ОТЗЫВ
официального оппонента
кандидата педагогических наук, профессора В. К. Клюева
на диссертацию Рыхторовой Анны Евгеньевны
«Маркетинговые технологии продвижения библиотечно-информационных ресурсов и услуг», представленную на соискание ученой степени кандидата педагогических наук по специальности 5.10.4 – библиотековедение, библиографоведение и книговедение

Диссертационное исследование Анны Евгеньевны Рыхторовой посвящено **актуальной теме** адаптации маркетинговых технологий к реалиям библиотечной деятельности. Несмотря на наблюдающийся очевидный рост эмпирического использования маркетинговых подходов и инструментария во всех областях деятельности, важность применения маркетинговых методов работы в конкретных библиотеках нередко ставится под сомнение их руководителями или, что чаще, учредителями. В данном контексте автор вносит существенный вклад в раскрытие возможностей отраслевого маркетинга, разрабатывая теоретические и практические основания его применения в библиотечном обслуживании, а также рекомендации по системному использованию маркетинговых технологий в продвижении библиотечно-информационных ресурсов и услуг.

**Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации.** Текст диссертационного исследования написан на основе представительной и содержательной источниковой базы. Наряду с анализом теоретического материала (список литературы включает 389 публикаций, в том числе 93 – на иностранных языках), автором собран и представлен значительный объем эмпирических данных. При проведении исследования был реализован комплекс специальных и общенаучных методов, адекватных поставленным цели и задачам. Обоснованность и достоверность полученных результатов подтверждается определением адекватного задачам комплекса методологических оснований, а также результатами апробации разработанной модели системы продвижения библиотечно-информационных ресурсов и услуг на практике. Кроме того, результаты исследования получили апробацию в профессиональной среде, включая 6 публикаций в научных рецензируемых журналах списка ВАК, а также внедрены в педагогическую деятельность – на основе диссертационного исследования автором разработан тематический курс повышения квалификации «Маркетинговые технологии в библиотеке».

*Введение* диссертационного исследования содержит обоснование актуальности темы, формулировки новизны, теоретической и практической значимости, характеристику личного вклада исследователя.

*Выносимое на защиту первое Положение* описывает эволюцию маркетинговых технологий в деятельности библиотек и основывается на материале первого параграфа первой же главы диссертации, название которого «Маркетинговые технологии в продвижении библиотечно-

информационных ресурсов и услуг: история и современные тенденции». Также в первой главе А. Е. Рыхторова убедительно позиционирует библиотечный маркетинг в качестве социально ориентированного, раскрывая данный аспект посредством рассмотрения социального маркетинга как системы и определяя долгосрочные цели собственно библиотечного маркетинга – позитивные изменения поведения индивидов и социальных групп через содействие их культурному и образовательному развитию.

Отдельно стоит отметить богатый иллюстративный материал, сопровождающий текст исследования: автор убедительно иллюстрирует свои рассуждения примерами проектов победителей Международной премии IFLA по маркетингу (таблица 4), характеризует мировые тенденции представления библиотек в виртуальном пространстве (таблица 5), а также представляет структурированную информацию о пользователях библиотеки (таблицы 8, 10).

Во *втором выносимом на защиту Положении* обосновано понятие «маркетинговая политика библиотеки», включающее маркетинговые исследования, политику ресурсов и услуг, ценовую политику, сбытовую политику и, собственно, политику продвижения результатов деятельности библиотеки. Собранный и проанализированный материал позволил в параграфе 1.2 «Построение технологической модели системы продвижения библиотечно-информационных ресурсов и услуг библиотеки» представить авторскую модель системы продвижения библиотечно-информационных ресурсов и услуг, которая кратко охарактеризована в *третьем выносимом на защиту Положении*, а также визуально представлена на рисунке 7.

Апробации предложенной модели и изложению методических рекомендаций по её применению посвящена вторая глава диссертационного исследования «Система продвижения библиотечно-информационных ресурсов и услуг с использованием маркетинговых технологий (на примере ГПНТБ СО РАН)».

В первом параграфе «Изучение аудитории в контексте реализации маркетинговых технологий продвижения библиотечно-информационных ресурсов и услуг» представлено сегментирование онлайн- и офлайн-аудитории библиотеки, позволившее показать существенные различия между данными сегментами, а также выбрать наиболее подходящие для каждого из них каналы информирования, мотивы и цели пользовательского взаимодействия. Дальнейшая апробация модели системы продвижения библиотечно-информационных ресурсов и услуг в ГПНТБ СО РАН (описана в параграфе 2.2) показала возможность применения построенной автором модели для анализа деятельности библиотеки и поиска возможных лакун в её маркетинговой практике, а также наглядно продемонстрировала важность системной работы в данном направлении. Результаты анализа легли в основу формулировки *четвёртого выносимого на защиту Положения*, а также стали основанием для формулирования рекомендаций по системной реализации маркетинговых технологий в работе библиотеки (изложены в параграфе 2.3) и

кратко представленных в *итоговом пятом защищаемым автором Положении*. Важно отметить, что таблица 11, содержащая алгоритмизированный контент авторских рекомендаций, имеет самостоятельную ценность и может использоваться как инструмент комплексного внедрения маркетинговых технологий в практическую деятельность библиотек.

Обратим внимание, что диссертационное исследование А.Е. Рыхторовой построено методологически грамотно, логично изложен его текст, который насыщен фактическим материалом, что повышает репрезентативность. Структура работы тщательно продумана и дает возможность раскрыть тему в максимально комплексном аспекте.

Диссертация носит оригинальный характер и является завершенным теоретико-прикладным исследованием, выбор темы которого вполне обоснован и имеет реальную практическую значимость для библиотечно-информационной сферы. Процесс исследования и его результаты изложены убедительно, доступным научным языком.

Выделим полученные исследователем результаты, имеющие признаки научной новизны и отражающие личный вклад автора:

1. Раскрыта трансформация наиболее востребованных маркетинговых подходов в библиотечной деятельности: от несистемного применения отдельных технологий до целенаправленного использования средств и каналов продвижения библиотечно-информационных ресурсов и услуг.
2. Предложена и обоснована концепция взаимосвязи библиотечного маркетинга с социальным маркетингом.
3. Обосновано применение маркетинговой политики для синтеза маркетинговых технологий в процессе продвижения библиотечно-информационных ресурсов и услуг.
4. Разработана технологическая модель системы продвижения библиотечно-информационных ресурсов и услуг.

**Значимость для науки и практики выводов и рекомендаций** диссертанта состоит в разработке теоретических и практических оснований системы продвижения библиотечно-информационных ресурсов и услуг с использованием маркетинговых технологий.

Практическая значимость диссертации подтверждается использованием результатов исследования в деятельности ГПНТБ СО РАН, что удостоверено соответствующим актом о внедрении.

Теоретически значимой следует признать разработанную, обоснованную и апробированную модель системы продвижения библиотечно-информационных ресурсов и услуг.

Педагогическая значимость исследования состоит в наглядно продемонстрированной связи между теоретическими знаниями и производственной деятельностью, подтверждается актом о внедрении авторского курса «Маркетинговые технологии в библиотеке», рассчитанного

на 16 академических часов, в практику повышения квалификации библиотечных работников.

Таким образом, можно со всей очевидностью констатировать, что полученные автором научные результаты обладают как теоретической, так и практической, а также педагогической значимостью, а материал соответствует паспорту научной специальности.

Несмотря на отмеченные достоинства и общее положительное впечатление, необходимо обратить внимание на **отдельные частные вопросы и замечания:**

1. На с. 93 автор указывает, что «единожды использованный инструмент продвижения быстро теряет эффект заметности, новизны и может вскоре стать незаметной частью окружающей действительности», однако в дальнейшем не даются предложения по периодичности обновления используемых инструментов, в то же время это представляется важным и даже необходимым элементом для методических рекомендаций.

2. На с. 94 в качестве т.н. косвенной аудитории указаны «менее активные пользователи», «… которые также могут активно использовать ресурсы библиотеки, но в меньших объемах и не с внутренней, а внешней мотивацией, например, по рабочей необходимости». Не соглашусь с формулировкой «косвенная аудитория» по отношению к пользователям библиотек, удовлетворяющим свой профессиональный интерес, то есть занимающимся фактически профессиональным самообразованием. Утверждение, о том, что пользователи в профессиональных целях используют ресурсы библиотеки в меньшем объеме, чем в личных, требует обоснования или подтверждения.

Обозначенные позиции носят уточняющий или дискуссионный характер, не снижают общей высокой оценки проведенного автором фундаментального добротного исследования.

**Заключение официального оппонента.**

Диссертационное исследование Анны Евгеньевны Рыхторовой «Маркетинговые технологии продвижения библиотечно-информационных ресурсов и услуг» представляет собой целостную, самостоятельную и законченную научно-квалификационную работу, исследующую актуальную для отрасли проблему. Оно характеризуется научной новизной, теоретической и практической значимостью. Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций обусловлена правильным выбором методологической базы, глубокой теоретической проработкой, тщательностью исполнения эмпирического исследования.

Оформление работы отвечает требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата наук. Представленные автором научные результаты корректно сформулированы, достаточно полно аргументированы и обоснованы, визуализированы таблицами, схемами и графиками.

Основные положения, научные и практические результаты диссертационного исследования нашли полное отражение в автореферате и

публикациях автора, релевантных заявленной теме.

Диссертация соответствует паспорту и области исследований научной специальности 5.10.4 «Библиотековедение, библиографоведение и книговедение» (педагогические науки) и требованиям пп. 9-14 Положения о присуждении ученых степеней от 24 сентября 2013 г. № 842, а её автор Анна Евгеньевна Рыхторова заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата педагогических наук по специальности 5.10.4 – Библиотековедение, библиографоведение и книговедение.

Кандидат педагогических наук, профессор;
профессор кафедры библиотечно-информационных наук
факультета государственной культурной политики
ФГБОУ ВО «Московский государственный
институт культуры (МГИК)»;
Почетный работник высшего профессионального
образования Российской Федерации

Владимир Константинович Клюев

18 апреля 2022 г.

Рабочий адрес: 141 406, Московская область, Химки-6, ул. Библиотечная, д. 7.
Телефон: 8.906. 782.80.97
E-mail: kluevvlad@yandex.ru

Личную подпись В.К. Клюева
заверяю специалист по кадрам
Гун Г.А. Гончарова
«18» 04 2022 г.