.7%	
Юмор. Сатира	82	3.4%	
Комиксы, манга, графические романы, книги-квесты	43	1.8%	

Какую нехудожественную литературу Вы предпочитаете читать? (Возможно несколько вариантов ответа) (ответили: 100%)			
Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Красота, мода, этикет	146	8.8%	
Эзотерика	58	3.5%	
Гуманитарное направление (философия, филология, искусство и тп.)	173	10.5%	
Политика, право и социальные науки	80	4.8%	
Бизнес и экономика	27	1.6%	
Военное дело. Спецслужбы	35	2.1%	
Биографии. Мемуары	210	12.7%	
Путешествия и туризм	172	10.4%	

Профессиональная литература	165	10.0%	
Научно-популярные книги	158	9.5%	
Хобби и досуг	261	15.8%	
Здоровье и спорт	170	10.3%	

Как вы обычно выбираете книги для чтения? (ответили: 100%)

Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Рекомендации друзей/семьи	327	27.3%	
Блоги, подкасты, ролики и рецензии в интернете	200	16.7%	
Социальные сети	211	17.6%	
По аннотации книги в книжном магазине или библиотеке	443	37.0%	
Не читаю	17	1.4%	

Сколько книг в месяц вы читаете? (ответили: 100%)

Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
1	245	32.9%	
02.апр	331	44.4%	
5 и более	138	18.5%	
Не читаю	31	4.2%	

С кем Вы обсуждаете прочитанное? (ответили: 100%)

Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Дома, в семье	353	29.9%	
С друзьями	275	23.3%	
С одноклассниками, одногруппниками	30	2.5%	
С коллегами по работе	233	19.7%	
Ни с кем не обсуждаю	177	15.0%	
Затрудняюсь ответить	33	2.8%	
С единомышленниками (книжный клуб, книжный клуб онлайн, интернет-сообщество)	79	6.7%	

Как Вы представляете себе судьбу книги и чтения в эпоху электронных коммуникаций?

(Возможно несколько вариантов ответа) (ответили: 100%)

Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Социально-культурная значимость книги сохранится всегда	443	40.2%	
Книга сохранится как источник эстетического наслаждения, положительных эмоций и просто увлекательного чтения	425	38.6%	
Книги будут вытеснены другими источниками информации	63	5.7%	
Библиотечные фонды превратятся в музеи	82	7.4%	
Книги полностью заменят Интернет	46	4.2%	
Затрудняюсь ответить	43	3.9%	

Если Вы читаете, то, где берете литературу (Возможно несколько вариантов ответа) (ответили: 100%)

Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
В домашней библиотеке	265	18.8%	
У знакомых, друзей	94	6.7%	
В библиотеке города, села	560	39.7%	
Покупаю	279	19.8%	
Использую электронные библиотеки	197	14.0%	
Не читаю	16	1.1%	

Выписываете ли Вы периодические издания на дом? (ответили: 100%)

Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Местные газеты	195	26.2%	
Центральные газеты	18	2.4%	
Журналы	71	9.5%	
Не выписывают	461	61.9%	

Как часто Вы бываете в библиотеке? (ответили: 100%)

Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Несколько раз в неделю	323	43.4%	
1-2 раза в месяц	228	30.6%	
3-4 раза в год	90	12.1%	
1 раз в год и реже.	39	5.2%	
Не посещаю	65	8.7%	

Зачем вы приходите в библиотеку? (ответили: 100%)

Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
За книгой	577	51.4%	
На мероприятия	455	40.5%	
Не хожу	51	4.5%	
Затрудняюсь ответить	40	3.6%	

Какие мероприятия в библиотеке Вам нравятся или хотели бы посещать? (можно выбрать несколько вариантов) (ответили: 100%)

Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Презентации книг.	253	10.4%	
Встречи с интересными людьми	396	16.3%	
Мероприятия развлекательного характера (квесты, квизы, мастер-классы)	332	13.6%	
Всероссийские акции (Библионочь)	229	9.4%	
Музыкальные вечера	169	6.9%	
Литературные вечера	286	11.8%	
Информационные мероприятия (лекции, обзоры)	169	6.9%	
Посещение клубов, кружков, объединений	262	10.8%	
Выставки (книжные, художественные, выставки)	272	11.2%	

Затрудняюсь ответить	66	2.7%	
Каков образ современной библиотеки в Вашем сознании? (Возможно несколько вариантов ответа). Библиотека – это: (ответили: 100%)			
Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Культурный центр нашей местности	527	24.9%	
Информационный центр	292	13.8%	
Центр общения	372	17.6%	
Учебный и научный центр	114	5.4%	
Место интересного времяпровождения	313	14.8%	
Креативное пространство: библиотека как место для творчества (мастер-классы, арт-выставки и др.)	262	12.4%	
Это музей устаревшей литературы	29	1.4%	
Хранитель культурного наследия	205	9.7%	
Книг какой тематики не хватает в библиотеке, которую Вы посещаете? (ответили: 100%)			
Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Новинок литературы	418	33.2%	
Учебной, методической литературы	63	5.0%	
Профessionальной литературы	85	6.7%	
Молодежной литературы	201	16.0%	
Научно-популярной литературы	81	6.4%	
Художественной литературы	163	12.9%	
Всего хватает	126	10.0%	
Затрудняюсь ответить	123	9.8%	
Пожалуйста, сообщите сведения о себе. Ваш пол (ответили: 100%)			
Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Мужской	80	10.7%	
Женский	665	89.3%	
Ваш возраст (ответили: 100%)			
Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
до 18 лет	37	5.0%	
от 19 до 30 лет	78	10.5%	
От 31 до 45	192	25.8%	
От 46 до 55	165	22.1%	
От 55 до 65	215	28.9%	
Старше 65	58	7.8%	
Образование (ответили: 100%)			
Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Начальное	4	0.5%	
Незаконченное среднее	16	2.1%	
Среднее	52	7.0%	
Среднее специальное	309	41.5%	
Незаконченное высшее	37	5.0%	
Высшее	327	43.9%	

К какой социальной категории себя относите? (ответили: 100%)			
Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
Школьник/студент	65	8.7%	
Госслужащий	89	11.9%	
Работающий	417	56.0%	
Пенсионер	114	15.3%	
Неработающий	20	2.7%	
Самозанятый	35	4.7%	
Предприниматель	5	0.7%	

В каком городе или муниципальном округе Вы проживаете? (ответили: 100%)			
Вариант ответа	Количество	Процент	Доля
город Курган	255	34.2%	
город Шадринск	3	0.4%	
Альменевский округ	56	7.5%	
Белозерский округ	2	0.3%	
Варгашинский округ	33	4.4%	
Далматовский округ	31	4.2%	
Звериноголовский округ	16	2.1%	
Каргапольский округ	2	0.3%	
Катайский округ	3	0.4%	
Кетовский округ	13	1.7%	
Куртамышский округ	17	2.3%	
Лебяжьевский округ	16	2.1%	
Макушинский округ	11	1.5%	
Мишкинский округ	29	3.9%	
Мокроусовский округ	12	1.6%	
Петуховский округ	36	4.8%	
Петуховский округ	14	1.9%	
Половинский округ	2	0.3%	
Притобольный округ	23	3.1%	
Сафакулевский округ	64	8.6%	
Целинный округ	11	1.5%	
Частоозерский округ	18	2.4%	
Шадринский округ	13	1.7%	
Шатровский округ	25	3.4%	
Шумихинский округ	3	0.4%	
Щучанский округ	21	2.8%	
Юргамышский округ	16	2.1%	

640000, г. Курган, ул. Комсомольская, 30
yugovalib@kurganobl.ru +7 (3522) 46 33 93
<http://yugovalib.ru> <http://pamyat.kurganobl.ru>