

УТВЕРЖДАЮ

Директор муниципального автономного учреждения «Муниципальная информационная библиотечная система» Города Томска

А.С. Карауш

2014 г.

СОГЛАСОВАНО

Председатель профсоюзного комитета «Первичной профсоюзной организации муниципальных библиотек г. Томска»

Т.Ю. Тихонова

2014 г.



ПОЛОЖЕНИЕ

о конкурсе профессионального мастерства среди библиотечных специалистов муниципального автономного учреждения «Муниципальная информационная библиотечная система» Города Томска (МАУ «МИБС») «Лучший по профессии – 2014»

1. Цели и задачи конкурса

1.1. Цели конкурса:

- позиционирование библиотеки как современного информационного учреждения;
- повышение социальной значимости и престижа библиотечной профессии.

1.2. Задачи конкурса:

- выявление и стимулирование лучших представителей библиотечной профессии в МАУ «МИБС»;
- выявление и распространение инновационных методов работы в информационно-библиотечном обслуживании населения;
- организация в социальных сетях площадки для обсуждения библиотечных тем и продвижения библиотечных услуг;
- расширение диапазона профессионального общения работников библиотек.

2. Учредители и организаторы конкурса

2.1. Учредителями и организаторами конкурса выступают

- муниципальное автономное учреждение «Муниципальная информационная библиотечная система» Города Томска;
- Первичная профсоюзная организация муниципальных библиотек г. Томска.

2.2. Учредителями и организаторами конкурса формируется организационный комитет, который осуществляет общее руководство конкурсом.

3. Участники конкурса

3.1. В конкурсе может принять участие, как отдельный сотрудник, так и творческая группа, состоящая из представителей одной библиотеки или отдела МАУ «МИБС». Ограничения по возрасту и стажу работы отсутствуют. Количество участников творческой группы не ограничено.

3.2. Список конкурсантов формируется на основе заявок.

3.3. Заявки на участие в конкурсе (см. Приложение Б) предоставляются в электронном виде в оргкомитет до 15 мая 2014г. на e-mail: dom@library.tomsk.ru.

4. Порядок проведения конкурса

4.1. Конкурс «Лучший по профессии – 2014» проводится с 14 апреля 2014 г. по 15 сентября 2014 г.

4.2. Организацию конкурса осуществляет организационный комитет (далее – Оргкомитет).

4.3. Оргкомитет формируется из представителей учредителей конкурса и привлеченных специалистов (см. Приложение А).

4.4. Члены Оргкомитета не могут быть участниками конкурса.

4.5. Оргкомитет решает следующие задачи:

- сбор заявок на участие в конкурсе;
- формирование состава участников конкурса;
- контроль над соблюдением порядка проведения конкурса;
- информационное сопровождение конкурса.

4.6. Для участия в конкурсе необходимо предоставить следующие документы:

- заявку установленной формы (см. Приложение Б) – до 15 мая 2014г.;
- автобиографию в произвольной форме (в случае участия творческой группы автобиографии предоставляются на каждого участника группы) – до 15 мая 2014г.;
- проект (ссылка на созданный web-ресурс и его описание) – до 15 сентября 2014 г.

5. Содержание конкурса

5.1. Тема конкурса – Социальные сети как площадка для продвижения библиотеки.

5.2. Для участия в конкурсе необходимо самостоятельно или в составе творческой группы подготовить проект по обеспечению информационного присутствия библиотеки / отдела / МИБС в сети Интернет путем создания внешнего электронного ресурса.

5.3. Результатом участия в конкурсе является созданный участником web-ресурс – страница / сообщество (группа) библиотеки в социальных сетях или блог – и его описание (проект).

5.4. Проект должен отвечать целям и задачам конкурса и включать в себя следующие блоки:

- название проекта;
- цели проекта;
- задачи проекта;
- определение целевой аудитории;
- описание контента ресурса (наполнение страницы / сообщества (группы), блога);
- предполагаемый долгосрочный результат (изменения в деятельности библиотеки / отдела / МИБС, которые могут произойти благодаря проекту).

5.5. Конкурс проводится заочно в 1 этап.

5.6. По итогам конкурса жюри определяет победителей.

5.7. Дополнительная информация, относящаяся к теме конкурса, представлена в Приложении В.

6. Оценка конкурсантов

6.1. Оценку проектов конкурсантов осуществляет жюри, в состав которого входят специалисты библиотечного дела, представители администрации, представители библиотек и профсоюзной организации (Приложение А).

6.2. Основные критерии оценки конкурсных проектов:

- актуальность проекта;
- социальная значимость проекта;
- соответствие проекта поставленным целям и задачам;

- оригинальность и новизна предложенных решений.

7. Награждение участников конкурса

- 7.1. Финалисты конкурса будут награждены дипломами и призами.
- 7.2. Награждение победителей будет проходить в рамках научно-практической конференции «Томские библиотечные встречи – 2014» (сентябрь 2014 г.). Победитель сможет представить свой проект перед аудиторией на конференции.
- 7.3. Итоги конкурса будут представлены на сайте МИБС.
- 7.4. Интервью с победителем будет опубликовано в профсоюзной газете «Действие».
- 7.5. Материалы участников, победивших в конкурсе и занявших призовые места, будут рекомендованы для публикации в профессиональной периодической печати.
- 7.6. Дополнительное награждение участников по итогам реализации проектов (поддержка ресурса в активном состоянии) состоится в декабре 2014 г.

8. Финансирование конкурса

- 8.1. Проведение конкурса осуществляется за счёт средств муниципального автономного учреждения «Муниципальная информационная библиотечная система» Города Томска и «Первичной профсоюзной организации муниципальных библиотек г. Томска».
- 8.2. Учредители организуют работу по привлечению дополнительных (спонсорских) средств к формированию призового фонда.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

СОСТАВ ОРГКОМИТЕТА И ЖЮРИ

Состав оргкомитета

Председатель:

Е.Ю. Озерова, заведующий муниципальной библиотекой «Дом семьи», заместитель председателя профкома по мотивации профсоюзного членства и культурно-массовой работе.

Члены оргкомитета:

Л.В. Асанова, заместитель директора по библиотечной работе;

Г.В. Павлюченко, заместитель директора по информационным технологиям;

Т.Ю. Тихонова, председатель профкома; учёный секретарь;

И.Ю. Ланцман, заведующий отделом развития.

Состав жюри

Председатель:

А.С. Карауш, директор МАУ «МИБС»

Заместитель председателя:

Г.В. Павлюченко, заместитель директора по информационным технологиям

Члены жюри:

Л.В. Левицкая, начальник управления культуры администрации Города Томска;

Л.М. Старцева, председатель Томской областной организации Российского профессионального союза работников культуры;

Т.Ю. Тихонова, председатель профкома, учёный секретарь;

Л.В. Асанова, заместитель директора по библиотечной работе

Э.Э. Коваленко, заведующий отделом каталогизации;

И.Ю. Ланцман, заведующий отделом развития;

Е.Ю. Озерова, заведующий муниципальной библиотекой «Дом семьи»;

Е.В. Мороз, заведующий сектором отдела развития.

Контактная информация

Тел. 65-57-57 – Озерова Елена Юрьевна

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

ЗАЯВКА

НА УЧАСТИЕ В КОНКУРСЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА
«ЛУЧШИЙ ПО ПРОФЕССИИ – 2014»

ФИО	
Должность	
Место работы	
Рабочий телефон	

ПРИЛОЖЕНИЕ В

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ТЕМЕ КОНКУРСА

Социальные сети как площадка для общения

Сегодня библиотеки активно стали использовать возможности интернет-сообществ, социальных сетей, блогов для своего позиционирования. Сообщество – это средство для поддержания отношений и формирования мнения у самой активной, самой влиятельной части целевой аудитории библиотек. Социальная сеть может и должна служить площадкой для обсуждения различных тем и продвижения услуг библиотеки.

В Сети сближение людей происходит быстрее, чем в реальной жизни. Поэтому вполне логично, что библиотеки должны стараться использовать Сеть не как средство воздействия, а как средство взаимодействия.

Теперь об удобстве пользования. Ни одна известная социальная сеть не демонстрирует всех возможностей своего портала до регистрации на нем. А потому предлагаю вам данную таблицу для сравнения наиболее крупных социальных сетей в Рунете.

Параметры сравнения	Odnoklassniki.ru	Vkontakte.ru
Поиск	Осуществляется по имени и фамилии. Первыми в списке выдачи будут те люди, которые ближе к вам по социальным связям (друзья друзей, участники тех же, социальных институтов). Поиск может быть осуществлен вручную по каталогу всех социальных институтов.	Поиск автоматический и по сообществам и по людям. По сообществам можно выбирать как группу, так и тему группы, а также отсортировать по численности сообщества. Людей можно искать в простом поиске (полоса поиска), так и в расширенном, где уточняются самые разные параметры (пол, образование, даже политические взгляды).
Фотоальбом	Добавление любого количества фото, есть возможность оценивать фото по пятибалльной шкале. Все фотографии проходят модерацию, по правилам портала на фото должно быть изображение участника, так чтобы было видно его лицо. Если участник на фото не один, то в описании фото должно быть указано его местоположение.	Возможность составления отдельных альбомов с фото в любом количестве. В альбоме можно оставлять комментарии, отмечать на фото людей, редактировать фото онлайн. Все фотографии, на которых Вас отметят другие участники у себя в профиле (он же профайл - шаблон для заполнения персональными установками в системе сервиса), пройдут Вашу модерацию (то есть Вы сможете удалить пометку о Вашем присутствии на фото). Фотографии можно сделать видимыми только для друзей.
Лента сообщений	Участник и другие пользователи могут оставлять сообщения на так называемом "форуме" на странице участника. Собственник анкеты имеет право на модерацию своей ленты.	Участник и другие пользователи могут оставлять текстовые и графические сообщения на так называемой "стене сообщений" на странице участника.
Отображение связи	Отображается ближайший круг связей. Я - друзья - друзья друзей. В какой бы профиль ты не зашел, отобразится связь с этим человеком, либо, что связи нет.	Отображаются только друзья. Связь с людьми, когда посещаешь их профайлы, не отображается.
Календарь событий	Можно фиксировать дни рождения друзей с напоминаниями о них.	Можно вносить встречи и напоминания о них. Дни рождения друзей анонсируются автоматически.
Видеоальбом	Нет	Неограниченный по объему
Личная переписка	Есть раздел, позволяющий обмениваться приватными сообщениями между участниками сайта (есть возможность хранить переписку).	Подобная функция
Просмотр посещений	Есть возможность следить за тем, кто посещает твой профиль.	Нет
Вакансии	Подсайт (домен третьего уровня) для	Нет

	поиска вакансий и сотрудников (поиск по сферам труда, размещение вакансий и резюме). В профиле будет отображаться интересующая тебя вакансия.	
Знакомства	Подсайт для знакомств (поиск пары, размещение анкеты)	Замаскированы под раздел "люди". Там можно увидеть случайных пользователей, либо найти по параметрам пару. Причем можно искать ее во всех вузах, либо только в своем вузе.
Сообщества	Школа, колледж, институт, армия, компания, отдых. В каждом сообществе есть Гостевые книги, где можно оставлять свои комментарии. Участие в сообществе отражается в профайле.	Группы выпускников (учебных заведений), академическая группа (мало кто понимает, что это, на мой взгляд, клуб по научным интересам), клуб (по интересам), организация (место работы). В сообществах можно вести общение по темам (их создают модераторы сообщества), а также оставлять сообщения в ленте сообщества (похоже на Гостевую книгу в <i>odnoklassniki</i>). Участие в сообществе отражается в профайле.
Присутствие участников на сайте	Отображается	Отображается
О себе	Анкета с данными о себе, находящаяся в профайле	Анкета с данными о себе, находящаяся в профайле. Контактные данные видны либо всем, либо только друзьям (выбирается в настройках приватности).
События	Нет такой функции	Поиск по планирующимся встречам, культурным походам, вечеринкам, конференциям и так далее.
Новости	Нет	В данном разделе можно просматривать действия, связанные с группами и друзьями (добавили фото, друзей, оставили запись на стене сообщений).

Невооруженным глазом видны технические преимущества портала **Vkontakte**. Однако, например, на **Odnoklassniki** сервис проще в обращении и не требует от пользователя больших умений. И там невозможно запутаться среди сообществ, вроде "Все Иваны мира - объединяйтесь". В **социальной сети Vkontakte** привлекает возможность участия в клубах по интересам, поиска событий, в которых можно поучаствовать. Практика показывает, что пользователи **Vkontakte** в основном составляют молодые люди-студенты. Более взрослый контингент, как правило, предпочитает **Odnoklassniki**. Вообще же, можно отметить, что такие порталы тяготеют к благолизации: то есть включают в себя не только базу личных анкет, но и позволяют вести свою ленту сообщений, иметь фотоальбом, участвовать в сообществах.

Официальные источники социальных сетей сообщают, что на портале **Vkonakte** по состоянию на 2007 год 3 миллиона участников, на **Odnoklassniki** – 5 миллионов. Довольно часто пользователи Рунета пользуются не одной социальной сетью, а несколькими, что вызвано, вероятнее всего, не поиском наиболее удобного интерфейса и расширенной функциональности, а, скорее всего, осознанием факта, что сети, которая максимально широко охватывала бы весь необходимый пользователю контингент друзей и знакомых пока не существует.

<http://ftad.ru/library/socialnet.shtml>

Площадка Google+

Существенным плюсом рассматриваемой социальной сети является возможность «социализации поиска». И это отличная идея. Не поисковый робот будет отбирать для нас контент, а наши друзья посоветуют, что стоит читать, а чего не стоит. Именно это и делает кнопка «+1», которая появилась в поиске, а теперь вот и в Google+. Клик по кнопке не передаёт информацию в профиль Google+, но кто-то другой, кто находится в ваших кругах, увидит ваш аватар там же, в поисковой выдаче, и он будет знать, что это вы, его друг, рекомендуете ему почитать данную книгу. Получается большая лента с рекомендациями от ваших друзей, но с информацией, которая в данный момент нужна именно вам.

Площадка Google+ – это серьёзный ресурс для библиотек. Вот три момента, о которых следует задуматься, решая, следует ли использовать Google+ для привлечения пользователей на ваш библиотечный сайт или блог, а в дальнейшем и в библиотеку.

1. Люди. Как мы уже говорили с самого начала, Google+ оказался самой быстрорастущей социальной сетью, несмотря на ограниченный доступ по приглашениям. Уже через 2 недели после запуска Google подтвердил наличие 10 млн. пользователей. Отчасти это объясняется его лучшим дизайном и функциональностью, но также интеграцией в сервисы Google. Google, с его сотнями миллионов пользователей, даёт Google+ преимущество, которого не было на этой стадии у Facebook и Twitter.

2. Обмен контентом. Google+ построен с нуля в качестве платформы обмена контентом. Он многое берёт у Facebook и Twitter, но делает это лучше. Ещё важнее, что Google имел возможность наблюдать за тем, что Facebook и Twitter делали неправильно, и сделал это в более корректном варианте. Google решил вопросы приватности и «чрезмерного обмена», которые были в Facebook, в то же время обеспечил богатые мультимедийные возможности и условия их обсуждения.

3. Формирование качественного контента. Поиск Google построен на идее того, что контент со ссылками, указывающими на его высокое качество, должен ранжироваться выше, чем контент с меньшим количеством ссылок. Google, имея свою собственную платформу обмена контентом, обеспечивает прямой доступ к «мнению народа», когда дело доходит до качественного контента.

Надо понимать, что людям нравится делиться контентом в социальных сетях. Если это ваш контент, то всякий раз, когда кто-то поделится им, о вас узнают другие пользователи, которые получают возможность полюбить и поверить вам в достаточной степени, чтобы купить у вас что-то.

КОНЦЕПЦИЯ СТРАНИЦЫ БИБЛИОТЕКИ

При разработке концепции страницы многие библиотеки, как правило, опираются на собственное представление о том, что может быть интересно посетителю, полагаются на опыт и обширный круг знакомств, который активно используют.

Зарегистрировав на Facebook, например, сообщество «Российская государственная библиотека», авторы описывают библиотечную жизнь изнутри. Причём описывают без всякого официоза, с дружеской интонацией, юмором, иногда иронией и самоиронией и, конечно, от первого лица. Зашедший на страничку пользователь может быть уверен, что говорит именно с теми, кто искренне считает, что это место стоит посещать и даже любить. Это важно. Ведь искренняя убеждённость всегда и заразительна, и притягательна. «Мы всегда тут, мы постараемся, чтобы вам было хорошо, мы вас ждём и будем рады вас видеть» – таков искренний посыл. Нужно не приглашать посетить библиотеку, надо позвать в гости.

ЧТО ВЫБРАТЬ: ПРОФИЛЬ, СТРАНИЦУ ИЛИ ГРУППУ

Основная задача – создать ощущение постоянного движения, обновления, событийности. Информационные поводы для публикаций (и встреч) могут быть самые разные – день дарения книг, встреча с интересными людьми, обучающие семинары и др.

Профиль. Личный профиль в Facebook может зарегистрировать любой. На сегодняшний день, согласно исследованиям РБК, более 9 млн россиян уже сделали это, и теперь могут общаться с друзьями, поддерживать и актуализировать контакты по мере обновления их друзьями в своих профилях, добавлять фото и смотреть снимки в галереях друзей, вести переписку и расширять круг знакомств и многое другое.

Страница. Собственные страницы могут создавать официальные организации, бренды и публичные фигуры – политики, музыканты, блогеры и т.д. В Facebook существует специальная команда, которая проверяет, создана ли страница официальным представителем организации, или она фальшивая и её нужно заблокировать. Страницы имеют широкий набор функций и возможностей, которые позволяют эффективно общаться с аудиторией.

Группы. Созданы для тех, кто хочет общаться с группой друзей по какому-то конкретному поводу или хочет выразить своё мнение. Так, если вам нравится Российская государственная библиотека, вы можете стать поклонником официальной страницы библиотеки или же вступить в группу поклонников и обсуждать с другими участниками группы, что именно вас привлекает в этой библиотеке. Когда вы создаёте группу, вы должны решить, будет ли она открыта для всех желающих, или же вступить в неё можно будет только по приглашению. В группу, в отличие от страницы, нельзя добавлять приложения.

Необходимо обязательно помнить, что социальные сети созданы не для рекламы, а для общения. И не старайтесь имитировать его, а действительно общайтесь. Вы можете представлять дорогих, почётных гостей библиотеки, а они в свою очередь оставят на стене вашей библиотеки такие отзывы, которые лучше любой рекламы.

Facebook предоставляет возможность использовать функцию «Предложить друзьям» (фактически это рассылка), но не стоит этим злоупотреблять. Агрессивное навязывание «дружбы» может «выйти боком». Целесообразнее просто пригласить зайти на страничку. В Facebook удобная и подробная статистика. Можно увидеть, сколько в тот или иной день пришло людей, узнать их пол и возраст, из каких они городов, стран, что они смотрят – «стену», фотографии, информацию или события, сколько из них прочитали каждое сообщение, скольким оно понравилось. Обычно о библиотеке рассказывают друзьям, а те потом ищут информацию в Интернете. В конечном счёте случится так, что постепенно становясь привычной частью жизни пользователей сначала в мире виртуальном, библиотека рано или поздно перейдёт в реальный.

8 советов библиотекам, которые решили использовать Facebook

1. **Хорошо подумайте.** Нужен ли вам Facebook или вы гонитесь за модой? Надо понимать, что социальные сети хороши для b2c (бизнес для потребителя), а не b2b (бизнес для бизнеса).
2. **Определите аудиторию.** Составьте план: что и кому вы хотите рассказать.
3. **Работайте в стиле СМИ.** Вам нужны хорошие тексты, хорошие фото и форматный выпуск материалов.
4. **Понравьтесь вашим читателям.** Они смогут нажать кнопку "Мне нравится", что привлечет их друзей (бесплатная реклама). Поводом могут стать интересные фото мероприятий, интервью с известными людьми, конкурсы и т.п.
5. **Публикуйте отчеты о мероприятиях.** Превратите вашу страничку в фан-клуб. Старайтесь отмечать имена участников на фото, что может быть еще одним способом привлечения "Друзей".
6. **Позвольте читателям влиять на библиотеку.** Предложите своим пользователям выбрать, кого из знаменитых людей пригласить на следующую встречу.
7. **Дайте возможность обсуждать вас.** Не бойтесь критики, это нормально.
8. **Экспериментируйте.** В социальных сетях все стремительно обновляется. Неизменно одно: Люди поддерживают интересные проекты.

GOOGLE+ ИЛИ «В КОНТАКТЕ»

Как мы уже говорили выше, основной «фишкой» Google+ является возможность использования «кругов», где каждый волен создавать отдельные категории информации, интересующей пользователей и делиться ей при написании сообщений. Кроме того, данная технология ещё и позволяет не только писать, но и удобно читать.

Несмотря на описанные выше преимущества, Google+ проигрывает социальной сети Павла Дурова «В Контакте» в борьбе за её пользователей. Причина в том, что разделение на предметные аудитории (круги), как правило, не интересуют основную целевую аудиторию «В Контакте». Это связано с тем, что дети школьного возраста и молодёжь, зависимые от мнения окружающих, вряд ли будут беспокоиться о том, что кому-то их мнение не интересно (не нужно) и воспользуются данной функцией. Большой плюс сети «В Контакте» (хотя он очень спорный) в том, что она едина и многообразна. Сюда можно включить и файлообменные сети, и микроблоги, и форумы и т.д.

Целевая аудитория «В Контакте» подходит, в основном, для детских и юношеских библиотек.

*Автор Андрей Олегович ФЕДОРОВ,
кандидат педагогических наук,
доцент кафедры библиотековедения и
библиографии БОУ ВПО "Чувашский
государственный институт культуры*