

Термины индексирования, прошедшие логико-семантическую обработку, индексы заменяют на АЗ из словарей ЭК, которые и составляют ПОД. Выбор АЗ определяется в контексте анализа конкретного семантического значения выбранного термина. При отсутствии в словарях подходящих АЗ, на термин индексирования могут создаваться новые АЗ или КС, которые дополняют поисковый образ иностранных документов и пополняют новыми терминами словари ЭК.

<sup>1</sup> Турунова Е.Н. Лексико-семантические особенности перевода ключевых слов для иностранных документов в ЦНБ НАН Беларуси [Электронный ресурс] // Библиотеки в информационном пространстве: проблемы и тенденции развития : материалы II Междунар. науч. конф. молодых ученых и специалистов, Минск, 16 февр. 2010 г. / Нац. акад. наук Беларуси, Центр. науч. б-ка им. Якуба Коласа ; [редкол.: Л.А. Аугуль, Н.Ю. Березкина (отв. ред.), Г.Я. Голенченко и др.]. Минск : Ковчег, 2010. 1 электрон. опт. диск (CD ROM). С. 223–228.

*М.П. Ахремчик*

### **Продвижение интеллектуальной продукции и услуг Центральной научной библиотеки НАН Беларуси посредством маркетинговых коммуникаций**

В статье рассматривается внедрение комплекса маркетинговых коммуникаций на примере Центральной научной библиотеки Национальной академии наук Беларуси.

*М.Р. Akhremchik*

### **Promotion of Intellectual Products and Services at the Central Science Library of the NAS of Belarus by Means of Marketing Communications**

The article considers the implementation of a complex of marketing communication at the Central Science Library of the National Academy of Sciences of Belarus.

Стремительное развитие Интернета заставляет библиотеку постоянно совершенствовать свою деятельность, внедрять инновации, создавать новые информационно-библиотечные услуги и генерировать информационные ресурсы. Реклама услуг библиотеки, в том числе электронной доставки документов, возможностей поиска по электронному каталогу, собственных баз данных, сканированию, распечатке и копированию документов, помогает библиотеке быть конкурентоспособной на рынке информации. Поэтому с целью формирования положительного имиджа необходимо внедрять в практику библиотеки маркетинговые коммуникации. Маркетинговым

коммуникациям принадлежит значительная роль в формировании положительного имиджа библиотеки, в повышении востребованности ресурсов и услуг библиотеки, а также поддержании и развитии долгосрочных партнерских отношений с общественностью<sup>1</sup>.

Изучив теоретический и практический аспект деятельности библиотек, попробуем проанализировать эффективность внедрения в деятельность Центральной научной библиотеки НАН Беларуси маркетинговых коммуникаций.

Анализ начнем со связей с общественностью (PR). В Центральной научной библиотеке НАН Беларуси чаще всего используются такие формы маркетинговых коммуникаций, как связь с общественностью, сотрудничество с прессой, телевидением, предоставление сведений через Интернет.

К эффективным приемам PR можно отнести информирование и популяризацию какой-либо организации путем представления информации в Интернете.

Уже на протяжении нескольких лет Центральная научная библиотека НАН Беларуси совместно с белорусским интернет-порталом TUT.BY реализует ряд проектов, которые способствуют раскрытию фондов библиотеки.

Одним из наиболее популярных, является проект «Рукописи не горят». В Центральной научной библиотеке НАН Беларуси хранятся более 60 рукописных архивов белорусских ученых, писателей, художников, общественных деятелей (около 2 млн документов). Среди фондообразователей такие известные ученые, как академики В. Купревич, Г. Горецкий, М. Безбородов, А. Вечер, член-корреспондент АН Беларуси М. Гончарик, историк-археолог Н. Улащик и многие другие. Творческое наследие белорусских писателей представлено в архивных собраниях М. Горецкого, П. Глебки, К. Крапивы, Я. Брыля, П. Панченко, В. Короткевича, М. Лужанина и др. Личные архивы являются культурным наследием и представляют историческую ценность, они нуждаются в особых условиях хранения, доступ к ним ограничен. Именно поэтому и был реализован проект «Рукописи не горят».

В его рамках оцифровываются малоизвестные рукописи, фотографии и другие ценные материалы, которые составляют историко-культурное и научное наследие страны и представляются широкому кругу пользователей на портале TUT.BY. В рамках проекта были подготовлены материалы, посвященные выдающимся деятелям науки, культуры и искусства Беларуси, среди которых В. Короткевич, К. Крапива, В. Купревич и многие другие.

Проект был по достоинству оценен руководством Национальной академии наук Беларуси. Сотрудники библиотеки совместно с главным редактором информационного портала TUT.BY стали победителями конкурса на лучшее представление научных достижений 2012 года в средствах массовой информации в номинации «Лучшее представление

достижений Национальной академии наук Беларуси в сети Интернет» за материал «Васіль Купрэвіч: да 115-годдзя з дня нараджэння» проекта «Рукописи не горят».

Также совместно с интернет-порталом TUT.BY были реализованы такие проекты, как «Новости временных лет» и «История в рецептах».

Благодаря проекту «Новости временных лет» интернет-аудитория получила возможность узнать, о чем писали в белорусских газетах 100 лет назад. В проекте были представлены цифровые копии газет 1911 г., которые содержали сведения по истории, географии и культуре нашей страны того периода.

В рамках проекта «История в рецептах» интернет-аудитории предлагалось взглянуть на кулинарию сквозь призму времени. В ходе проекта ежемесячно обновлялась информация по следующим рубрикам: «листая старинные поваренные книги»; «традиции белорусской кухни»; «популярное домоводство на рубеже XIX и XX веков»; «советская кухня: блюда со вкусом ностальгии». Наряду с общими сведениями о кулинарных тенденциях того или иного исторического периода, были представлены рецепты уникальных и известных, но подчас забытых блюд, сопровождающиеся комментариями и иллюстрациями, ссылками на источники из фондов библиотеки.

Центральная научная библиотека НАН Беларуси постоянно внедряет в свою деятельность современные технологии, например, такие, как создание мультимедийных презентаций и видеофильмов при организации мероприятий. Мультимедиа обладает огромным потенциалом и позволяет внедрять самые разнообразные формы и методы предоставления информации.

Мультимедийные презентации – эффективный информационный и рекламный инструмент. Эта работа помогает подчеркнуть индивидуальность библиотеки, создает и поддерживает позитивный имидж учреждения, способствует раскрытию библиотечных фондов.

Центральная научная библиотека НАН Беларуси создает мультимедийные проекты и презентации тематического, мемориального и рекламного характера.

Тематические проекты посвящены значительным датам и событиям. Примерами таких мультимедиа могут служить следующие работы: «Науки женское лицо» – фильм о женщинах-ученых; «Кто живет в Беларуси» – о национальностях, проживающих на территории нашей страны, истории их появления на белорусских землях; «Дорога длиной в 150 лет» – об истории и развитии Белорусской железной дороги и др.

Мемориальные проекты рассказывают о жизни и деятельности белорусских ученых, поэтов, писателей, способствуют раскрытию фонда ЦНБ НАН Беларуси, популяризации мирового культурного наследия. Примером таких медиапроектов служат: «Страницы жизни известной меценатки» – о жизни и деятельности Магдалены Радзивилл; «Вечно юный,

как наша земля!» – фильм, посвященный классику белорусской литературы Максиму Богдановичу, и др.

Широкие возможности предоставляют мультимедийные проекты и как рекламный инструмент, так как вся необходимая информация о библиотеке, ее изданиях и услугах преподносится в наиболее легкой для восприятия форме<sup>2</sup>.

Для максимально полного и многоаспектного раскрытия фондов библиотеки, пропаганды историко-культурного наследия Беларуси в библиотеке постоянно организуются выставки литературы к конференциям, конгрессам, семинарам, выставки-презентации, посвященные выдающимся деятелям науки и культуры Беларуси. В 2012 г. был создан сайт «Виртуальные выставки ЦНБ им. Я.Коласа НАН Беларуси», на котором в настоящее время представлено 26 виртуальных выставок.

Центральная научная библиотека НАН Беларуси в своей работе использует такие коммуникативные каналы, как использование веб-сайта, социальных медиа для продвижения интеллектуальной продукции и услуг библиотеки, а также популяризации достижений отечественной науки и пропаганды историко-культурного наследия, хранящегося в библиотеке.

История создания сайта Центральной научной библиотеки НАН Беларуси началась с создания web-страницы о библиотеке на сайте Белорусской библиотечной ассоциации в 1997–1998 гг. Как самостоятельный ресурс сайт библиотеки был введен в эксплуатацию в 1999 г. В 2003 г. была проведена большая работа по изменению его дизайна и модернизации, в результате чего сайт стал интерактивным и динамичным, появилась возможность поиска по сайту.

Следующая модернизация сайта была произведена в 2011–2012 гг. Изменения коснулись его структуры, были внедрены новые сервисы, которые позволяют более полно удовлетворять потребности пользователей, были пересмотрены подходы к созданию новостной ленты, в частности к размещению электронных публикаций. Информация об официальных новостях библиотеки, о появлении новых услуг, обзоры и анонсы мероприятий регулярно отображаются в новостной ленте.

Для продвижения интеллектуальной продукции и услуг Центральной научной библиотеки НАН Беларуси, а также популяризации достижений белорусской науки и пропаганды историко-культурного наследия Республики Беларусь в практику библиотеки внедрены технологии маркетинговых коммуникаций в социальных медиа: библиотека ведет микроблог в Twitter ([http://twitter.com/Csl\\_By](http://twitter.com/Csl_By)); в Facebook (<http://www.facebook.com/CSL.by>), в ВКонтакте (<http://vk.com/public60017207>); создана страничка библиотеки в Википедии ([http://ru.wikipedia.org/wiki/Центральная\\_научная\\_библиотека\\_им.\\_Я.\\_Коласа\\_НАН\\_Беларуси](http://ru.wikipedia.org/wiki/Центральная_научная_библиотека_им._Я._Коласа_НАН_Беларуси)). Были открыты официальные представительства Центральной научной библиотеки НАН Беларуси в сервисах для интерактивных публикаций – SlideSher, Calameo, Slidboom,

YouTube, Scipeople, Google+, в них размещены мультимедийные презентации, созданные сотрудниками библиотеки.

В 2013 г. экологическим информационным центром «Эко-Инфо» был проведен редизайн сайта (<http://ecoinfo.bas-net.by>): созданы новые разделы, новая форма представления выставок «Новые поступления»; разработано приложение к экологическому бюллетеню «Зелёная Беларусь» – «News & Events in Belarus», который представляет собой дайджест новостей о текущих белорусских и мировых событиях в области экологии и охраны окружающей среды на английском языке.

Экологическим информационным центром «Эко-Инфо» ведется отдельный микроблог Центра в Twitter ([https://twitter.com/ecoinfo\\_by](https://twitter.com/ecoinfo_by)), англоязычного аккаунта Green\_Belarus ([https://twitter.com/Green\\_Belarus](https://twitter.com/Green_Belarus)), страница Экологического центра «Эко-Инфо» в ВКонтакте ([http://vk.com/ecoinfo\\_by](http://vk.com/ecoinfo_by)), электронная газета «ЭКО-ИНФО Weekly», создание которой осуществляется с помощью сервиса Paper.li<sup>3</sup>.

Библиотека использует и другие маркетинговые коммуникации. В структуре библиотеки существуют такие отделы, как отдел маркетинговых исследований и отдел социокультурной и информационной деятельности, которые выполняют функции пресс-службы, осуществляющей распространение информации о деятельности библиотеки и ее структурных подразделений по каналам СМИ.

Маркетинговая деятельность Центральной научной библиотеки НАН Беларуси помогает улучшить имидж, способствует совершенствованию работы библиотеки и привлечению к ее ресурсам и услугам новых пользователей.

<sup>1</sup> Ржеусский А.В., Кунанец Н.Э. «Комплексные маркетинговые коммуникации в НТБ Национального университета «Львовская политехника» // Научные и технические библиотеки. 2013. № 7. С. 33–40.

<sup>2</sup> Смык О.П., Яцына Е.В. Экранная культура как важнейший элемент социокультурной и информационной деятельности ЦНБ НАН Беларуси // Библиотеки национальных академий наук: проблемы функционирования, тенденции развития : науч.-практ. и теорет. сб. / Междунар. ассоц. акад. наук, Совет директоров науч. б-к и информ. центров ; [междунар. редкол.: А.С. Онищенко (пред.) и др.]. Киев, 2013. Вып. 11. С. 253–260.

<sup>3</sup> Юрик И.В. Продвижение интеллектуальной продукции и услуг научной библиотеке в интернете (на примере ЦНБ НАН Беларуси) // Библиотеки национальных академий наук: проблемы функционирования, тенденции развития : науч.-практ. и теорет. сб. / Междунар. ассоц. акад. наук, Совет директоров науч. б-к и информ. центров; [междунар. редкол.: А.С. Онищенко (пред.) и др.]. Киев, 2012. Вып. 10. С. 247–256.