МКУК «Подосиновская МБС»

****Подосиновская центральная

библиотека им. А. Филёва

Методический сектор

**Внедри у себя**

***Инновационные формы работы.***

***Опыт библиотек России***

**Выпуск 29**

Подосиновец, 2015

**И прищепка - средство рекламы.**

В жаркий августовский день в мурманском парке отдыха на Семёновском озере можно было загорать, гулять, кататься на аттракционах, а можно почитать - в Летнем читальном зале библиомобиля. Группа специалистов Мурманской областной детско - юношеской библиотеки выехала в парк с целью рекламы библиотеки и привлечения к книге юных жителей города.

(Коровина, И. И прищепка - средство рекламы / И. Коровина.- Библиотека.- 2014.- № 10.- С. 13.)

Каждый отдыхающий в этот день имел возможность стать участником акций «А можно взять и почитать», «Фенькин чемодан», «ВООК-прищепка» (книжная прищепка).

Юные книголюбы с большим удовольствием рассматривали издания, рисовали своих любимых литературных героев, а также мастерили книжки-малышки. С помощью ВООК-прищепки результаты их творчества тут же вывешивались на всеобщее обозрение.

Самым маленьким любителям чтения понравилось играть с куколкой Фенькой - героиней сказки Пантелеева, которая приехала в своём чемодане на борту передвижной детской библиотеки.

Каждый посетитель мог выбрать себе из большой красивой сумки подарок - журнал или книжку, а также завести самого настоящего «друга для чтения».

«Приезжайте почаще!» - сказали нам на прощание посетители парка. И мы пообещали вернуться - на то же место в тот же час.

**Бренд женского клуба. Как представить его в сети?**

Интернет-представительство является сегодня неотъемлемым элементом имиджа любой библиотеки. Более продвинутая категория пользователей, которая с каждым днём расширяется, обязательно будет искать на вашей листовке или рекламном буклете адрес в Сети.

**(Козыряцкая, О. Бренд женского клуба. Как представить его в сети? / О. Козырянская // Библиотека.- 2014.- № 10.- С. 29-30.)**

Интернет-представительство в контексте женского клуба - это мощный маркетинговый инструмент, позволяющий узнать о вас огромно­му количеству потенциальных участниц. Именно таким образом вы можете донести до них последние новости, сообщать об акциях и пла­нируемых мероприятиях, формировать положи­тельный образ клуба. А также наладить самую оперативную взаимосвязь между интернет - представительством и целевой аудиторией. Для этого на сайте используются механизмы об­ратной связи, анкетирование, опросы, гостевые книги, форумы, чат-комнаты, рассылка новостей и т. д. Достаточно просто и без каких-либо затрат можно получать комментарии и отзывы потенциальных участниц. На этой основе создаётся база данных об активных посетителях сайта (их портреты, контактная информация, сведения об интересах, предпочтениях). В даль­нейшем всё это можно эффективно использо­вать в вашей работе.

Продвижение женского клуба, описание всех его достоинств - основная цель создания интер­нет-представительства. Критериями его оценки будут являться качество дизайна, актуальность и полнота информационного наполнения, уровень сервиса. Используя все эти преимущества Сети, начинающий коуч-менеджер (руководитель клуба) или лайфкоуч имеет все шансы сформировать виртуальный офис, реклама которого будет обхо­диться гораздо дешевле. А создать вокруг жен­ского клуба «информационный шум» вообще не составляет большой сложности.

*Кто такой коуч? Коучей часто называют тренерами успеха. Коуч - это специалист, к которому обращаются люди с целью разобраться в себе, своих проблемах и неудачах, коуч даёт новое видение ситуации и вдохновляет на изменения.*

Конечно, российская аудитория Интернета ещё не особенно велика. По оценкам Фонда об­щественного мнения, на сегодняшний день она составляет около 15 млн человек. Эта цифра включает всех, кто пользо­вался Сетью хотя бы один раз за последние шесть месяцев. Более реальными нам представляются сведения о месячной, недельной и суточной ау­дитории, которые, по данным того же ФОМ, со­ставляют 12 млн, 8,5 млн и 4,3 млн человек соот­ветственно. По качественным характеристикам данная аудитория очень привлекательна для рек­ламодателей. В большинстве своём это пользо­ватели, приходящие в Интернет за деловой информацией, люди прогрессивные, активные, с высшим образованием и доходом выше средне­го. Просто имея интернет-представительство женского клуба, коуч-менеджер или лайфкоуч мо­гут быть уверены, что заинтересованные лица - потенциальные участницы и партнёры - сами смогут найти нужные им сведения.

Официальное веб-представительство в Ин­тернете женского клуба будет рассматривать­ся как:

- средство обращения к большой аудитории;

- источник подробной и актуальной инфор­мации;

- постоянная реклама с широкими возмож­ностями;

- обратная связь;

- имидж.

Веб-представительство клуба – это, прежде всего, информационное представительство в Се­ти. Интернет работает 24 часа в сутки. В течение этого времени с контентом могут ознакомиться сотни потенциальных участниц. Всемирная пау­тина позволяет разместить любой, даже кажу­щийся невероятным, объём детальной информа­ции, удобно её структурировать и изменять так часто, как только потребуется. А одновременное использование на сайте статичных изображений, анимации, звука, видео позволит посетительни­цам получить максимально полное представле­ние об объединении.

Сам по себе выпуск веб-представительства женского клуба уже является рекламной акцией, привлекающей внимание к библиотеке. Создавая сайт, лайфкоуч получает в постоянное пользова­ние собственное средство проведения маркетин­говых мероприятий.

Примерная структура интернет-представи­тельства:

1. «Главная страница». Основная её задача - кратко проинформировать потенциальных участ­ниц о женском клубе. Здесь чаще всего распола­гаются приветственный текст и новости клуба.
2. «Услуги». На этой странице посетительни­цам можно узнать информацию о спектре услуг, предоставляемых клубом.
3. «О клубе». Этот раздел включает в себя по­дробные сведения о самом клубе, его руководст­ве и участниках.
4. «Профильные секции клуба». Например: секция здоровья и красоты, секция дизайна, юридическая секция и др.
5. «Мероприятия (афиша)». Здесь размеща­ются планы на месяц и на текущий год.
6. «Контакты». Раздел, где сообщаются кон­такты, по которым можно связаться с админист­рацией сайта. Стандартная контактная форма со­стоит из трёх полей: имя, e-mail, текстовое поле; для сообщения.
7. «Участники клуба». Перечень имён и фамилий, представленный в алфавитном порядке, краткие биографические данные, круг интересов. Напротив фамилий почётных участников клуб стоит поставить отметку VIP.
8. «Условия вступления». Здесь потенциальным участницам нужно заполнить анкету и рассказать о круге своих интересов, а также об ожиданиях, которые они связывают со вступлением в клуб
9. «VIP-карты для постоянных участниц клуба (условия приобретения).
10. «Интерактивное общение». Чат-комната, литературный форум и др.

Дополнительные разделы: «Рекомендуем почитать», «Ссылки на тематические ресурсы», «Красота & Здоровье», «Кулинария», «Рукоделие», «Техно-women», «Путешествия», «Хобби», «Конкурсы», «Фотоальбом», «Тесты» и др.

Уникальным отличием проекта по сравнению с другими женскими порталами может явиться: собственная Интерактивная академия, которая предоставляет дистанционное обучение в раз личных направлениях (курсы кулинарного мастерства, мастер-классы по рукоделию, веб-семи нары, посвящённые взаимоотношениям, персональному развитию и т. д.) в режиме онлайн.

С рейтингом и статистикой сайтов российского Интернета по теме «Женский клуб» вы можете ознакомиться в крупнейшей поисковой системе Google, набрав в строке поиска «Женские клуб в Интернете».

Самостоятельно проработайте источники информации, проанализируйте их, приобретите компетентность для поддержания на нужном уровне интернет-представительства клуба.

Конечно, лайфкоучеру важно постоянно быть интерактивным, устраивать опросы, наполнять сайт контентом, близким и понятным участницам женского клуба, поднимать важные вопросы.

Первопроходцами в данной области являются крупные западные компании. Но в этом направлении начнут двигаться все, кто собирается добиться значительных результатов и занять определённое место в сознании потребителей.

Член совета директоров корпорации Intel Эндрю Гроув как-то сказал: «Лет через пять каждая компания превратится в интернет-компанию либо вообще перестанет существовать». Это заявление отлично иллюстрирует важность Интернета в современном мире. Брендинг в Сети будет постепенно развиваться, а библиотеки, которые начнут использовать его уже сейчас, смогут значительно опередить конкурентов и привлечь внимание потенциальных пользователей.

*Брендинг - деятельность по разработке марки продукта, продвижению на рынок и обеспечению ее престижности, и мониторинг на соответствие марки требованиям рынка.*

*Задача брендинга - повысить осведомленность потребителей и влюбиться в товар.*

**«Человеком надо быть всегда»**

**Обсуждение по рассказам: Е. Габовой «Не пускайте рыжую на озеро» и**

**В. Крупина «А ты улыбайся», для учащихся 8-10 классов**

«Всё начинается с любви.

Мы родились на свет людьми –

Давайте жить как люди!»

Владимир Башунов

**Цель обсуждения:** познакомить с творчеством Е.В. Габовой и В.Н. Крупина, вызвать интерес к современной литературе, показать, что нет людей, похожих друг на друга.

**(Щетинина, Г. «Человеком надо быть всегда» / Г. Щетинина // В копилку специалиста: Методический сборник. Выпуск 2.- Киров, 2014.- С. 22-25.)**

**Ведущий:** Мир детства всегда интересен нам, он чистый, яркий, своеобразный, но и жестокий, суровый, который накладывает свой отпечаток на всю жизнь. Вот об этом нам рассказывает Елена Габова. Но сначала слово о писателе.

Елена Васильевна Габова (Столповская) родилась в 1952 году в городе Сыктывкаре. Закончила сценарный факультет Всесоюзного государственного института кинематографии. Автор 12 книг для детей и подростков, изданных в Москве, Киеве, Японии. За рассказы и повести для детей удостоена звания лауреата Государственной премии Республики Коми в области литературы. Лауреат Международной литературной премии Владислава Крапивина (2006 г.) за сборник повестей и рассказов «Никто не видел Рыжего», «Не вставайте с левой ноги», утверждающих доброту, совестливость и уважение к людям. Она заслуженный работник культуры Российской Федерации, член Союза писателей России.

- **Какой вы представили главную героиню рассказа Елены Габовой?** (Света Сергеева осталась без отца, у неё мать и две сестрёнки. Семья живёт очень бедно и внешность девочки совсем не примечательна: рыжая, волосы, как проволока. Большая фантазёрка, любит ходить в походы, одноклассники её не любят, особенно девчонки, презирают за бедность, внешность и за непослушание).

**- Как автор описывает внешность девушки в начале рассказа и в конце?** (В начале рассказа перед нами скромная, застенчивая Света Сергеева, а в конце - «золотоволосая красавица. Как она величаво идёт! Молодая женщина на сцене прямо-таки роскошная, … от её наружности веет благородством»)

**- Почему так Света стремилась в поход с одноклассниками?** (Основная причина - отправиться на озеро, заплыть далеко-далеко и петь, чтобы слушал весь мир её).

- **А как она пела?** (Ребята считали, что она выла (начало рассказа), а в конце - она пела высоким, удивительно знакомым голосом, так пели только оперные артисты, это была восходящая звезда Светлана Сергеева).

**- Как вы думаете, где кульминация рассказа?** (Когда Женька выбросил сумку Светы на берег, ей ничего не оставалось, как покинуть теплоход).

**- Ваше отношение к её одноклассникам?** (Жестокие, бессердечные, никто не заступился, хотя не все были на стороне Женьки).

**- Надо ли идти на поводу у других или быть самим собой, всегда ли удаётся защитить слабого?** (Думаем, не всегда, надо иметь большой авторитет, чтобы возразить «сильному».)

**- Нашлись бы в вашем классе ребята, которые защитили бы «слабого»?**

(Ребята называют несколько человек).

**- Класс, в котором училась Света Сергеева, был дружным?** (Конечно, нет. Их дружба заключалась в том, чтобы хорошо развлечься, а мало кто любовался природой, наслаждался свежим воздухом. Они давно уже изгнали из «своего круга» Свету).

**- Можно ли было остановить жестокие действия мальчишек или одноклассников Светы Сергеевой?** (Можно, но это сделать могли только взрослые мальчишки, у которых есть авторитет. О причине жестокости детей Владимир Крупин говорит: «Насмотрелись телевизора»).

**- Что же помогло героине выстоять?** (Она была старшей в семье. Оставшись без отца, она научилась сдерживать слёзы, страдать, чтобы не видела мать, но главное - умела прощать одноклассникам (делилась своей едой, улыбалась «через силу»).

**- Как рассказчик относится к пению Светы?** (Она пела жалобно, заунывно, никогда я таких песен не слышал. А голос Рыжухи всё раздавался, и было в нём что-то родственное с начинающей расти травой, лёгкими перистыми облаками, тёплым воздухом...).

**- Почему рассказчик не подошёл к Свете Сергеевой в оперном театре?**

(Наверное, стало стыдно, стыдно за всех, кто причинял ей боль, а она, вопреки обстоятельствам, шла к своей главной цели - доказать всем, что она талантлива, умна, имеет право на счастье).

**- А как вы думаете, из какой сказки пришла к нам Света Сергеева?** (На память приходит сказка Г.Х. Андерсена «Гадкий утёнок» и стихотворение К. Бальмонта «Белый лебедь»)

Белый лебедь, лебедь чистый,

Сны твои всегда безмолвны,

Безмятежно-серебристый,

Ты скользишь, рождая волны.

Но скользишь ты, утопая,

В бездне воздуха и света.

Над тобой Эфир бездонный

С ярко Утренней Звездою.

Ты скользишь, преображенный,

Отраженный красотою.

Символ нежности бесстрастной,

Недосказанной, несмелой,

Призрак женственно-прекрасный

Лебедь чистый, лебедь белый!

**Ведущий:** А теперь познакомимся с творчеством Владимира Крупина.

Владимир Николаевич родился в 1941 году в селе Кильмезь Кировской области, сын лесника. Окончил Московский педагогический институт имени Крупской. Был членом редакции журналов «Новый мир», «Москва». Преподавал в Московской духовной академии, сейчас преподаёт в Академии живописи в Москве.

Он мастер рассказов и повестей. Широкую известность ему принесла повесть «Живая вода», с большой любовью к сельским подросткам рассказывают его повести «Дымка», «Родная сторона».

Валентин Распутин писал о нём: «Владимир Крупин - один из самых святых и честных людей нашего поколения».

Основная тема в творчестве Крупина - тема детства. Больше всего беспокоит его судьба молодого поколения, какими вырастут дети, как уберечь их от жестокости, как помочь выжить в быстроменяющемся мире.

У Крупина много наград, но главные для него - это награды Русской православной церкви: Орден Святого Благоверного Великого князя Даниила Московского, Орден Преподобного Сергия Радонежского, литературная премия имени святых равноапостольных Кирилла и Мефодия.

**- Ваши впечатления после прочтения рассказа «А ты улыбайся!»?**

(Рассказ интересен тем, что повествует о подростках. Порой они не замечают, как бывают жестоки. Главные герои не играют в футбол, а дерутся. Маленькие дети потом копируют их. Старшим детям нужно всегда помнить: за вами следят малыши, и они хотят быть похожими на вас.)

**-Что больше всего удивило рассказчика?**

(«Мальчишки играли зло, азартно, использовали силовые приёмы, приговаривая: «А ты улыбайся!». И тот, кого били, улыбался и отвечал тем же»).

**- Что же на самом деле творилось на поле?**

(Настоящая драка: мальчишки били не по мячу, а по ногам, по спине, отпихивали руками, кричали: «Силовой приём!»).

**- Манера повествования у Владимира Крупина бойкая, живая.** **А почему?**

(Скорее всего, это разговорная лексика (влепливать, шарахивать, потянулся народ) помогает увидеть реальную картину на футбольном поле).

- **Давайте прочитаем финал рассказа и прокомментируем его. Какова основная мысль?**

(Маленькие дети, глядя на мальчишек, расстреливали снежками вылепленных из снега и папу, и маму, и себя, и всю родню. После прочтения этого рассказа чувствуешь боль за всех: и за старших, и за младших детей, и за их родителей.)

**- Дают ли Елена Габова и Владимир Крупин готовые рецепты поведения человека в коллективе? Чему они учат?**

(Конечно, нет. Но они учат нас быть внимательными друг к другу, уметь постоять не только за себя, но и учить «слабого» защищаться, быть самим собой в любой ситуации).

**- Что объединяет рассказы Елены Габовой и Владимира Крупина?**

(Подростковая жестокость, невнимание к людям, несправедливость взрослых и одноклассников).

**Ведущий:** Каждый раз, глядя на «униженного», помните, что на его месте может быть самый близкий вам человек. Чем больше будете делать добра людям, тем легче вам будет жить в обществе, зло будет прятаться, не «высовываться», оно растворится в добре.

**- Что каждый для себя сегодня возьмёт с обсуждения?**

(Быть внимательным к людям, уважать одноклассников, стремиться к знаниям, быть целеустремлённым, развивать свой талант, быть всегда человеком).

**Ведущий:** Быть всегда человеком - это и легко, и трудно. Быть самим собой легко, но защищать интересы других трудно. Помните, что только добрые люди оставляют свой след на Земле. И мне хочется, чтобы вы запомнили навсегда два высказывания:

- «Знания должны увеличиваться с добротой». (Фазиль Искандер).

- «Чем человек умнее и добрее, тем больше он замечает добра в людях». (Блез Паскаль).

Литература:

Габова, Е. Не пускайте рыжую на озеро [Текст] / Е. Габова // Путеводная звезда. -2011. - №3. -С.2 - 4.

Крупин, В. А ты улыбайся [Текст] // Владимир Крупин. Босиком по небу. - М.: 2011,- С. 177-179.

<http://festival>. lseptember.ru/articles/570248/