

Игра — дело серьёзное

Ежедневно мы занимаемся обычными делами: приобретаем товары на рынке и в магазинах либо заказываем их через Интернет; едем на автобусе в больницу, чтобы проверить состояние здоровья и получить грамотную консультацию специалиста; пользуемся коммунальными услугами; смотрим и читаем различную рекламу. Несмотря на свою обыденность, всё это является ответственным и зачастую довольно сложным процессом.

Игра — тоже дело серьёзное. Особенно если она учит нас ориентироваться в пространстве спроса и предложения сферы услуг и помогает приобрести уникальные навыки, необходимые для реальной жизни.

Под лозунгом «Потребительские права в цифровую эпоху» 15 марта в центральной библиотеке прошла 5-я юбилейная деловая игра «Потребитель! Знай свои права!», организованная в сотрудничестве с отделом экономики администрации Андреапольского района. Команды трех городских школ в этот день продемонстрировали знания основ потребительской культуры.

Развернув «свитки» с вопросами первого тура «Потребительская лингвистика», участники углубились в изучение заданных вопросов: ближе сомкнулись над столами головы, приглашенные стали голоса. «На галерке» за своих подопечных переживали учителя. Забегая вперед, скажу, что подготовка к игре — дело не шуточное: нужно многое изучить, дать материал сверх предусмотренного школьной программой, с чем педагоги ежегодно справляются на «отлично». Результаты начального этапа первого тура и общие итоги игры подтвердили это: команды завершили соревнование с незначительной разницей в 0,5 — 1 балл.

Жюри проверяло ответы, а участники тем временем проходили нешуточное испытание вопросами строгого экзаменатора «Школы юного потребителя.ru» (так назывался третий этап 1-го тура) юриста Юлии Каменской. В этом задании ребятам пришлось продемонстрировать всё своё умение работать в команде, приходиться к единому решению, не теряя при этом своей цели, которой, естественно, является победа. Сложные вопросы, на которые в пору отвечать опытному предпринимателю, однако, не поставили ребят в тупик: прозвучал всего лишь один неверный ответ. И эта ошибка вполне компенсировалась эмоциями и впечатлениями, полученными всеми присутствующими в следующем туре.

Изучив выданный материал, подобрав рифмы, вспомнив размеры стихосложения, команды после небольшой подготовки представили на суд жюри и уважаемой публики не что иное, как «Туристическую карту Андреапольского района» в стихах.

Например, по точным расчетам команды средней школы №3 «Новое поколение» Андреаполь находится в сердце каждого его жителя, а самой модной и распространенной «татушкой» среди подрастающего поколения является надпись с указанием года, когда разросшийся поселок Андреаполь получил статус города — «1967». Оригинальное рэп-приглашение завершило выступление команды:

Это Андреаполь-сити,
Приезжайте, затусите!
И если ты в теме, помни:
Это лучший в мире город!
Реальный рэп продемонстрировала и команда школы №2 «35»: в таком стиле «классическую рекламу» нашего города, думаю, не представлял ещё никто, нигде и никогда. Если можете, представьте, как замечательно ложатся на рэп-музыку слова:

Мы едем, через Новгород,
Торопец и Пено
В город, где всегда
отличное настроение!

Необычно команда «35» подошла к рекламе известному всем андреапольцам моста через Западную Двину, в шутку предлагая туристам острые ощущения:

Хочешь испытать
адреналин —

Прыгай с «Кушеля» один!
Оригинально команда прорекламовала и андреапольскую минеральную воду, явив ее как уникальное средство для тех, кто накачивает объем мышц.

Кстати, немного о названии этой команды: оно отправляет нас глубоко в историю, напоминая о том, что первым толчком к появлению Дня потребителя, в рамках которого и проходила данная игра, стало выступление Дж. Кеннеди, 35-го президента США.

Выступление команды «Паритет» средней школы №1 также оставило неизгладимые впечатления. Результатом их творчества стало достойное стихотворение, в котором упоминается большинство достопримечательностей нашего города: и река Западная Двина, которая «из вашего окна будет вам видна», и «текущая из крана минеральная вода», и множество озер, и подкармливаемый молодежью «Брося» — чудовище озера Бросно, и пищекомбинат, где «хлеб пекут, льют лимонад». Не забыли ребята и о районном краеведческом музее, где:

...работает Линкевич,
Основал его Шимкевич,
Много лет тому назад
Он водил отряд ребят
На исток реки Двины,
Столб поставили они...
...маршрут всем ясен,
Приезжайте!
Край прекрасен!..
... В нашем городе
есть фирмы,
Своя продукция у нас:
Колбаса, сыры и йогурт.
Приезжайте,

ждем мы вас!

И это лишь часть из упомянутых командой «Паритет» достоинств нашего города.



А теперь, уважаемые читатели, возьмите в руки этикетку, например, от шоколадки. Видите, какое огромное количество информации о товаре на ней присутствует? Кроме названия изделия здесь есть информация о составе продукта, его энергетическая ценность, условия хранения, сроки годности, наименование и юридический адрес компании-изготовителя. В третьем туре игры «Грамотный потребитель» при проведении экспертизы такой этикетки на предмет полной информации о товаре трудности у ребят вызва-



ла только строка наличия пищевых добавок. Да и расшифровать символы на ярлыках одежды, согласитесь, сможет далеко не каждый из нас. Что означает, например, английская буква «Р», заключенная в кружок или перечеркнутый круг в квадрате? Но и эти «внедорожные» знаки школьникам, оказывается, в большинстве своем знакомы.

Участникам игры, как современным потребителям, незнакомо наличие дефицита какого-либо из основных продуктов потребления, но они часто сталкиваются с другой проблемой: как из всего этого многообразия выбрать оптимальный вариант. Приобрести практически навыки тестирования ребятам помогает «Контрольная закупка» — конкурс, где важны лишь собственные ощущения. В этот день «дегустаторы» оценивали внешний вид (в том числе цвет), консистенцию, запах и вкус йогуртов. Организаторы игры сознательно не уточнили, что образцы для дегустации являются продукцией одного и того же производителя, отличной лишь по своим вкусовым качествам. Но «опытных дегустаторов» не проведешь! Ни один участник не произнес

слова «другой производитель», звучало лишь «образец номер такой-то». Протестированные йогурты, по словам ребят, «обладают приятным вкусом и ароматом, имеют однородную консистенцию и естественный цвет». В процессе дегустации участники догадались, что пробуют местную продукцию. И действительно, для «Контрольной закупки» индивидуальным предпринимателем Надеждой Ивановой Дмитриевой были предоставлены образцы йогуртов «Сычниковское подворье».

Закончилась игра, где можно экспериментировать, проверять разные способы поведения и даже совершать ошибки. Но продолжается жизнь, где все мы, желаем того или нет, — потребители. И главное — не сделать материальное главной целью своей жизни, а научиться жить ради Жизни!

О. ВЕНКОВА,

заместитель директора
Андреапольской ЦБС
по методической работе.

На снимках: после дегустации йогуртов технолог молочного цеха Марина Быстрова рассказала о том, как они производятся; команда-победительница (АСОШ №2).

