



Елена АНИЧКИНА,
ведущий библиотекарь
Областной детской
библиотеки
имени М.М. Пришвина



«ДЕНЬ БЕЗ ОШИБОК»

• СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА НА СТРАЖЕ РОДНОГО ЯЗЫКА

Считая своей первоочередной задачей воспитание в ребёнке вдумчивого и серьёзного читателя, детские библиотекари большое внимание уделяют развитию грамотной речи ребят, стараются привить им интерес и любовь к родному языку. Конечно, составить конкуренцию школе библиотека не может, да и не стоит перед ней такой цели. Она своей деятельностью создаёт основу для интеллектуального и духовного развития ребёнка.

Мероприятия, посвящённые русскому языку и культуре речи, в нашей Библиотеке проходят регулярно — как правило, во время ежегодной Недели русского языка, приуроченной к Международному дню родного языка (21 февраля), и в День славянской письменности и культуры (24 мая).

В прошлом году в рамках Недели русского языка состоялась акция «День без ошибок», темой которой стали часто допускаемые в раз-

говорной речи «неправильности». Мы адресовали мероприятие не только нашим юным читателям, но и взрослым, ведь неправильные слова или речевые обороты дети часто повторяют за родителями и близкими.

● ЯЗЫКОМ ПЛАКАТА

Как известно, человек гораздо лучше усваивает информацию, переданную текстово-визуальным способом (плакаты, графики, схемы). Недаром современные рекламные технологии активно используют средства визуализации и считают их наиболее продуктивными. Опыт общения в различных социальных сетях показывает, что там преимущественно бытует такая форма передачи информации, как «истории в картинках» — небольшой по объёму текст (1–2 предложения), снабжённый иллюстрацией. Мы решили попробовать внедрить этот способ в свою практику.

Яркое изображение всегда привлекает внимание, особенно если это касается ребёнка. На витрине библиотеки и на стенах внутри отдела обслуживания мы разместили листы формата А4 с правилами орфоэпии и культуры речи. Эта же информация, но представленная в виде слайдов, в течение недели сме-

нялась на мониторе. Картинки на плакатах наглядно изображали примеры объясняемых правил: «Это тапки (изображены две домашние тапочки). А это? Это тапка! Или тапочка. Но точно не "тапок" (изображён один предмет)». Мы рассчитывали на зрительную память посетителей: красочный образ зафиксирован в памяти и поможет в нужный момент вспомнить верное слово.

Сами правила были представлены в форме совета, призыва, мнемонической фразы. Так, к примеру, текст одного из плакатов 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 продемонстрировалось правильное склонение составных количественных числительных.

В форму призыва было облачено правило употребления некоторых глаголов: «Глаголы любят бережное отношение. Запомни: "стирать", "убирать", "играть" (не "стираться", "убираться", "играться")!» Здесь мы старались предупредить использование неверных форм глаголов, свойственное орловскому диалекту.

При обучении часто обращаются к мнемоническим приёмам, поскольку они облегчают запоминание той или иной информации. Мы использовали некоторые такие фразы в качестве иллюстраций к правилам орфоэпии: «Ты нам шторы не вози, мы повесим жалюзи», «Мне причёску наведи — у меня нет бигуди».

ПРОТИВ СКУКИ

Содержание плакатов должно быть увлекательным, чтобы, посмотрев на один из них, юный читатель пожелал ознакомиться и с остальными. Простое перечисление школьных правил не пробудило бы в ребёнке любопытства, не заставило бы обратиться к ним. Поэтому составлять плакаты мы постарались с юмором и с использованием неформального подхо-

да: «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 акция вызывала интерес читателей и прохожих. Нередко у витрины останавливались родители с детьми и, беседуя, показывали им на плакаты. Некоторые правила вызвали искреннее удивление (пример с «тапочкой»), ведь в сознании многих горожан прочно закрепились ошибочные варианты произношения и формы слов.

Удачный опыт использования визуальных средств вдохновил нас, и мы решили прибегнуть к ним снова. 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 результат не только полезен обществу, но и приятен организаторам.

Грамотная речь «в тренде»



Следи за ударением в словах!



• Тексты некоторых плакатов мы составляли в виде призывов

• Это правило вызвало искреннее удивление у части нашей аудитории