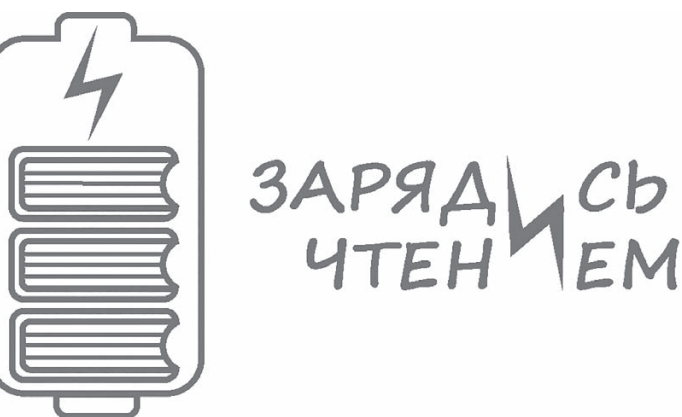


ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОНКУРС: ПРОРЫВ И ВОЗМОЖНОСТИ



Логотип проекта – работа Галины Буриной

В городской библиотеке Мурманска накоплен большой опыт проведения конкурсов профессионального мастерства. Конкурсы различной направленности – на лучшего библиотекаря, лучший литературный проект, лучшую книжную выставку, лучшую рекламную акцию, лучшее краеведческое мероприятие и др.

Уже третий год подряд проходит конкурс творческих инициатив «Прорыв года», само название которого мотивирует участников проявить себя в новом качестве, удивить коллег, поделиться нестандартными идеями и смелыми творческими решениями.



Наталья Геннадьевна КРАВЧЕНКО,
заведующая отделом методического обеспечения
и обучения персонала
Центральной городской библиотеки г. Мурманска

При желании в конкурсе могут участвовать любые сотрудники учреждения: даже делопроизводитель или системный администратор могут попробовать себя в рекламе библиотеки, а библиотекарь-новичок предложить идею для перспективного развития своего филиала.

В номинации «Я – библиотекарь» участники пытаются рассказать о том, почему трудиться в библиотеке – это интересно. Конкурсная работа может быть представлена как в виде эссе, так и в виде видеоролика или даже аудиоподкаста. Именно в этой номинации – самый широкий возрастной диапазон участников. Поведать с любовью о своей профессии стремятся не только те, кто посвятил ей многие годы, но и молодые сотрудники, кто сделал выбор своего жизненного пути относительно недавно. Стоит ли говорить, что работы в этой номинации способствуют формированию профессионального самосознания у коллег и корпоративной культуры.

Номинация «Мыслить перспективно» позволяет представить описание инновационной идеи проекта, крупного мероприятия или цикла мероприятий для планирования деятельности библиотеки на перспективу. Победа в такой номинации автоматически означает для участника одобрение идеи и возможность реализации своего проекта в ближайшем будущем. Под инновацией подразумевается внедрение чего-то нового, перспективного, того, что ранее не использовалось в практике. Среди идей, которые были представлены на суд жюри в разные годы, – эко-

логический челлендж (продвижение в соцсетях добрых дел, направленных на улучшение экологической обстановки), литературная настольная игра «Литбридж», проект «Медиаволонтер» по привлечению молодежи к созданию контента для группы библиотеки в соцсетях, проект «Игры сказочного двора», направленный на продвижение

*Уже третий год подряд проходит конкурс творческих инициатив
«Прорыв года»...*



Плакат для рекламы
книжного клуба –
работа Александры Рукавица

Плакат для рекламы фонда –
работа Алины Бегловой



среди детей и подростков незаслуженно забытых подвижных дворовых игр XX в. («Казаки-разбойники», «Лапта», «Море волнуется», «Горелки», «Третий лишний») и др.

Номинация «На правах рекламы» предполагает представление рекламного продукта: наглядную агитацию (плакат/постер, флаер, ролл апп, баннер на сайт и др.) или видеоролик. Рекламировать можно ресурсы, услуги, мероприятия, конкретную библиотеку и пр. Сотрудники стремятся рассказать о том, какими стали библиотеки города, какими возможностями они обладают, и ежегодно больше всего заявок поступает на конкурс именно с такой целью.

Причины, которые побуждают коллег участвовать в конкурсе, различны: возможность «лично-го развития за счёт атмосферы соперничества», желание «улучшить профессиональные навыки и компетенции» или «поделиться собственными мыслями и идеями с сотрудниками библиотечной системы», потребность «приобрести творческую смелость и получить опыт конкурсанта» или «встать на ступеньку выше в профессиональном плане». Причину участия в конкурсе коллеги указывают при заполнении заявки.

Из года в год оргкомитет анализирует все плюсы и минусы, вносит в правила и в организацион-

ные моменты изменения, отражённые в Положении о конкурсе и направленные на его совершенствование и расширение возможностей участников.

Ранее в конкурсе насчитывалось четыре номинации, две из которых были посвящены рекламе. Со временем отдельная номинация «Говорим и показываем» упразднилась, а в номинацию «На правах рекламы» стало возможным подать работу не только в графическом, но и в видеформате.

Ещё одно правило, которое было отменено, – это необходимость предоставления видеовизитки каждым участником. Несмотря на то, что этот материал представлял интерес и многим участникам позволил раскрыть дополнительные грани своего творчества, оценки жюри за визитки влияли на общую итоговую оценку. Оргкомитет посчитал несправедливым, что более сильные конкурсные работы оцениваются ниже только потому, что визитка участника менее интересна. Кроме того, были сотрудники, которые отказывались от участия в конкурсе именно из-за обязательного требования создавать о себе видеоролик. Специалист библиотеки, конечно, должен развивать у себя широкий спектр компетенций, и всё же неправильно, если отсутствие умения снимать и монтировать видео становится препятствием к возможности побороться за победу в профессиональном конкурсе.

Для желающих рассказать о себе и своей профессии в видеформате на смену номинации «Рассуждаю открыто», где участники ранее предоставляли только эссе, пришла номинация «Я – библиотекарь», а варианты исполнения конкурсной работы стали шире.

Опыт проведённых ранее конкурсов подсказал, что порой за масштабным описанием в конкурсной работе теряется основная суть проекта. Поэтому в рамках конкурса «Прорыв года» участники заполняют ёмкую форму (на одну-две страницы), где решаемая проблема формулируется кратко (не более трёх предложений), при формулировке цели требуется обязательно указать, чего удастся достичь, а краткое описание идеи содержит тезис о том, в чём заключается её инновационность.

Форма с описанием конкурсной работы была введена и для номинации «На правах рекламы», поскольку в первый год проведения конкурса поступило несколько работ, целевое назначение которых определить было сложно. Теперь участники дополнительно формулируют повод, место и способ использования представленной на конкурс рекламной продукции.

Со временем претерпевали изменения и критерии оценки конкурсных работ, например, оказалось, что «оригинальность» в дизайнерском макете, даже если она есть, это не всегда хорошо и достойно высокой оценки. В действующем Положении зафиксированы критерии оценки работ для каждой номинации:

- ✓ «На правах рекламы»: понятность, для чего создан продукт, что он рекламирует; дизайнерское решение; качество предоставленного материала (грамотность, техника исполнения); перспектива использования;
- ✓ «Я – библиотекарь»: соответствие содержания теме; способ подачи материала; отражение авторского стиля; грамотность, богатство языка и выразительность речи;
- ✓ «Мыслить перспективно»: оригинальность и актуальность идеи; аргументированность реализации; качество предоставленного материала (грамотность, связность, конкретика); перспектива использования.

На финальном этапе конкурса для жюри самое сложное – это быть объективным и по справедливости оценить все работы. Здесь важно всё – профессиональный взгляд, умение преодолеть шаблонное восприятие и личное отношение к тому или иному участнику. Для максимальной непредвзятости состав оргкомитета определяется после того, как сбор заявок завершён, а в жюри выбираются коллеги из структурных подразделений, в которых нет конкурсантов.

Согласно Положению, по результатам конкурса у жюри есть право вводить дополнительные номинации. Это действительно необходимо, когда работа не набрала максимальное количество баллов, но впечатлила своей задумкой,

содержанием или качеством исполнения. В прошлом году жюри выбрало победителей в дополнительных номинациях «Профессионал сторителлинга», «Знатор жанра» и «Открытие года».

Для кого-то конкурс стал началом не только профессиональных, но даже карьерных достижений. Есть сотрудники, которые участвовали в конкурсе в должности библиотекаря или библиографа, а спустя недолгое время после победы в одной из номинаций уже заведуют филиалом или занимаются рекламной деятельностью в отделе развития и связей с общественностью. Конкурс помогает разглядеть в коллегах ценные профессиональные качества.

Все новости конкурса и творческие работы участников публикуются в корпоративной группе библиотеки в социальной сети «ВКонтакте», благодаря чему знакомиться с ними могут не только члены жюри, но и коллеги учреждения. Это позволяет всем желающим быть в курсе событий, «болеть» за участников, в числе первых узнавать о результатах конкурса и его победителях.

Конкурсные работы победителей, рекламирующие библиотечные услуги и ресурсы, служат своему целевому назначению и доступны более широкому кругу людей. Одним из примеров сочетания творческого подхода с любовью к чтению является рекламный ролик «Найди свою книгу» Галины Буриной (https://vk.com/wall-151304577_10357). Приключения бумажных человечков на полках библиотечных стеллажей вызвали симпатию у всех членов жюри. А весело и увлекательно рассказать о причинах, по которым захочется посетить библиотеку, удалось Татьяне Дубинкиной в своём ролике-экскурсии по Центральной библиотеке Мурманска (https://vk.com/wall-151304577_13174).

Конкурс – это творческий процесс не только для участников, но и для организаторов. Совершая эту работу из года в год, удалось создать конкурс со своими чертами, своим характером, который чем-то отличается от привычных конкурсов профессионального мастерства, где участники демонстрируют знания профессиональной терминологии и книжного кругозора. Безусловно, для библиотекаря важны теоретические базовые знания, но их оценка уместна скорее на аттестации, ведь это то, что должен знать каждый профессионал своего дела. Но раз библиотеки и библиотекари постоянно меняются, расширяют спектр своих возможностей, то и состязаться нужно в так называемых суперспособностях, покоряя всё новые профессиональные вершины и совершая очередной прорыв.



Баннер на сайт – работа Вячеслава Беглова