



НАМ ПИШУТ

ОТ АВТОРА:

Уважаемая редакция!

Высылаем Вам статью с фотографиями о деятельности медиатеки Гимназии № 56. В ней мы рассказываем о цикле мероприятий, связанных с развитием читательского интереса у школьников. Кроме этого, у нас проводятся другие интересные мероприятия: организация районного конкурса по созданию WEB-сайтов (последняя тема — «Книга или кино. Читать или смотреть»), организация районного конкурса «Напиши сказку», на котором учащиеся должны не только написать сказку, но и заверстать ее в книгу. Материалами этих и других мероприятий мы можем поделиться с читателями журнала «Школьная библиотека». Мы всегда готовы сотрудничать с Вашим журналом.

Т. В. СУСЛОВА,

заведующая медиатеккой гимназии №56 г. Санкт-Петербурга

PR-акция как средство самовыражения учеников и воспитания художественного вкуса читателей школьной медиатеки

Одним из новых интересных подходов к развитию читательского интереса у учащихся может стать презентация книги, подготовленная с использованием мультимедийных технологий. Сегодня такие технологии активно используются в нашей Гимназии как на уроках, так и во внеурочной деятельности. При этом акцент делается на развитие познавательной самостоятельности школьников, на решение проблемных задач и выполнение поисковых заданий по базовым и профильным предметам.

Гимназия № 56 предлагает учащимся несколько профилей: экономический, социально-гуманитарный, физико-математический, историко-правовой, каждый из которых имеет специфические профильные дисциплины. Класс социально-гуманитарного профиля, наряду с углубленным изучением литературы и иностранных языков, занимается изучением основ журналистики и PR-деятельности. На уроках в рамках

курса «PR» учащиеся занимаются рекламой книг, представлением творчества писателей, анонсированием книжных и кино-новинок.

Опыт проведения PR-акций с использованием ИКТ в нашей гимназии появился в этом учебном году. В течение первого полугодия учащиеся готовили PR-акции. **Вот лишь некоторые темы групповых и индивидуальных работ:**

- Представление книги Т.Драйзера «Американская трагедия» (интеграция с курсом «МХЛ»).
- Читательская конференция, посвященная современной литературе (на примере книги Л.Вайсбергер «Дьявол носит Prada») с элементами PR-акции.
- Медиа-журнал о жизни и творчестве Паоло Коэльо.
- «Е.Гришковец — писатель, актер и драматург» (мультимедийный проект) и др.



Все готово к проведению PR-акции



Аудитория слушателей

Каждая PR-акция включает в себя следующие компоненты:

- 1) создание буклетов, flyer о PR-агентстве и его деятельности,
- 2) составление плана проведения PR-акции,
- 3) организация и оформление помещения для PR-акции,
- 4) мультимедийная презентация книги, фильма,
- 5) подведение итогов, анкетирование участников.

Две самые интересные PR-акции были проведены в медиатеке гимназии для учащихся 11-го класса. Одна была посвящена обзору творчества писателя Евгения Гришковца, а вторая произведению писательницы Лорен Вайсбергер «Дьявол носит Prada».

PR-акцию о творчестве Е.Гришковца представляла ученица 10-го класса Дарья Потапова. В своем выступлении она познакомила учащихся с творчеством писателя, его театральной и телевизионной деятельностью. Выступление сопровождалось мультимедийной презентацией. Прозвучали отрывки из спектаклей, были показаны фрагменты из пьес. Эмоциональный настрой, с которым выступала ученица, передался слушателям, и школьники заинтересовались деятельностью писателя и захотели посмотреть спектакли в театре.

Автор выступления заранее подготовила красочные буклеты, в которые включила интересные высказывания о Гришковце и его мысли о книгочтении.

Вторая PR-акция (Дарьи Ядровой) познакомила старшеклассников с модным сегодня про-

изведением Лорен Вайсбергер «Дьявол носит Prada». **Яркое и красочное выступление послужило приглашением к дискуссии: что интереснее и полезнее — читать или смотреть, что лучше — книга или кино.**

Старшеклассники высказывали свое мнение о необходимости экранизации литературных произведений, об отрицательных и положительных моментах показа фильма и пришли к выводу, что, **читая книгу, чувствуешь писателя, представляешь себя на месте героя, проживаешь с ним историческую эпоху.** Ребята высказались о бесполезности печатных изданий по сценариям сериалов, сожалели, что такими изданиями заполнены все книжные прилавки. **На их взгляд, читать переписанные с фильма (особенно низкопробного) тексты неинтересно.**

В конце PR-акции все ее участники написали отзывы (некоторые из них приводятся ниже), дав положительную оценку данной акции. Отзывы демонстрируют огромную заинтересованность школьников в знакомстве с творчеством писателей, чтении книжных новинок, просмотре спектаклей в театре.

PR-акция способствовала творческому самовыражению ведущих, они остались довольны, что своим рассказом заинтересовали старшеклассников. Успех PR-акции явился стимулом для их дальнейшего развития. В нашем случае старшеклассники захотели попробовать свои силы в более сложной аудитории, где они могли бы более ярко проявить свои способности PR-менеджеров. При обсуждении этой акции в классе будущие PR-менеджеры пришли к выводу, что подобный вид привлечения учащихся к чтению полезен и необходим. В дальнейшем планируется PR-акция по классическим произведениям



для старших школьников, а для учащихся начальной школы — PR-акция по книге **Носова «Приключения Незнайки»**.

На мой взгляд, такие рекламные презентации приносят огромную пользу: активизируется читательский интерес учеников, старшеклассники учатся общаться с аудиторией, расширяется кругозор, школьники учатся самостоятельно мыслить и высказывать свое мнение. Мы приветствуем такого рода мероприятия, организуем компьютерную поддержку выступлений, предоставляем помещения медиатеки для проведения PR-акций и с удовольствием помогаем старшеклассникам придумывать новые формы реализации проектов.

Некоторые отзывы старшеклассников о проведении PR-акции:

◆ Я убедился в том, что каждой книге нужна реальная реклама. Писатель Евгений Гришковец действительно произвел на меня огромное впечатление. Я небольшой любитель читать, особенно современную литературу. Но желание прочитать произведения Е. Гришкова у меня появилось. Вполне возможно, что я узнаю для себя много нового.

◆ Действительно заинтересовал Е. Гришковец! Дарья выступала очень хорошо, интересно, смело! Молодец! У нее большой потенциал, она хорошо выступает на публике. Я бы прочла книгу и сходила на спектакль после такой PR-акции.

◆ Огромное спасибо! Я узнал о творчестве Евгения Гришкова. Все было настолько интересно и живо, что захотелось поподробнее познакомиться с его творчеством. На мой взгляд, проведение таких презентаций необходимо. И в скором времени, я надеюсь, так и будет.

◆ Мне понравилась PR-акция. Девочки рассказывали о книгах с таким воодушевлением, что мне захотелось прочитать их. Выступление Даши Потаповой было очень эмоционально, поэтому оно больше запомнилось.

◆ Мне кажется, что такая PR-акция очень полезна, т.к. с ее помощью можно познакомить большое количество людей с книгами, которые сейчас популярны. Может быть, у некоторых было желание прочитать книгу, но они не знали, интересна ли она. Так вот эта акция помогает в выборе книги. Лично мне все очень понравилось, особенно первое выступление. Один «минус» — очень громкая музыка. Очень хотелось бы в будущем поучаствовать в мероприятии подобного рода. Хотелось бы послушать про книги, которые изданы совсем недавно.

◆ Все было интересно. Главное, что не скучно, не нудно. Девчонки — молодцы! Все пра-

вильно, интересно подготовлено. Совет: возьмите для рекламы таких авторов, как Хемингуэй или Фицджеральд. Было бы интересно послушать! Спасибо.

◆ Меня заинтересовало творчество Е. Гришкова. Возможно, я куплю одну из его книг, прочту ее и буду рад предложить ее своему другу. Насчет книги «Дьявол носит Prada» ничего не могу сказать, т.к. не читал ее и меня не привлекает такой жанр.

◆ Если бы такие агентства показывали свои работы и рекламировали как можно больше книг, возможно, больше половины людей нашей гимназии заинтересовались этими книгами, в том числе и я. Что же сказать про самих участников PR-компании? Эти люди очень правильно подобрали слова, и книги, которые были презентованы сегодня, я возьму почитать.

◆ Я считаю, что проведение этой акции — очень нужное и интересное мероприятие. Мне очень понравилось представление автора, о котором я только слышал, — Евгения Гришкова. Мне сразу же захотелось купить книгу и прочитать ее. Также хочу отметить не только правильный и интересный выбор информации, но и блестящие выступления девушек. Ведь главное в PR-акции — не только обладать информацией, но и умение ее представить и заинтересовать ею. И это у них замечательно получилось.

◆ Очень интересная и полезная акция! Возникло желание познакомиться с книгами, которые рекламировали. С творчеством Е. Гришкова я была знакома лишь по аудио-кассетам. Особенно затронуло выступление Даши Потаповой. На мой взгляд, такой подход — от себя к зрителю через диалог — действительно очень эффективен. Спасибо!

Наиболее значимый итог, на мой взгляд, — новый стимул к чтению, особенно внепрограммному.

Интервью с ведущими PR-акции:

— Насколько вы были удовлетворены вашим результатом?

— Испытала огромную радость как от подготовки, так и от проведения.

— Основной результат презентации?

— Авторы вызвали интерес, возникло желание прочитать книги...

— Какую ответную реакцию вы получили?

— Интересно, что возникла атмосфера диалога, старшеклассники не просто слушали, они задавали интересные вопросы.

— Что вы извлекли из опыта вашей презентации?

— Мне очень понравилось проводить PR-акцию, может быть, в дальнейшем, я выберу профессию, связанную с рекламой.