

ДЕНЬ БЕЗ ОШИБОК,

или СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА НА СТРАЖЕ РОДНОГО ЯЗЫКА

Грамотная речь «в тренде»



Следи за ударением в словах!

Читающий человек, как правило, это и грамотный человек. Считая своей первоочередной задачей воспитание в ребёнке вдумчивого и серьёзного читателя, детские библиотекари большое внимание уделяют развитию грамотной речи. Конечно, составить конкуренцию школе в обучении языку библиотека не может, да и не ставит перед собой такой цели, но своей деятельностью создаёт основу для интеллектуального и духовного развития ребёнка, воспитывает у него интерес и любовь к родному языку, оказывает помощь образовательным учреждениям. Мероприятия, посвящённые русскому языку и культуре речи, в Орловской областной детской библиотеке им. М.М. Пришвина проходят регулярно. Как правило, это события в рамках Недели русского языка, ежегодно проводимой в библиотеке в феврале (к Международному дню родного языка – 21 февраля), приуроченные к Дню славянской письменности и культуры (24 мая). В 2015 г. в рамках Недели русского языка мы провели акцию «День без



Александра Валерьевна АНИЧКИНА,
Орловская областная детская библиотека им. М.М. Пришвина

ошибок», обратившись к форме социальной рекламы. Как известно, человек гораздо лучше усваивает информацию, переданную не текстовым, а текстово-визуальным способом (плакаты, графики, схемы). Дети так же легче воспринимают проиллюстрированный текст. Опыт общения в различных социальных сетях показывает, что преимущественно там бытует такая форма передачи информации, как истории в картинках – совмещается небольшой по объёму текст (1–2 предложения) и иллюстрация к нему. Современные рекламные технологии активно используют средства визуализации и считают их наиболее продуктивными. Мы решили попробовать внедрить этот способ в своей работе.

Темой акции «День без ошибок» стали часто допускаемые огрехи разговорной речи. Посыл акции был адресован не только читателям-детям, но и взрослым носителям языка, так как ошибки, допускаемые в устной речи, дети часто повторяют за родителями и близкими. Яркая картинка всегда привлекает внимание, особенно детское. На окнах библиотеки, выходящих на улицу Московскую, были размещены плакаты формата А4, демонстрирующие правила орфоэпии и культуры речи. Такие же плакаты висели на стенах внутри отдела обслуживания библиотеки и в течение недели в виде слайдов сменялись на презентационном мониторе. Само правило было представлено в форме совета, призыва, мнемонической поговорки. Так, к примеру, первый плакат гласил: «В каком году мы живём? Оглянитесь – в две тысячи пятнадцатом! Красота и культура речи давно в почёте. Говори

правильно вместе с нами. Именительный падеж – две тысячи пятнадцатый год. Предложный падеж – в две тысячи пятнадцатом году». В данном случае посылом плаката стало правильное склонение составных числительных.

В форму совета было облечено правило употребления некоторых глаголов: «Глаголы любят бережное отношение. Запомни: “стирать”, “убирать”, “играть” (не “стираться”, “убираться”, “играться”!). В данном случае мы старались предупредить использование неверных форм глаголов, свойственных орловскому диалекту.

Мнемонические приёмы часто используются в обучающем процессе, они призваны облегчить запоминание того или иного правила орфографии, орфоэпии или грамматики. В качестве иллюстративного материала мы применили некоторые мнемонические поговорки и стихотворения: «Ты нам шторы не вози, мы повесим жалюзи», «Мне причёску наведи – у меня нет бигуди». Картинки на плакатах были не только средством привлечения внимания, они наглядно изображали примеры объясняемых правил: «Это тапки (изображены две домашние тапочки). А это? Это тапка! Или тапочка (изображён один предмет)». В таких случаях мы рассчитывали на зрительную память посетителей – красочный образ будет зафиксирован в памяти и поможет в нужный момент вспомнить верное слово.

Одно из главных условий детского библиотечного обслуживания – интерес ребёнка к библиотеке и всему происходящему в ней. Содержание плакатов должно было быть увлекательным, чтобы, посмотрев на один из них, читатель по-

желал ознакомиться и с остальными. Если бы на витринах были просто перечислены школьные правила, это не пробудило бы в ребёнке любопытство, не заставило бы обратиться к ним. Поэтому составить плакаты мы постарались с юмором и неформальным подходом: «Грамотная речь “в тренде”. Следи за ударением в словах», «Едь? Езжай? Ехай? Как же правильно? ПОЕЗЖАЙ! Длинно, но грамотно» (последнее особенно актуально, так как на улицах нашего города широко распространена реклама такси, использующая неверную форму глагола).

В течение всего времени проведения акции был отмечен интерес читателей и прохожих к ней. Нередко библиотекари становились свидетелями того, как у витрины останавливались родители с детьми и, беседуя, показывали им на плакаты. Некоторые примеры вызвали искреннее удивление (пример с «тапочкой»), ведь в сознании многих горожан прочно закрепились ошибочные варианты произношения и формы слов.

Успешный и интересный опыт применения социальной рекламы подвиг нас обратиться к визуальным средствам ещё раз. На этот раз темой плакатов стали известные выражения, цитаты из произведений русской и зарубежной классики, которыми можно обогатить повседневную речь. В данном случае преследовались две цели: указать автора и источник известных выражений и повысить интерес к классической литературе, изобилующей меткими и удачными афоризмами. Процесс создания подобной социальной рекламы – творческий и увлекательный, а её результат не только положительный для участников, но и приятный для организаторов.