

Zarządzanie  
przez Kreowanie



# BADANIE NIE-UŻYTKOWNIKÓW

**Nie-Podręcznik około-metodyczny  
dla Dyrektorów  
i nie tylko**

<b>Tytułem wstępu .....</b>	<b>3</b>
<b>Tematyka – czego chcemy się dowiedzieć?.....</b>	<b>3</b>
<b>Cel – po co nam zbierane informacje? .....</b>	<b>4</b>
<b>Odbiorcy – kogo chcemy przepytąć? .....</b>	<b>4</b>
<b>Metody i narzędzia – jak przeprowadzić badanie? .....</b>	<b>5</b>
<b>Ankieta – propozycja pytań wraz z tekstem wprowadzającym .....</b>	<b>7</b>
<b>Nieelektroniczne sposoby zbierania odpowiedzi .....</b>	<b>9</b>
<b>Jak wykonać ankietę elektroniczną? .....</b>	<b>10</b>
<b>Ankiety w kontekście przepisów o ochronie danych osobowych .....</b>	<b>12</b>
<b>Studium przypadku – nasza ankieta j jej wyniki .....</b>	<b>12</b>
<b>Zamiast pożegnania .....</b>	<b>17</b>

Opracowanie w ramach projektu  
“Zarządzanie przez kreowanie”.

Violetta Biernacik  
Mariusz Gabrysiak  
Małgorzata Iwańska-Kania  
Katarzyna Oćwieja-Grądział

## Tytułem wstępu

"Badanie Nie-Użytkowników. Nie podręcznik około-metodyczny dla Dyrektorów i nie tylko" to w zamierzeniu autorów, pozbawiony ambicji akademickich, krótki zestaw wskazówek dotyczących badania osób niekorzystających z usług bibliotek. Kto i dlaczego nie korzysta z naszych bibliotek oraz jak się tego dowiedzieć – to pytania, które jako dyrektorzy bibliotek sami sobie zadawaliśmy. Poprzez samodzielne przeprowadzenie tego badania i jego analizę chcemy pomóc innym pracownikom bibliotek – nie tylko dyrektorom – w poradzeniu sobie z tym wcale nie łatwym zadaniem.

Jeśli chociaż niektóre z naszych pomysłów, podpowiedzi i uwag wydadzą się Wam przydatne i pomogą w Waszej pracy to zadanie naszego *Nie Podręcznika* zostanie osiągnięte.

## Tematyka – czego chcemy się dowiedzieć?

Obserwując działania marketingowe firm zauważamy zmieniającą się z czasem rolę klienta, który coraz częściej staje się partnerem, a nawet decydentem w zakresie budowania oferty instytucji, a nie tylko odbiorcą jej usług. Tak też dzieje się w bibliotekach. To użytkownicy decydują o tym, czy biblioteki są dla nich miejscem otwartym i przydatnym, czy chcą z nich korzystać i tym samym decydują o potrzebie ich istnienia. Rolą biblioteki jest nie tylko zaspokajanie bieżących potrzeb odbiorców zasobów i usług, ale także ich wyprzedzanie, aby utrzymać stałych i zdobywać nowych klientów. Gwałtownie zmieniające się otoczenie bibliotek, w tym nowe media, nowe technologie, znacząco wpływają na zmniejszenie liczby lub wręcz odchodzenie z bibliotek użytkowników, którzy samodzielnie i intuicyjnie korzystają z darmowych i łatwo dostępnych źródeł oraz zasobów cyfrowych. Skupiając się na konkretnym zagadnieniu, chcieliśmy uzyskać przydatne informacje, które przyczynią się do podjęcia słusznych i dalekosiężnych decyzji.

Naszym najważniejszym zadaniem przy badaniu osób niekorzystających z biblioteki, będzie odpowiedni dobór pytań i dotarcie różnymi kanałami do grupy docelowej. Wykorzystując badania ankietowe chcemy poznać powody niekorzystania z biblioteki (czy wpływ na "niekorzystanie" ma odległość od miejsca zamieszkania i nauki, nieodpowiednie godziny otwarcia, brak potrzeby korzystania z jej usług, brak czasu, czy nieznanomość oferty). Czy niekorzystanie jest stałe, czy okresowe (czy na korzystanie z biblioteki wpływ ma np. edukacja)? Ważną dla nas informacją będzie to, czy młodzież korzysta z usług innych bibliotek, pozyskuje materiałów z innych źródeł, czy też nie korzysta z usług żadnej biblioteki. Prowadząc badania chcemy poznać preferencje i zwyczaje czytelnicze osób badanych, zorientować się czy badani niekorzystający z bibliotek czytają mniej niż ci, co korzystają z ich usług. Interesuje nas jaka oferta biblioteki będzie dla nich atrakcyjna, z jakich usług chcieliby korzystać. Dla bliższego poznania ankietowanych nie bez znaczenia będzie dla nas ich wiek i zainteresowania.

Uzyskane wyniki dadzą nam odpowiedź na pytanie, czy powinniśmy podejmować na bieżąco działania związane ze zmianą oferowanych usług, ale też zapewne dotkną nowych zagadnień, sprowokują do dalszych pytań, do których warto będzie się odnieść przy kolejnych badaniach ankietowych. Badanie nieużytkowników sprawi, że bibliotekarze będą mogli podejmować na bieżąco działania związane ze zmianą oferowanego asortymentu: wprowadzać do oferty usługi, którymi zainteresowani będą odbiorcy lub wycofać te, które nie są pożądane przez grupę docelową. Takie

działania z pewnością przyczynią się do lepszego postrzegania biblioteki w środowisku, gdyż będą wychodzić naprzeciw oczekiwaniom przyszłym odbiorcom.

## **Cel – po co nam zbierane informacje?**

Badania nieużytkowników bibliotek wydają się równie istotne, jak te dotyczące satysfakcji użytkowników. Współczesny świat to świat społeczeństwa informacyjnego, dlatego nowoczesna biblioteka musi systematycznie weryfikować swoje cele i zadania. Istotą dzisiejszego rynku usług jest dążenie do uzyskania przewagi konkurencyjnej, która przyczynia się do sukcesu poprzez lepsze dopasowanie oferty do potrzeb potencjalnych i rzeczywistych odbiorców- klientów. Biblioteki świadczą usługi społeczne, których celem jest kształtowanie i wzbogacanie zasobów fizycznych i intelektualnych odbiorcy działań oraz budowanie relacji społecznych. To z kolei wpływa na kształtowanie kapitału ludzkiego i społecznego. Miarą przydatności usług bibliotecznych jest liczba korzystających z nich użytkowników. O współczesnych bibliotekach trzeba myśleć jako o przedsiębiorstwie, które musi zainteresować oferowanym produktem i skutecznie go zareklamować. Należy przy tym podkreślać atuty biblioteki- rzetelną informację i wiedzę, tak potrzebną w dzisiejszych czasach.

W związku ze wzrostem ekonomicznego rozwarstwienia społeczeństwa bezpłatna oferta kulturalna biblioteki powinna być uniwersalna, łatwo dostępna dla społeczeństwa o słabej kondycji materialnej. Powyższe uwagi uzasadniają konieczność i znaczenie badań wśród nieużytkowników bibliotek. Zaznaczone problemy generują wiele szczegółowych zagadnień do zbadania, które pozwolą zidentyfikować słabe punkty oferty biblioteki i odpowiedzieć na pytania o jej przyszłość. Badanie nieużytkowników będzie miało wpływ na wzmocnienie kompetencji bibliotekarzy. Dla osób zarządzających wyniki mogą się okazać przydatne przy wewnętrznych rozmowach z pracownikami, nie zawsze entuzjastycznie nastawionymi do propozycji zmian w dotychczasowej organizacji pracy. Zdobyta wiedza stanie się podstawą do planowania dalszej działalności, tak aby szeroko rozumiana oferta biblioteki była jak najlepiej dostosowana do potrzeb i oczekiwań obecnych i potencjalnych użytkowników.

Dzięki wynikom ankiety będzie można uwzględnić słabe miejsca obecnej oferty biblioteki i podjąć działania w kierunku ich poprawienia. Opisane i miarodajne wyniki mogą być podstawą do dyskusji z organizatorem biblioteki. W tym celu ankieta i jej efekty muszą być wykonane i opracowane w sposób budzący zaufanie ankietowanych i odbiorców.

## **Odbiorcy – kogo chcemy przepytąć?**

Wg danych GUS<sup>[i]</sup> w 2022 największą grupę czytelników bibliotek publicznych stanowiły osoby w wieku 25-44 lata (1,3 mln). Wśród czytelników odsetek osób pracujących wyniósł 38,8%, a osób uczących się 34,3%. W ciągu roku 54,4 mln osób odwiedziło bibliotekę, aby skorzystać z jej zasobów (wzrost o 17,9% w porównaniu z rokiem 2021), na co wpływ niewątpliwie miało otwarcie czytelni po odwołaniu restrykcji związanych z COVID-19. Pogłębiona analiza Biblioteki Narodowej<sup>[ii]</sup> pokazuje, że książki czytają przede wszystkim osoby najlepiej wykształcone (58% absolwentów szkół wyższych i tylko 14% osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym) i uczące się (72%). To kobiety częściej niż mężczyźni czytają książki, przy czym różnica ta jest bardzo wyraźna (odpowiednio 42% i 26%) i wiąże się z przeciętną liczbą lat spędzonych na zdobywaniu wykształcenia, zwłaszcza w dziedzinie nauk humanistycznych. Najmniej osób deklarujących lekturę książek jest w najstarszej grupie

wiekowej, zwłaszcza po 70 roku życia. Zależność ta jest pochodną m.in. poziomu wykształcenia - wśród osób najstarszych odsetek posiadaczy dyplomów wyższych uczelni jest najniższy. Najwięcej czytelników jest w największych miastach, najmniej natomiast na wsiach i w niewielkich miasteczkach. Zależność ta nie ma jednak charakteru liniowego, tzn. w miastach liczących od 20000 do 50000 mieszkańców podstawowy wskaźnik czytelnictwa znajduje się na tym samym poziomie, co w miastach dwustutysięcznych.

Dysponując dokładną analizą czytelników biblioteki, można ulec przekonaniu, że nieużytkownicy to po prostu osoby, których nie ma w raportach użytkowników. I to będzie prawda - ale nie cała, bo nawet w grupie najintensywniej czytających (przypomnijmy: młode kobiety z wyższym wykształceniem humanistycznym) znajdziemy nieużytkowników, o których być może szczególnie powinniśmy dopytywać. Zastanawiając się nad tym do kogo skierować ankietę, warto więc przyjąć strategię otwartą na nieużytkownika, bez względu na to do której z potencjalnych grup czytelników mógłby on należeć lub miejmy nadzieję, będzie należał w przyszłości. Warto zaznaczyć, że także osoby regularnie korzystające z wybranych usług biblioteki, są nieużytkownikami innych usług, których nie wybierają. Szczególnie wyraźnie widać to obecnie w grupie e-czytelników, korzystających za pośrednictwem bibliotek z dostępu do zbiorów elektronicznych. Budzą oni w bibliotekarzach spore kontrowersje, bo często dostęp do e-zbiorów jest jedyną usługą biblioteczną, którą wybierają.

Prowadząc badania chcemy dowiedzieć się, kiedy i dlaczego respondent staje się nieużytkownikiem obecnej oferty biblioteki. Dzieci, młodzież i studenci korzystają z biblioteki do czasu zakończenia nauki, ale po ukończeniu szkół pewna ich część kończy przygodę z książką. To grupa, którą najtrudniej pozyskać i zatrzymać w bibliotece: jeszcze nie dorośli, ale już nie dzieci. Mają inne potrzeby i konkretne wymagania, uciekają w świat nowych technologii i mediów społecznościowych, tracąc zainteresowanie czytaniem. Tylko czasami wracają do bibliotek już jako osoby dorosłe ze swoimi dziećmi. Z kolei starsi czytelnicy mogą kończyć przygodę z książką, nie dlatego, że już nie chcą czytać, tylko z powodu problemów ze wzrokiem i poruszaniem się. Jeśli będziemy świadomi istnienia tej grupy nieużytkowników, będziemy w stanie zaproponować usługi na miarę ich potrzeb.

<sup>[1]</sup> Źródło danych GUS, dokument dostępny on-line:

[https://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5493/14/7/1/biblioteki\\_publiczne\\_w\\_2022\\_r..pdf](https://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5493/14/7/1/biblioteki_publiczne_w_2022_r..pdf)

<sup>[2]</sup> Stan czytelnictwa książek w Polsce, BN, dokument dostępny on-line: <https://bn.org.pl/download/document/1682012775.pdf>

## **Metody i narzędzia – jak przeprowadzić badanie?**

Współczesne biblioteki zmuszone są funkcjonować w dynamicznie rozwijającym się świecie konsumpcyjnym i nadążać za postępem technologicznym. Wzrost konkurencyjności, wciąż zmieniające się oczekiwania i potrzeby to problemy, z którymi musi mierzyć się obecnie biblioteka. Nacisk na marketing, który ma być kluczem do sukcesu powoduje, że badanie potrzeb czytelniczych staje się stałym elementem w budowaniu strategii rozwojowej instytucji kultury.

Jak zatem dotrzeć do nieużytkowników biblioteki? Należy najpierw zdiagnozować ich potrzeby, a następnie skupić się na odpowiedniej grupie i najbardziej realnych (w sensie budżetowym i personalnym) oczekiwaniach. W tym pomogą nam badania.

Mamy różne metody badania nieużytkowników biblioteki. Wśród nich wyróżniamy m.in.: ankiety, rozmowy, spotkania, sondaże, wywiady indywidualne i grupowe. Rozmowy są bardzo

ciekawą formą badania, ponieważ nigdy nie kończą się na jednym temacie. Tutaj także możemy przekonać się jak dyskusja z użytkownikiem może przyciągnąć nieużytkownika do biblioteki bądź na nowo przyciągnąć czytelnika długo niekorzystającego z jej usług. Inną formą badań będzie ankieta. Z doświadczenia wiemy, że do młodzieży i "młodych" dorosłych najłatwiej dotrzeć przez Internet. Ankieta powinna więc być dostępna na portalach/stronach, z których ta grupa często korzysta, np. urzędy, kino, centra kultury, restauracje. Do starszych można dotrzeć podczas wydarzeń plenerowych - ankieterzy bezpośrednio zagadują osoby i próbują rozmawiać.

A oto garść uwag i podpowiedzi dotyczących sposobu budowania ankiety:

- Pytania powinny być krótkie, jasno sformułowane, aby otrzymane odpowiedzi budowały jak najlepszą informację zwrotną.
- W badaniu nie używamy pytań, które mogą w przyszłości nam się przydać, postawione pytania mają służyć informacji tu i teraz.
- Potrzeby i zainteresowania respondentów szybko zmieniają się. Starajmy się, aby wypełnienie ankiety nie zajęło więcej niż 5 min. - długa ankieta zmęczy i nie da nam rzeczywistego obrazu.
- Ograniczmy ilość pytań do tych niezbędnych do zebrania wyników.
- Wybierajmy pytania zamknięte, np. wielokrotnego wyboru, które ułatwią nam podsumowanie, umożliwią pozyskanie jednej niesugerowanej odpowiedzi, zaprojektowanej w neutralny sposób.
- Ustalmy porządek pytań: na początku widnieć powinny pytania przyjemne dla ankietowanego, pogrupowane wg zagadnień, a na końcu dotyczące danych osobowych,
- Zapewnijmy badanym anonimowość.
- Opracowując ankietę we wstępie określmy czemu ma ona służyć.
- Kiedy zestaw pytań będzie gotowy warto przetestować ankietę na małej grupie zaufanych osób i dopracować nieścisłości.
- Po badaniu koniecznie podziel się wynikami z respondentami.
- Istotne jest, aby zmiana oferty biblioteki była szybką odpowiedzią na wyniki ankiety.

Zaletą badań ankietowych jest anonimowość, różnorodny przekrój wiekowy i zawodowy osób badanych oraz możliwość prowadzenia badań w dowolnych miejscach, w tym samym czasie, bez angażowania badaczy. Ankieta ujednocila wypowiedzi wielu osób, dzięki czemu możliwe są uogólnienia. Uzyskany materiał można łatwo opracować, ponieważ grupowany jest już w trakcie badania. Wadą metody jest zużycie dużej ilości papieru, uzależnione od liczby ankietowanych, mała elastyczność, a także brak możliwości pogłębienia odpowiedzi, a w przypadku e-ankiet- ograniczenie zasięgu ankiety do kręgu respondentów korzystających z Internetu

Różne sposoby dystrybucji ankiety np.: papierowa i elektroniczna mają swoje specyfiki, które mogą wpływać na jakość i komplementarność pozyskanych danych z czego trzeba zdawać sobie sprawę już na etapie projektu badania. Programy ankietowe dostępne w sieci umożliwiają wymuszanie odpowiedzi (odpowiedź obowiązkowa) oraz sterowanie użytkownikiem zależne od jego wyborów. W wersji papierowej jest to utrudnione lub zgoła niemożliwe. Wpływ badacza na zachowanie respondentów ogranicza się tu do podania dyspozycji typu: "- Jeśli odpowiedziałeś Tak, przejdź do

pytania X.” Jeszcze większe różnice będą dotyczyć takich metod badawczych jak “Gadająca ściana” czy “World Cafe”. Mimo to wydaje się, że wykorzystanie różnych form zbierania danych pozwala dotrzeć do bardziej zróżnicowanej puli respondentów co czyni tę strategię korzystną. Oczywiście tylko o tyle o ile jest to zgodne z założonymi celami naszego badania.

## Ankieta – propozycja pytań wraz z tekstem wprowadzającym

Szanowni Państwo

Niniejsza ankieta służy rozpoznaniu powodów niekorzystania z usług lokalnej biblioteki publicznej. Chcemy w ten sposób dowiedzieć się, czy wprowadzanie nowej oferty może wpłynąć na jej odbiór. Celem badania jest uzyskanie informacji niezbędnych do wypracowania atrakcyjnej oferty biblioteki, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom i potrzebom odbiorców. Zapewniamy Państwu pełną anonimowość wypowiedzi. Zebrane dane wykorzystamy jedynie w zbiorczych zestawieniach statystycznych.

Dziękujemy za szczere i wyczerpujące odpowiedzi

1. Jakie jest Twoje pierwsze skojarzenie dotyczące biblioteki? .....

2. Czy korzystasz z usług biblioteki (*nazwa biblioteki*):

- Tak (jeśli Tak, to przejście do metryczki)
- Nie

3. Czy korzystasz z usług innej biblioteki?

- Tak
- Nie

4. Dlaczego nie korzystasz z usług biblioteki (*nazwa biblioteki*)?

- Nie lubię czytać książek
- Kupuję książki
- Korzystam z książek w formie elektronicznej/audio
- Nie mam czasu
- Nie znam oferty Biblioteki
- Ze względów komunikacyjnych (za duża odległość do biblioteki, brak komunikacji)
- Inne – jakie:

5. Z jakich usług biblioteki chciałbyś korzystać?

- Korzystanie z e-zasobów
- Spotkania autorskie
- Kluby książki
- Pokazy i prelekcje
- Warsztaty
- Koncerty
- Inne, jakie:

6. Najczęstszym sposobem spędzania wolnego czasu jest dla Ciebie:

- Oglądanie telewizji/filmów/seriali
- Czytanie książek/czasopism
- Słuchanie muzyki
- Spotkania z rodziną/przyjaciółmi
- Podróżowanie/zwiedzanie
- Uprawianie sportu
- Inne – jakie:

7. Gdzie najczęściej spędzasz czas wolny?

- W domu
- Poza domem

8. W jaki sposób komunikujesz się ze znajomymi:

- Facebook (lub inne Social Media)
- Telefonicznie
- Osobiście
- Email
- Inne .....

9. Dokończ zdanie: *Biblioteka na miarę naszych czasów to:* .....

Metryczka:

1. Płeć

- Kobieta
- Mężczyzna
- Nie identyfikuję się z żadną z tych opcji

2. Wiek

- 13-15
- 16-19
- 20-24
- 25-34
- 35-44
- 45-64
- powyżej 65 roku życia

3. Zajęcie

- Uczący się
- Pracujący
- Pozostali

4. Wykształcenie

- Podstawowe
- Średnie
- Wyższe



## 5. Miejsce zamieszkania

- Miasto/Miejscowość, w której mieści się Biblioteka
- Inna miejscowość

### Nieelektroniczne sposoby zbierania odpowiedzi

Nie wszyscy respondenci chcą i mogą udzielać odpowiedzi za pomocą narzędzi komunikacji elektronicznej. Wiek, umiejętności, dostęp do Internetu i wiele innych czynników może powodować, że e-ankieta nie będzie dla nich metodą wystarczająco dostępną lub komfortową. W żadnym razie nie powinniśmy z tych osób rezygnować. Dlatego warto tą samą treść badania ankietowego opracować i udostępnić także metodami "analogowymi." Najprostsza z nich polega na wydrukowaniu pytań i wyłożeniu w miejscach obecności spodziewanych nieużytkowników. Ale są też inne sposoby.

Miejska Biblioteka Publiczna w Kudowie-Zdroju rozważała wprowadzenie nowej usługi-udostępnianie ebooków i audiobooków. Udostępnianie zbiorów specjalnych wymagało dodatkowych nakładów finansowych, więc biblioteka chciała wcześniej poznać opinię użytkowników biblioteki. Na początku przebadano czytelników w dziale dla dorosłych, zadając im pytanie czy byłiby zainteresowani czytaniem przez aplikację. Kiedy zbierano dziesięć chętnych osób wprowadzono usługę. Informację o nowej ofercie opublikowano na stronie internetowej biblioteki i Fb. Jednak z wywiadu i rozmów zebrano informację, że o nowej ofercie wielu nieużytkowników dowiedziało się od stałych czytelników. Obecnie oferta jest rozszerzana i cieszy się powodzeniem, nawet wśród młodzieży. Warto tą metodę wykorzystać np. przy wyborze autora na spotkanie, wówczas koleżanka (lub kolega) poinformuje swoją znajomą, która po pierwszej wizycie w bibliotece nie omieszka zawitać ponownie.

Spotkania badawcze mogą mieć formę dyskusji na tematy, które umożliwią poznanie zaproszonych nieużytkowników biblioteki (np. Projekt Rozmowy przy wspólnym stole – Fundacji Rozwoju Społeczeństwa linformacyjnego), ale też i my, jako badacze, możemy dyskutować udając się do różnych instytucji, np. szkół, związków emerytów, klubów seniora itp. Warto, aby spotkanie miało określony cel, moderatora i ciekawą formę.

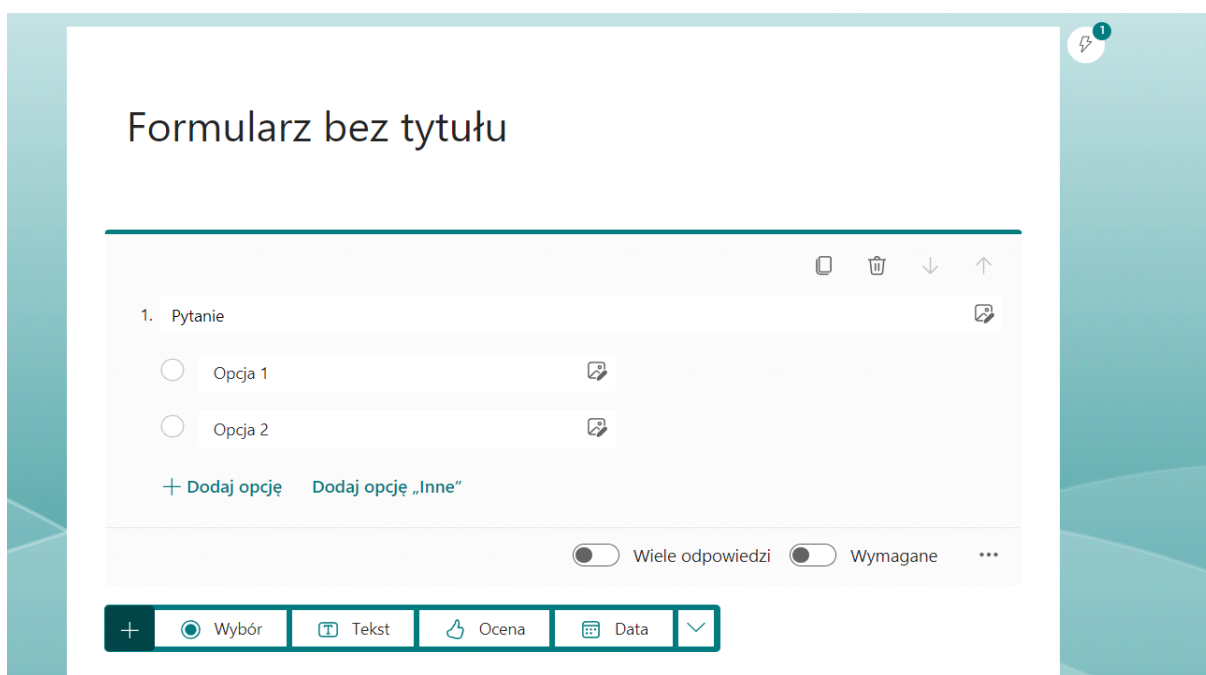
"Gadająca ściana", wykorzystywana przez szkoleniowców najczęściej do ewaluacji szkolenia, może ze względu na formę zainspirować bibliotekarzy do zebrania w krótkim czasie interesujących informacji. Badanie polega na tym, że na arkuszach brystolu prezentujemy pytanie przedstawione w dowolny graficznie sposób (na jednym arkuszu jedno pytanie). Po rozmowie z osobami ankietowanymi i wprowadzeniu w temat zostawiamy arkusze w dostępnym miejscu na określony czas, np. 3 dni. Po tym terminie zabieramy materiał badawczy do analizy. Zaletą tej metody jest to, że ankietowany ma więcej czasu na odpowiedź oraz może ją przedstawić również z wykorzystaniem grafiki. Wadą metody jest uzyskanie odpowiedzi niejednoznacznych, wymagających głębszej analizy, które warto omówić z ankietowanymi na spotkaniu podsumowującym.

"World Cafe" to metoda, która umożliwia w sposób ciekawy zbadać i zebrać informacje wśród licznej grupy w naprawdę krótkim czasie w kawiarnianej atmosferze. Podczas spotkania grupy przemieszczają się, mogą poznać opinie innych albo je rozbudować. Zaletą badania jest dynamika, możliwość przebadania dużej liczby osób a forma zabawy nie daje odczucia "wypytywania". Przy badaniu ogranicza nas tylko pomieszczenie, w którym odbywa się spotkanie. Wadą metody są

nakłady finansowe jakie należy ponieść przygotowując się do badania: arkusze - obrusy, pisaki, ograniczenia czasowe oraz trudności z wyciągnięciem interesujących informacji z licznych wypowiedzi i rysunków.

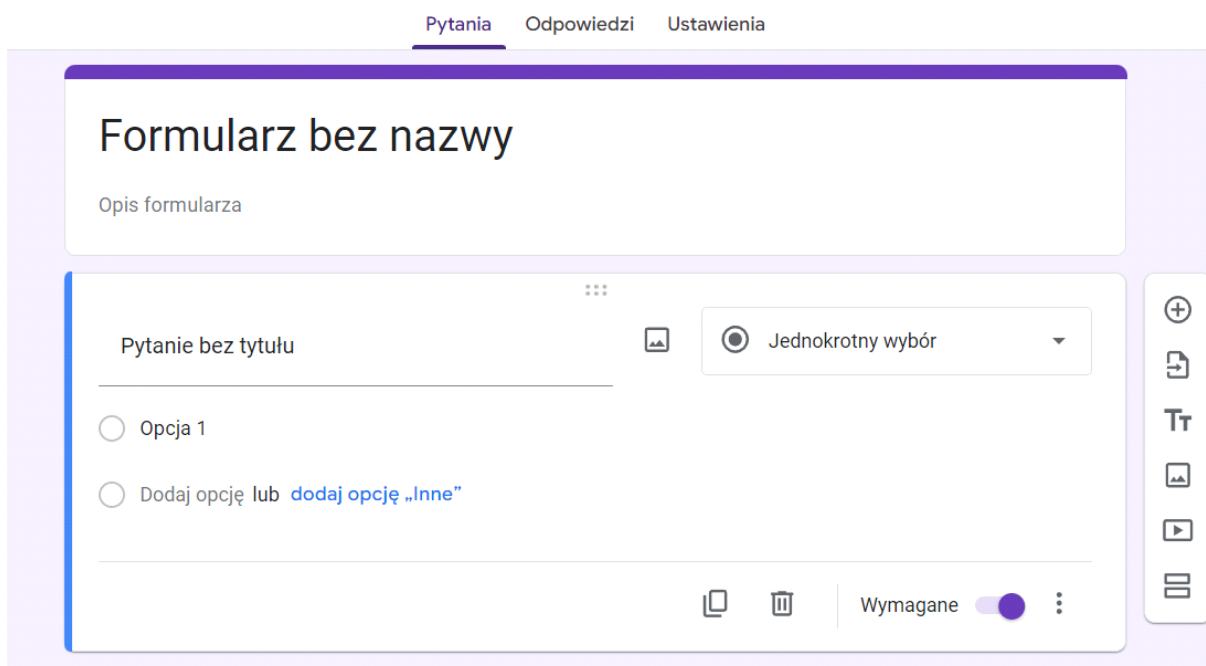
### Jak wykonać ankietę elektroniczną?

W Internecie można znaleźć wiele programów umożliwiających stworzenie własnej ankiety. Nasza ankieta została przygotowana za pomocą formularza programu Forms będącego częścią systemu Office365. Forms są dostępne zarówno w planach płatnych jak i bezpłatnych, przy czym w tych ostatnich obowiązują limity z którymi warto się zapoznać przed rozpoczęciem pracy.



The screenshot shows the Microsoft Forms editor interface. At the top, it says "Formularz bez tytułu". Below this is a question editor for "1. Pytanie". The question has two radio button options: "Opcja 1" and "Opcja 2". There are buttons to "+ Dodaj opcję" and "Dodaj opcję „Inne”". At the bottom of the question editor, there are two toggle switches: "Wiele odpowiedzi" (disabled) and "Wymagane" (disabled). Below the question editor is a toolbar with icons for adding a question, selecting a question type (Wybór is selected), adding text, rating, date, and a dropdown menu.

Popularną alternatywą dla tego rozwiązania mogą być ankiety Google.



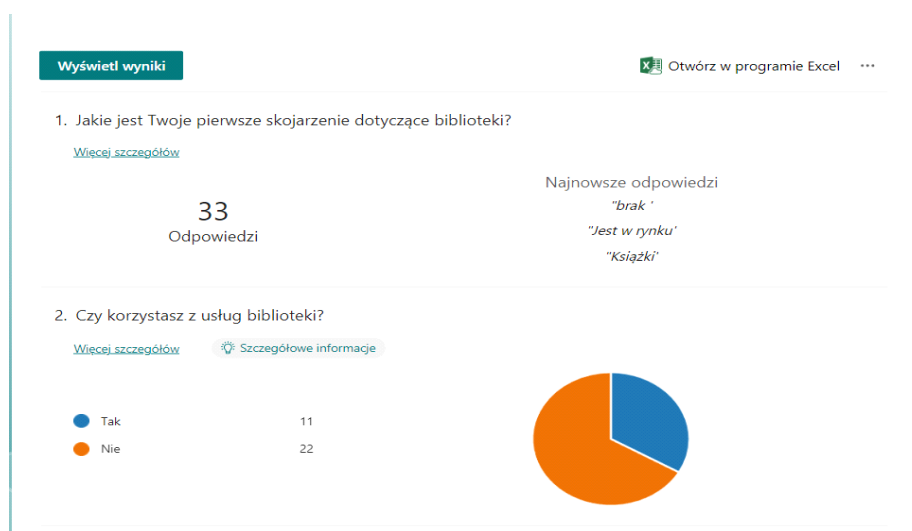
The screenshot shows the Google Forms editor interface. At the top, it says "Formularz bez nazwy". Below this is a text area for "Opis formularza". The main question editor shows "Pytanie bez tytułu" with a dropdown menu set to "Jednokrotny wybór". There are two radio button options: "Opcja 1" and "Dodaj opcję lub dodaj opcję „Inne”". At the bottom of the question editor, there are icons for copy, delete, and a toggle switch for "Wymagane" (disabled). On the right side, there is a vertical toolbar with icons for adding a question, adding a section, adding text, adding an image, adding a video, and adding a link.

Forms oferują możliwość zadawania pytań w formie zdefiniowanego przez autora ankiety zestawu opcji do wyboru (można zdecydować, czy użytkownik ma podać więcej niż jedną odpowiedź), oceny (użytkownik wskazuje jedną z pięciu gwiazdek wyrażając swoją ocenę), daty, krótkiego lub długiego tekstu (przydatne dla pytań otwartych) oraz klasyfikacji (użytkownik ustawia kolejność odpowiedzi) i skali Likerta (kafeterii). Ustawienia pozwalają decydować na które pytania odpowiedzi są wymagane. Zestawy pytań można porządkować w sekcje o wybranej kolejności, a przejścia między nimi mogą zależeć od odpowiedzi na wskazane pytania, dzięki czemu respondenci mogą pominąć pytania które ich nie dotyczą. Narzędzie można wykorzystać do zebrania odpowiedzi w ankiecie anonimowej – respondent nie musi wówczas dysponować własnym kontem w systemie Office365. Dostęp do ankiety można umieścić w postaci linku na stronie www lub w wiadomości email. Respondenci mogą odpowiadać za pomocą dowolnych urządzeń: komputerów, tabletów lub smartfonów. Możemy również zdecydować, czy respondenci będą mieli dostęp do wyników ankiety.

Tym co czyni program Forms i jemu podobne szczególnie przydatnymi w pracy ankietera jest dostęp do zgromadzonych odpowiedzi w formie umożliwiającej ich efektywną analizę tj. w postaci arkusza kalkulacyjnego. Plik można otworzyć online lub pobrać dla dalszego przetwarzania w desktopowym MS Excel (przy większej liczbie wyników, lub konieczności łączenia wyników z wielu ankiet wygodne może okazać się korzystanie z rozwiązań takich jak tabele przestawne lub Power Query których dostępność w Excel online jest ograniczona).

Godzina rozpoczęcia	Godzina ukończenia	Adres e-mail	Nazwa	Jakie jest Twoje pier	Czy korzystasz z usłu	Czy korzystasz z usłu	Dlaczego nie korzyst	Z jakich usług bibliot
9.7.23 8:50:07	9.7.23 8:53:45	anonymous		Fajne miejsce	Nie	Nie	Korzystam z książek w f	Spotkania autorskie
9.12.23 10:15:58	9.12.23 10:17:54	anonymous		Książki	Nie	Nie	Kupuję książki	Spotkania autorskie
9.12.23 10:20:54	9.12.23 10:21:27	anonymous		Dużo świetnych książek	Tak			
9.12.23 10:22:10	9.12.23 10:24:09	anonymous		książki	Nie	Nie	Kupuję książki	Korzystanie z e-zasob
9.12.23 10:42:27	9.12.23 10:45:03	anonymous		Księgozbiór	Nie	Nie	Kupuję książki	Spotkania autorskie
9.12.23 11:07:12	9.12.23 11:12:00	anonymous		Książki	Nie	Tak	Ze względów komunika	Spotkania autorskie
9.12.23 12:06:00	9.12.23 12:06:22	anonymous		Książki	Tak			
9.12.23 12:32:31	9.12.23 12:34:03	anonymous		książki! :)	Tak			
9.12.23 12:57:01	9.12.23 12:58:17	anonymous		Niemile baby.	Tak			
9.12.23 16:44:57	9.12.23 16:45:13	anonymous		Książki	Tak			
9.12.23 19:35:54	9.12.23 19:37:28	anonymous		Książki	Nie	Nie	Korzystam z książek w f	Warsztaty

Można również przeglądać pojedyncze odpowiedzi oraz ich podsumowania zaopatrzone w gotowe wykresy.



## Ankiety w kontekście przepisów o ochronie danych osobowych

Ważnym kontekstem tworzenia ankiet i zbierania odpowiedzi są krajowe i europejskie przepisy o ochronie danych osobowych (RODO). RODO wymaga naszej uwagi jako autorów ankiety gromadzących dane respondentów, ale także jako potencjalnego dostawcę tych danych do zewnętrznych podmiotów np. firm takich jak Microsoft lub Google których aplikacji używamy w przypadku zbierania odpowiedzi drogą elektroniczną - jeśli nie robimy tego za pomocą własnego oprogramowania utrzymywanego na własnym serwerze. Dane zebrane za pomocą Forms są gromadzone via internet na serwerach firmy komercyjnej, która nie bez powodu umieszcza w każdej ankiecie zastrzeżenie: *Ta zawartość jest tworzona przez właściciela formularza. Przesłane dane zostaną wysłane do właściciela formularza. Firma Microsoft nie ponosi odpowiedzialności za zachowania dotyczące prywatności lub bezpieczeństwa swoich klientów, a w tym praktyk tego właściciela formularza. Nigdy nie podawaj swojego hasła*

A zatem, nawet w ankietach anonimowych, należy zadbać o to, aby nieprzemysłana kombinacja odpowiedzi na różne pytania zawarte w ankiecie (imię, adres email, miejscowość, zawód itp.) nie dała zestawienia informacji spełniającego ustawową definicję danych osobowych, która - przypomnijmy - ma charakter otwarty (chyba, że będziemy je zbierać i przetwarzać w zgodzie z ww. przepisami - np. na podstawie wyrażonej i zachowanej dla celów dowodowych zgody respondenta).

W szczególności należy wystrzegać się zbierania wszelkiego typu identyfikatorów, numerów, pinów, adresów - w tym prywatnych adresów email – nazwisk itp. Pamiętajmy również, że wyraźnie ZABRONIONE jest nieuprawnione przetwarzanie danych osobowych tzw. szczególnych (wrażliwych) dotyczących pochodzenia etnicznego, wyznania, przekonań politycznych, informacji o stanie zdrowia, orientacji seksualnej itp. Nie znaczy to, że nie można tworzyć ankiet o ww. tematyce, lecz, że zebrane w nich dane statyczne nie mogą być powiązane z żadnymi danymi pozwalającymi na identyfikację respondentów. Bezpieczną strategią jest zbieranie tylko tych informacji, które są niezbędne dla osiągnięcia celów badawczych jakie sobie założyliśmy. Dobrą praktyką jest również zamieszczenie w tekście ankiety wskazówki o niepodawaniu danych osobowych, co może się respondentom zdarzać w pytaniach otwartych.

### Studium przypadku – nasza ankieta j jej wyniki

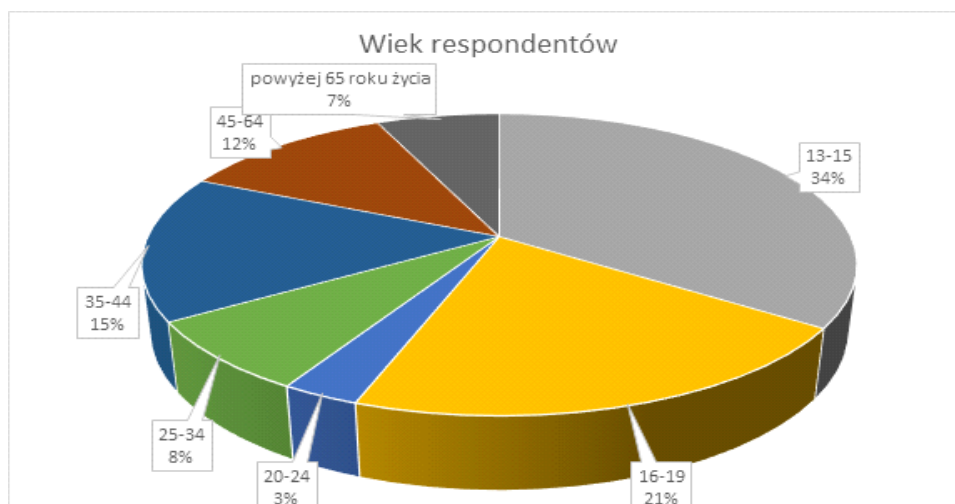
My również przeprowadziliśmy badanie “nieużytkowników” na potrzeby tego opracowania. Poniżej przedstawiamy jego wyniki wraz komentarzem *odautorskim*.

Badanie zostało przeprowadzone w dniach 12-26 września 2023 r. za pośrednictwem Internetu i papierowej formy ankiety. Link do ankiety w formie elektronicznej umieszczono na stronach bibliotek publicznych Brzegu, Sokołowa Podlaskiego, Kudowy Zdrój i Wrocławia z prośbą o rozpowszechnienie jej wśród mieszkańców. Ankietę w wersji papierowej rozdano w szkołach podstawowych i średnich, wybranym mieszkańcom podczas badań ulicznych oraz Seniorom. Każdy z respondentów wypełniał ankietę samodzielnie tj. bez zadawania dodatkowych pytań przez ankietera. Za pośrednictwem Internetu ankietę wypełniły 92 osoby (26,2%), ankietę w wersji papierowej uzupełniło 247 osób (73,8).

W badaniu wzięło udział 351 osób: 190 (54,1%) kobiet i 151 (43%) mężczyzn, 10 (2,9%) osób nie identyfikowało się z żadną z tych grup.

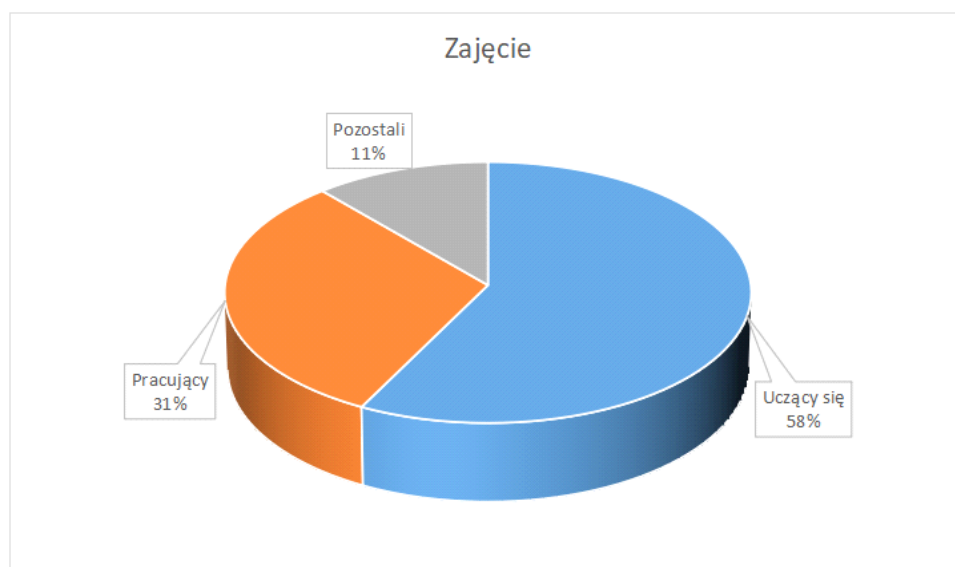
Ankietowanych podzieliliśmy na siedem grup wiekowych: 13-15, 16-19, 20-24, 25-34, 35-44, 45-64, powyżej 64 roku życia. Największą grupę badanych stanowiła młodzież w wieku pomiędzy 13-15 i 16-19 rokiem życia, drugą liczną grupę stanowiły osoby dorosłe z przedziału wiekowego 35-44 oraz 45-64. Najmniej liczną grupę stanowiły osoby pomiędzy 20 i 24 rokiem życia.

Poniższy wykres przedstawia wiek respondentów.



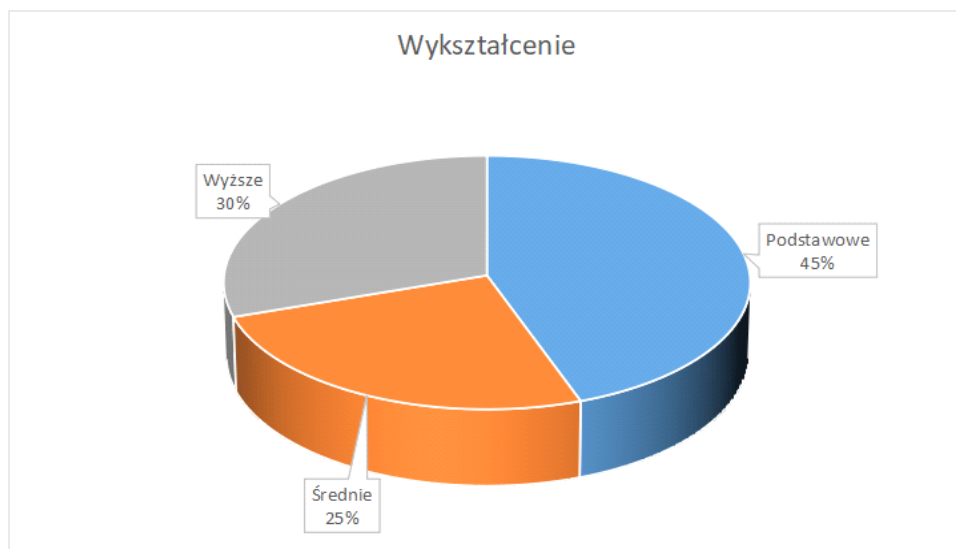
Ponad połowa badanych uczy się, drugą grupę stanowią osoby pracujące, a najmniej liczną grupę stanowią pozostali.

Poniższy wykres prezentuje zajęcie badanych.



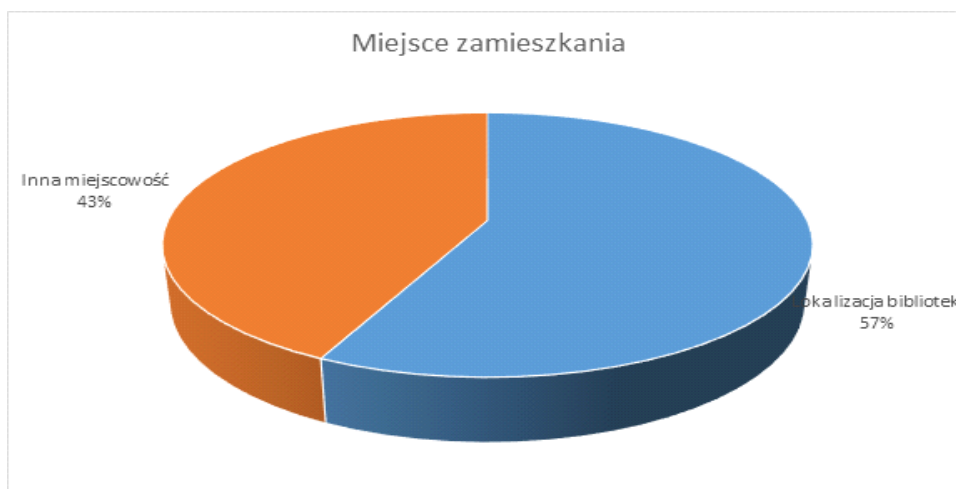
Większość badanych uczy się w szkołach podstawowych, drugą liczną grupę stanowią absolwenci uczelni wyższych, trzecią grupę stanowią uczniowie i absolwenci szkół średnich.

Wykształcenie badanych obrazuje poniższy wykres.

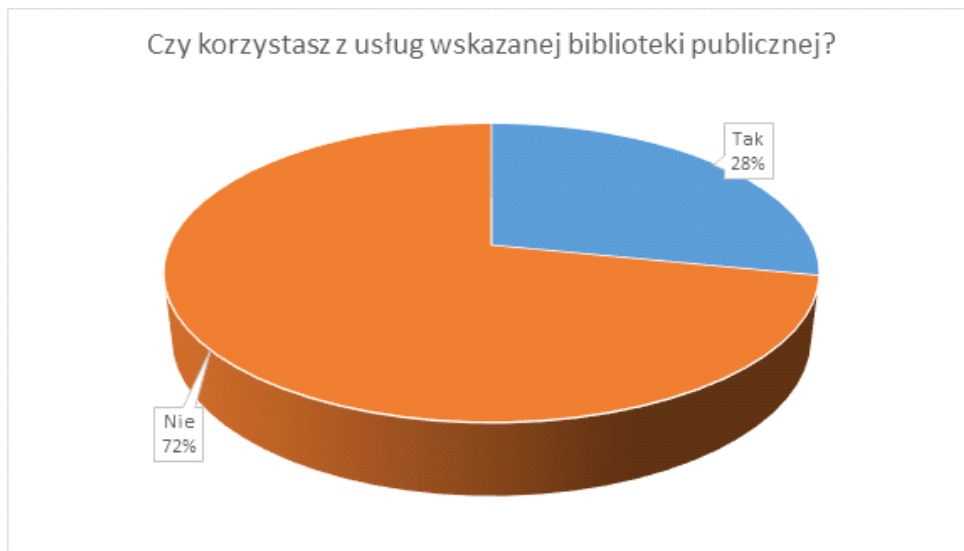


Najliczniejszą grupę wśród badanych stanowiły osoby zamieszkujące miejscowości, w których działają prowadzące badania biblioteki publiczne. Natomiast najmniej liczną grupę ankietowanych tworzyły osoby z okolicznych miejscowości.

Miejsce zamieszkania badanych przedstawia poniższy wykres.



Zdecydowana większość ankietowanych nie korzysta z usług wskazanych bibliotek publicznych. Połowa badanych deklaruje, że korzysta również z usług innych bibliotek.

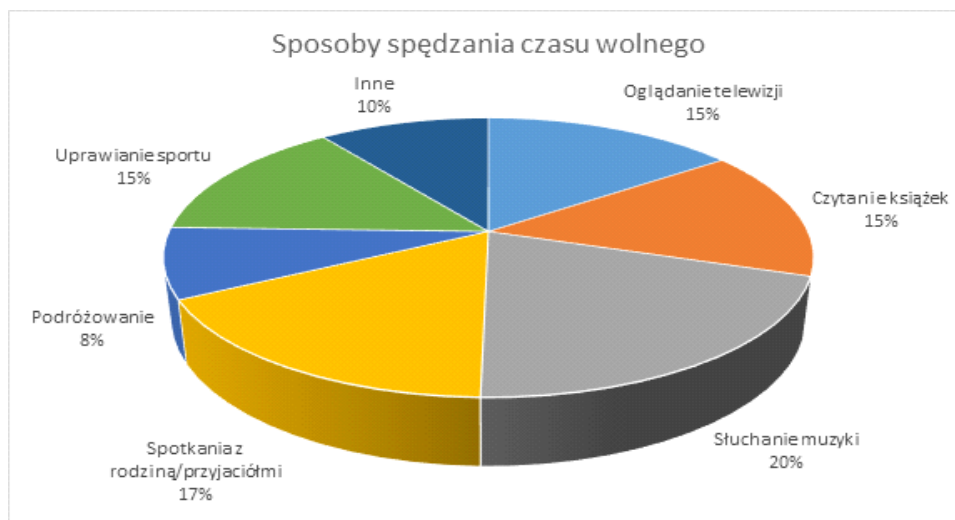


Badani wskazują w swoich odpowiedziach, że nie mają potrzeby korzystania z usług wskazanych bibliotek publicznych, ponieważ samodzielnie kupują książki lub pożyczają od znajomych. Duży procent badanych korzysta z książek w formie elektronicznej. Blisko 18% badanych nie ma czasu na czytanie lub nie lubi czytać. Dużym utrudnieniem w korzystaniu z bibliotek publicznych jest odległość od miejsca zamieszkania.



Wśród najbardziej oczekiwanych ze strony badanych usług wymieniane są wypożyczalnie książek elektronicznych (26,5%), koncerty (18,91%), spotkania autorskie (17,09%) i warsztaty (15,27%). W mniejszym stopniu respondenci zainteresowani są działaniem klubów książki (8,36%) oraz prelekcjami i pokazami (5,45%). Niewielka grupa badanych twierdzi, że żadne usługi nie zachęcą ich do korzystania z biblioteki.

Uczestnicy badania czas wolny najchętniej spędzają w domu (55,1%) słuchając muzyki, oglądając telewizję/ filmy, czytając książki/ czasopisma, grając na komputerze i w gry planszowe. Niewiele mniej osób, bo 44,9% lubi przebywać poza domem uprawiając sport i podróżując. Badani lubią spotykać się z rodziną i przyjaciółmi. Komunikują się ze sobą wykorzystując social media (48%), telefonicznie (30%) i osobiście (22%).



W oczach badanych *Biblioteka na miarę naszych czasów to...* biblioteka nowoczesna, z e-bookami i ciekawymi książkami, to miejsce spotkań dostępne dla każdego. Respondenci określają bibliotekę jako miejsce pełne wiedzy, otwarte dla osób, które lubią czytać. Część badanych uważa bibliotekę za skarb i nie chce w niej żadnych zmian.



Wśród badanych znalazł się także niewielki procent osób, które postrzegały bibliotekę jako przeżytek, miejsce nudne i zbędne.



Badanie służyć miało rozpoznaniu powodów niekorzystania z usług lokalnej biblioteki publicznej. Zebrane odpowiedzi potwierdziły, że naszymi respondentami były głównie osoby niekorzystające z jej oferty, a także osoby korzystające z oferty innych bibliotek. Możemy pogłębić badania próbując pozyskać odpowiedź, dlaczego osoby badane korzystają z innych bibliotek i jakie to są biblioteki. Na podstawie udzielonych odpowiedzi możemy wnioskować, że dla badanych dużym utrudnieniem w korzystaniu z usług biblioteki jest odległość od ich miejsca zamieszkania oraz problemy komunikacyjne. Warto zastanowić się nad możliwością lokalizacji placówek lub punktów bibliotecznych w regionach, w których nie działają biblioteki.

Nie mamy wpływu na czas wolny badanych, ale ze względu na ich wiek możemy wdrożyć konkretne działania zachęcenie uczniów do książek, aby postrzegały czytanie jako coś przyjemnego i pozytywnego, a nie jako trudne zadanie. Musimy wprowadzać nowe technologie i otwierać się na zbiory elektroniczne. Opierając się na wynikach ankiety musimy zmieniać ofertę biblioteki, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom i potrzebom odbiorców, ale także kontynuować działania, które cieszą się zainteresowaniem użytkowników.

## **Zamiast pożegnania**

*Szanowna Pani Dyrektor – Szanowny Panie Dyrektorze,*

Nasze opracowanie na pewno nie odpowiedziało na wiele Twoich pytań. Zależało nam na tym, aby nie przeładować *niepodręcznika* nadmiarem suchych rozważań, analiz i akademickich definicji. Zdajemy też sobie sprawę z tego, że każda biblioteka ma swoją specyfikę, która nie uogólnia się do żadnej krajowej średniej. Z tego powodu wielu problemów które Cię nurtują w kontekście badań ankietowych mogliśmy nie poruszyć – bo nie występują w naszej własnej praktyce zawodowej. Mimo to mamy nadzieję, że nasze doświadczenia przynajmniej w jakimś stopniu okażą się pomocne. Zachęcamy Cię do odważnego przecierania własnych ankietowych szlaków, uzyskiwania ciekawych wyników i efektywnego wprowadzania zmian w działalności biblioteki. Niech nasze biblioteki będą jeszcze lepsze - także dzięki badaniom "nieużytkowników".