

УДК 81'272

ЛОГОТИПИРОВАНИЕ КАК МНЕМОТЕХНИЧЕСКИЙ ПРИЕМ ПРИ ОБУЧЕНИИ ОРФОГРАФИИ В ШКОЛЕ

Дарья Сергеевна Павлова

аспирант кафедры теоретического и прикладного языкознания

Пермский государственный национальный исследовательский университет

614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15, pavlovads@mail.ru

учитель русского языка

МАОУ «Школа дизайна “Точка”»

614077, г. Пермь, бульвар Гагарина, 75А

Статья посвящена мнемотехническому приему логотипирования и его особенностям. Рассмотрены методики применения графических образов при запоминании словарных слов. Описан эксперимент, проведенный с учащимися 5 классов в рамках проекта по внедрению элементов дизайн-мышления в обучение русскому языку в школе.

Ключевые слова: логотип; методика преподавания; ассоциация; словарные слова; способ запоминания; эксперимент; графический образ.

Проблема запоминания учащимися словарных слов обсуждается методологами и педагогами с середины 80-х гг. XX в. и остается актуальной до сих пор. К сожалению, наблюдения показывают, что учащиеся, оканчивающие начальную школу и обучающиеся в среднем звене, допускают ошибки в написании большого количества употребительных слов с непроверяемыми орфограммами. Одна из причин данной ситуации – неразработанность методики запоминания слов с непроверяемым написанием, прежде всего неупорядоченность дидактического материала, который служит основой работы над словами данного типа, и отсутствие научно обоснованных рекомендаций о том, как нужно обучать непроверяемым написаниям. В то же время без усвоения употребительных слов с непроверяемыми орфограммами учащиеся не могут в полной мере овладеть письменной формой литературной речи.

Слова с непроверяемым написанием изучаются в начальной и средней школе «в словарном порядке», т. е. учащимся рекомендуется просто писать и запоминать соответствующие слова. «Практика показала, что работа над непроверяемыми написаниями, ориентированная только на механическое запоминание слов с такими орфограммами, малоэффективна. Передовой опыт учителей и специально проведенные эксперименты свидетельствуют, что работу над словами с непроверяемыми написаниями можно рациона-

лизировать. Суть рационализации в том, что в процессе обучения написаниям указанного типа активизируется мыслительная деятельность и память учащихся, что дает значительно более высокую эффективность, чем изучение непроверяемых написаний “в словарном порядке”. Это достигается с помощью специальных приемов обучения» [Мегалинская 2004: 4]. Условно эти приемы обучения можно поделить на традиционные и нетрадиционные.

К традиционным приемам обучения относят следующие: 1) запись слов по алфавиту; 2) выборочный диктант; 3) выборочный ответ; 4) группировка и запись слов по орфографическим признакам; 5) сопоставление и запись слов с «противоположными» орфограммами; 6) составление предложений с данными словами; 7) дописывание орфографических таблиц; 8) подбор и запись синонимов и антонимов; 9) этимологический словарь [Мегалинская 2004].

К нетрадиционным приемам, позволяющим запоминать словарные слова, относится, например, оригинальная методика, разработанная психологами И.Ю. Матюгиным, Е.И. Чакаберия, И.К. Рыбниковой и Т.Б. Слоненко. «Авторы предлагают простые и эффективные методы запоминания словарных слов: 1) метод графических ассоциаций; 2) метод звуковых (фонетических) ассоциаций; 3) комбинированный метод» [там же: 16].

Для нас наибольший интерес представляет метод графических ассоциаций, т. к. он схож с разработанным нами приемом логотипирования. «Метод графических ассоциаций больше других нравится детям. Суть его состоит в том, что ребенок для того, чтобы запомнить слово, выполняет рисунки на буквах, которые вызывают трудность при написании. Запоминаемая буква может быть большая или маленькая, печатная или письменная, любого шрифта» [Матюгин 2006: 122]. Например, в слове *восход* можно изобразить первую букву *о* в виде солнца.

В данной статье мы хотим поделиться разработанным нами приемом логотипирования словарных слов, который, безусловно, базируется на графических ассоциациях, однако в нем основное внимание уделяется шрифту и облику слова в целом.

Рассматриваемый прием логотипирования тесно связан с последними тенденциями в системе образования, а именно с введением новых федеральных государственных образовательных стандартов (ФГОС), в основе которых лежит системно-деятельностный подход к обучению. Психологическую теорию деятельности практически независимо друг от друга развивали еще в 20–30-е гг. XX в. С.Л. Рубинштейн и А.Н. Леонтьев. Затем эта идея проникла в педагогику. А.А. Леонтьев замечал: «Процесс учения есть процесс деятельности ученика, направленный на становление его сознания и личности в целом. Психология учит нас, что акт деятельности всегда имеет сознательную цель, мотивационную обусловленность, направлен на материальный или нематериальный предмет. Действие, будь оно практическим, материальным или умственным, всегда опосредованно орудием или знаком. Обучать деятельности – значит делать учение мотивированным, учить ребенка самостоятельно ставить перед собой цель и находить пути, в том числе и средства, ее достижения» [Леонтьев 1997: 14]. Одной из ведущих идей современного образования является изменение роли ученика в уроке: из пассивного слушателя он становится активным участником процесса обучения. В этом случае отношения между учеником и учителем изменяются в сторону партнерских, а ученик из объекта педагогического воздействия превращается в субъект учебной деятельности. Кроме того, акцент смещается в сторону практико-ориентированной деятельности, конечной целью которой является создание продукта. Таким образом, можно выделить ключевые различия между приемом графических ассоциаций и приемом логотипирования. Прием логотипирования словарных слов предполагает, что учащийся – субъект

учебной деятельности, которая к тому же является практико-ориентированной, в отличие от приема графических ассоциаций, где учащийся – объект.

Почему именно логотипирование? Данный термин заимствован из дизайна. Пермская МАОУ «Школа дизайна “Точка”» является единственной в России общеобразовательной школой, где помимо традиционных учебных дисциплин есть профильные дисциплины по направлению «Дизайн». Такой статус средняя общеобразовательная пермская школа смогла получить благодаря проекту «Уникальное образование», который инициирован и курируется департаментом образования г. Перми. В рамках реализации данного проекта встал вопрос о том, как, не увеличивая общее количество часов учебной нагрузки, интегрировать в образовательную программу предметы дизайн-профиля. Проект логотипирования словарных слов – это попытка интеграции элементов дизайн-образования в рабочую программу по русскому языку.

В разработке и реализации проекта участвовал творческий тандем учителя русского языка и практикующего дизайнера. В качестве ожидаемых результатов данного сотрудничества можно назвать: 1) повышение орфографической грамотности учащихся при написании словарных слов; 2) знакомство учащихся с логотипами, шрифтами и их особенностями. Прием логотипирования позволил учителю русского языка сделать акцент на словарных словах, а дизайнеру – на форме слов, на особенностях шрифтов и т. д.

В данной статье описывается опыт применения мнемотехнического приема логотипирования словарных слов при обучении орфографии в школе. Считаем, что данный прием является частью большой программы по внедрению элементов дизайн-мышления в обучение русскому языку.

Заданием учащимся становится переосмысление графического образа трудной буквы. Безусловно, нетипичный, переосмысленный графический образ буквы будет воздействовать на реципиента, в частности, на его память. О.В. Осетрова считает, что шрифтовая графика является высокоразвитой системой и имеет большой коммуникативный потенциал [Осетрова 2006: 136]. Так, она приводит пример переосмысления буквы *М*, которая в различных графических обликах обозначает совершенно разные понятия – Московский метрополитен и «Макдональдс». «В красной букве “М” (метро) – сталинский ампи́р, хрущевская оттепель и размеренно-тягучее благополучие брежневских времен. Красное “М” – мечта детства (покататься на метро!). Красное “М” – это только Москва, не Питер, не Киев, и

уж точно – не Лондонский сабвей. Красное “М” сегодня – это тревога и трагедии российского мегаполиса. Желтое “М” “Макдональдса” – это бесконечные очереди начала девяностых, погоня за американскими диковинками: гамбургерами и чизбургерами. Желтое “М” – это первый в России фаст-фуд. Желтое “М” сегодня – это первые скандалы о неправильном питании, лишнем весе и трансгенных продуктах. Кроме того, в двух этих знаках большое значение имеет семантика цвета. Красный для нас – и цвет бывшего флага огромной страны, цвет крови, и цвет в его положительном– фольклорном – значении (красивый). Желтый – цвет измены, разлуки, негативное отношение связано и с понятием “желтая пресса”» [Осетрова 2006: 141]. С приведенными О.В. Осетровой комментариями можно поспорить, однако нельзя отрицать того, что эти буквы действительно вызывают определенные ассоциации и легко узнаваемы. Такие же ассоциации с буквами и словами в различном графическом оформлении должны возникнуть в сознании учащихся, которые помогут запомнить словарные слова.

Для того чтобы человек правильно писал слова, орфограммы в которых нельзя проверить правилами, можно оказать на него визуальное воздействие при помощи необычного графического образа буквы, дополнив словесный текст визуальными ассоциациями. «Образ шрифта – это тоже мысль, только выраженная художественными специфическими средствами» [Смирнов 1977: 44].

Изучение применения приема логотипирования было проведено с учащимися 5 классов МАОУ «Школа дизайна “Точка”» г. Перми. Всего в эксперименте приняло участие 47 человек. Гипотеза исследования заключалась в том, что если вовлечь учащихся в процесс создания графических образов, навеянных семантикой слова и самой графической формой буквы, им легче будет запомнить правильное написание словарных слов.

Эксперимент состоял из трех этапов. На первом этапе учащиеся писали словарный диктант, состоящий из 15 слов. На втором этапе они знакомылись с приемом логотипирования, со шрифтами и их особенностями. Затем создавали свои логотипы словарных слов и презентовали их классу. На третьем этапе учащиеся вновь писали словарный диктант. Остановимся подробнее на описании каждого этапа.

На первом этапе без ошибок словарные слова написали лишь 5 учеников, что составляет 11 % от общего числа участников; с 1–2 ошибками –

8 учеников (17 %); оставшиеся 34 ученика (72 %) совершили 3 и более ошибок.

На втором этапе группе учащихся было предложено переосмыслить графический облик словарных слов в тех частях, где чаще всего совершаются ошибки. Условно этот процесс был назван «логотипированием словарных слов». На этом этапе школьников консультировал практикующий дизайнер Игорь Рябов, который рассказал им о логотипе, логотипировании, шрифтах. В процессе создания своих логотипов словарных слов учащиеся были свободны в выборе размера, цвета буквы, могли изобразить букву в виде предмета и т. д. (см. рис. 1, 2, 3). Завершающей частью этого этапа исследования стала презентация результатов работы группы учащихся одноклассникам.

Остановимся подробнее на интерпретации работ учащихся. Наиболее распространенный способ логотипирования – иконическое представление орфограмм, когда непроверяемые буквы изображены чем-то похожими на референт. Например, учащийся представил безударные непроверяемые гласные в слове *локомотив* в виде вагонов, похожих по форме на букву *о* (рис. 1). Или в слове *колонна* удвоенная буква *н* – это колонны, держащие антаблемент (рис. 2).

Более интересной, с точки зрения дизайнера Игоря Рябова, является работа со словом *количество* (рис. 3). Здесь учащийся нашел сходные черты буквы *л* и цифры *1*, что позволило формой и цветом выделить орфограмму. Это можно охарактеризовать как символическое представление, построенное на игре со смыслами. При этом шрифт всего слова оказывается достаточно цельным.



Рис. 1. Логотип слова *локомотив*



Рис. 2. Логотип слова *колонна*



Рис. 3. Логотип слова *количество*

На третьем этапе эти же 47 учащихся вновь написали словарный диктант, состоящий из тех слов, логотипы которых придумали ребята. Без ошибок диктант написали 12 учеников, что составило 26 % от общего числа; с 1–2 ошибками – 18 учеников (38 %). Как видим, число учащихся, написавших словарные слова правильно или с минимальным количеством ошибок, увеличилось более чем в 2 раза (с 13 до 30 человек, с 27 % до 64 % от общего числа участников).

Таким образом, можно сделать вывод, что мнемотехнический прием логотипирования дает хорошие результаты при запоминании учащимися словарных слов. Кроме того, это вовлечение учащихся в практико-ориентированную деятельность, где они являются творческими субъектами. Такой подход дает возможность для развития образного, творческого мышления учащихся,

они могут посмотреть на привычные вещи (в данном случае буквы) с непривычной стороны.

В дальнейшем планируется апробация данного приема на другой группе учащихся, а также иная работа со знаками языковой системы с точки зрения методики обучения русскому языку и дизайну.

Список литературы

Леонтьев А.А. Педагогика здравого смысла // «Школа 2000...» Концепции и программы непрерывных курсов для общеобразовательной школы. М., 1997. Вып. 1.

Матюгин И.Ю. Быстрочтение и мнемотехника. М.: Эврика-фильм, 2006. 148 с.

Мегалинская Л.М. Наиболее эффективные приемы и методы проверки слов с непроверяемыми написаниями / Канск. педагогич. колледж. Канск, 2004. 25 с.

Осетрова О.В. Семиотика шрифта // Вестник ВГУ. Сер.: Филология, журналистика. 2006. № 1. С. 136–142.

Смирнов С.И. Шрифт и шрифтовой плакат. М.: Плакат, 1977. 144 с.

LOGOTYPING AS A MNEMONIC TECHNIQUE IN TEACHING SPELLING AT SCHOOL

Daria S. Pavlova

Postgraduate of Theoretical and Applied Linguistics Department

Perm State University

Teacher of Russian Language

School of Design “Dot”

The paper deals with the mnemonic technique of logotyping and its specific characteristics. Methods of using graphic images while memorizing vocabulary words are described. An experiment with pupils of the 5th grade carried out within the framework of the project introducing elements of design thinking in Russian language teaching at school is presented.

Key words: logo; teaching methods; association; vocabulary words; way of memorizing; experiment; graphic image.