

УНИВЕРСАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ДОСТУПНОСТИ УСЛУГ БИБЛИОТЕКИ НА ПРИМЕРЕ ОТДЕЛА ДЛЯ НЕЗРЯЧИХ И СЛАБОВИДЯЩИХ Г. СЕВАСТОПОЛЯ

Лазарева А.А., Скочко Д.Д.

ГБУК г. Севастополя «РИБС» ЦГБ им. Л.Н.Толстого, г. Севастополь
lazareva.aleksandra.a@gmail.com, dasha.skochko@mail.ru

В статье рассматриваются причины использования универсального контента для публикаций организации или лица, оказывающего услуги для людей с инвалидностью, в социальных сетях на примере контента социальных сетей отдела для незрячих и слабовидящих Центральной городской библиотеки им. Л.Н.Толстого в г. Севастополь.

Ключевые слова: доступная услуга; универсальный дизайн; цифровая доступность; доступный контент; инклюзия.

В настоящий момент особенно важным для всех участников социума является не только наличие образования, но и готовность продолжать обучение в течение всей жизни и активно включаться в социально-экономические процессы. Это распространяется и на людей с инвалидностью. Важным для стимулирования их интереса и усиления мотивации к подобной деятельности является доступность информации и возможностей для обучения и получения новых компетенций.

Учреждения, оказывающие образовательные или иные услуги, которые способствуют включению людей с инвалидностью в социальную, экономическую и политическую деятельность, не только реагируют на спрос, но и способны стимулировать его рост. Это происходит путём повышения качества услуг и профессионального их оказания, распространения информации о предоставляемой услуге и формирования образа организации как надёжного партнера и источника новых возможностей, позволяющих приобрести знания, навыки, компетенции и опыт.

Для того чтобы поддерживать высокий уровень качества подобных услуг, необходимо обеспечить: физическую доступность учреждения – возможность попасть в пространство организации и комфорт в период нахождения в ней, социальную – готовность оказывающего услугу взаимодействовать с человеком с инвалидностью и обслуживать его наравне с другими посетителями, цифровую – доступность информации о деятельности учреждения, предоставляемых им услугах, возможность коммуникации с его представителями и другими людьми, пользовавшимися его услугами. Цифровая доступность также является способом демонстрации готовности учреждения к современным формам коммуникации с аудиторией, знания её потребностей и выполнения условий для обеспечения равного доступа к информации.

Интернет является одним из основных каналов коммуникации и распространения информации. Его использование даёт предоставляющему услугу множество инструментов для взаимодействия с целевой аудиторией и влияния на её интересы, позволяет наладить контакт с людьми с помощью сайтов и социальных сетей.

Цифровая доступность предоставляющего услугу лица или учреждения для человека с инвалидностью наряду с социальной и физической доступностью является одним из аспектов доступности в целом. Существуют инструменты для создания доступных площадок и контента как для профессионалов, работающих в сфере ИТ, так и для пользователей, не имеющих подобных навыков. Готовность лица или организации к созданию таких площадок и их наполнению – важный показатель доступности предоставляемых ими услуг для пользователей с инвалидностью.

В данной публикации мы рассмотрим контент социальных сетей и его роль как показателя готовности учреждения к вовлечению пользователей с инвалидностью в социально-экономические процессы на примере социальных сетей специализированного отдела для незрячих и слабовидящих ГБУК г. Севастополя «Региональная информационно-библиотечная система» Центральная городская библиотека им. Л.Н.Толстого.

Для публикации контента нами были выбраны две социальные сети: ВКонтакте и Instagram.

Группа отдела для незрячих и слабовидящих в социальной сети ВКонтакте существует с 2018 года как площадка для публикации информации об актуальных и состоявшихся мероприятиях, а также об инклюзивном взаимодействии [1]. Так как для незрячих и слабовидящих пользователей основным источником информации является текст, часть публикаций не была дополнена фотографиями. Опубликованные фотографии были направлены на пользователей, не имеющих нарушений зрения. Такой вариант ведения группы не является оптимальным, так как не даёт незрячим и слабовидящим пользователям воспринимать информацию, получаемую с помощью изображений. А публикации без фото непривычны для людей без нарушений зрения за счет распространения практики визуализации информации: «сегодня меняются запросы потребителя новостей. На смену эпохе человека читающего приходит век визуализации информации, когда более востребованы новости, которые можно воспринимать, рассматривая... Аудитория стремится получать информацию в визуальном формате» [2, С. 79].

Чтобы соблюсти один из принципов универсального дизайна, равенство в использовании, в феврале 2021 года была введена практика добавления к изображениям в постах тифлокомментария – лаконичного и точного описания изображения. Для авторского видеоконтента стандартом стало наличие тифлокомментария, добавленного на этапе монтажа, для фото – наличие текстового описания. Так как в дизайне социальной сети ВКонтакте не предусмотрено наличие альтернативного текста, было принято решение добавлять тифлокомментарий в поле описание изображения. Описание изображения стало неотъемлемым элементом постов как способ передачи информации и демонстрации готовности учреждения обеспечить доступность своих услуг для людей с нарушениями зрения путём использования современных технологий и альтернативных инструментов для обеспечения цифровой доступности контента, даже если они не предусмотрены в дизайне сайта.

Профиль отдела в социальной сети Instagram был создан в апреле 2020 года в период начала режима самоизоляции из-за пандемии коронавируса COVID-19 [3]. В это время отдел для незрячих и слабовидящих начал активно развивать направления работы в режиме онлайн: дистанционно участвовать в семинарах и конференциях, проводить онлайн-мероприятия. Профиль в Instagram был создан как дополнительная площадка для коммуникации и взаимодействия с читателями, а также распространения информации о незрячих и слабовидящих людях как участниках культурного процесса, обладателях знаний о культуре и потребителях культурных продуктов. В частности, на первом этапе существования профиля он использовался как одна из площадок для проведения поэтических онлайн-марафонов («Есенин говорит», «75 слов Победы», проведённые Центральной городской библиотекой имени Л.Н.Толстого и «Пушкин говорит», организованный сотрудниками отдела) и публикации видео их участников, а также для информационных сообщений и цитат. В данном типе контента преобладающим способом передачи информации был текст или видео с проговариваемой вслух устной речью, а фотографии не являлись доминирующим элементом.

Увеличение количества постов относится ко второму периоду существования профиля (начало – февраль 2021 года), для которого характерно активное использование фотографий и историй в сочетании с их описанием и текстом публикаций. Увеличение количества публикаций стало следствием усиления работы в направлении освещения деятельности отдела и его читателей, а также информирования о мероприятиях, в том числе направленных на инклюзивную аудиторию. В последнем случае посты выполняли несколько задач: передать информацию о доступной бесплатной услуге, предоставляемой государственным учреждением (такой как получение литературы в специализированных форматах, посещение доступных для людей с нарушениями зрения мероприятий библиотеки); и распространить информацию о существовании, необходимости подобных услуг и спросе на них среди пользователей Интернета, не взаимодействовавших с людьми с инвалидностью с целью разрушения стереотипов о людях с инвалидностью и укрепления образа такого человека как активного участника социально-культурных процессов, что в будущем будет способствовать лучшему взаимодействию людей с нарушениями зрения и без таковых и включению их в совместный рабочий, социальный, учебный, творческий или культурный процесс.

Несмотря на то, что социальная сеть Instagram направлена на визуальное восприятие, она соблюдает принципы универсального дизайна, один из которых – наличие альтернативного текста у изображений. Функция создания автоматического альтернативного текста с помощью технологии распознавания объектов и добавления пользовательского текста была представлена 17 ноября 2018 года [4]. Это дало пользователям возможность передать визуальную информацию с помощью текста и использовать для более корректного описания изображений тифлокомментарий – краткое и точное описание происходящего, недоступного для восприятия незрячего или слабовидящего человека. С увеличением количества постов мы начали использовать данную функцию для описания сопровождающих текст изображений, роль которых возросла: они стали использоваться для привлечения внимания аудитории к доступным для неё услугам и демонстрации результатов реализации данных услуг. Публикации, снабженные фото с альтернативным текстом, а также авторский видеоконтент, снабженный тифлокомментарием и в некоторых случаях субтитрами, – пример универсального контента социальных сетей, позволяющего людям с нарушениями зрения и без них получать информацию из одного канала и узнавать об инклюзивной культуре, возможных способах развития и самореализации, а также вступать в коммуникацию, не разделяясь на обособленные группы, усложняющие взаимодействие между их участниками. Истории, публикуемые отделом, не снабжены тифлокомментарием и не относятся к доступному контенту, являясь способом привлечения внимания пользователей, которые могут воспринимать информацию визуально, и привычным форматом, позволяющим получить первичную информацию о существовании специализированных услуг для людей с нарушениями зрения и возможности инклюзивного взаимодействия.

Использование принципов универсального дизайна при публикации контента отдела для незрячих и слабовидящих в социальных сетях ВКонтакте и Instagram помогает обеспечить равный доступ к информации, создать пространство для комфортной коммуникации людей с инвалидностью по зрению и без таковой, сотрудников учреждений культуры и их аудитории, а также продемонстрировать знание потребностей пользователей, готовность предоставлять доступную для них услугу и использовать современные технологии и формы коммуникации.

Таким образом, универсальный дизайн контента в социальных сетях – один из способов реализации принципов цифровой доступности. Он позволяет перейти от отдельного обслуживания людей с инвалидностью к инклюзивному взаимодействию, в котором обеим группам предоставлен равный доступ к информации и равные возможности для коммуникации. Это обеспечивает существование доступной коммуникационной среды на интернет-платформах и знакомит людей с практикой инклюзивного общения онлайн, которая в будущем может упростить офлайн-коммуникацию и дать возможность как людям

с инвалидностью, так и без неё получить новый опыт и навыки, в том числе профессиональные, при взаимодействии друг с другом.

Использование универсального дизайна также демонстрирует понимание особенностей аудитории с инвалидностью и готовность оказать качественную услугу, учитывающую её потребности, что служит мотивацией для продолжения пользования данными услугами и активного процесса включения людей с инвалидностью в социально-экономические процессы.

Литература

1. <https://vk.com/onissev>.
2. Градюшко, А. Перспективные стратегии веб-журналистики в глобальном информационном пространстве.
3. https://www.instagram.com/onis_cgb_sevastopol/.
4. <https://about.instagram.com/blog/announcements/improved-accessibility-through-alternative-text-support>.

UNIVERSAL CONTENT AS AN INDICATOR OF THE AVAILABILITY OF LIBRARY SERVICES ON THE EXAMPLE OF THE DEPARTMENT FOR THE BLIND AND VISUAL IN SEVASTOPOL

Lazareva A.A., Skochko D.D.

GBUK Sevastopol "RIBS" Central City Hospital named after L.N. Tolstoy, Sevastopol

The article examines the reasons for using universal content for publications of an organization or person providing services for people with disabilities in social networks using the example of the content of social networks of the department for the blind and visually impaired of the Central City Library named after I. L. N. Tolstoy in the city of Sevastopol.

Keywords: available service; universal design; digital availability; available content; inclusion.