

На правах рукописи

НАЗАРОВ Михаил Васильевич

**КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ СПЕЦИАЛЬНОЙ
БИБЛИОТЕКИ ДЛЯ СЛЕПЫХ
В ФОРМИРОВАНИИ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБЩЕСТВА**

Специальность 05.25.03
«Библиотечковедение, библиографоведение и книговедение»

Автореферат
диссертации на соискание учёной степени
кандидата педагогических наук

Санкт-Петербург
2022

Работа выполнена на кафедре информационного менеджмента Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный институт культуры».

Научный
руководитель:

Брежнева Валентина Владимировна,
доктор педагогических наук, профессор
кафедры информационного менеджмента
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
государственный институт культуры»

Официальные
оппоненты:

Демьянчук Роман Викторович,
доктор психологических наук, доцент кафедры
психологии образования и педагогики ФГБОУ
ВО «Санкт-Петербургский государственный
университет»

Гречкина Жанна Васильевна,
кандидат педагогических наук, доцент
кафедры отечественной и мировой литературы
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный
университет»

Ведущая организация:

Федеральное государственное бюджетное
учреждение «Российская государственная
библиотека»

Защита состоится «24» мая 2022 г. в 12.00 часов на заседании диссертационного совета Д 210.019.03 по защите докторских и кандидатских диссертаций при ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт культуры» по адресу: 191186, Санкт-Петербург, Дворцовая наб., д. 2/4, зал диссертационного совета.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт культуры». Электронная версия полного текста диссертации размещена «25» февраля 2022 г. на сайте ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт культуры»: <http://www.spbgik.ru>.

Объявление о защите и электронная версия автореферата размещены «__» марта 2022 г. на официальных сайтах Высшей аттестационной комиссии Министерства науки и высшего образования Российской Федерации: <http://www.vak.ed.gov.ru> и ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт культуры»: <http://www.spbgik.ru>.

Автореферат разослан «__» _____ 2022 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета Д 210.019.03
доктор педагогических наук



Т. В. Захарчук

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Изменение теоретико-методологических и социокультурных подходов к пониманию инвалидности, а также меняющееся отношение общества к проблемам инвалидов, повышение требований к качеству продуктов и услуг, предоставляемых пользователям с различными проблемами здоровья, стремительное развитие информационных технологий и ряд других факторов приводят к трансформации деятельности учреждений культуры различного профиля, в частности – специальных библиотек для слепых.

Информационные продукты и услуги (ИПУ), разрабатываемые и используемые в деятельности специальных библиотек для слепых, традиционно адресованы основному контингенту пользователей – слепым и слабовидящим людям (незрячим), однако в настоящее время библиотеки для слепых расширяют контингент пользователей, развивают комплекс информационных продуктов и услуг для людей с различными нарушениями и особыми потребностями (неслышащих, с ментальными особенностями, дислексией и др.), что становится важной частью социокультурной реабилитации всех категорий пользователей специальных библиотек для слепых, осуществляемой в процессе библиотечно-информационного обслуживания, в том числе при реализации специальных и инклюзивных программ и проектов.

В соответствии с развитием нормативно-правовой базы¹ в различных сферах жизнедеятельности реализуются мероприятия по повышению уровня физической доступности различных учреждений, активно внедряются инклюзивные практики, что является необходимым условием формирования инклюзивного общества, в котором все люди имеют равные возможности, подразумевается реальное включение людей с особыми потребностями в активную общественную жизнь.

Формированию инклюзивного общества на государственном и региональном уровнях способствует деятельность учреждений в сфере социального обслуживания, образования, культуры. Особая роль принадлежит специальным библиотекам для слепых, которые не только развивают собственный комплекс ИПУ, но и осуществляют совместную деятельность с другими учреждениями культуры (общедоступными библиотеками, музеями,

¹ Федеральный закон от 03 мая 2012 г. № 46-ФЗ «О ратификации Конвенции о правах инвалидов», Постановление Правительства РФ от 17 июня 2015 г. № 599 «О порядке и сроках разработки федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления мероприятий по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и услуг в установленных сферах жизнедеятельности» и др.

театрами), направленную на методическое сопровождение, адаптацию их пространств и обеспечение доступности услуг для людей с инвалидностью и особыми потребностями.

Однако в настоящее время уникальные возможности специальных библиотек для слепых не в полной мере используются различными группами потенциальных пользователей и партнёров. Это может объясняться отсутствием обоснованной маркетинговой стратегии продвижения, включающей многоуровневое информирование реальных и потенциальных пользователей, а также широкой общественности о разнонаправленной деятельности специальных библиотек для слепых: специальном комплексе ИПУ, проектной деятельности, инновационном опыте работы с людьми с ограниченными возможностями здоровья. Механизмом эффективного продвижения является коммуникационная стратегия.

Продвижение специальных библиотек для слепых, разработка и реализация коммуникационной стратегии является важным условием формирования инклюзивного общества и распространения ценностей инклюзивной культуры, что обусловило актуальность темы исследования.

Степень научной разработанности темы. Исследование базировалось на теоретико-методологических положениях, отраженных в работах отечественных и зарубежных исследователей.

Феномену и анализу теоретико-методологических социокультурных подходов к инвалидности, работе с инвалидами различных категорий в сфере культуры, использованию методов социальной работы при работе с инвалидами в культурных институциях посвящено большое количество трудов выдающихся социологов, психологов, культурологов (Э. Дюркгейм, Г. В. Барина, Ю. А. Афонькина, М. А. Беляева, Е. И. Холостова, А. Ф. Гох и др.), исследований других авторов, связанных с современными парадигмами осмысления феномена инвалидности. Вне зависимости от рассматриваемого подхода, Г. В. Барина при исследовании феномена инвалидности отмечает необходимость использования комплексной методологической парадигмы, которая включает методологию нескольких уровней – уровень общефилософской методологии, уровень социально-философской методологии, уровень общенаучной методологии.

Проблемы формирования инклюзивного общества, в частности, вопросы реализации инклюзивной парадигмы, рассмотрены в публикациях исследователей в сфере образования (С. В. Алёхина, Р. В. Демьянчук, В. З. Кантор и др.), в то же время в культурологии и библиотековедении подобные проблемы практически не освещены.

Исторические аспекты организации библиотечного обслуживания людей с инвалидностью в России и за рубежом представлены в исследованиях тифлобиблиоковеда А. Е. Шапошникова, а также в материалах по истории благотворительности (О. Г. Шадский, А. В. Кобак). Инструменты реализации реабилитационной функции специальных библиотек для слепых, а также направления развития представлены в библиотечных исследованиях (Г. П. Диянская, Ж. В. Гречкина).

При подготовке теоретической части диссертации, а также при разработке и проведении исследований, посвященных анализу каналов и элементов продвижения ИПУ, использовались разработки в области общего и коммерческого маркетинга (Ф. Котлер, К. Л. Келлер, Ж. Н. Капферер, Д. Шульц, С. М. Москалёв, А. В. Павленко, Е. Г. Гущина, О. С. Габинская и др.), маркетинга и менеджмента библиотечно-информационной деятельности (В. В. Брежнева, И. М. Сулова, В. К. Клюев), сервисного подхода к информационному обслуживанию (В. А. Минкина, В. В. Брежнева), интернет-маркетинга специальных библиотек для слепых (Л. Н. Киреева).

Составление методологических программ исследований осуществлялось на основе трудов В. А. Ядова, В. С. Крейденко, В. И. Добренькова.

Теоретические и практические аспекты использования метода моделирования как инструмента разработки и реализации коммуникационной стратегии, а также критерии проверки научной гипотезы представлены в исследованиях И. Б. Новика, Н. С. Редькиной.

Однако приходится констатировать, что практически отсутствуют исследования, посвященные развитию специальных библиотек для слепых как современных инклюзивных информационно-культурных центров, не рассмотрены технологии продвижения их ИПУ в электронной и традиционной среде, в научном дискурсе не представлены вопросы разработки и реализации коммуникационной стратегии специальных библиотек для слепых как важного условия формирования инклюзивного общества.

Научная проблема заключается в противоречии между многоаспектной деятельностью специальных библиотек для слепых, связанной с активным развитием комплекса ИПУ для реальных и потенциальных пользователей с различными нарушениями и особыми потребностями, а также широким кругом партнеров, и отсутствием теоретического и организационно-методического обоснования разработки и реализации коммуникационной стратегии, направленной на информирование об этой деятельности.

Гипотеза исследования: разработка и реализация коммуникационной стратегии специальными библиотеками для слепых будет способствовать формированию инклюзивного общества в России. В результате реализации

коммуникационной стратегии, направленной на комплексную информационную поддержку бренда библиотеки, распространяются ценности инклюзии и повышается качество жизни людей с ограниченными возможностями здоровья и особыми потребностями, которые включаются в активную общественную жизнь.

Объектом исследования являются специальные библиотеки для слепых.

Предмет исследования – особенности разработки и реализации коммуникационной стратегии специальными библиотеками для слепых как инклюзивными информационно-культурными учреждениями.

Цель исследования – теоретическое и организационно-методическое обоснование разработки и реализации коммуникационной стратегии специальной библиотеки для слепых, направленной на формирование инклюзивного общества.

Достижение поставленной цели потребовало решения следующих **задач**:

1. Выявить социокультурные подходы к феномену инвалидности и определить роль специальных библиотек для слепых в развитии инклюзивной культуры в обществе.

2. Выявить исторические предпосылки и современные тенденции развития специальных библиотек для слепых как инклюзивных информационно-культурных центров.

3. Определить нормативно-правовые и организационные аспекты реализации инклюзивных практик в библиотеках.

4. Определить готовность реальных и потенциальных пользователей специальной библиотеки для слепых к инклюзии.

5. Выявить и сравнить инновационный отечественный и зарубежный опыт продвижения продуктов и услуг библиотек для слепых и других организаций, взаимодействующих с людьми с ограниченными возможностями здоровья в информационно-коммуникационной среде.

6. Выявить особенности содержания коммуникационной стратегии специальной библиотеки для слепых как способа комплексного продвижения информационных продуктов и услуг для людей с различными проблемами здоровья.

7. Обосновать организационно-методические особенности разработки и реализации типовой коммуникационной стратегии специальной библиотеки для слепых как инклюзивного информационно-культурного центра.

8. Разработать типовую модель коммуникационной стратегии и апробировать ее на примере СПб ГБУК «Государственная специальная центральная библиотека для слепых и слабовидящих».

9. Разработать методические рекомендации и типовые проекты локальных нормативных документов, регламентирующих механизмы реализации коммуникационной стратегии, продвижения продуктов и услуг библиотек для слепых.

Источниковую базу исследования составили нормативные документы различного уровня: международного, всероссийского, отраслевого, регионального, в том числе локальные нормативные акты библиотек; отечественные, зарубежные научно-теоретические и прикладные исследования из различных областей научного знания, а также результаты проведенных автором исследований.

Важным источником при проведении исследования стали различные интернет-ресурсы: сайты отечественных и зарубежных общедоступных и специальных библиотек для слепых, музеев, театров, общественных организаций.

Методология и методы исследования. Теоретико-методологической основой исследования стали:

- системный подход, в основе которого лежит рассмотрение объекта как целостного комплекса взаимосвязанных элементов, что позволило представить продвижение ИПУ специальной библиотеки для слепых как систему;
- социокультурный подход использован при изучении деятельности специальных библиотек для слепых, истории и современных направлений их развития;
- междисциплинарный подход обеспечил изучение особенностей и инструментов продвижения на основе интеграции научных знаний в области маркетинга и библиотековедения;
- на основе деятельностного подхода осуществлялась разработка и апробация модели коммуникационной стратегии;
- обоснование необходимости продвижения специального библиотечно-информационного обслуживания основывалось на разработках в области сервисного подхода в библиотековедении.

В решении задач исследования применялся комплекс взаимосвязанных методов:

- терминологический анализ для выявления сущности, взаимосвязей и упорядочивания основных понятий, раскрывающих предметную область исследования;
- поаспектный анализ источников профессиональной литературы для определения степени изученности темы;

- сравнительный анализ отечественного и зарубежного опыта для выявления способов продвижения ИПУ для людей с ограниченными возможностями здоровья;

- социологические методы (анкетирование, экспертный опрос) для определения тенденций развития деятельности специальных библиотек для слепых;

- метод моделирования как инструмент разработки и реализации типовой коммуникационной стратегии специальной библиотеки для слепых.

Научная новизна исследования.

1. Обоснован статус и тенденции развития специальных библиотек для слепых как информационно-культурных центров, играющих ключевую роль в формировании инклюзивного общества.

2. Обоснована готовность реальных и потенциальных пользователей специальной библиотеки для слепых к инклюзии.

3. Выявлены и обоснованы наиболее эффективные каналы и элементы продвижения ИПУ для людей с ограниченными возможностями здоровья.

4. Обоснована значимость разработки и реализации коммуникационной стратегии специальной библиотекой для слепых для формирования инклюзивного общества.

5. Разработана типовая модель коммуникационной стратегии специальной библиотеки для слепых.

Теоретическая значимость исследования.

1. Предложены авторские определения понятий в области тифлобиблиотекведения: «специальная библиотека для слепых», «коммуникационная стратегия специальной библиотеки для слепых», раскрывающие основные направления деятельности современных специальных библиотек для слепых, а также цель разработки и содержание коммуникационной стратегии.

2. Уточнен статус специальных библиотек для слепых как инклюзивных информационно-культурных центров, обоснована готовность пользователей к инклюзии.

3. Обосновано комплексное использование коммуникационных каналов при продвижении информационных продуктов и услуг специальной библиотеки для слепых.

4. Представлено теоретическое и организационно-методическое обоснование разработки и реализации коммуникационной стратегии, что углубляет концепцию сервисного подхода в библиотекведении.

Практическая значимость исследования.

1. Составлен реестр организаций-лидеров в формировании инклюзивного

общества в России и за рубежом, который может быть использован при проведении исследований в области развития инклюзивной культуры.

2. Разработан алгоритм формирования и реализации коммуникационной стратегии специальной библиотеки для слепых как инклюзивного информационно-культурного центра, включающего исследование готовности посетителей к инклюзии, а также каналов и элементов продвижения информационных продуктов и услуг для людей с ограниченными возможностями здоровья.

3. Разработаны типовые методические документы для библиотек, обслуживающих людей с ограниченными возможностями здоровья, регламентирующие развитие системы внешней и внутренней коммуникации библиотек, а также технологии продвижения информационных продуктов и услуг в информационно-коммуникационной среде. Типовые документы могут быть использованы специальными библиотеками для слепых при разработке собственной коммуникационной стратегии.

4. Подтверждена работоспособность предложенной в исследовании типовой модели путем внедрения коммуникационной стратегии в деятельность СПб ГБУК «Государственная специальная центральная библиотека для слепых и слабовидящих».

5. Материалы диссертационного исследования могут быть использованы в преподавании дисциплин «Библиотековедение», «Библиотечно-информационное обслуживание», «Маркетинг библиотечно-информационной деятельности» в профильных вузах.

Педагогическая направленность исследования: результаты исследования тесно связаны с процессами формирования и развития личностного потенциала людей с ограниченными возможностями здоровья в процессе социокультурной реабилитации. Полученные в ходе исследования теоретические результаты, методические рекомендации и проекты типовых локальных нормативных документов могут быть использованы при реализации образовательных программ в системе непрерывного профессионального образования специалистов библиотечно-информационной сферы.

Степень достоверности результатов, изложенных в диссертации.

Достоверность и обоснованность результатов обеспечивается использованием комплекса исследовательских методов, анализом и обобщением материалов научных публикаций, изучением практики работы библиотек, внедрением полученных результатов.

Личный вклад автора. Основные научные, теоретические и практические результаты диссертации получены автором лично в ходе научно-исследовательской деятельности в период с 2017 по 2022 гг. Автором проведен

анализ теоретико-методологических аспектов изучения феномена инвалидности в социально-гуманитарных науках, обобщена история развития специального библиотечного обслуживания людей с ограниченными возможностями здоровья в России и за рубежом, а также обоснована необходимость использования сервисного подхода в специальном библиотечно-информационном обслуживании. На основе проведенного исследования обоснованы роль и содержание коммуникационной стратегии библиотеки для слепых, включающей описание модели продвижения информационных продуктов и услуг в информационно-коммуникационном пространстве. Разработана типовая модель коммуникационной стратегии, которая внедрена в деятельность СПб ГБУК «Государственная специальная центральная библиотека для слепых и слабовидящих».

Автором разработаны типовые методические документы для библиотек, обслуживающих людей с ограниченными возможностями здоровья и особыми потребностями, регламентирующие развитие внешней и внутренней коммуникации библиотек, технологии продвижения информационных продуктов и услуг.

Соответствие паспорту научной специальности

В соответствии с формулой специальности 05.25.03 «Библиотековедение, библиографоведение и книговедение» (педагогические науки), включающей исследования и разработки в области теории, методологии и организации библиотечной и библиографической деятельности, диссертация является теоретическим и практическим исследованием продвижения библиотеки для слепых в информационно-коммуникационном пространстве, предлагает инструментарий для развития технологий продвижения информационных продуктов и услуг библиотек для слепых как центров социокультурной реабилитации людей с инвалидностью и особыми потребностями, представленный в виде коммуникационной стратегии.

Полученные результаты исследования соответствуют пункту 3 в части «Библиотека и библиография как системные социальные объекты..., библиотечное обслуживание», пункту 6 в части «Маркетинговая ориентация библиотечно-библиографических продуктов и услуг...», а также пункту 7 в части «читатель книги в библиотеке, потребитель информации..., культура чтения, информационная культура».

Положения, выносимые на защиту:

1. Специальные библиотеки для слепых обладают уникальными специальными ресурсами и опытом работы, которые позволяют взаимодействовать с различными целевыми аудиториями, осуществляя их библиотечно-информационное обслуживание и социокультурную

реабилитацию. Перспективы развития специальных библиотек для слепых связаны с их активным позиционированием как ключевых организаций в формировании инклюзивного общества, расширением контингента пользователей, развитием комплекса информационных продуктов и услуг не только для незрячих, но и для людей с различными проблемами здоровья (с ментальными нарушениями, нарушениями слуха и др.) и особыми потребностями (с дислексией, синдромом дефицита внимания и гиперактивности и др.).

2. Продуктивному использованию потенциала специальных библиотек для слепых способствует комплексное продвижение их деятельности среди реальных и потенциальных целевых аудиторий (пользователей с проблемами здоровья, без ОВЗ, социальных партнёров и СМИ, персонала, органов государственной власти). Эффективное продвижение необходимо осуществлять с помощью коммуникационной стратегии, внедрение которой является важнейшим фактором формирования инклюзивного общества.

3. Типовая модель коммуникационной стратегии специальной библиотеки для слепых включает: определение места и роли библиотеки для слепых в регионе, анализ коммуникаций с различными целевыми аудиториями, характеристику коммуникативной платформы бренда (определение позиционирования, архитектуры, тактики, стратегии развития), а также определение схемы маркетинговых коммуникаций с внешней и внутренней средой для развития комплексной информационной поддержки библиотеки как регионального инклюзивного информационно-культурного центра.

4. Реализации коммуникационной стратегии специальной библиотеки для слепых способствует постоянный мониторинг новых каналов продвижения и оценка возможности их внедрения с учетом психологических и физиологических особенностей восприятия информации контингентом реальных и потенциальных пользователей.

5. Внедрение библиотеками для слепых типовой коммуникационной стратегии ведёт к повышению узнаваемости библиотеки в обществе в целом, продвижению создаваемых ими ИПУ, позволяет эффективно продвигать ценности инклюзии среди различных реальных и потенциальных целевых аудиторий, стимулировать их лояльность и расширять сферу влияния специальных библиотек для слепых в межведомственном взаимодействии как региональных методических и консультационных центров по работе с людьми с различными проблемами здоровья.

Результаты исследования изложены в 14 публикациях, в том числе в 4 публикациях в научных изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки

России для публикации основных научных результатов диссертационных исследований.

Основные положения и итоги исследования представлялись на международных и всероссийских научно-практических конференциях: на XXIV Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов – 2017», Москва, 10-14 апреля 2017 г.; на III Летней международной школе «Тифлокомментирование как новая социальная услуга для людей с проблемами зрения», Екатеринбург, 29-30 августа 2017 г.; на научно-практической конференции молодых ученых, посвященной 305-летию Библиотеки Российской академии наук и 295-летию Академии наук «Библиотековедение, библиографоведение и книговедение: глобальные перспективы и локальные возможности», Санкт-Петербург, 29-30 ноября 2019 г.; на IV Всероссийской научно-практической конференции «Методическая служба современной публичной библиотеки. Вызовы 2020: возможности и успешные практики библиотек», Санкт-Петербург, 12 ноября 2020 г.; на Всероссийской молодежной научно-практической конференции «Традиции и инновации», Санкт-Петербург, 26-27 ноября 2020 г.

Итоги исследования были представлены к участию в VII Всероссийском конкурсе молодых учёных в области искусств и культуры (2020 г.) и удостоены I премии в номинации «Библиотечно-информационная деятельность».

Структура и объем диссертации. Цель, задачи и методы исследования обусловили структуру работы, которая состоит из введения, трёх глав, заключения, списка сокращений, списка использованной литературы и 12 приложений. Работа изложена на 314 страницах, содержит 10 рисунков, 6 таблиц. Список использованной литературы включает 178 названий, из которых 25 – на иностранных языках.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, раскрывается степень её научной разработанности, определяются объект, предмет, цель, задачи диссертационного исследования, раскрываются методологический инструментарий и используемые методы, характеризуются теоретическая и практическая значимость исследования, педагогическая направленность. Сформулированы основные положения, выносимые на защиту.

В первой главе **«Теоретико-методологическое обоснование участия специальных библиотек для слепых в формировании инклюзивного общества»** представлены результаты анализа социокультурных подходов к

феномену инвалидности, обоснована ключевая роль специальных библиотек для слепых в формировании инклюзивного общества в России.

Отмечается, что в гуманитарных науках широко представлены исследования феномена инвалидности в историческом аспекте, в то же время недостаточно рассмотрен его теоретико-методологический аспект, который обретает особую актуальность в связи с формированием инклюзивного общества.

Рассмотрены основные общетеоретические и специальные подходы к изучению феномена инвалидности: социальный, антропологический, аксиологический, философско-исторический, биопсихосоциальный и др. Представлены основные типологии социологических, культурологических, психологических подходов и теорий, в рамках которых складывались различные концепции инвалидизации, представленные в работах различных авторов – исследователей в области социологии, социальной работы, культурологии, философии.

Проведенный анализ литературы позволил заключить, что развитие теоретико-методологических аспектов понимания феномена инвалидности и формирование инклюзивного подхода в сфере образования и культуры – закономерный процесс, являющийся следствием ратификации Конвенции ООН «О правах инвалидов» в Российской Федерации в 2012 году.

На основе характеристики современных направлений деятельности специальных библиотек для слепых, которые с момента основания развивали систему специального библиотечно-информационного обслуживания, направленного на взаимодействие с людьми с ограниченными возможностями здоровья и особыми потребностями, представлено авторское определение «специальная библиотека для слепых».

Специальная библиотека определяется как информационно-культурное учреждение, деятельность которого направлена на библиотечно-информационное обслуживание и социокультурную реабилитацию людей с ограниченными возможностями здоровья и особыми потребностями, осуществляемые с помощью специальных инструментов: фонда изданий в различных форматах, адаптированных информационных продуктов и услуг, инклюзивных программ и проектов. Данное определение развивает понятие «библиотека для слепых», представленное в Модельном стандарте деятельности специальной библиотеки²: уточнены целевые аудитории пользователей

² Модельный стандарт деятельности специальной библиотеки для слепых субъекта Российской Федерации: принят Конференцией Российской библиотечной ассоциации ; XV Ежегодная сессия, 20 мая 2010 г., г. Томск

библиотек для слепых, социокультурная направленность деятельности и новые инструменты её реализации.

Доказывается, что в настоящее время специальные библиотеки для слепых являются инклюзивными информационно-культурными центрами и ключевыми организациями в формировании инклюзивного общества, поскольку библиотеки для слепых выступают методическими, консультационными центрами для общедоступных библиотек и других учреждений, распространяя инновационный опыт и уникальные инклюзивные практики. Рассмотрены исторические предпосылки формирования системы современного специального библиотечно-информационного обслуживания в России и за рубежом, а также текущие направления деятельности общедоступных и специальных библиотек по работе с людьми с различными нарушениями здоровья, обоснована уникальность деятельности, осуществляемой специальными библиотеками для слепых.

Формирование системы специального обслуживания исторически обусловлено и связано с развитием благотворительности, специального образования, книгопечатания, традициями тифлобиблиотекостроения, а также современными аспектами деятельности, направленными на развитие комплекса ИПУ, внедрение различных инклюзивных практик, развитие системы межведомственного взаимодействия. Отмечается, что одной из предпосылок появления библиотек для слепых в Европе стала организация обществ слепых, в США – появление специальных учебных заведений. Формирование специального библиотечного обслуживания в России связано с развитием системы государственного призрения, важнейшую роль в формировании которой принадлежит принятию христианства на Руси в 988 году. Становление светских учреждений общественного призрения в России происходит примерно в то же время, что и в Европе. Первые специальные библиотеки появлялись при специальных образовательных учреждениях, осуществлялось специальное библиотечно-информационное обслуживание людей с различными проблемами здоровья: нарушениями зрения, сочетанными нарушениями слуха и зрения, ментальными особенностями. В годы СССР была сформирована сеть специальных библиотек для слепых, вместе с которой – система специального обслуживания, которая позволила заложить основу для осуществления деятельности современных специальных библиотек в условиях инклюзивного подхода.

Рассмотрен ряд нормативно-правовых актов, которые в том числе регламентируют специальное библиотечно-информационное обслуживание в общедоступных и специальных библиотеках. На основании анализа нормативно-правовых актов и особенностей их применения в библиотечной практике

делается вывод, что в настоящее время немногие общедоступные библиотеки реально физически адаптированы для приёма людей с ограниченными возможностями здоровья, и они не могут полноценно осуществлять специальное библиотечно-информационное обслуживание.

Взаимодействие с особыми посетителями в библиотеках предполагает не только определенную организацию пространства, но и фонд, наличие специальных информационных продуктов и услуг, к которым, в частности, относятся: доставка литературы, комплекс издательских услуг, создание электронных ресурсов с возможностью доступа инвалидов различных категорий, чтение вслух художественной и научной литературы, консультации, индивидуальные и групповые занятия с психологом, проведение для детей и родителей занятий с тифлопедагогом и др. Для осуществления специального библиотечно-информационного обслуживания необходимы определенные навыки работы, а также компетенции персонала при организации и проведении специальных и инклюзивных мероприятий. Залогом эффективности подобной деятельности в общедоступных библиотеках является сотрудничество со специальными библиотеками для слепых, которые выступают региональными методическими центрами, их опыт имеет огромное значение для развития инклюзии не только в библиотеках различных типов, но и в других учреждениях культуры.

Изучение исторических аспектов и современных особенностей деятельности специальных библиотек позволило сделать вывод, что библиотеки для слепых, постоянно трансформируя свою деятельность, выступают активными участниками формирования инклюзивного общества, реализуя собственные и партнёрские программы и проекты, выступают методическими центрами и воспринимаются широкой общественностью как эксперты. Предпринимаемые действия по развитию межведомственного взаимодействия вносят существенный вклад в формирование инклюзивного общества. В целях развития системы комплексного взаимодействия между специальными библиотеками для слепых, внешней и внутренней средой, а также освещения инновационных разработок среди широкой общественности делается вывод о необходимости разработки и реализации коммуникационной стратегии специальными библиотеками для слепых.

Во второй главе **«Маркетинговый подход к коммуникационной стратегии специальных библиотек для слепых»** рассмотрены основные элементы и особенности формирования коммуникационной стратегии – концепция бренда (позиционирование, архитектура бренда), стратегия развития бренда, каналы продвижения. Отмечается, что для достижения маркетинговых целей и задач деятельности библиотеки, эффективная реализация

коммуникационной стратегии возможна в рамках сервисного подхода и использования комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Комплекс ИМК предполагает продвижение не только информационных продуктов и услуг, но и деятельности библиотеки в целом.

Практическая реализация ИМК, состоящего из ATL- и BTL-коммуникаций, предполагает комплексную оценку ситуации, выбор целевой аудитории, определение целей и задач обращения к целевой аудитории, разработку идеи маркетинговых сообщений, выбор маркетинговых коммуникаций и способов передачи маркетинговых сообщений. Представлена характеристика каждого этапа ИМК и особенности его реализации специальными библиотеками с учётом специфики контингента пользователей, целей и задач деятельности библиотек для слепых в условиях развития инклюзивного общества. Для разработки и реализации коммуникационной стратегии необходимым является анализ каналов продвижения на официальных сайтах и в Интернете с целью изучения возможностей каналов для продвижения деятельности учреждения среди людей с ограниченными возможностями здоровья.

Было проведено исследование каналов продвижения информационных продуктов и услуг для людей с ограниченными возможностями здоровья на сайте организации и в сети Интернет (тематические порталы, социальные сети и др.), целью которого стало выявление и оценка каналов продвижения, используемых специальными библиотеками для слепых и другими организациями, оказывающими услуги людям с ограниченными возможностями здоровья для информирования о своей деятельности. При проведении исследования были определены каналы продвижения на сайтах и в сети Интернет (29 каналов), которые стали критериями для оценки уровня информационной активности выявленных в результате экспертного опроса отечественных и зарубежных организаций-лидеров в формировании инклюзивного общества (библиотеки различных типов, музеи, театры, благотворительные организации). Составленный реестр организаций-лидеров в формировании инклюзивного общества в России и за рубежом может быть использован при проведении дальнейших исследований в области развития инклюзивной культуры.

Проведенное исследование позволило выявить каналы и элементы продвижения библиотек, особенности продвижения комплекса ИПУ и бренда библиотеки для людей с нарушениями здоровья, которые необходимо учитывать при разработке и реализации коммуникационной стратегии.

Во-первых, необходимо проводить регулярный мониторинг каналов, отслеживать новые, оценивать необходимость и перспективность их использования для коммуникации с людьми с ОВЗ.

Во-вторых, важно учитывать особенности конкретного канала, поскольку каждый канал продвижения рассчитан на определенную целевую аудиторию с точки зрения категории инвалидности, возрастной, гендерной, профессиональной принадлежности.

В-третьих, необходимо транслировать собственный фирменный стиль, используя в каждом из выбранных каналов продвижения его элементы в оформлении профиля, стилистике подачи информации и т. п.

В-четвертых, учитывать при подготовке контента физические и психологические особенности восприятия целевых аудиторий (например, использование метода тифлокомментирования для адаптации контента для слепых и слабовидящих пользователей, пиктограмм для облегчения восприятия информации людьми с ментальными особенностями), при невозможности адаптации ресурса или конкретного контента для незрячих в соответствии с техническими требованиями необходимо размещать информацию в альтернативных формах (например, в виде аудиозаписей с дублированием представленной текстовой информации).

В-пятых, важно управлять онлайн-репутацией организации в Интернете, регулярно отслеживать упоминания о ней для развития бренда (в том числе с применением различных бесплатных и платных сервисов для отслеживания упоминаний).

Наконец, согласно интегрированному подходу, необходимо комплексно использовать различные каналы продвижения. В то же время каждая специальная библиотека для слепых выбирает каналы и элементы продвижения в зависимости от целевой аудитории и возможностей персонала, а также целей коммуникационной деятельности.

Результаты проведенного исследования позволили определить наиболее используемые и эффективные каналы продвижения для различных групп пользователей в электронной среде и стали основой для разработки типовой коммуникационной стратегии специальной библиотеки для слепых – комплекса мероприятий, направленных на создание и развитие системы коммуникаций для информационной поддержки бренда библиотеки, формирования и стимулирования лояльности реальных и потенциальных пользователей, социальных партнёров, персонала и органов власти с целью формирования инклюзивного общества в России.

В третьей главе **«Разработка и апробация типовой модели коммуникационной стратегии специальных библиотек для слепых»** определено, что реализация стратегии должна осуществляться в сочетании классических и современных концепций маркетинга (от маркетинга 1.0 до

маркетинга 4.0), но в большей степени ориентироваться на разработки в области маркетинга 3.0 и 4.0.

Специфика маркетинга 3.0 заключается в его «совместности» при решении тех или иных задач, реагировании на результаты глобализации и различные общественно-культурные проблемы, направленности на развитие творческого сообщества, творческом подходе к созданию продуктов, включении общественных ценностей в бизнес-модель организаций и их трансляцию через миссию, видение, сотрудников, волонтеров и партнеров организации.

Маркетинг 4.0 основывается на цифровизации, в концепции выделяется «социальная инклюзивность» (ориентация на решение социальных проблем) как феномен, который должен быть свойственен любой маркетинговой кампании, желающей быть эффективной.

На основе метода моделирования в библиотековедении, рассмотренном Н. С. Редькиной, выделены функции и требования к модели, а также этапы моделирования коммуникационной стратегии:

1. Подготовительный этап: определение цели и постановка задач разработки и реализации типовой коммуникационной стратегии специальной библиотеки для слепых как инклюзивного информационно-культурного центра с учётом деятельности в историческом контексте, векторов развития и направлений деятельности в настоящее время; изучение и описание объекта исследования, которым выступают коммуникации библиотеки.

2. Этап создания прототипа бренда: разработка основных элементов бренд-концепции для специальной библиотеки для слепых.

3. Этап построения модели коммуникационной стратегии как средства реализации коммуникационной деятельности.

4. Этап апробации модели: внедрение типовой модели в деятельность специальной библиотеки для слепых.

В соответствии с выделенными задачами разработки и реализации типовой коммуникационной стратегии, определены место и роль специальной библиотеки в региональном информационно-культурном пространстве, представлен типовой анализ коммуникативной деятельности библиотеки: выявление и характеристика целевых аудиторий (пользователи, социальные партнёры, персонал, органы государственной власти), информационной активности, каналов продвижения ИПУ библиотеки (на основе результатов исследования, представленных во второй главе), показана последовательность характеристики текущей коммуникативной платформы бренда, определена наиболее эффективная тактика коммуникационной деятельности специальной библиотеки для развития связей с внешней и внутренней средой, а также

предложен шаблон модели коммуникационной стратегии специальной библиотеки для слепых.

Мы выделяем следующие целевые аудитории специальных библиотек для слепых: пользователи (с нарушениями зрения, слуха, опорно-двигательного аппарата, ментальными особенностями, без ОВЗ, специалисты в области дефектологии), социальные партнёры (учреждения в сфере культуры, социального обслуживания, образования, НКО, СМИ), персонал, органы государственной власти. Изучение целевых аудиторий включает количественный и качественный анализ, направленный на выявление барьеров в коммуникации, определение лояльности, имиджа библиотеки в СМИ. Рассмотрена необходимость и представлен пример использования маркетингового инструмента Customer Journey Map для формирования «карты путешествий клиента», раскрыты возможности составления лестницы лояльности партнёров, перспективность ведения мониторинга упоминаний о библиотеке в СМИ, представлен шаблон мониторинга.

В диссертации обоснована необходимость продвижения всех направлений деятельности библиотеки под единым бредом (концепция Branded House), составлена архитектура бренда. Специальная библиотека для слепых как единый бренд включает: комплекс ИПУ, издательскую продукцию; программы и проекты для собственной целевой аудитории; информационные поводы и имиджевые мероприятия; партнёрские программы и проекты. Архитектура бренда оказывает влияние на особенности разработки и реализации коммуникационной стратегии.

Отмечается, что в настоящий момент большинством специальных библиотек для слепых реализуется тактическая стратегия product line extension (направлена на «расширение линии»), однако в рамках разработки коммуникационной стратегии мы предложили матрицу стратегического развития портфеля бренда библиотеки, основанной на brand expansion и предполагающей «расширение бренда» (таблица 1). Это связано с изменением сферы влияния библиотек: пользователями становятся люди с инвалидностью разных нозологий и особыми потребностями, что приводит к необходимости создания ИПУ в смежных областях.

Таблица 1. Матрица стратегического развития портфеля бренда специальной библиотеки для слепых как инклюзивного информационно-культурного центра (Brand expansion)

Бренд библиотеки	ИПУ	Аудитория
Текущая ситуация	«Расширение» комплекса ИПУ среди основной целевой аудитории.	Повышение лояльности среди основной (реальной) целевой аудитории.
Перспективная ситуация	Адаптация комплекса ИПУ для новых аудиторий, «расширение» комплекса ИПУ в смежных областях.	Привлечение новой (потенциальной) целевой аудитории.

На основании проведенного анализа целевых аудиторий и платформы бренда представлена обобщенная схема маркетинговых коммуникаций с различными целевыми аудиториями внутренней и внешней среды (таблица 2).

Таблица 2. Маркетинговые коммуникации с внутренней и внешними аудиториями бренда специальной библиотеки для слепых (фрагмент, полная версия представлена в диссертации в таблице 4)

Целевая аудитория	Задачи	Ключевые каналы и элементы продвижения	Маркетинговое сообщение
Пользователи. Цель маркетинговой коммуникации – увеличение контингента пользователей и повышение лояльности к бренду.			
С ОВЗ и другими проблемами здоровья	Информирование о деятельности (услуги, новости, культурно-досуговые мероприятия и др.); Мониторинг новых каналов для информирования.	<u>ОНЛАЙН:</u> все каналы и элементы продвижения на сайте и в сети Интернет (с учётом особенностей продвижения информации для людей с ОВЗ). <u>ОФЛАЙН:</u> рекламная печатная продукция, продвижение деятельности библиотеки на	Мы открыты для всех, наши ИПУ разнообразны и позволяют получить бесплатный доступ к информации в различных доступных форматах.

		общегородских акциях, фестивалях.	
Социальные партнёры. Цель маркетинговой коммуникации – расширение социального партнёрства с различными учреждениями и повышение лояльности к бренду.			
Музеи, театры и др. учреждения культуры	Информирование о методическом сопровождении деятельности музеев и др. учреждений культуры по развитию доступной среды (в т.ч. о повышении квалификации); Выявление потенциальных партнёров; Информирование о деятельности (новые услуги для незрячих в сфере развития доступа к информации, новости о создании инклюзивных площадок в партнёрстве с различными учреждениями); Мониторинг новых каналов для информирования; Внедрение CRM-систем.	<u>ОНЛАЙН:</u> каналы на сайте: разделы «Анонсы / Афиша», «Новости / События», возможность поиска, подписки на e-mail-рассылку, наличие ссылок на партнёрские организации, участие в корпоративных проектах; каналы в сети Интернет: представленность в соц.сетях (по мере возможности, предпочтительная социальная сеть – «Facebook»), наличие информации о библиотеке в Wikipedia. <u>ОФЛАЙН:</u> рекламная печатная продукция, продвижение деятельности библиотеки на профессиональных мероприятиях.	Специальная библиотека для слепых – эксперт по вопросам коммуникации с людьми с особыми потребностями. Нами накоплен большой опыт по развитию доступной среды. Мы всегда готовы к партнёрству в реализации Ваших инициатив, направленных на формирование инклюзивного общества.

Проведенное диссертационное исследование стало основой визуализации коммуникационной стратегии (рисунок 1). Реализация коммуникационной стратегии основывается на плане внедрения («дорожной карте»), содержащей следующие разделы: этапы, задачи, сроки (конкретные сроки по месяцам / кварталам / годам), контрольные результаты, ответственные.

МОДЕЛЬ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ СБС

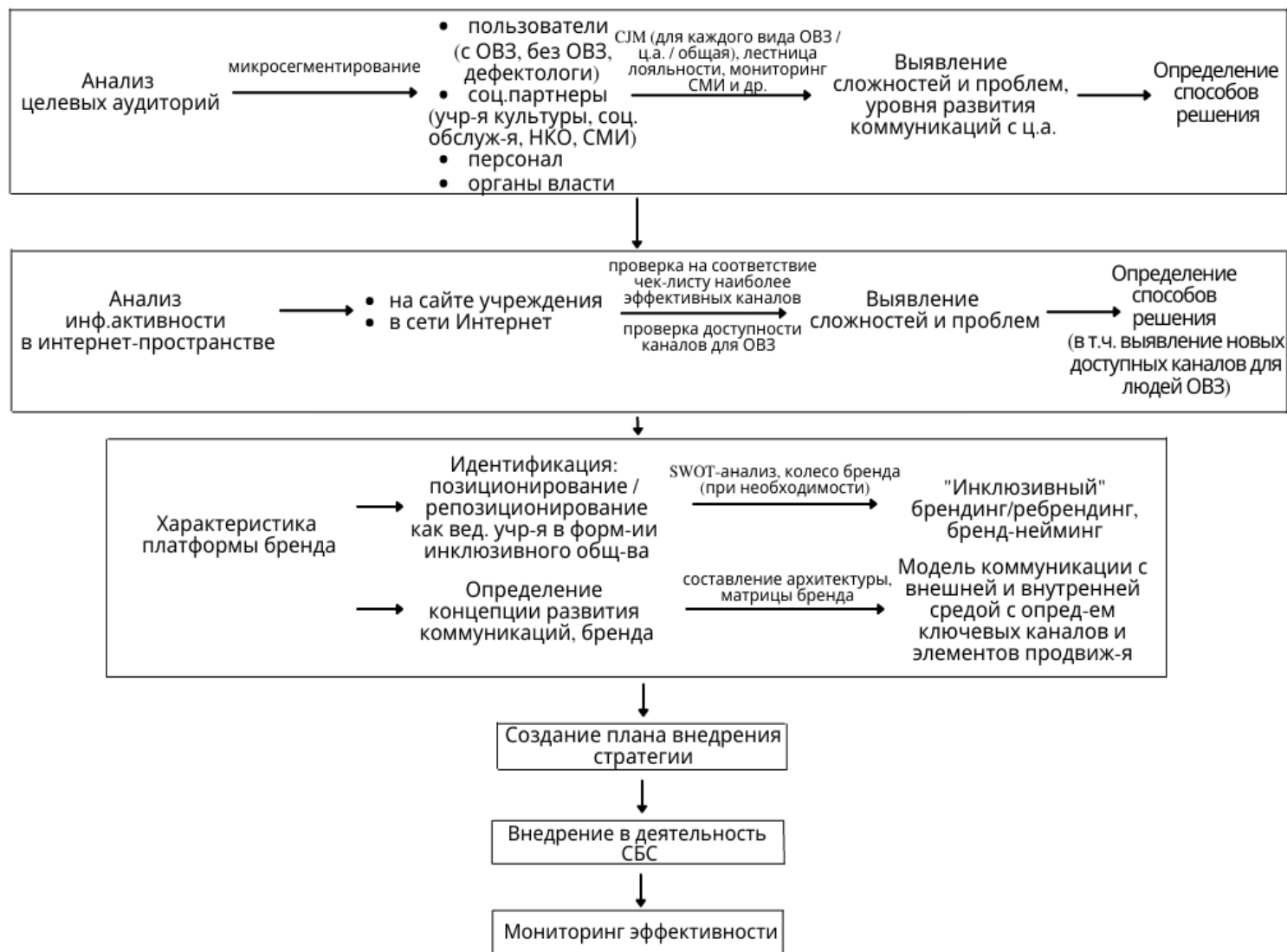


Рисунок 1. – Модель типовой коммуникационной стратегии специальной библиотеки для слепых

Базой для внедрения и апробации типовой модели стала СПб ГБУК «Государственная специальная центральная библиотека для слепых и слабовидящих» (далее – СПб ГБУК ГСЦБС). Апробация модели осуществлялась в соответствии с этапами, представленными на рисунке 1.

При изучении целевых аудиторий анализировался общий уровень коммуникаций с каждым сегментом, выявлялись коммуникационные барьеры и предлагались пути решения, которые учитывались при создании плана

внедрения коммуникационной стратегии. Анализ коммуникационной деятельности в интернет-пространстве включал анализ информационной активности, каналов и элементов коммуникации с различными целевыми аудиториями, в результате которого выявлялись барьеры и пути решения. Платформа бренда характеризовалась с точки зрения эволюции маркетинговой деятельности СПб ГБУК ГСЦБС, рассмотрено содержание ребрендинга, проведенного рабочей группой сотрудников библиотеки при непосредственном участии автора.

В параграфе 3.3 также представлено исследование готовности реальных и потенциальных пользователей библиотеки к инклюзии как один из этапов реализации модели коммуникационной стратегии. Исследование, направленное на определение места и роли библиотеки как инклюзивного информационно-культурного центра среди широкой общественности, подтвердило гипотезу, что вне зависимости от гендерной принадлежности, возраста, уровня образования реальные и потенциальные пользователи СПб ГБУК ГСЦБС готовы принимать участие в инклюзивных мероприятиях, реализуемых библиотекой.

В приложениях к диссертации представлены методические основания реализации модели – образцы локальных нормативных документов, регулирующие процессы реализации коммуникационной стратегии, например, Положение об организации деятельности СПб ГБУК ГСЦБС в социальных медиа, Стандарт коммуникации с пользователями СПб ГБУК ГСЦБС, Методические рекомендации по информационному сопровождению деятельности СПб ГБУК ГСЦБС, которые могут быть использованы в работе других библиотек при разработке и реализации коммуникативной стратегии.

В заключении сформулированы основные результаты исследования и определены дальнейшие направления исследований: возможности официального закрепления статуса специальных библиотек для слепых как инклюзивных информационно-культурных и методических центров в регионе, нормативно-правовые основания разработки и реализации коммуникационной стратегии специальными библиотеками для слепых, определение перечня компетенций персонала библиотеки для эффективной реализации коммуникационной стратегии, выявление способов развития компетенций.

**ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ
ПУБЛИКАЦИЯХ АВТОРА:**

**В научных изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки России для
публикации основных научных результатов диссертационных
исследований по специальности 05.25.03:**

1. Библиотека и люди с ограниченными возможностями здоровья. Результаты исследования // Научные и технические библиотеки. – 2020. – №8. – С. 51-62.

2. Электронные информационные ресурсы специальных библиотек для слепых // Библиография и книговедение. – 2021. – №1. – С. 97-103.

3. Продвижение информационных продуктов и услуг специальных библиотек для слепых // Библиотековедение. – 2021. – №3. – С. 266-277.

4. Основания разработки информационно-коммуникационной стратегии специальной библиотеки // Научно-техническая информация. Серия 1. Организация и методика информационной работы. – 2022. – №2. – С. 15-18.

В других изданиях:

5. Основные векторы социального партнерства Государственной библиотеки для слепых и слабовидящих Санкт-Петербурга // Социальное взаимодействие в различных сферах жизнедеятельности: материалы VI Международной научно-практической конференции / Отв. ред. Е. И. Бражник, Н. Н. Суртаева, С. В. Кривых. – Санкт-Петербург: Изд. РГПУ им. А. И. Герцена, 2016. – С. 335-338.

6. Понятийный аппарат квалиметрического подхода к проблеме оценки качества социальных услуг // Педагогическая наука и современное образование: материалы IV научно-практической конференции / Под ред. И. В. Гладковой, С. А. Писаревой. – Санкт-Петербург: Изд. РГПУ им. А.И. Герцена, 2017. – С. 128-132.

7. Квалиметрический потенциал в оценке деятельности учреждений социальной сферы // Материалы Международного молодежного научного форума «Ломоносов-2017»/ Отв. ред. И. А. Алешковский, А. В. Андриянов, Е. А. Антипов. – Москва: МАКС Пресс, 2017. – 1 электрон.опт.диск (DVD-ROM); 12 см. – Систем.требования: ПК с процессором 486+; Windows 95; дисковод DVD-ROM; Adobe Acrobat Reader. - 1196 Мб. – 9000 экз.

8. Квалиметрическая оценка контингента клиентов учреждения культуры (на примере СПб ГБУК «Государственная библиотека для слепых и слабовидящих») // Социальное взаимодействие в различных сферах жизнедеятельности: материалы VII Международной научно-практической

конференции / Отв. ред. Е. И. Бражник, Н. Н. Суртаева. – Санкт-Петербург: Изд. РГПУ им. А.И. Герцена, 2017. – С. 413-420.

9. Опыт использования метода тифлокомментирования в проектной деятельности СПб ГБУК «Государственная библиотека для слепых и слабовидящих // Тифлокомментирование как новая социальная услуга для людей с проблемами зрения: сбор-ник материалов III Летней международной школы (г. Екатеринбург, 29-30 августа 2017 г.) / Свердлов. обл. спец. б-ка для слепых ; сост.: И. А. Гильфанова, В. В. Арсентьева ; отв. за вып. И. А. Гильфанова. – Екатеринбург, 2017. – С. 78-84.

10. Библиотека: молодёжь в действии // Молодые в библиотечном деле. – 2019. – №3. – С. 26-28.

11. Волонтёрские проекты Санкт-Петербургской государственной библиотеки для слепых и слабовидящих // Библиотечное волонтерство в России: сборник материалов конференции / ЦГДБ им. А. С. Пушкина. – Санкт-Петербург, 2019. – С. 7-10.

12. Литературные свидания в сети: ответы на вызовы времени // Молодые в библиотечном деле. – 2020. – №7. – С. 40-43.

13. Коммуникационная стратегия специальной библиотеки для слепых как фактор формирования инклюзивного общества // Седьмой Всероссийский конкурс молодых учёных в области искусств и культуры : сборник работ лауреатов. – Москва: Институт наследия, 2020. – С. 133-178.

14. Подготовка магистрантов к проектированию в условиях социального партнёрства с Государственной специальной центральной библиотекой для слепых и слабовидящих // Человек. Наука. Социум. – 2021. – №1 (5). – С. 18-33.

Назаров Михаил Васильевич
Коммуникационная стратегия специальной библиотеки для слепых в
формировании инклюзивного общества
*Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата
педагогических наук*

Подписано в печать 17 марта 2022 г. Формат 60×90/16. Бумага офсетная.

Усл. п. л. 1,6. Уч.-изд. л. 1,3. Тираж 100 экз.

Отпечатано с готового оригинал-макета в СПб ГБУК ГСЦБС