



Григоренко Д.Е.

Казакова Т.А.

Григоренко Даниил Евгеньевич, студент 2 курса группы ТАБС/бак-24, факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: danilgrigorenko5@mail.ru.

Казакова Татьяна Александровна, студентка 2 курса группы ТАБС/бак-24 факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: kazakovat361@gmail.com.

Научный руководитель: **Грушевская Наталия Витальевна**, кандидат педагогических наук, доцент кафедры информационно-библиотечной деятельности и документоведения Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. Им. 40-летия Победы, 33), e-mail: natali.vitalia@mail.ru.

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БИБЛИОТЕЧНЫХ УСЛУГ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

В статье рассматриваются актуальные методы продвижения библиотечных услуг в условиях цифровизации, анализируются современные инструменты цифрового маркетинга, применяемые в библиотечной сфере, а также предлагаются пути повышения эффективности коммуникационной деятельности библиотек.

Ключевые слова: цифровизация, продвижение библиотечных услуг, цифровой маркетинг, клиентоориентированный подход, интерактивность,

персонализация коммуникации, экосистема взаимодействия,
информационные технологии.

Grigorenko D.E.

Kazakova T.A.

Grigorenko Daniil Evgenyevich, second-year bachelor student of group TABS/bak-24, Faculty of Humanities, Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy St., 33), e-mail: danilgrigorenko5@mai.

Kazakova Tatyana Aleksandrovna, 2nd year student of group TABS/bak-24, Faculty of Humanitarian Education of the Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy St., 33), e-mail: kazakovat361@gmail.com.

Scientific supervisor: **Grushevskaya Natalia Vitalievna**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Information and Library Activities and Documentation of the Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy St., 33), e-mail: natali.vitalia@mail.ru.

INNOVATIVE METHODS OF PROMOTING LIBRARY SERVICES IN THE DIGITAL ENVIRONMENT

The article examines current methods of promoting library services in the context of digitalization, analyzes modern digital marketing tools used in the library sphere, and suggests ways to improve the effectiveness of libraries' communication activities.

Key words: digitalization, promotion of library services, digital marketing, customer-oriented approach, interactivity, personalization of communication, ecosystem of interaction, information technologies.

В условиях стремительной цифровизации общества традиционные подходы к продвижению библиотечных услуг оказываются недостаточно эффективными. Современные пользователи ожидают интерактивного и

персонализированного взаимодействия, что ставит перед библиотеками задачу переосмысления коммуникационной деятельности и внедрения инновационных методов продвижения в цифровой среде.

Основой успешного продвижения библиотечных услуг в цифровой среде выступает клиентоориентированный подход, сочетающий интерактивность и персонализацию коммуникации. Ключевым элементом становится формирование целостной экосистемы взаимодействия с пользователями через различные цифровые каналы, что позволяет создать непрерывный пользовательский опыт и повысить лояльность к библиотечным услугам.

В эпоху стремительного развития информационных технологий библиотечная сфера претерпевает существенные изменения. Как отмечает А.А. Лукина, современные информационные технологии и ресурсы прочно закрепляют свои позиции в общественной жизни, а такие элементы цифровой инфраструктуры, как официальный сайт библиотеки и страница в социальной сети, становятся насущной необходимостью. Они формируют целостный образ не просто ресурсного, но и современного социокультурного учреждения, способного эффективно функционировать в цифровой пользовательской среде [2]. По словам А.М. Подсекина, бурное развитие информационных технологий и процессов цифровизации затрагивает все сферы общества, и библиотечная деятельность не может оставаться в стороне от этих процессов. Чтобы сохранять свою актуальность и соответствовать запросам пользователей, современные библиотеки вынуждены адаптироваться к стремительному развитию информационных технологий, интегрируя в свою работу новейшие цифровые инструменты и сервисы [3].

Н.Е. Беляева подчёркивает, что нарастающие тенденции цифровой трансформации общества неизбежно ведут к необходимости модернизации системы профессионального библиотечного образования. В новых условиях перед библиотечным образованием встаёт важная задача – подготовить специалиста нового формата, который в равной степени уверенно оперирует

как печатными, так и цифровыми материалами, успешно совмещает работу с информационным контентом и цифровыми сервисами [1]. Н.Н. Шаховалов отмечает, что цифровизация открывает качественно новые горизонты для библиотечно-информационного обслуживания. Интернет-технологии радикально меняют способы поиска и получения информации, а электронные книги трансформируют привычные формы чтения [5]. При этом важно понимать, что цифровизация – это не самоцель, а действенный инструмент достижения стратегических задач библиотечного развития. Её внедрение позволяет оптимизировать рабочие процессы, избавившись от рутины, существенно облегчить доступ пользователей к знаниям, повысить качество обслуживания, а также реализовать творческие библиотечно-информационные практики.

Таким образом, цифровизация становится неотъемлемым элементом современного библиотечного дела, требующим комплексного подхода к модернизации всех аспектов библиотечной деятельности – от технической инфраструктуры до профессиональной подготовки специалистов.

В качестве инновационных методов продвижения активно используются инструменты SMM-маркетинга: ведение официальных страниц в социальных сетях, создание вовлекающего контента, запуск таргетированной рекламы и сотрудничество с лидерами мнений. Параллельно развивается контент-маркетинг – разработка комплексных контент-планов, создание информационных и развлекательных материалов в различных форматах (инфографика, видеоролики, подкасты), что способствует формированию экспертного имиджа библиотеки и укреплению её позиций на информационном рынке.

А.Е. Рыхторова отмечает, что SMM-маркетинг в социальных сетях демонстрирует себя как оптимальный и доступный инструмент для популяризации библиотечных услуг и ведения PR-деятельности [4].

Значительное влияние на эффективность продвижения оказывает SEO-оптимизация официального сайта библиотеки. Она включает комплекс мер по

улучшению видимости ресурса в поисковых системах, оптимизации структуры и контента, что обеспечивает стабильный приток целевой аудитории через поисковые запросы.

Важным инструментом коммуникации становится email-маркетинг, позволяющий доставлять персонализированные уведомления о новых поступлениях литературы, предстоящих мероприятиях и специальных услугах непосредственно в электронный почтовый ящик пользователя. Параллельно развивается коммуникация через мессенджеры: создаются чат-боты для автоматизации ответов на типовые запросы, организуются консультации и информационная поддержка пользователей в популярных мессенджерах.

Новаторским направлением становится применение технологий геймификации, позволяющих внедрить игровые механики в библиотечные сервисы. Это повышает вовлечённость пользователей, делает процесс взаимодействия с библиотекой более увлекательным и запоминающимся. Особую перспективу открывают AR/VR-технологии, позволяющие создавать виртуальные экскурсии по библиотеке, интерактивные выставки и образовательные программы нового формата.

Для оценки эффективности внедряемых методов продвижения активно используются инструменты цифровой аналитики: системы веб-аналитики (Google Analytics, Яндекс.Метрика), аналитика социальных сетей, отслеживание конверсий, регулярные опросы и сбор обратной связи от пользователей.

Вместе с тем внедрение инновационных методов продвижения сопряжено с рядом проблем и вызовов: нехватка квалифицированных специалистов, недостаточное финансирование, необходимость постоянного обновления технической инфраструктуры, обеспечение информационной безопасности.

Перспективным направлением развития становится интеграция с платформами рекомендательных сервисов, применение искусственного

интеллекта для персонализации коммуникаций, создание омниканального пользовательского опыта, развитие иммерсивных технологий в библиотечной практике.

Таким образом, инновационные методы продвижения в цифровой среде позволяют библиотекам оставаться конкурентоспособными, привлекать новую аудиторию и повышать качество обслуживания существующих пользователей. Успешная реализация коммуникационной стратегии требует комплексного подхода, постоянного мониторинга трендов и адаптации к меняющимся потребностям пользователей.

Список источников

1. Беляева, Н.Е. Библиотечное образование в контексте цифровизации / Н.Е. Беляева // Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2023. – № 63. – С. 143-149.

2. Лукина, А.А. Контент профессиональных сайтов в аспекте продвижения библиотек / А.А. Лукина // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. – 2022. – № 4. – С. 39-42.

3. Подсекин, А.М. Повышение эффективности деятельности библиотеки на основе цифровизации / А.М. Подсекин // Вестник науки. – 2023. – № 9. – С. 1520-1535.

4. Рыхторова, А.Е. Применение маркетинговых технологий для повышения активности подписчиков библиотечных социальных сетей / А.Е. Рыхторова // Библиосфера. – 2021. – № 3. – С. 25-34

5. Шаховалов, Н.Н. Тренды цифрового развития российского библиотечного дела / Н.Н. Шаховалов // Культура в евразийском пространстве: традиции и новации. – 2022. – № 1(6). – С. 97-101.