

Муниципальное автономное общеобразовательное учреждение  
«Ягринская гимназия»

**Методическая разработка  
БУКмания**

Автор:  
Хромцова Юлия Николаевна,  
учитель истории,  
обществознания и права

Северодвинск  
2017

## АННОТАЦИЯ

### ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Из участников мероприятия формируются 4 PR-агентства (примерно по 7-8 человек), которым даются задания, связанные с рекламой литературных произведений и чтения как образа жизни. В каждом агентстве у ребят есть определенные роли, исполняя которые, ребята продвигаются к званию «Лучшее PR-агентство».

**ЦЕЛЬ:** Формирование у подростков равнодушного отношения к чтению и литературе

### ЗАДАЧИ:

1. Создать условия для формирования интереса к чтению;
2. Развить умение представлять свои мысли и идеи творчески;
3. Выявить наиболее творческих ребят.

### ВОЗРАСТ

Данная деловая игра подойдет для ребят старшего и среднего школьного возраста.

### АКТУАЛЬНОСТЬ

Чтение, увы, больше не входит в число самых популярных занятий подростков. Гаджеты и Интернет, игрушки и развлекательные мероприятия вытеснили как классическую литературу, так и современные произведения из жизни сегодняшнего ребенка. Данная игра позволит привлечь внимание ребят к интересным произведениям и в целом к проблеме чтения.

### УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ:

- деловая игра проводится для одного класса (до 32 человек);
- 4 кабинета (для каждого игрового агентства);
- необходимо участие 4 кураторов-педагогов или заранее подготовленных учеников, которые помогут провести инструктаж;
- время игры – 2 часа;
- оформление: офисное пространство, таблички с названиями фирм, на стенах цитаты из книг отечественных авторов (Приложение 1);
- необходимое оборудование: ватман А1 – 4 штуки; маркеры, краски, кисточки, видеочамера или фотоаппарат с возможностью видеосъемки, экран, ноутбук, также необходимо обеспечить доступ подростков к гаджетам с выходом в сеть Интернет.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бабанова, И. А. Деловые игры в учебном процессе // Научные исследования в образовании. 2012. №7. С.19-24
2. Бургат, В. В. Деловая игра как метод активного обучения // СТЭЖ. 2014. №1 (19). С.48-51
3. Воронцов, А. В. Чтение как социальная проблема // Universum: Вестник Герценовского университета. 2009. №11. С.24-33
4. Галактионова, Т. Г. Чтение школьников как социально-педагогический феномен открытого образования: проблемы исследования // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2006. №14.
5. Напалкова, М. В. Деловая игра как активный метод обучения // Интеграция образования. 2012. №2. С.17-20
6. Новый проект ЖИ: челлендж для читателей [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://interesno.co/books/9b287c17efe9>

## ХОД ДЕЛА

*Предварительно участники перемешиваются, делятся на команды. В каждом PR-агентстве должно оказаться по 7-8 человек. Ребята о распределении узнают из именного приглашения (выдаются перед игрой).*

*После формирования кадров каждого из PR-агентств, проходит первая встреча сотрудников. (4 разных кабинета, проводят педагоги или заранее подготовленные ученики)*

**Педагог:** Друзья! Рада, что вы согласились принять приглашение на работу в нашем PR-агентстве. Сейчас в нашем городке открылось много новых фирм, похожего профиля. Но, я уверен, в нашем с вами PR-агентстве собрались лучшие специалисты.

Ваше PR-агентство только создано, поэтому именно вы будете формировать его дальше. Для этого необходимо определить свои должностные обязанности. Вас всего 7 (8) человек. Должны быть следующие люди:

1 человек – директор PR-агентства (отвечает за сроки выполнения заказов, следит за правильностью их исполнения, представляет PR-агентство на конкурсах и встречах);

1 человек – арт-директор (идейный организатор в агентстве: придумывает сценарии, идеи для плакатов, слоганы);

2 человека – художники (оформляют все заказы, принимают активное участие в разработке и создании рекламной продукции);

2 человека – актеры (воплощают в жизнь идеи арт-директоров и других членов творческой группы);

2 человека – распространители (отвечают за быстрое, актуальное и массовое распространение рекламной продукции).

Помимо этого, вам будут даны задания, которые требуют участия всех сотрудников агентства.

Основные правила таковы:

Вам дается задание на конкурс, необходимо его выполнить в определенные сроки. Иногда дается несколько заданий одновременно. Не отставайте, выполняйте работу творчески, интересно, соответственно поставленным критериям.

Ваше рабочее место – этот офис (кабинет).

*Распределение ролей, заполнение табличек (Приложение 2) (10 минут)*

**Педагог:** Ну что ж, пора приступать к работе.

*Участники деловой игры выполняют задания, которые выдаются постепенно.*

### **Задание №1:**

Создать систему агитационных слоганов в пользу чтения.

Это могут быть как последовательные слоганы (которые связаны между собой), так и абсолютно не схожие.

PR-агентством должен быть предоставлен список из 7 слоганов.

Оценивается: оригинальность, точность, соответствие тематике.

### **Задание №2:**

Создать видео рекламу одного из произведений отечественных авторов. Это может быть абсолютно любое произведение, которое нравится участникам, написано отечественным автором и соответствует рейтингу +12.

Для съемок будет предоставлено конкретное время (15 минут каждому агентству) за которое необходимо будет успеть. Съемки одним кадром, то есть монтаж не предусмотрен: все эффекты, музыкальное и звуковое сопровождение необходимо продумать и создать сразу.

Оценивается: художественный образ, оригинальность, соответствие тематике, действенность ролика.

### ***Задание №3:***

Создать плакат на тему «Скажем ДА чтению!». Плакат должен быть оригинальным, ярким, привлекающим внимание. Помимо этого, оценивается наличие и точность слогана, соответствие заявленной теме.

Может быть использован один из слоганов из задания №1.

Оценивается: художественный образ, оригинальность, соответствие тематике, действенность плаката.

### ***Задание №4:***

Подумать и предложить минимум 3 ситуации, в которых могли бы пригодиться конкретные знания из художественных произведений.

Оцениваются: актуальность, соответствие реальности, оригинальность, наличие конкретных литературных произведений.

*Пример:* Как заставить других работать за тебя? Показать им, что это невероятно интересно, запретить, а потом разрешить сделать работу за тебя - «Приключения Геккельбери Финна», ситуация – покраска забора.

### ***Задание №5:***

Составить, оформить и распространить в социальных сетях собственный список для читательского марафона.

Оцениваются: оригинальность, актуальность, количество репостов и лайков вашего проекта.

*Для справки:* Читательский марафон подразумевает под собой наличие некоего списка (не названия книг, а конкретная характеристика), по которому заинтересованные лица читают и рассказывают о прочитанном в социальных сетях.

*Пример:* #букчеллендж от издательства «Жить интересно» (interesno.co)

1. Книга, в которой больше 500 страниц
2. Классический роман
3. Книга, по которой сняли фильм
4. Книга, изданная в этом году
5. Книга с номером в названии
6. Книга, написанная автором моложе 30 лет
7. Книга, в которой персонажи – не люди

И так далее...

*На выполнение заданий ребятам дается 1,5 часа. После, выполненные работы оцениваются жюри. По итогам конкурса выбираются победители в следующих номинациях:* «Лучший плакат», «Лучший социальный ролик», «Лучший слоган», «Самое практичное агентство», «Читательский марафон года».

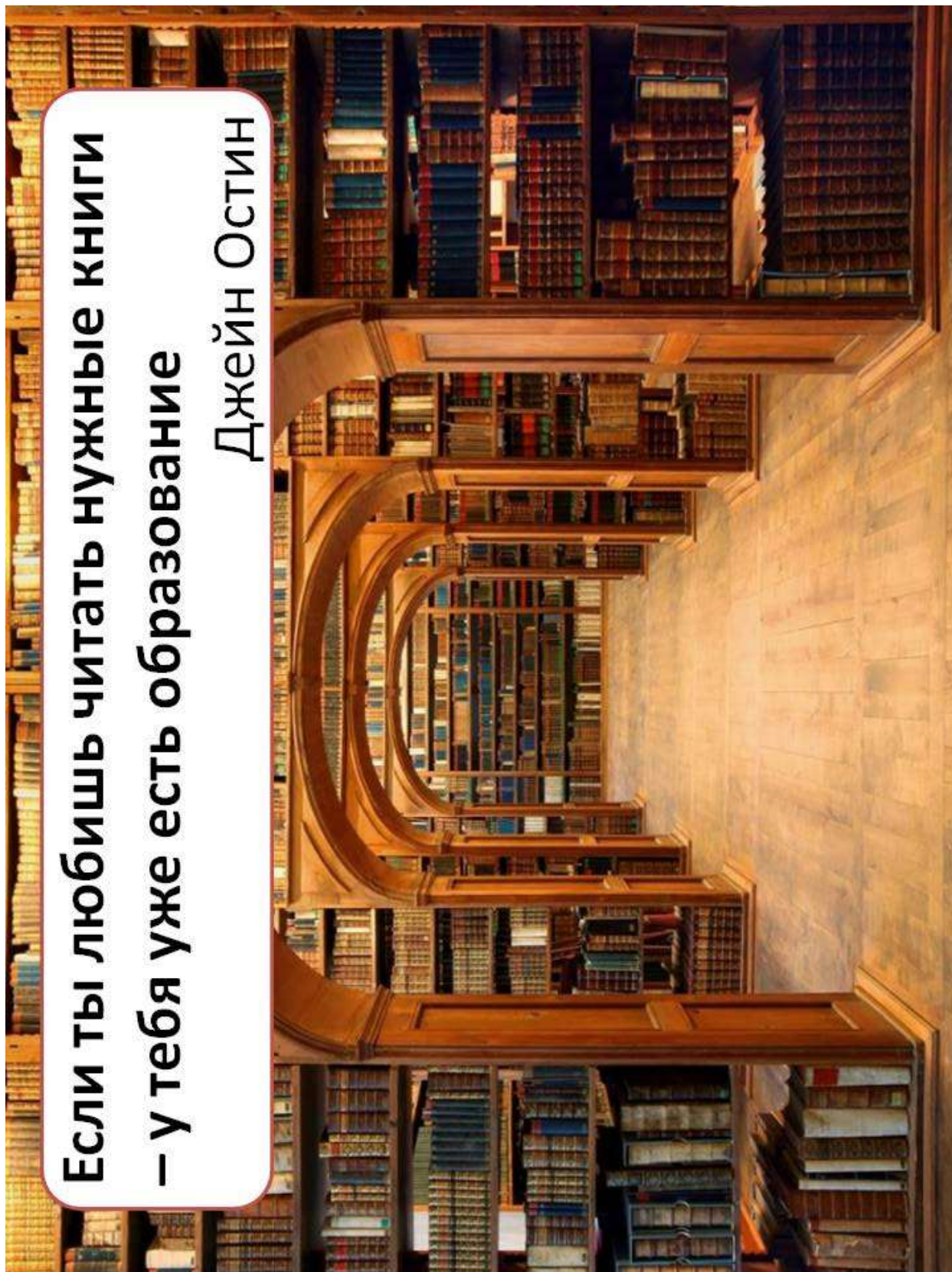
*Работы в каждой из номинаций демонстрируются (либо только лучшие)*

*Затем выбираются индивидуальные номинации:* «Рекламист года» и «Светлая голова всей агентств».

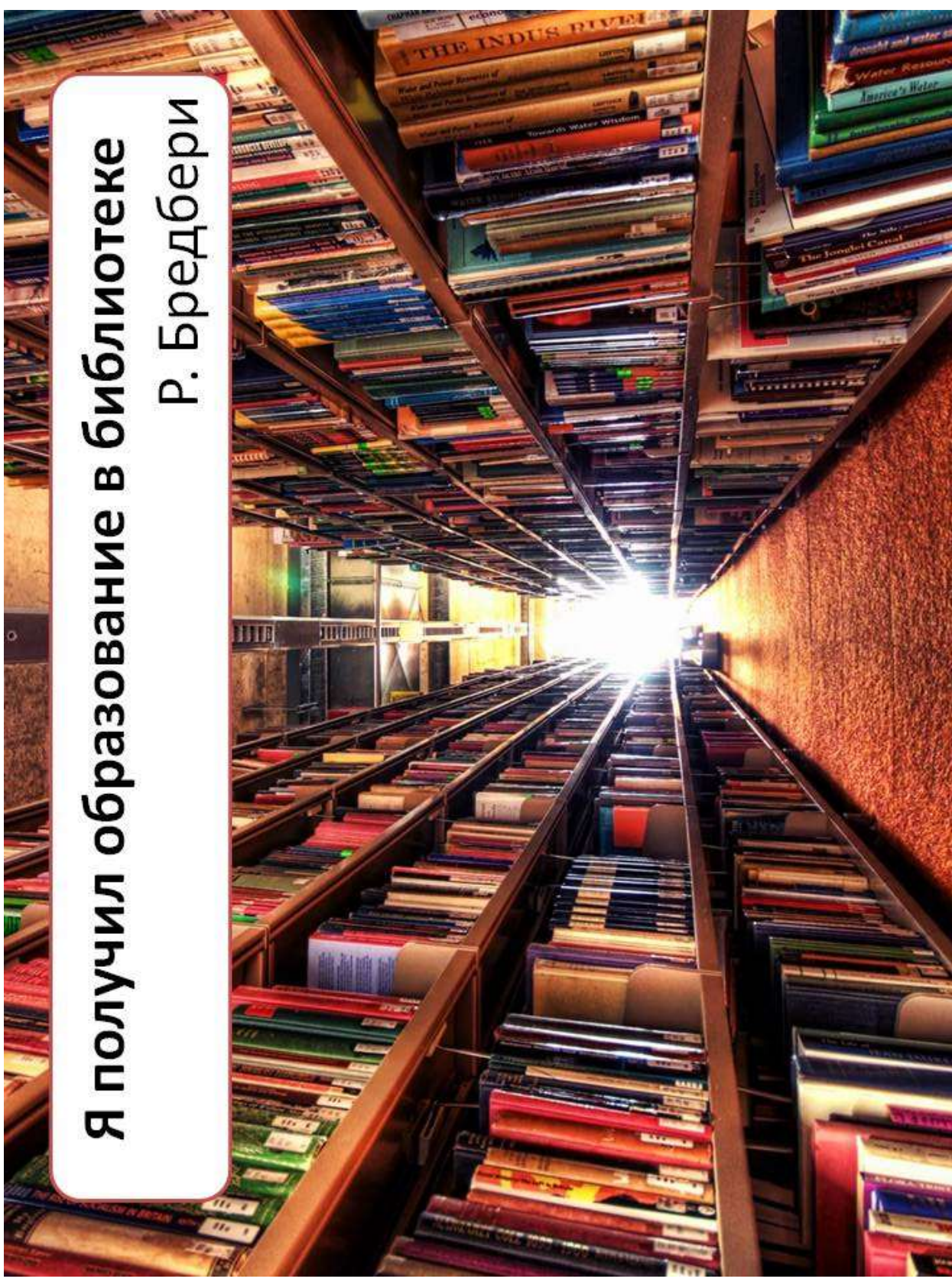
*Победителям вручаются памятные призы и дипломы, участников благодарят.*

**Если ты любишь читать нужные книги  
– у тебя уже есть образование**

**Джейн Остин**



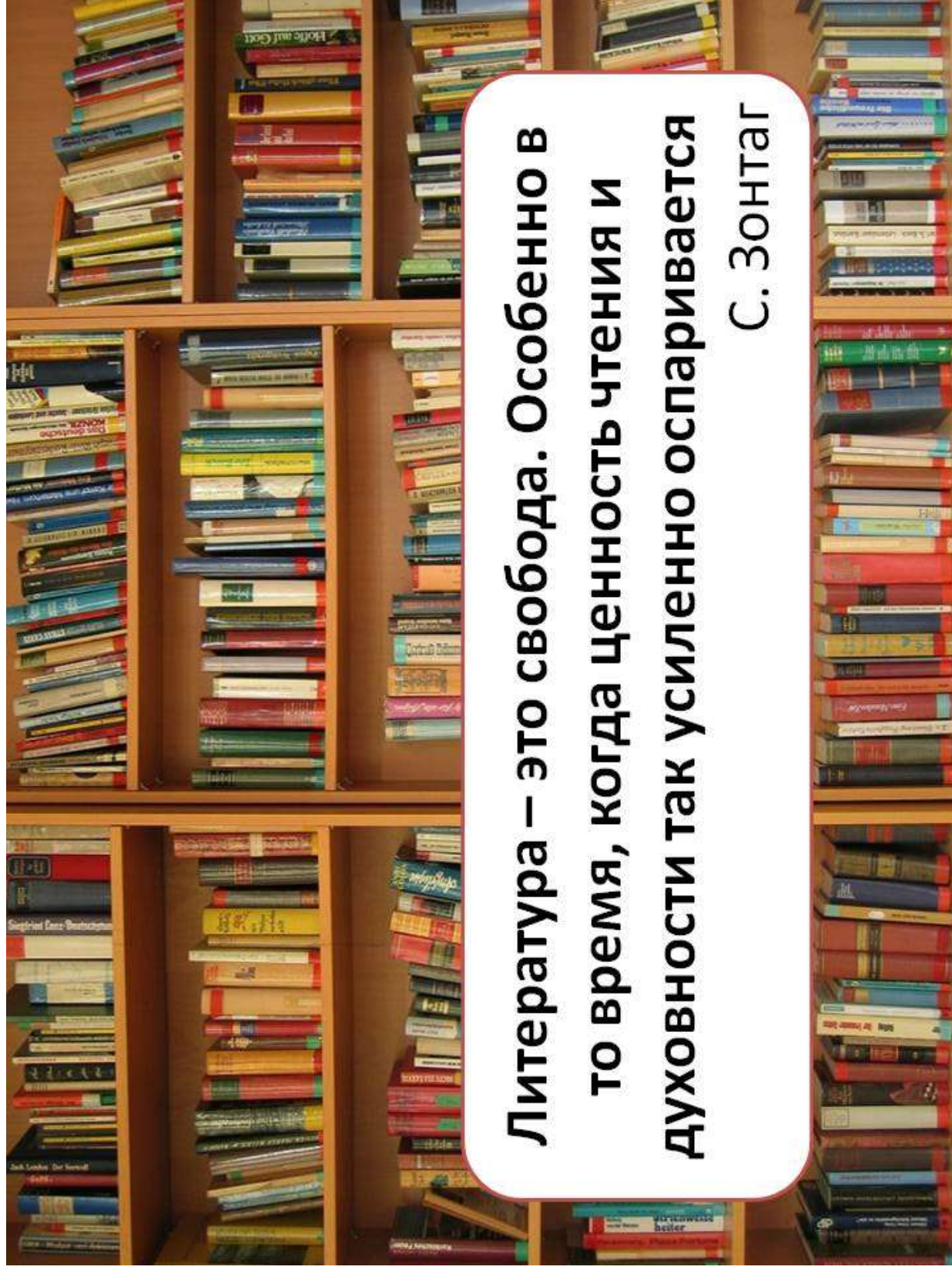
**Я получил образование в библиотеке**  
**Р. Бредбери**



**ЕДИНСТВЕННЫЙ СПОСОБ ВЫНОСИТЬ  
СУЩЕСТВОВАНИЕ – РАСТВОРИТЬСЯ В  
ЛИТЕРАТУРЕ КАК В ВЕЧНОМ ЭКСТАЗЕ**

**Г. Флобер**





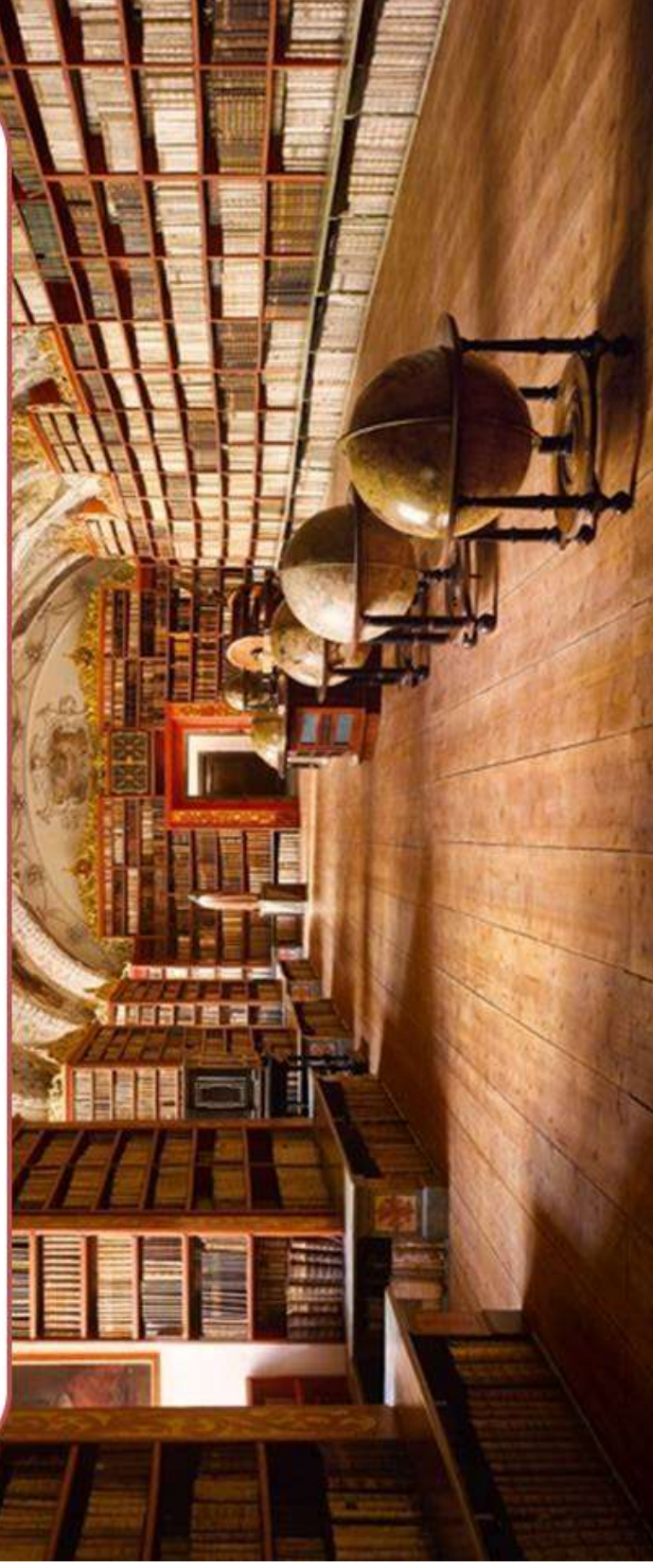
**Литература – это свобода. Особенно в  
то время, когда ценность чтения и  
духовности так усиленно оспаривается**


**С. Зонтаг**



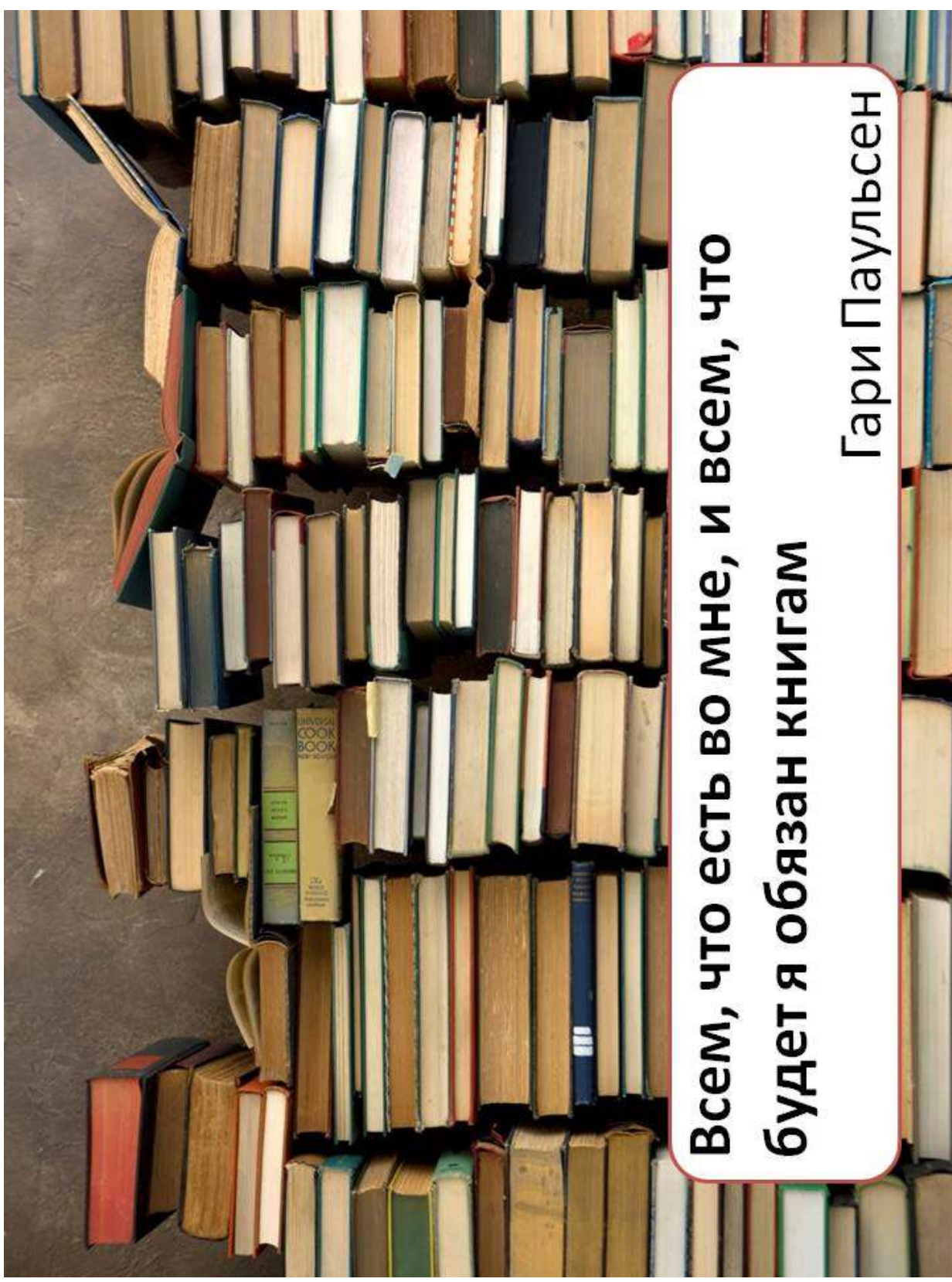
**Когда читаешь написанное самими  
интересными умами в истории, твой  
собственный разум начинает думать  
вместе с ними**

**К. Воннегут**





**У каждого, кто  
прочел  
достаточно книг,  
если шанс на  
успех. А точнее,  
каждая  
прочитанная  
книга  
увеличивает  
шансы на  
выживание**  
**Шерман Алекси**



**Всем, что есть во мне, и всем, что  
будет я обязан книгам**

**Гари Паульсен**

