

По результатам исследования, которое провел Институт, опросив около тысячи московских школьников, оказалось, что содержание понятия «подросток» может быть очень разным, и именно в этих различиях нужно ориентироваться тем, кто работает с молодой возрастной категорией.

Говоря о библиотеках как о городских досуговых учреждениях культуры, не стоит забывать, что примерно с 14 лет треть подростков уже готова к тому, чтобы передвигаться самостоятельно, без сопровождения взрослых не только по своему району, но и по всему городу, включая и окраины. Если географическое расположение библиотеки будет удобным, то есть шанс, что и она попадет в список посещаемых объектов.

Но одного удобного расположения недостаточно. Чтобы куда-то прийти, нужно об этом месте знать. Где получают информацию о культурных событиях Москвы школьники? 40 % — от родителей, 20% — от педагогов. Среди источников информации лидируют социальные сети, в частности, сеть ВКонтакте. И чаще всего в нее заходят не с домашних компьютеров, не с ноутбуков, а набегу с мобильных гаджетов — смартфонов и планшетов. В момент, когда мы это осознаем, станет очевидным, что разработка полноценных сайтов наших библиотек нужна, скорее, самим библиотекарям, нежели пользователям. Мобильные версии сайтов и активные странички в соцсетях — вот, о чем стоит позаботиться, если мы хотим быть услышанными и увиденными в мире подростков.

Сообщать о себе в нужных местах необходимо! Как показывают цифры, часто подростки не знают, где можно получить информацию о культурных событиях Москвы. Несмотря на то, что 67% респондентов заявили, что читают специальные культурные паблики и сайты, на деле оказалось, что в лучшем случае, половина из них использует Интернет-ресурсы, планируя свой досуг, и ищут действительно культурные события, а не способ скоротать время, где придется. Таким образом, только 40 % ходят в музеи и на выставки, еще меньше — в театры. И, как правило, основной движущей силой здесь, по-прежнему, остаются родители.

Связь с семьей — важный аспект в жизни человека, особенно подростка. Самая отзывчивая для учреждений культуры аудитория — это, как раз, дети именно с такой жизненной позицией. В ходе анкетирования они вошли в категорию «сверхсоциализированных» подростков и составили 26 % от общего числа опрошенных. Их интересы определены, они прислушиваются к мнению старших, умеют с ними общаться. Способны самостоятельно и избирательно находить нужную информацию и правильно ее применять.

«Бунтующие» подростки составили всего 15%, но от этого не стали менее интересными для перспектив работы с ними. В попытке установления контакта с такой аудиторией следует обязательно учитывать, что эта молодежь обязательно будет стремиться к самостоятельности и независимости от взрослых, она будет способна самоорганизоваться и соблюдать в своей среде определенные правила, не насаждаемые сверху.

Столько же — 15 % — составила самая инертная группа — «домоседы». В отличие от остальных, они — закоренелые обитатели своих «раковин», предпочитающие проводить время уединенно с телевизором, у компьютера, а если и общаться, то в Интернете. Понятно, что интерес к культурной жизни у них минимальный, и заставить такого подростка выйти из дома практически невозможно.

И, наконец, самая многочисленная категория — «потерянные» подростки, их 44%, и кратко о них можно сказать одно: они сами не знают, чего хотят и не представляют, чего могут хотеть. Их жизнь пока бесцельна, безынициативна, и досуг сводится, в зависимости от материального уровня, к походам в кино, в кафе или прогулкам с друзьями по улице. Их главная беда — отсутствие информации и неумение ее искать, что небезнадежно и при желании поправимо. Можно надеяться, что их время просто еще не настало. И библиотеки здесь как раз могут помочь ускорить процесс.

Да, молодежная среда сложна, но от этого и интересна для работы. Она в большинстве своем открыта и готова к общению. Главное — найти правильную дорожку, по которой из пункта А и пункта В одновременно навстречу друг другу выйдут два пешехода, чтобы встретиться в некой точке, которую мы с вами назовем «Библиотека».