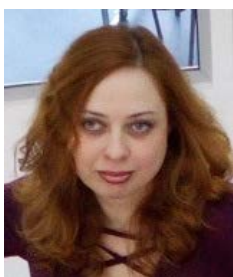

ІНФОРМАЦІЙНО-МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ПРОСУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УНІВЕРСИТЕТСЬКІЙ БІБЛІОТЕЦІ



Вікторія Брагінська

Національний юридичний університет імені
Ярослава Мудрого
Наукова бібліотека
ORCID iD: 0000-0002-1699-9176



Вікторія Щабельник

Національний юридичний університет імені
Ярослава Мудрого
Наукова бібліотека
ORCID iD: 0000-0003-3661-6774

Анотація: у статті презентовано досвід роботи наукової бібліотеки Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого зі створення сервісної та інтелектуальної продукції. Надано характеристику інформаційного маркетингового середовища бібліотеки як інноваційного простору для дистанційного забезпечення науково-освітніх потреб здобувачів вищої освіти.

Ключові слова: наукова бібліотека Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого, лонгрід, промопродукти, тизер-трейлер, проморолик, бібліотечна реклама, маркетингове середовище.

В світлі пандемії COVID-19 та у зв'язку з поширенням дистанційного навчання перед бібліотеками постало нове завдання – якісне інформаційне забезпечення і якнайповніше задоволення науково-освітніх потреб здобувачів вищої освіти, що, звісно, є вимогою часу. На його виконання науковою бібліотекою Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого відбувається перетворення установи в сучасне середовище, де користувачі завдяки новітнім цифровим технологіям в змозі не тільки оперативно отримати всю необхідну інформацію, а й поставити питання чи поспілкуватися в режимі он-лайн з будь-яким співробітником, створено умови, які дозволяють користувачам фізично дистанціюватися, та убезпечити працівників і відвідувачів. Варто відзначити, що в бібліотеці поживавилася діяльність із розробки, впровадження і використання сервісної та інтелектуальної продукції. Так, співробітники бібліотеки через введення карантину й вжиття

обмежувальних заходів докладали максимум зусиль до формування інформаційно-маркетингового середовища і створення промодукування власної генерації, нових бібліотечно-інформаційних ресурсів: лонгрід, путівники, інтерактивні плакати тощо. Ефективні рішення й маркетингові заходи бібліотеки щодо створення сучасних інтерактивних ресурсів допомагають долати не тільки фізичну й цифрову дистанцію, а й соціально-економічну.

Одним із популярних інструментів поширення інтелектуальної і сервісної інформації стали рекламні проморолики. Вони широко використовуються в діяльності бібліотеки і завжди викликають інтерес у користувачів. Сьогодні завдяки цьому потенційній аудиторії презентуються контентний інтелектуальний ресурс або сервісні послуги, при цьому все відбувається з дотриманням єдиної стилістики. Відомо, що проморолик – це частина інтернет-проєкту, досить популярний засіб для просування бібпродукції. Його можна вважати справжнім міні-фільмом, відеотреком, який має і рекламний, і інформативний характер. Наприклад, наукова бібліотека Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого випустила промовідео «Бібліотека – Відкритість, Доступність, Сервісність!». Промоматеріали, представлені в ньому, являють собою своєрідні компоненти інформаційного маркетингового середовища, орієнтовані на широку аудиторію. Вони актуалізують бібліотеку як інноваційний workspace, рекламують архітектурно-ландшафтні локації для вільних комунікацій онлайн-відвідувачів і генерують освітньо-наукові й творчі ідеї. Такі проморолики, як «Бібліотека Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого», «На допомогу організації науково-дослідної роботи!», «Вітаємо, абітурієнте!», «Бібліотека нашого часу – це комфортний простір для читання, майданчик для коворкінгу, зони для презентацій», «Вчені-правознавці – ювіляри 2020 року!», «Е-послуги Наукової бібліотеки НЮУ ім. Ярослава Мудрого!» та ін., представлені на веб-сайті бібліотеки, у соціальних мережах і мають, на нашу думку, високий потенціал. Інформації про діяльність і заходи, що відбуваються в бібліотеці, постійно розміщується в мережах Facebook, Instagram LinkedIn, на Телеграм-каналі і сайті. Вона, як правило, супроводжується інтерактивним проблемно-орієнтованим контентом і промоматеріалами.

Для привернення уваги й підвищення зацікавленості читачів ресурсами і відповідним інтерактивним середовищем бібліотеки, її популяризації напередодні визначних і пам'ятних дат на веб-сайті бібліотеки й у соціальних мережах постійно розміщуються вітальні листівки, книжкові закладки, пам'ятки, створені на платформах Canva та Crello, оформлені в єдиному стилістичному рішенні з логотипом бібліотеки, а також промоматеріали. Так, інтерактивний рекламний плакат на платформі Genially «Дистанційні сервіси Наукової бібліотеки НЮУ ім. Ярослава Мудрого» (<https://view.genial.ly/605b12a613ee700d0d5e9e43/interactive-image-interactive->

[image](#)) розроблений для ознайомлення студентів та науковців з ресурсами та сервісами наукової бібліотеки університету.

Крім того, розробка різного роду інфопродуктів і привабливого контенту для соціальних мереж за допомогою графічних платформ забезпечує доступ до ресурсів бібліотеки, включення всієї потенційної аудиторії до інформаційного маркетингового середовища бібліотеки. Наприклад, тизер (від англ. Teaser – «дражнилка») – це рекламне повідомлення, що використовується як анонс, а в його основі лежить певна інтрига. Він застосовується, як правило, для підвищення інтересу до тієї чи іншої тематики або акції. Зазвичай загадка, закладена в тизері, розкривається через деякий час – у повторному рекламному повідомленні. До прикладу, **Бібліотрансформер «Скарбничка права Стародавньої Грузії»**, підготовлений бібліотекою НЮУ ім. Ярослава Мудрого до Всесвітнього дня книги й авторського права 2021, створений на платформах Tilda та Genially, поєднав у собі декілька форм подачі інформації, а саме:

- мультимедійний лонгрід «Тбілісі – книжкова столиця світу 2021 року!» (<http://bibliographicdepartment.tilda.ws/tbilisiisthebookcapitaloftheworldin2021>)
- інтерактивний гід «Скарбничка права стародавньої Грузії» (<https://view.genial.ly/6059a3ca91094a0d681a2ad2/interactive-image-interaktivnij-plakat>),
- інтерактивна книжкова виставка «Грузія на перехресті часів» та відеоогляд видань з фонду рідкісних книг.

Тизер бібліотрансформера був доступний у мережах Facebook, Instagram, LinkedIn і на Телеграм-каналі. Додамо, що короткий і доступний тизер-трейлер зазвичай випускається бібліотекою задовго до виходу головного промоматеріалу, щоб зацікавити аудиторію. Так, напередодні 30-річчя від дня ухвалення Верховною Радою України Акту проголошення незалежності України для просування мультимедійного лонгріду «**Незалежна Україна: історичний дискурс**» (<http://scientificlibrary.tilda.ws/independentukraine>) науковою бібліотекою НЮУ ім. Ярослава Мудрого розроблено й поширено у соціальних мережах тизер-трейлер, щоб привернути увагу до актуального мультимедійного продукту.

Застосування в бібліотечній діяльності поруч із традиційними засобами таких промоматеріалів, як колажі, відеоогляди, серії електронних промороликів, постів, залучення до процесу надання контенту інших інтерактивних ресурсів відповідає реаліям сьогодення і завданням підвищення якості наукової діяльності у ЗВО, дозволяє збільшити значення бібліотеки як сучасного інноваційного workspace. Формування дієвої маркетингової стратегії для просування та популяризації інформаційно-бібліографічної продукції, дозволить мобілізувати весь інтелектуально-креативний потенціал бібліотечної сфери, за

для вироблення нової іміджевої професійної системи цінностей, нових критеріїв інноваційного розвитку.

INFORMATION-MARKETING ACTIVITY AND PROMOTION OF INTELLECTUAL PRODUCTS IN THE UNIVERSITY LIBRARY

Viktoriya Braginska

Viktoriya Shabelnik

Yaroslav Mudryi National Law University
Scientific Library

Annotation: *This article writes about essential characteristics of publicity communications in library management. Including the role and importance of advertising in the process of promoting library and information services and products.*

Keywords: *Scientific Library of Yaroslav Mudryi National Law University, social networks, longridge, quarantine, remote services, web services, teaser, teaser trailer, library publicity.*