

Крапивина А. В. (Екатеринбург, МАОУ гимназия № 116)

Что читают современные пятиклассники?

Аннотация. В статье представлен опыт организации деятельности обучающихся на уроках стратегий смыслового чтения с использованием такого приёма, как реклама любимой книги. Дан рейтинг книг, выбранных пятиклассниками в 2016-2017 учебном году.

Ключевые слова: стратегии смыслового чтения, смысловое чтение, методика литературы в школе, пятиклассники, детское чтение, чтение детей, читательская деятельность, читательские интересы, реклама, любимые книги.

Krapivina A. V. (Yekaterinburg, MAOU gymnasium № 116)

What do modern fifth graders read?

Abstract. The article presents the experience of organizing the activities of students in the classroom strategies semantic reading using such techniques as advertising favorite books. The rating of books selected by fifth graders in the 2016-2017 academic year is given.

Keywords: semantic reading strategies, semantic reading, literature methodology at school, fifth graders, children's reading, reading of children, reading activities, reading interests, advertising, favorite books.

В последнее время все чаще можно услышать нечто подобное: «Современные дети совсем не читают! Ребенка невозможно усадить за книгу! Это поколение интересуют лишь статусы в социальных сетях и посты не длиннее двадцати слов!» Результаты выполнения всего лишь одного задания, приведённые в этой статье, оспаривают эти положения.

С введением ФГОС во многих школах появились новые предметы, один из которых – стратегии смыслового чтения. Пилотные площадки, такие, как МАОУ гимназия № 116 города Екатеринбурга, имеют достаточный опыт работы в этом направ-

лении. Данный предмет не только даёт возможность развивать читательские компетенции, но и позволяет получить обратную связь – ответ на вопрос: «Что читают современные дети?».

Так, в качестве одного из зачётных заданий пятиклассникам было предложено подготовить рекламу любимой книги и в течение года ее представить. Выбор данной формы обусловлен наличием в перечне послетекстовых стратегий чтения приёмов, позволяющих проводить работу с текстом на разных уровнях. «Целью стратегий постчтения является применение, использование материала в самых различных ситуациях, формах, сферах и включение его в другую, более масштабную деятельность. Стратегии связаны с усвоением, расширением, углублением, обсуждением содержания прочитанного» [Сметанникова 2007: 70]. Среди наиболее распространённых можно назвать составление вопросов («толстые и тонкие вопросы», «ромашка Блума»), синквейн, сочинение-продолжение, сценарий, отзыв, рецензия, аннотация, читательский журнал и другие. Реклама в данном случае представляется наиболее универсальной формой, так как нацеливает ученика на создание нового текста, позволяет ему выразить отношение к книге, продемонстрировать анализ текста той или иной глубины, попробовать себя в роли оратора; кроме того, организованное в классе обсуждение рекламы развивает коммуникативные универсальные учебные действия (актуально в связи с обозначившейся проблемой «молчащих» детей, на решение которой частично нацелено внедрение устной части экзамена в 9 классе).

На выбор текста для создания «рекламы» никаких ограничений не накладывалось. Реклама должна была представлять собой подготовленный монолог без опоры на написанный текст; также необходимо было либо наличие бумажной книги, либо презентация с обложкой и иллюстрациями. Удивительным оказалось то, что все ученики не просто справились с заданием, а пожелали выступить не с одной рекламой! Некоторые успели представить более десятка книг и ушли на летние каникулы с желанием продолжить знакомить одноклассников с любимыми текстами в следующем учебном году. Почти все выступающие приносили на урок бумажные книги, пускали их по рядам, обменивались после урока. Не раз было замечено, что пятикласс-

ники с удовольствием обсуждали прорекламированные книги на переменах и даже записывались в очередь, чтобы прочитать особо понравившийся текст. Конечно, среди учеников были и те, кому понадобилось время для поиска книги, кто советовался с родителями, педагогами, друзьями, но то, что каждый сумел представить хотя бы одну книгу, говорит о возможности работать над мотивацией ребёнка к чтению, например, с помощью такого далеко не нового приёма, как реклама.

По результатам описанной работы в 2016-17 учебном году были составлены списки любимых книг 75 учеников и выявлены самые популярные тексты и авторы.

Лидером этого рейтинга оказалась серия книг «Коты-Воители» Эрин Хантер; ребята не просто с увлечением рассказывали о приключениях героев, а даже пробовали анализировать необычный художественный мир, говоря о целой особой кошачьей вселенной со своей территорией, историей, культурой. Интересно, что и другие истории о котах и кошках пользуются популярностью у детей, например, «Боб – необычный кот» (адаптированная версия нашумевшей книги Джеймса Боуэна), «Кот по имени Алфи» Уэллс Рейчел, «Дневник Кото-сапиенса (перевод с кошачьего Тамары Крюковой), «Быть котом» Метт Хейг и другие. В продолжение темы о животных можно сказать, что не раз в рекламах учеников встретила книга «Белый Бим Чёрное Ухо» Гавриила Троепольского; называя её любимой, ребята открыто говорили о своих чувствах, призывали одноклассников ответственно относиться к тем, кого приручили.

На втором месте по популярности оказалась не выходящая из моды уже несколько десятков лет история о Гарри Поттере; ребята рассказывали не только о вышедшей недавно части «Гарри Поттер и проклятое дитя», но и о предыдущих, также сравнивали фильм и книгу, отдавая предпочтение последней. На третьем месте оказалось сразу несколько книг: цикл под общим названием «Хроники Нарнии», написанный Клайвом Стэйплзом Льюисом, трилогия Сьюзен Коллинз «Голодные игры» и «Алиса в стране чудес» Льюиса Керролла.

Книги, прорекламированные более одного раза: «Пеппи Длинный чулок» (любимыми были названы и другие произведения Астрид Линдгрэн), «Робинзон Крузо» Даниеля Дефо,

«Королевство кривых зеркал» Виталия Губарева, «Алые паруса» Александра Грина, произведения Артура Конан Дойла и другие.

Большинство книг, выбранных ребятами в качестве любимых, не повторялись, список получился очень неоднородным: наряду с классическими произведениями («Белый Клык» Джека Лондона, «Маленький принц» Антуана де Сент-Экзюпери и другие) идут совсем современные, возникшие после выхода фильма, мультсериала, игр и даже блогов («Молодёжка» Екатерины Невотиной, «Метро 2033» Дмитрия Глуховского, «Гравити Фолз. Диппер и Мейбл. Сокровища Пиратов Времени», «S.T.A.L.K.E.R.», «Девушка Online» Зои Сагг и другие); в списке представлены книги как отечественных, так и зарубежных авторов (довольно много произведений советской литературы, например, «Тимур и его команда» А. П. Гайдара, «Денискины рассказы» Виктора Драгунского); также список неоднозначен в плане возраста, на который ориентирована та или иная книга: ребята представляли как детские книги, полюбившиеся ими ещё в начальной школе, например, «Аладдин и волшебная лампа», так и более сложные произведения, рассчитанные на взрослую аудиторию, – например, «Дом, в котором...» Мариам Петросян, «Книжный вор» Маркуса Зусака (несмотря на формальное несоответствие возрасту, книги в той или иной степени были поняты и приняты); тексты, рекламируемые учениками, были очень широкой тематики, большинство из них, конечно, о приключениях подростков, часто фантастических, например, серия книг «Нина» Муни Витчер, «Эрагон» Кристофера Паolini (по этому роману была сделана одна из самых лучших реклам, ученица сумела представить интересный глубокий анализ этого довольно объёмного произведения), «Коралина» Нила Геймана и другие.

В качестве особенности современных текстов, выбранных учениками, можно отметить популярность новой формы: это книга-квест, книга-игра, благодаря которой ребёнок не просто читает историю, а участвует в ней, своими решениями влияя на сюжет («Кощеева цепь» Василия Шувалова). Интерес к интерактивным формам демонстрирует и увлечение детьми и взрослыми различными книгами-блокнотами с заданиями, которые сегодня очень популярны, например, «Уничтожь меня». Ребята также приносили их на уроки, чтобы показать, но не рекламиро-

вали, так как понимали, что это не книги в классическом понимании. Отсутствие ограничения по стилю текста привело к тому, что некоторые ученики в качестве любимых выбрали, например, энциклопедии, что разнообразило и обогатило выступления. Удивили новые красивые издания с интересным дизайном и множеством артефактов.

В данную статью вошли далеко не все сведения о книгах, выбранных пятиклассниками в качестве любимых; но даже представленных хватит для того, чтобы увидеть, что современные дети с удовольствием читают, обсуждают прочитанное и открыты для новых произведений.

Кроме того, названный список книг открывает перед педагогами и родителями проблемы, над которыми стоит поразмышлять: насколько качественна литература, которая попадает к детям, да ещё и становится любимой (некоторые из перечисленных произведений в этом плане настораживают), как помочь ребёнку выбрать ценную во всех отношениях книгу; почему большинство книг, выбранных детьми, относятся к зарубежной литературе, нужно ли менять эту ситуацию, и если да, то как; стоит ли давать детям взрослые тексты, и если да, то как их готовить к ним, как обсуждать, и многие другие.

Литература

1. *Сметанникова Н. Н.* Воспитание читателя в культуросозидающей модели образования // Поддержка и развитие чтения в библиотечном пространстве России: сборник научно-практических работ. – М.: МЦБС, 2007. – С. 65-74.