

*Е.С. Быстрова*

**Экспертный опрос как метод определения места краеведческих электронных информационных ресурсов в системе формирования территориального бренда региона**

В данной статье рассматривается эффективность экспертного опроса в библиотечно-библиографической деятельности как метода изучения краеведческих электронных информационных ресурсов и их влияния на формирование территориального бренда региона

*E.S. Bystrova*

**An expert survey as a method for determining the place of local lore electronic information resources in the system of forming a territorial brand of a region**

This article discusses the effectiveness of an expert survey in library and bibliographic activities as a method for studying local history electronic information resources and their impact on forming a territorial brand of a region

Экспертный опрос – разновидность опроса, в ходе которого респондентами являются эксперты – высококвалифицированные специалисты в определенной области деятельности.

Метод подразумевает компетентное участие специалистов в анализе и решении рассматриваемой проблемы.

Как указывает В.С. Крейденко<sup>1</sup>, методы экспертных оценок широко применяются в различных библиотечных исследованиях главным образом для решения двух важных исследовательских задач.

Первая задача заключается в том, что с их помощью можно оценить качество различных библиотечных объектов. Это могут быть книги, читатели, отдельные библиотечные процессы, методы пропаганды и т. д. При этом экспертные оценки могут выступать как самостоятельно, так и в виде элементов других методов исследования.

Вторая задача выражается в том, что методы экспертных оценок используются для выяснения перспектив развития таких объектов, для которых сложно создать адекватную модель. Роль этих методов в прогнозировании развития библиотечного дела весьма велика. Цель

прогнозирования в сфере библиотечного дела – «получить ясное представление: во-первых, как должны функционировать библиотеки, во-вторых, как они реально функционируют, в-третьих, о том, какие меры необходимы для перехода от существующего состояния к желаемому»<sup>2</sup>.

Экспертный опрос выполняет ряд функций: диагностическую, прогностическую, проектировочную. Д. И. Хлебович выделяет ситуации, когда экспертные оценки «являются незаменимым источником информации:

- 1) при прогнозировании развития той или иной ситуации, когда статистических данных недостаточно;
- 2) при выборе целей и обосновании стратегии развития;
- 3) при определении целей и задач управления с упорядочением их по степени важности;
- 4) при определении альтернативных вариантов решений с оценкой из предпочтения;
- 5) при проведении полной и адекватной оценки ситуации, сложившейся в организации, отрасли;
- 6) когда объект обладает специфическими характеристиками, о которых знают только профессионалы;
- 7) при необходимости исследовать процессы, которые не имеют аналогов в социальной действительности или же приобрели качественно иную природу, и механизмы развития под влиянием новых институциональных условий»<sup>3</sup>.

При исследовании краеведческих электронных информационных ресурсов (КЭИР) как средства формирования территориального бренда региона использование данного метода представляется потенциально достаточно эффективным. Специфика бренда в библиотечно-информационной деятельности недостаточно изучена. По этой причине можно говорить о малом объеме информации, которым располагают исследователи по данному вопросу, чтобы разработать достаточно объективный и надежный прогноз развития КЭИР как средства формирования территориального бренда.

Для определения стратегии дальнейшего развития КЭИР как средства формирования территориального бренда региона нужно выбрать цели и разработать стратегию. Необходимо иметь представление, что мы хотим реализовать в данной сфере, какими путями и т. д. Поскольку явление относительно новое, специфическое, объективную качественную оценку могут дать специалисты, профессионалы в сфере библиотечно-информационной деятельности. Следует отметить, что определения понятий «бренд», «территориальный бренд» в основном относятся к сфере экономики, туризма, а для библиотечно-информационной деятельности отдельной трактовки не разработано. Таким образом, исходя из предложенных ситуаций, можно говорить о том, что применение метода экспертных оценок может оказать существенную пользу для исследования.

Важным аспектом в проведении исследований является определение площадки, на которой оно будет проводиться. На сегодняшний день важным источником коммуникации является Интернет, в частности, социальные сети.

А. Тарасевич<sup>4</sup> пишет, что «сегодня специалисты констатируют, что работа библиотеки в социальных сетях и иных социальных медиа дает следующие преимущества:

- пользователи делятся информацией со своим окружением, что дает возможность охватить большую аудиторию;
- осуществляется коммуникативное взаимодействие между библиотекой и пользователями, присутствует обратная связь. Пользователь может спросить интересующее его, предложить что-то новое;
- большая аудитория с широким форматом мировоззрений, вкусов, предпочтений позволяет библиотеке с разным читательским профилем найти именно свою аудиторию;
- есть возможность проводить анализ пользователей по возрасту, географии, профессии \ образованию, интересам;
- социальные сети хорошо индексируются поисковыми машинами, что дает возможность продвижения вверх в топах поисковиков официальных сайтов библиотек и их услуг;
- есть возможность проводить опросы и исследования по социальному, маркетинговому и другим направлениям;
- можно обмениваться ссылками с другими организациями со схожей сферой деятельности, налаживать с ними сотрудничество и партнерство на базе социальных сетей;
- осуществляется вовлечение пользователя в партнерские отношения (соавторство в контенте);
- происходит расширение пользовательской аудитории»<sup>5</sup>.

Все эти преимущества самым положительным образом могут повлиять на исследование, придадут ему простоту, оперативность. Для проведения экспертного опроса планируется в качестве площадки использовать социальную сеть Facebook, группу «Библиографы Беларуси». Группа направлена на популяризацию библиотечно-библиографической деятельности Беларуси, краеведческих информационных ресурсов и т. д. В группе публикуются важнейшие новости, касающиеся библиотечно-библиографической деятельности Беларуси: о мероприятиях, выставках, ресурсах и т. д. Наибольшее количество опубликованных материалов посвящены деятельности Национальной библиотеки Беларуси (НББ). Выходят новости, касающиеся издательской деятельности, о выходе значимых энциклопедий, монографий, тематически связанных с историей книги, белорусской литературой и т. д. Участников в группе на данный момент – 222 человека. В основном преобладают сотрудники НББ, сотрудники университетов, как профессорско-преподавательский состав, так и библиотекари-библиографы (БГУ, БГМУ, БГТУ, БГУКИ). Присутствуют

сотрудники областных (Брестская, Витебская, Гродненская ОБ), центральных районных библиотек.

Целесообразно опросить сотрудников НББ, как через группу «Библиографы Беларуси», так и непосредственно, в ходе традиционного опроса. Дополнительно можно провести опрос по электронной почте сотрудников областных библиотек, ориентируясь при этом на сотрудников отделов краеведческой литературы и библиографии.

В ходе опроса необходимо выяснить, как специалисты трактуют понятие «территориальный бренд», как создание КЭИР связано с созданием бренда, может ли ресурс сам по себе являться брендом? Какие условия являются необходимыми для создания КЭИР, влияющих на формирование территориального бренда; определить номенклатуру КЭИР и вынести рекомендации по их улучшению. Важным аспектом, требующим уточнения в ходе опроса, является вопрос: стоит ли при разработке ресурсов обращаться за помощью к потенциальным пользователям или предоставить это специалистам.

<sup>1</sup> Крейденко В.С. Библиотечные исследования : учеб.-метод. пособ. Москва : Рус. шк. библ. ассоц., 2007. 351 с.

<sup>2</sup> Там же. С. 221.

<sup>3</sup> Хлебович Д.И. Экспертный опрос как инструмент исследования проблем высшего профессионального образования: предпосылки и практика использования // Известия ИГЭА. 2013. № 6 (92). С. 13.

<sup>4</sup> Тарасевич А.А. Продвижение библиотек в социальных сетях [Электронный ресурс] // Библиотека в XXI веке: аспекты развития : материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых и специалистов, Минск, 30–31 окт. 2014 г. / Нац. акад. наук Беларуси, Центр. науч. б-ка им. Я. Коласа ; [редкол.: Л. А. Авгуль и др.]. Минск, 2015. 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). С. 130–133.

<sup>5</sup> Там же. С. 131–132.

*В.О. Воронкина, О.П. Панасина*

### **Раскрытие фондов библиотеки и популяризация научных знаний через создание социокультурных проектов**

В докладе рассмотрены социокультурные проекты, реализованные Центральной научной библиотекой. Подчеркивается необходимость социокультурного проектирования в современной библиотечной среде

*V.O. Voronkina, O.P. Panasina*

### **Disclosing of library collections and popularization of scientific knowledge through the creation of socio-cultural projects**