



ЦДОД «Перспектива»

Выпуск 11

Ноябрь 2008

@полиTEACHERская газета

В номере:

| | |
|-----------------------------------|---|
| По следам Билана | 2 |
| Создание команды единомышленников | 3 |
| Что есть пиар, и с чем его едят? | 4 |
| От Римыча | 5 |
| И в шутку, и всерьез | 6 |

ПОБЕДОНОСНАЯ ОСЕНЬ

Все начинается с Сочи...



ФРАЗА ДНЯ:

Как не крутите, не вертите:
 Год газете «Аполити»!
 Встала на ножки и ходит весь год,
 По рукам, кабинетам и стендам ЦДОД!
 Ю.ТУБЫШЕВ

Стр.2

ГАЗЕТЕ — ГОД!!!

Мы как-то и не заметили, внимание не обратили, а тут такое!... Газете-то, оказывается, уже год «стукнул»! Возраст, конечно, юный, но стабильный. Так что, как говорил филин из «Буратино», пациент, скорее, жив, чем мертв!

Но это еще и не все хорошие новости! На днях, например, из Сочи, где проходил международный фестиваль-конкурс «Музыкальная радуга», вернулся коллектив «Талисман». Как всегда – не с пустыми руками. Две «перспективные» девушки Маша Моторина и Даша Антониук получили дипломы лауреатов первой степени. Знай наших! Подробности на стр. 2. Да вы полистайте-полистайте, тут еще много чего интересного, полезного и познавательного.

**Педагоги не могут
успешно кого-то
учить, если в это же
время усердно не
учатся сами.**

ПО СЛЕДАМ БИЛАНА



Седьмой международный фестиваль-конкурс детского и юношеского творчества «Музыкальная радуга» проходил в городе Сочи с 22 по 26 октября. Воспитанницы Ольги Кабышевой (студия «Талисман», ЦДОД «Перспектива») стали на этом конкурсе лауреатами первой степени.

Этот ежегодный международный фестиваль-конкурс – один из крупнейших, проводимых в России с 2001 года. Начиная с 2006-го «Музыкальная радуга» открывает творческую дорогу по городам России. Первым эстафетную палочку принимает курорт Сочи. Интересно, что в свое время сам Дима Билан, победитель «Евровидения», начал с этого конкурса. И ведь как далеко пошел! На сей раз участвовали представители многих стран СНГ: Молдовы, Беларуси, Казахстана и пр. Россия же была представлена вплоть до Хабаровска.

К слову, организатором конкурса-фестиваля является Международный благотворительный фонд «Наше будущее» при информационной поддержке радиовещательной компании «Голос России», газеты «Музыкальный Клондайк», издательского дома «Один из лучших», журналов «Поем, танцуем, рисуем» и «Фестивали. Карнавалы. Праздники»!

Чего скрывать, участие в конкурсе обошлось зеленогорцам «в копеечку». Но, благо, нашелся спонсор, Григорий Моторин, который существенно помог с поездкой.

Подразумевалось, что гран-при – самая высокая награда – будет вручаться только одному человеку в каждой номинации. Но оказалось, это совсем не так. К примеру, среди четырех возрастных номинаций вокалистов, гран-при присудили только двоим.

«Но сам конкурс оказался добрым, – говорит руководитель студии «Талисмана» Ольга Кабышева, – мест давали много». Да члены жюри тогда так и сказали участникам: «Это не соревнование, мы оцениваем то, на что вы способны». Кстати, «жюрили» юные дарования ведущие специалисты культуры и искусства России (представители Российской Академии им. Гнесиных, Московской и Астраханской государственных консерваторий, РАТИ, Института музыки им. А.Шнитке, Санкт-Петербургского Университета искусств и культуры, Федерального агентства по культуре и кинематографии, продюсеров и др.), США, Германии, Болгарии и других стран. Одним словом, как заметила О.Кабышева, очень представительные люди, «было даже страшно». И вот еще. Оценивалось здесь все: то, как двигаются участники, как поют, даже костюмы, ...

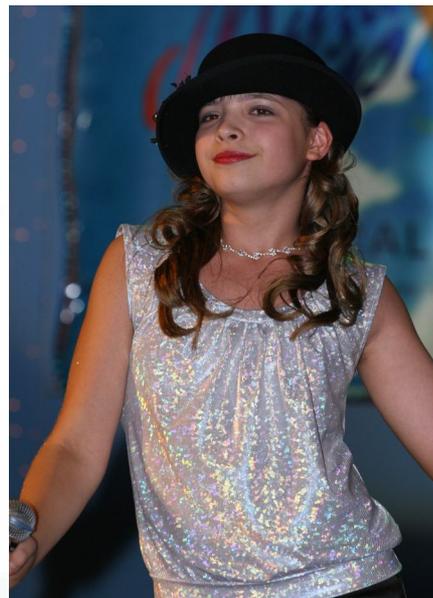
Как же выступили зеленогорки? Для девочек это был настоящий стресс. К примеру, Даша очень сильно нервничала, особенно на первой песне «Колыбельная». После она призналась, что никогда еще так не волновалась. Посреди песни перехватило дыхание, и девочка было подумала, что все – это полный провал. Ан нет. «Ходит песенка по кругу» исполнила замечательно!

Что касается Маши, то она исполнила «Ангела» и «Северный ветер». С последней песней тоже все вышло не очень хорошо. Дело в том, что у М.Моториной тогда сильно болело горло, а накануне, во время репетиции, она даже сорвала голос. В какой-то момент на то, чтобы «вытянуть» «Северный ветер», просто не хватало сил. Одним словом, после выступления слез было море...

Но оказалось, зря девочки волновались. Жюри очень понравилась Дашина «Колыбельная», за нее они особенно поблагодарили Ольгу Юрьевну на обсуждении, сказали, что просто душой отдохнули во время исполнения. Отметим члены жюри и Машу, заметив, что спето было просто идеально! В конце концов, жюри даже заверило О.Кабышеву: «Зеленогорск, мы на вашей стороне!»

В Сочи зеленогорки даже нашли немного времени, чтобы отдохнуть. Но уж очень немного, потому как, помимо фестиваля, девочки еще участвовали и в мастер-классах. А это дорогого стоит, учитывая профессиональных мастеров, которые с ними работали.

*Ксения КРАВЦОВА
методист*



НА ЗАМЕТКУ

- У нас стартует Городской литературный проект «Зеленогорский Пегасик», посвященный 50-летию городской системы образования!
- 13 ноября в выставочном зале Детской художественной школы будут подводиться итоги и состоится награждение конкурса «Краски сентября» (в рамках городского проекта «Школа – территория успеха»). Начало в 15.00.
- 15 ноября в зрительном зале ЦДОД «Перспектива» будет проходить городской конкурс старшеклассниц «Стильная штучка-2008». Зрелище стоит видеть! Начало в 15.00.
- 28 ноября все в том же зрительном зале ожидается концертная программа, посвященная Дню матери. Начло в 18.00.
- 29 ноября, в субботу, в паркетном зале на втором этаже пройдет III тур Молодежного кубка мира по игре «Что? Где? Когда?». Младшая лига играет в 14.00, старшая – в 16.00.

НОВОСТИ

В течение недели в Красноярске проходил осенний сбор краевого школьного парламента, 12-й по счету созыв. Съезд делегатов с разных территорий школьных объединений традиционно проходит два раза в год – осенью и весной. На сей раз участвовали 80 делегатов из 49 территорий края. Первый раз на сборы приехали представители Таймыра и Эвенкии.

Зеленогорские школьники уже третий год подряд принимают участие в таких съездах и уже успели достаточно хорошо себя зарекомендовать. На сей раз город представляли Мария Пonomарева и Юлия Калашникова (городское объединение школьников и студентов «Союз молодежных сил»).

Помимо основной деятельности (а традиционно школьники разрабатывают план-карту деятельности школьных объединений), девочки побывали и в Заксобрании края, где встречались с депутатами Александром Уссом и Алексеем Клешко. А еще зеленогорки были выбраны в состав штаб-квартиры краевого школьного парламента: Юлия – в аналитическую группу, Мария – в информационную. Помимо этого на сбор приезжали представители министерства образования и науки края, уполномоченные по правам человека и ребенка в крае – читали лекции, учили.

В ходе сбора были разработаны три акции – «Знай свои права – управляй своим будущим», «Будь богаче – принимай других» и «Мой дом – мой край, моя родина – Россия».

Хореографические коллективы МОУ ДОД «Перспектива» приняли участие в краевом открытом конкурсе им. М.С. Годенко. В итоге студия джаз-модерн танца «Скрим» (руководитель В.Дресвянская) стала лауреатами конкурса, студия джаз-модерн танца (руководитель И.Кадикова) – дипломатами первой степени, а танцевально-спортивный клуб «Ритм» (руководитель Е.Крупенева) – дипломатами второй степени.

СОЗДАНИЕ КОМАНДЫ ЕДИНОМЫШЛЕННИКОВ

Чтобы команда выиграла соревнования по прыжкам в высоту, надо, чтобы в ней был один человек, прыгающий на семь футов, а не семеро, прыгающих каждый на один фут.

Закон Мерфи

Как все мы знаем, корпоративная культура индивидуальна для каждого образовательного учреждения и представляет собой систему норм, ценностей и правил, моделей коммуникации, разделяемых всеми сотрудниками.

Корпоративный имидж – это комплекс мер для создания привлекательного образа учебного заведения и продвижения его услуг на рынке образования. Предлагаем вашему вниманию анонс мероприятий, которые мы планируем провести с целью изучения мнения коллектива по поводу формирования имиджа учреждения.

«КОРПОРАТИВНАЯ ГАЗЕТА»

Корпоративная газета должна являться действенным средством реализации внутренних организационных функций: подачи обратной связи, сплочения коллектива, изучения мнения сотрудников, стимулирования их достижений, апробирования рекламного материала об учреждении. Нашей газете уже год, давайте вместе проанализируем является ли таковой наша газета? Достаточно ли разделов в нашей газете? Достаточно ли места занимает каждый из них? Устраивает ли вас дизайн и тираж газеты, нужно ли его изменять? Нужна ли «колонка редактора» («колонка директора») и сколько места она должна занимать? Насколько ее содержание созвучно другим печатным

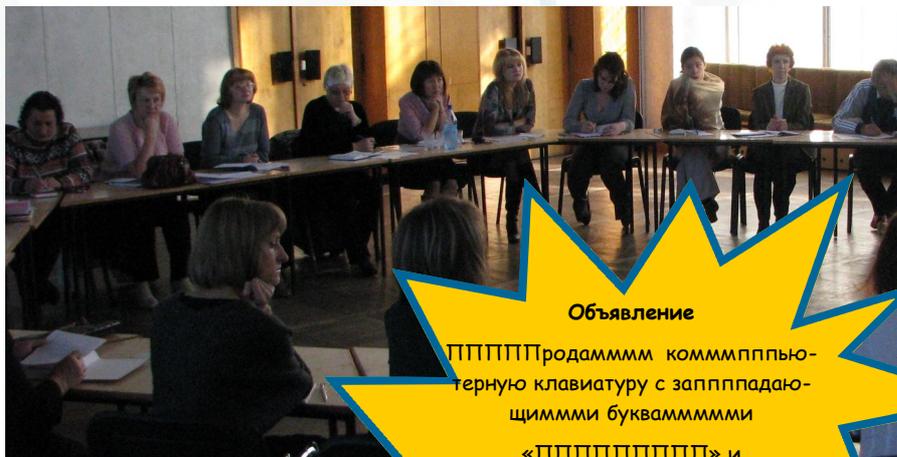
материалам? Нужны ли в газете поздравления? Кому они должны быть адресованы и по какому поводу? Вопросы много, предлагаем подумать над ними, в ближайшее время мы проведем анкету для получения ответов на них.

«ЗНАЧОК НА ЛАЦКАН ДЕЛОВОГО КОСТЮМА»

Для укрепления имиджа учреждения предлагаем коллективу следующий конкурс. Каждый участник коллектива индивидуально для себя создает эскиз значка, который он мог бы прикрепить на деловую одежду как символ своей профессионально-личностной позиции. Значок позволяет определить смыслы профессиональной деятельности. Давайте подумаем вместе, в чем смысл нашей профессиональной деятельности? Какая основная миссия нашего учреждения и линия развития организационной культуры отразится в ваших изображениях?

Мы надеемся, что участие в предложенных опросах и конкурсах будут полезны для нас, работающих в системе образования и готовых трудиться во имя того, чтобы оно успешно развивалось.

Администрация



Объявление

ППППППродамммм комммпппьютерную клавиатуру с заппппадающимми буквамммми

«ППППППППППП» и «ММММММММ», (пппппочти новая), недорого!

(обращаться в кабинет 35)

ЧТО ЕСТЬ ПИАР, И С ЧЕМ ЕГО ЕДЯТ

Сегодня слово «PR» (проще говоря, пиар) уже прочно вошел в наш лексикон. Только что это такое, и с чем его едят? Попробуем разобраться.

КАКОГО ВЫ ЦВЕТА?

В дословном переводе пиар – это связь с общественностью; некоторые понимают это слово – как манипулирование общественным мнением.

Стоит, наверное, остановиться на видах пиара, вернее, его «цветовой гамме». Одним словом, шире смысл слова PR раскрывается с помощью эпитетов. Так, например, **черный пиар** – это использование специальных технологий (обман, фальсификации) для очернения, уничтожения конкурирующей партии, группы и т.п., распространение от ее имени оскорбительных или экономически опасных заявлений и пр. Иногда достаточно ограничиться публикацией компромата. В начале 1990-х годов под «черным» PR понималась, главным образом, публикация «проплаченных» статей, независимо от их направленности («за» или «против»). **Желтый PR** – использование с целью привлечения внимания оскорбительных для большинства населения элементов (табуированных слов в названиях, в изображениях – применение сексуального содержания – от ню, через эротику – к порнографии, в публичных действиях – псевдогомосексуализм, высказывание расистских, ксенофобных заявлений и т. п.). А вот **серый PR** – это реклама (положительная или отрицательная), скрывающая свой источник. В отличие от «черного PR», не предполагает прямой лжи о своем происхождении. Также под серым PR иногда понимают разновидность непрямого черного PR, не содержащего прямой лжи и направленного на подосознание реципиента. Например, когда в материале об убийстве отдельно упоминается, что оно произошло рядом с офисом некой организации или в родном населенном пункте некоей известной личности. **Белый PR**. Словосочетание это появилось для демонстрации понятия, контрастного к черному PR, то есть открытой рекламы от своего собственного имени. То есть это PR в узком смысле слова. **Коричне-**

вый PR – нечто родственное неофашистской и фашистской пропаганде. **Зеленый PR** – социально ответственный PR. Пример тому – ролики на центральных каналах типа «Создай семью и живи дольше».

Существует еще такое понятие, как **Self PR**, то бишь «раскручивание» себя самого, нередко анонимное.

И **вирусный PR** – термин «вирусный» означает в данном контексте автономное распространение. Основан на потребности людей делиться интересной информацией со своим кругом друзей и знакомых.

САМ СЕБЕ ПИАРЩИК

Если вы решили заняться пиаром, то, прежде всего, решите, какой PR будет у вас.

Наберите, к примеру, имя своей ком-

вой аудитории. Определите, в конце концов, вашу целевую аудиторию.

Важно не забывать, что **задача PR – информировать, образовывать, вызывать доверие**. С моей точки зрения, это определение не только простыми словами описывает то, чем занимается PR, но и является практическим руководством по тому, что и как должен делать хороший пиарщик, а главное – оно описывает этику поведения в профессии.

Найдите то, что будет отличать вас, и сделайте это частью вашей PR-активности.

Хороший PR компании – это когда одно только упоминание ее названия вызывает у целевой аудитории позитивный настрой. О компании будут помнить, думать и говорить, если информация о ее деятельности регулярно попадает к целевой аудитории.

Пиаровская цель – активно поспособствовать достижению популярности, если данная торговая марка (организация, компания) недостаточно известна. Пиар имеет такую особенность, как долгосрочное воздействие, поэтому работать репутацию или известность надо дольше. С рекламой проще: рекламу дали – покупают, рекламу сняли – прошла неделя, и популярность падает. Потом нужно снова размещать рекламу. А у пиара другой механизм воздействия. Нужно создать и наработать определенный

Выделяют следующие виды направлений PR:

- **внутренний PR** – управление взаимосвязями внутри компании;
- **создание благоприятного образа компании / товара / брэнда;**
 - антикризисный менеджмент;
 - создание благоприятных отношений с клиентами (потребителями);
- **работа по поддержанию доверия между компанией и ее инвесторами;**
- **работа со средствами массовой информации;**
- **работа с государственными учреждениями и общественными организациями;**
- **проведение презентаций, различные общественные мероприятия;**

информационный поток, должно пройти какое-то время. Потом пиар-кампанию можно вообще прекратить, а воздействие будет продолжаться, иногда – годами. В результате пиар-кампании создают мнение, и люди думают, что пришли к нему самостоятельно. А если человек приходит к чему-то сам, то у него появляется доверие к такой мысли. Переубедить его уже сложно! Ведь не секрет, что пиар – это сила слова, которое и превращается в силу убеждения.

Оцените результат поиска: что пишут? кто пишет? кто это прочитает? Оцените взглядом "со стороны" ваш сайт (если он есть). В результате ответьте на вопросы: как выглядит в этих источниках моя компания? Похожа ли она на динамичную, современную, развивающуюся? Хочется ли ей доверять и работать с ней? Пишите историю компании, создавайте ее новости. Оцените информационное пространство: вчера, сегодня, завтра. Определите цели, задачи своей PR-кампании. Помните, что PR-активность не является самоцелью. Подумайте, чего вам не хватает для достижения лучших результатов, какой образ компании выделит вас. Проанализируйте особенности вашей организации, попытайтесь найти что-то уникальное, свойственное только ей, и сделайте это наиболее яркой чертой в глазах целе-

вой аудитории. Определите, в конце концов, вашу целевую аудиторию. Важно не забывать, что **задача PR – информировать, образовывать, вызывать доверие**. С моей точки зрения, это определение не только простыми словами описывает то, чем занимается PR, но и является практическим руководством по тому, что и как должен делать хороший пиарщик, а главное – оно описывает этику поведения в профессии. Найдите то, что будет отличать вас, и сделайте это частью вашей PR-активности. **Хороший PR компании** – это когда одно только упоминание ее названия вызывает у целевой аудитории позитивный настрой. О компании будут помнить, думать и говорить, если информация о ее деятельности регулярно попадает к целевой аудитории.

Подготовила
Ксения КРАВЦОВА

Качество учителя не
определяется раз-
мерами толпы



Пришли девчонки, стоят в сторонке,
Платочки в руках терпят.
Потому что на сорок девчонок,
Во Дворце у нас нету ребят.



Поздравляем Комсомол с 90-летием,
Он на пенсии давно. Может, вновь с рождением?



Ваня снимает девчонок всегда,
Их красота его сводит с ума!



ИДЕАЛЬНЫЙ РЕБЕНОК ДЛЯ ПЕДАГОГА, КТО ОН?

Светлана АНТОНЮК,
заместитель директора:

- Для меня идеальный ребенок тот, который может самостоятельно организовать себя на полезное дело: полезное и для него самого, и для учреждения, и для всех остальных. Самостоятельность - это самое ценное!

Но, честно говоря, идеальный ребенок - это просто ребенок, во всех своих проявлениях.

Юрий ТУБЫШЕВ,
концертмейстер:

- Наверное, идеальный ребенок - это умный ребенок. Ну и, конечно, добросовестный.

Лера КАСИМОВА,
методист:

- Мне нравятся многие дети, которые занимаются у меня в объединении. Но все они такие разные!..

Если подумать, то идеальный ребенок: инициативный, исполнительный, со своей собственной точкой зрения, может, даже принципиальный. В общем,

чтобы личностью был.

Валентина ДРЕСВЯНСКАЯ,
руководитель группы Джаз-модерн танца «Скрим»:

- Это умный, внимательный ребенок, который умеет слушать. А еще он должен делать то, что от него просят. Ну, и, конечно, в хореографии должны быть какие-то способности. Одним словом, идеально все в одном: и умение слушать, и учить, и способности.



Фото: С.Васильевой

Инесса КОРОВИЧЕВА,
педагог-организатор:

- Идеальный? Мой собственный! Ну, а с точки зрения педагога могу перечислить такие качества: творческий, позитивный, увлеченный, стремящийся. Я думаю, они все идеальные... когда я с ними работаю (*смеется*).

Татьяна КУЛАКОВСКАЯ,
педагог дополнительного образования,
методист по международным проектам:

- Это старательный и умелый ребенок, который что-то хочет знать. И у которого есть интерес к моему предмету.

Светлана ВАСИЛЬЕВА,
Зав.ресурсным центром:

- Мне кажется, это ребенок, который любит поозорничать, обладает отменной долей любопытства и любознательности.

Кого боги хотят пока-
рать, того они делают
педагогом. (Сенека)

НОВЫЙ РУССКИЙ УЧИТЕЛЬ

Один учитель истории долго не мог найти работу. Наконец в местном гороно ему говорят:

- Есть одно место - в школе для детей новых русских.

Он туда пошел. Пришел к директору, тот ему говорит походить, посмотреть, а потом идти на свой урок. Ну учитель и пошел. Заходит в первый попавшийся класс, там идет урок геометрии. Строгая учительница, сделав распальцовку, рассказывает:

- Жил когда-то чувак по кличке Пифагор. Ходил без штанов. Однажды сшил себе из лоскутов штаны. Так появилось правило: Пифагоровы штаны во все стороны равны... Ошарашенный историк выскочил из класса и зашел в следующий. Урок

географии: толстый учитель, положив ноги на стол, объясняет:

- Не, пацаны, Турция не по кайфу, там стрем один. Вот Кипр - другая тема: там все настоящие брательники ошиваются. А остров Кипр находится в луже под названием Средиземное море...

Учитель, как ошпаренный кот, выскакивает из класса и заходит в следующий. Урок химии, проводит опыты:

- Возьмите это фуфло, именуемое медным купоросом, залейте его этой туфтой, которая известна вам как вода...

Учитель обреченно выходит из класса, заходит в свой и начинает урок:

- В 14 веке Золотая Орда донимала Киевскую Русь. И в 1387 году русские на сходке выбрали себе нового авторитета - Князя Донского - и вместе с ним забили стрелку татарам на Куликовом поле.



Мы в Вебе:

edu.zelenogorsk.ru

Девиз организации: «ВСЕГДА!»

@полиTEACHERская газета



МОУ ДОО «Перспектива»

Комсомольская, 17
Зеленогорск,
Красноярский край

Телефон: (39169)33194

Факс: (39169)33556

Эл. почта: znayka@cobr.kts.ru