

Текст о тексте, или Аннотация – это не скучно

(цитатный план)

Авторы:

С.В. Сурдуковская, заместитель директора, учитель литературы
Е.Г. Дульцева, учитель русского языка и литературы
МАОУ «Гимназия №10», г. Пермь

Впервые опубликовано:

Журнал «Школьная библиотека: сегодня и завтра». 2019. № 5. С. 14

В подростковом возрасте рекомендации сверстников становятся самыми значимыми. Поэтому популяризация актуальных для подростков книг лидерами чтения – читателями-подростками может быть особенно ценной для расширения поля читательских ориентаций. Эта идея воплощается в деятельности гимназии не первый год.

Популярность в гимназической среде получил такой формат текста «новой природы», как рекламное объявление. В читательской практике сложились основные элементы такого сообщения: информация о книге (включает фотографию ее обложки, название, сведения об авторе, издательстве и годе издания), лаконичный текст, в котором содержится мнение о произведении и совет-рекомендация для потенциального читателя, а на отрывных листочках – информация о том, где можно найти книгу: в школьной библиотеке, в интернете. Композиционным центром объявления является именно текст суждения о книге как результат ее самостоятельного осмысления и выделения месседжа, который можно сформулировать самостоятельно или проиллюстрировать цитатой из рекламируемой книги, также можно подобрать цитату в тексте у кого-то



из великих. Например, в качестве месседжа антиутопии Л. Лоури «Дающий» использована фраза Винсента Ван Гога «Пусть тебе на жизненном пути встретится побольше такого, что остается в памяти и что делает нас богачами даже тогда, когда нам кажется, будто мы владеем немногим». Структура рекламного текста должна быть простой: кроме информации о книге, она может содержать ответы на вопросы:

кому читать?
когда читать?
зачем читать?
где найти?