

РЕПОРТЕР

малки вести

2 стр.

ЛЮБОПИТНО

Graffiti

3 стр.

**Реклама на
правописа**

4 – 5 стр.

**Свободно
време**

6 стр.



**Реклама на
правописа**

*Това може да ни
помогне да не
допускате такива
правописни грешки.*

® **НЕЩО**
СВЕЖО ^В **ВЕСТИ +**

БРОЙ 3, ГОДИНА I

**ВЕСТНИК НА 51-ВО СОУ,
ЧЕТЕ НИ И В ИНТЕРНЕТ НА АДРЕСИ: www.51sousofia.hit.bg и www.vesti-51.hit.bg**

РЕДАКТОРСКА ДУМА

Оказва се, че да правиш училищен вестник не е чак толкова лесно. Но поне разбрах, че съм гледал много американски филми, където вестникът им излиза всяка седмица, но май съвсем бях забравил, че това не е нито филм, нито Америка.

По тази причина вестникът ще излиза веднъж в месеца. Не е на много дълъг период все пак, има училища, където училищният вестник излиза само по празници. Но това не е обикновено училище и затова ние всеки месец ще ви показваме училищният вестник! Разбира се, и вие може да с включите заедно с нас!

СТЯЧКА ИМАШЕ И В 51. СОУ



СТАНЕТЕ РЕДАКТОР В УЧИЛИЩНИЯ ВЕСТНИК

Ако сте редактор, ще имате възможност вие и вашите приятели да пишете за училищните новини и проблеми, да коментирате това, което ви е присърце!

А ако сте репортер, ще отразявате това, което искате, и разбира се, ще споделите мнението си!

*Може да избереш дали да се занимаваш с **ОБРАЗОВАНИЕ** (забавни новини и коментари, свързани с нашето училище), **ИНФОРМАЦИЯ** (за вестите и новостите, във нашето училище, и за всичко около него), **ЖИВОТА НА 51-ВО СОУ** (за живота на училището и любопитните неща около него)*

За връзка: vesti_51@abv.bg

ДА СЕ ЗНАЕ

МАЛКИ ВЕСТИ

Честито!

Място за релакс се превърна местенцето около новия фонтан в задния двор на 51. СОУ. Но не само новият фонтан, а и новият алпинеум създава добро настроение!

Новата дограма е наистина по-добра от предишната. Важното е, че тя постигна своя цел, а именно - да ни е по-топло в класната стая.



Сайтът от ученици за ученици подмени визията си.

НОВА ФОРМУЛА ЗА САЙТА

НОВОТО:

НОВИ РУБРИКИ

НОВ ДИЗАЙН

ОБНОВИХМЕ СТАРИТЕ

РУБРИКИ

И НАПРАВИХМЕ НОВ ФОРУМ!



ЗАПОМНИ ГО! <http://www.51sousofia.hit.bg/>

От екипа на сайта допълват, че се очакват още промени във сайта на учениците! Те ще приемат вашите съвети и критики на sou51sofia@abv.bg

Посетете го, защото може да намерите още интересно!

Ваканции, учебна 2007/2008 година:

за първи клас	08.11.2007 г. - 11.11.2007 г. вкл.
Коледна	22.12.2007 г. - 06.01.2008 г. вкл.
Срочна	01.02.2008 г. - 04.02.2008 г. вкл.
Пролетна	31.03.2008 г. - 08.04.2008 г. вкл.
Великденска	26.04.2008 г. - 30.04.2008 г. вкл.

Неучебни дни:

01.11.2007 г. - Ден на народните будители

Електронни страници на организации, предлагачи ученически отдих:

„Едюко България“ - училище за приключения -

<http://www.educo-bulgaria.org/>

„Ученически отдих и спорт“ ЕАД -

<http://www.uos-ead.eu>

Център за отдих и обучение - София -

<http://www.mon-coo.com>

„Академика спорт“ ЕООД -

<http://www.academicasport.com>

погледнете, разгледайте и запомнете

ОФИЦИАЛНИЯТ САЙТ НА 51. СОУ

<http://51sou-info.atSPACE.com/>

КОНТАКТИ

sou51@abv.bg - официален

sou51sofia@abv.bg - на сайта от ученици за ученици

vesti_51@abv.bg - на вестник „ВЕСТИ +“

ИЗДАВА: „51 СОУ САЙТ ОТ УЧЕНИЦИ ЗА УЧЕНИЦИ“

РЕДАКТОРИ: Главен редактор: Благой Цицелков, Отговорен редактор: Александър Даскалов, Любопитно: Кристиан Бонев, Култура: Георги Кацарски

Графитите – сериозни или несериозни, разбираеми или неразбираеми, те всички носят в себе си една провокация, направена като на майтап, изказваща истинските мисли на едно младо поколение, поколение, живеещо един интензивен живот. Гъделичкайки се с обществото, изрисувайки стени, влакове, подлези, правейки живота ни по пъстър, те показват идеологията си, лишени от гнева, злобата и агресивността на целия наш свят! Като произход името

"Graffiti"

е наводнен от графити в края на седемдесетте и началото на осемдесетте. В средата на осемдесетте националните телевизионни програми представят историята на графити и се застъпват за графити, което със светкавична бързина запознава целия свят с тях. Графити става отделен език от термини като: piece, toy, wild-style, и racking. С разширяване

съществуват в Интернет, преобладаващите от които са про-графити. Про-графити уеб сайтовете публикуват фотоси от Европа, Южна Америка, Филипините, Австралия, Южна Африка, Китай и Япония. Билиони долари в света се изразходват всяка година в усилията да се овладее графити културата. Явно много хора не разбират, че това е невъзможно и по-добре както в 51. СОУ да има графити по училището и никой да не ги маха. Знаейки, че това не е никак лошо. Е



graffiti идва през английски от италиански, вероятно от *graffiare* - глаголът за одрасквам, набраздявам някаква повърхност. По-простичко казано това е рисунчица, драсканица или надпис върху плоска повърхност, върху която успешно влизат тагерите и изливат чувствата си в 2D и 3D измерни графити. Датиращи от '70 години, възникнали в New York, свързани със стила "hip hop", те утвърждават мястото си през десетилетията с не малко перипетии поради това, че са смятани за форма на вандализъм. Нищо не може да ги спре, дори и временните забранени продажби на спрейове в края на '70-те, които довеждат до обратен ефект – „легитимирани“ са като едно ново изкуство.

Графити е приобщен към Хип Хоп културата и става част от рапа и брейкденса. Брейкденсът загубва популярността си с появата на рапа. Ню Йорк

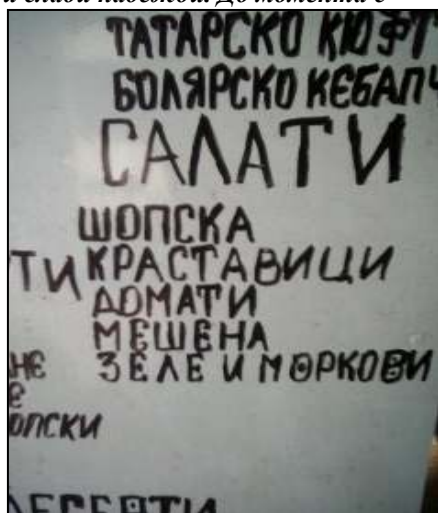
популярността на графити, расте и значението им. Започвайки като градски протест срещу бедността, сега графити обхваща всички расови и икономически групи. В момента много деца биват завладени от графити културата. Неотдавна един популярен рисуващ беше арестуван във Филаделфия - 27 годишен стоков брокер, чието BMW е изцяло изрисувано. Стилът има драматично развитие - от прост и повърхностен той се превръща в преобладаващ стил, изпълнен със сложни дизайнерски буквени графички в множество цветове, наричани парчета от шедьоври. Графити магазините отчитат двойни онлайн продажби, продавайки голямо разнообразие от артикули за тагери - флакони, маркери, списания, фанелки, раници, панталони със скрити джобове, даже може да си закупите рисувателна книга с готови модели на различни крайпътни рисунки. Над 25,000 графити сайтове

все пак се изграждат стени, специално предназначени за тази цел, създавайки място за изява на тагерите, като например стената около НДК, където от 2003 година "Sprite" организира състезания. Или се приспособяват, например подлеза на НДК, като даже кръстиха спирката „НДК-ГРАФИТИ“. Преди време обаче те бяха заличени с жълта боя, което не е никак честно, нали? Но, то се знае, че нищо не спира тези странни художници. Графитите, харесвани или не харесвани, винаги ще останат атрактивни със своята откритост, естественост и най-лесно социално достъпна форма. Афористични надписи на произволни места, те си остават уникални, интересни, свободни и анонимни, съчетавайки в себе си както дълбочината на философията, така и насмешката от изказаното.

Благой ЦИЦЕЛКОВ

РЕКЛАМА НА ПРАВОПИСА

Напоследък като че ли се засилва лежерното отношение към българския правопис, въпреки че езикът следва своето развитие независимо от желанието и ентузиазма ни за промени в него. Днес на дневен ред е Законът за езика, една неясна територия, изпълнена с противоречиви мнения и слаби надежди. До момента с



▲ Открихте грешката нали?

разпореждане на Министерския съвет правописната норма в българския език се защитава от Института за български език при БАН. Той е упълномощен да проучва измененията и да внася единство в правописа, както и да следи отблизо проблемите, възникнали в резултат от развитието на езика. В последния му правописен речник обаче са примирени редица мнения на “стари” и “млади”, които времето ще докаже или отрече. “Неприятните впечатления се запомнят също толкова лесно, колкото и приятните”, гласи първият принцип на Де Лозиер за задържане

за задържане на благоприятното впечатление. В този смисъл смешно, да не кажем тъжно за висше училище, звучи обявата на Шуменския университет за бакалавърски и магистърски програми, където адресът за записване е в кв. “Връждебна” (прав. Враждебна). В реклама за образование в чужбина в елитни средни училища, колежи по туризъм и университети месецът незнайно защо е изписан с главна буква (7–8 Февруари). Това обаче бледнее на фона на „Мениджър на Търговски обект”, “Моят Дом”, “Машинен Инженер”, „Горна Баня”, „Аграрен Университет”, „Долен Чифлик” и други.

В последните години се наблюдава тенденция към безкритично копиране на чужди правописни конструкции – неправилно използване на главни и малки букви в словосъчетания и съкращения; пряко заемане на лексика, което обеднява езика (имидж, визия, финализиране, креативност, стартиране, конкретика), и други. В някои случаи става въпрос за оригиналничене, свързано с откровено неспазване на правила от българския правопис, изучавани в първи клас. Голяма комуникационна компания, която успешно сюрпризира пазара и конкуренцията с идеите си, изписва кратки рекламни послания с малки букви, ала... с удивителна накрая и в кавички (“бъди п о б е д и т е л с...!”), “п е т и я т абонаментен план е за м е н !”). Не е беда да си различен, но стратегиите не бива да подценяват

основните правописни норми. Любим на читателите пък вечерен вестник е изхвърлил кавичките от употреба и на моменти е трудно читателят да се ориентира за име на улица ли става въпрос, или за името на героя в новината. Използването на главни и малки букви при съкращенията в българския език отдавна е изяснено, но не и за Българска Национална Телевизия (прав. Българска национална телевизия – БНТ), Български хелзински комитет (прав. Български Хелзински комитет – една дума, две грешки), Централна Кооперативна Банка (прав. Централна кооперативна банка – ЦКС), Централен Военен Клуб (прав. Централен военен клуб – ЦВК), Национален Военен Университет (прав. Национален военен университет – НВУ) и други. Въпрос на откровено незнание и незаинтересуваност към сега действащите правописни норми пък е изписването на числителните редни (6^{-та} година вм. правилното 6-а в реклама на автомобили; I-во теглене вм. I теглене) и на съкращенията на основни мерни единици – км. е с точка, вм. правилното км). “Тойота” пък приключи кампанията си “Двойнствен живот” с грешка в посланието (прав. двойствен). Онеправдан в реклама за лекотоварни автомобили се оказва и пълният член (“Ние сме навсякъде, където е Вашия бизнес”, прав. Вашият) и т.н. Независимо от спора “за” или “против” него, употребата му е приета със закон и може да отпадне

и може да отпадне единствено по този начин.

Порочна е типично нашенската практика, като стане гаф, да носим от девет кладенеца вода и да обясняваме защо не е така, какво точно сме искали да кажем и защо този или онзи не ни е разбрал. В повечето случаи добра работа върши трикът с търсената оригиналност.



▲ *ПрЕсна грешка!*
От Кресненското ханче

Например грешката в името на предаването „Какафония“ по Канал 1 преди години беше обяснена с опит за закачка (кака и фония) – къде пък точно е хуморът? Истината обаче е, че това си беше жива, и то твърде груба грешка с наивно оправдание (прав. какофония – от гр. неблагозвучие).

За съжаление, понякога не точно грешката е толкова страшна, колкото факта, че въобще не възниква съмнение за грешка. Затова и сме свидетели на „суетна“ неграмотност, изтипосана (доживяхме!) на корицата на списание, където *омбудсман* (обществен защитник) е объркан като от пийнал трамвайджия (*обдудсман*). Допустимо и с чувство за хумор може да се приеме етикетът „грейпфрукти“ в кварталния магазин, но не и омбудсманът, за когото се изписаха хиляди редове.

Материалът е препечатан от националния седмичник за образование и наука „Аз Буки“ (брой 23)

Въпросът с грешките е следствие от един далеч по-сериозен проблем – грамотността на българчетата. Парадоксално е, че те печелят първите места по френски правопис (нещо действително трудно, като се има предвид че във френския са запазени средновековни форми), а на родния си език допускат елементарни грешки. Което веднага прехвърля топката в полето на образователното министерство – текучество, учителски заплати, реформи, учебници, матури и бог знае още какво. За съжаление в крайна сметка резултатът е слаба грамотност сред завършилите основно/средно образование и все повече неграмотност в страната.



▲ *Е това е грешка и то на първа страница!*

Проблемът с правописа прескача и в територията на правоговора. В реклама за шампоани девойка с очила с провинциална интимност ни споделя за косата си: „Трудно се реше...“. И този съвсем не е единственият пример. Особено дразнещи са грубите грешки поради

поради невнимание или липса на специалисти по езика – например в „На чисто“ по Нова тв вместо заместник-министър се измъдри новата „длъжност“ заместник-мистър. В „Тв България“ пък се появи *Момчилгад*, вм. Момчилград.

Преди години езиковедите яростно скочиха срещу неправилно изпуснатото в ефир „лапус лингва“ вм. правилното *лапус лингве* (от лат. грешка на езика). Вечер пък всички се смеем на „лапусите“ в „Господари на ефира“ макар отлично да знаем, че те не са само там. Напоследък и лечителите се заразиха от пациентите си и взеха да допускат грешки. И става така, че когато постоянно срещаш нещо написано грешно, накрая решаващ, че тази е нормата.

В крайна сметка правописните грешки са нож с две остриета. От една страна, будят насмешка, а от друга, може да се възприемат като правило (норма), тъй като въздействат пряко, а и е трудно да се допусне, че в официални източници се пише неграмотно. В този смисъл текстът, най-общо казано, възпитава – към чистия и точен език, носещ оригиналното си и въздействащо послание към всички нас.

Зоя КРАЧУНОВА



Бон-Бон е детско музикално предаване, което няма еквивалент в българския ефир. Предаването възпитава добър вкус и развива чувствителността на децата. По забавен и модерен игрови начин, то се опитва да въздейства на малките зрители. Бон-Бон е доказана марка, а школата Бон-Бон е образец за качество, стил и актуалност. Водещи на предаването са изявени деца от групата „Бон-Бон“. Те са членове на групата от 7 години. В школата на Бон-Бон имат ежеседмични занимания по пеене, модерен балет и актьорско майсторство. Децата участват в много концерти, реклами и дублажи. Те пеят заедно с най-изявените и актуални български поп-изпълнители.

ВСЕКИ НЕДЕЛЕН ДЕН от 8:30 по bTV

ЗА НАЙ-МАЛКИТЕ



ЗА ГОЛЕМИТЕ



„Яко!“ има 15 плаващи вътрешни рубрики, които са различни а всяка една с различни мини водещи. Детско забавно 100-минутно предаване се излъчва всяка неделя от 7:50 до 9:30 часа. То е насочено към детската и младежка аудитория на възраст от 7 до 13 години, която има възможност да влияе в изграждането на структурата на всяко следващо предаване с интересни идеи, предложения, с пряко участие в чат форума, който е отворен на живо по време на излъчването. Децата - зрителите печелят и по 20лв. ако успеят да открият съкровището в „ОТКРИИ СЪКРОВИЩЕТО“

ВСЕКИ НЕДЕЛЕН ДЕН от 7:50 по БНТ

Предаването е насочено към детска и младежка аудитория на възраст от 7 до 15 години. "Деца разказват на деца" е философията на рубриката, която в забавна форма поднася полезна и образователна информация. Забележителностите на България, интересни личности и истории са в центъра на сюжетите в отделните броеве. Познаването на Родината и нейните особености са във фокуса на разказа, поднесен непосредствено от деца - водещи на предаването. Основните задачи, които си поставя "BG - Къде? Къде?" са да информира децата къде и как могат да прекарат свободното си време извън училище, да разказва любопитни факти за познати вече места и събития в България, да подхранва националното самочувствие на младите българи.

ВСЕКИ СЪБОТЕН И НЕДЕЛЕН ДЕН по TV7

ОБРАЗОВАТЕЛНО



ЗА ТИНЕЙДЖЪРА



13 + покзва - Ученически тактики и практики или как се оцелява и успява в българското училище? Доколко и как "бумът" на хормоните променя всяко момче и момиче? Как прическата и дрехата могат да те направят неотразим(а)? Как я карат вашите връстници из страната - забавления, съдби, успехи и провали... Какви са били българските звезди на 13 - има ли какво да разкажат, има ли какво да скрият? Къде да учите, за да сполучите? 13 начина да станеш популярен сред приятелите си! Бачкане за джобни пари и малко отгоре... И още много теми, които без вашето мнение и съучастие едва ли ще звучат достатъчно интересно!

ВСЕКИ НЕДЕЛЕН ДЕН от 17:00 по БНТ

В играта възрастни хора отговарят на въпроси от училищния материал за първи до пети клас. Състезава се по един играч на цикъл, който се стреми да отговори правилно на десет въпроса от учебниците. Ако успее, получава още един (единайсети) въпрос за голямата награда. Ако се откаже по време на състезанието - прибира парите, които е спечелил до момента, но ако сбърка - взима малка утешителна награда. Играта е създадена по идея на английския телевизионен продуцент Марк Бърнет, станал известен с реализирането на шоуто - "Сървайвър" в САЩ. В момента "Това го знае всяко хлапе" върви.

ВСЕКИ ДЕЛНИЧЕН ДЕН от 18:00 ЧАСА по bTV

ЗА ВСЕКИ

