DESIGNUL ACTIVITĂȚII
Didactica infuzării

Scenariu creat de: Cristina Mocanu, Profesor de Limba Engleză, Colegiul Național „C. Negruzzi”, Iași
Titlu activitate: Grammar, Speaking, Writing
Concepte cheie din domeniul educației media: mesaj media, construcția/deconstrucția mesajului media
Concepte cheie din domeniul disciplinei (dacă este cazul)**:** conditional types, conditional *when,* expressing regret, advertising, message

Educație media:

B.1.2 Să înțeleagă produsele media ca suport de comunicare și divertisment, identificând caracteristicile lor specifice din punct de vedere al semnificației (distincție realitate/ficțiune, interpretarea sensului, organizarea și reținerea mesajului), al limbajului și sunetului (registre lingvistice specifice, sonoritate, muzică, oralitate, retorică), al imaginii (formă, culoare, organizare spațiu, cadrare, montaj) și al informației digitale;
B.1.5 Să analizeze produsele media în scopul înțelegerii modalităților în care acestea sunt construite și să dezvolte o percepție adecvată a semnificațiilor transmise;
B.2.2 Să utilizeze într-o manieră reflexivă instrumentele de cercetare a mesajelor (comparare surse, interpretarea situațiilor, autentificarea informațiilor, distincția dintre fapte și opinii, plasare în contexte spațio-temporale adecvate) pentru a verifica validitatea, credibilitatea și calitatea conținuturilor;
B.2.4 Să utilizeze criterii valorice și de evaluare pentru selecția și lectura mesajelor, să confrunte propriile judecăți cu punctele de vedere transmise de canalele media;

Limba engleză:
Generale:
Producerea de mesaje orale sau scrise adecvate unor anumite contexte de comunicare
Realizarea de interacţiuni în comunicarea orală sau scrisă

Specifice:
- Identificarea de detalii din mesaje orale / scrise (autentice)
- Adaptarea formei mesajului la situaţia de comunicare în funcţie de stilul formal/ informal folosit de interlocutor
- Identificarea, în mesaje orale şi texte scrise diverse, a unor puncte de vedere şi opinii exprimate, pentru a le compara cu punctul de vedere personal
- Avansarea, oral sau în scris, a unor ipoteze şi formularea de răspunsuri adecvate la ipotezele emise de ceilalţi

Relevant pentru (a se nota domeniul din Educația media și din disciplină - dacă este cazul)**:** procesul de (de)constructie a mesajului media, domeniul public (mass media), domeniul ocupațional (activități din viața cotidiană)

Clasa a IX-a L1/L2 CEFR B1

Motivația (de ce?)
Această activitate este utilă elevilor deoarece îi încurajează să îți dezvolte abilitatea de a înțelege și distinge diferite tipuri de mesaje media, precum și de a descoperi semnificațiile fiecăruia. Activitatea contribuie de asemenea la îmbunătățirea vocabularului tematic precum și la dezvoltarea abilităților de producere de mesaje orale sau scrise folosind funcții comunicative (condiționale).

Rezultate așteptate:
La finalul activității elevii vor fi capabili să utilizeze elemente noi de vocabular și funcții ale limbii, precum și să decodifice eficient mesajele media.

Tema (ce?): Advertising. Conditionals type 3

Descriere (cum?)

Evocare (5 minute)
În cadrul unității tematice Advertising, elevii vor fi studiat structura funcțională a propozițiilor condiționale în limba engleză (types 0, 1 and 2) precum și folosirea corectă a *conditional when*. În cadrul orelor dedicate practicării structurii condiționale type 3, elevii vor fi elaborat propoziții/contexte pentru folosirea corectă a structurii gramaticale, astfel încât să fie familiarizați cu diferențele dintre tipurile de structuri și înțelesurile pe care acestea le reflectă.

În etapa evocării, solicitați elevilor să ofere diferite exemple de situații în care este necesară exprimarea regretului. De asemenea, identificați, împreună cu elevii, diversele tipuri de actori care pot exprima astfel de situații (persoane, companii, instituții, grupuri etc.) și tipuri de situații care ar putea genera astfel de contexte.

Realizarea/Constituirea sensului (30 minute)

Elevii vor vizualiza clipul campaniei Pepsi (https://www.youtube.com/watch?v=uwvAgDCOdU4).

Reaminiti-le elevilor cele cinci intrebări care îi vor ajuta în deconstrucția mesajului media:
a) Who is the author of this video?
b) Which are the elements that strike you?
c) Who is this intended for?
d) What message/messages does the video convey? Is there only one message conveyed?
e) What is the purpose of the video?

Adress: Bd. Regina Elisabeta Nr. 32, et. 1, sector 5, București
E-mail: contact@cji.ro
Tel: 021 311 13 76
Web: www.cji.ro

După prima vizualizare, folosind schema celor 5 întrebări, elevii vor deconstrui mesajul (în grupuri de cate 5) analizând relevanța acestuia. Realizați, împreună cu elevii deconstrucția mesajului transmis de reclamă, accentuând rolul fiecărui participant la procesul de creare a ei. **(15 minute)**

În urma activității, elevii vor ajunge (probabil) la concluzia că mesajul este confuz, pe alocuri ofensator, nu are un scop clar și nu generează reacția așteptată de producător. Există și posibilitatea ca elevii să aibă opinii diferite cu privire la mesajul video-ului. Este relevant așadar să (re)aduceți în discuție importanța contextului și a canalului pentru înțelegerea mesajului, a elementelor de structură precum și a relevanței experiențelor personale în raportarea la respectivul mesaj. Prezentați elevilor informații (sau solicitați-le să le caute) cu privire la controversele create de campania Pepsi.

Folosind platforma Nearpod (https://nearpod.com/), realizați anterior lecției o activitate care presupune revizualizarea celui de-al doilea clip publicitar și răspunsul instantaneu la o serie de întrebări/activități cu privire la acesta. Cereți elevilor să folosească propoziții condiționale type 3 pentru a exprima opiniile personale cu privire la aspectele prezentate și modul în care acestea ar fi putut fi realizate pentru ca reclama să nu fie considerată controversată. **(15 minute)**

Reflecție (15 minute)

Discutați cu elevii despre importanța înțelegerii mesajului mediatic prin deconstrucție, accentuând elementele care 'scapă' la prima vedere (*branding, diversity, political correctness, social issues - BLM, canale media, context etc.)* Discutați, de asemenea, despre reacția lor la vizualizarea diferitelor mesaje (cum s-au simțit), vorbind despre incluziune, sentimentul apartenenței sau globalizare și chiar despre *cancel culture* (în măsura în care nivelul lingvistic al grupului permite astfel de distincții conceptuale).

În măsura în care ați parcurs informațiile cu privire la producerea de mesaje scrise (writing complaints), puteți cere elevilor, ca temă, să scrie un review pentru reclama Pepsi, folosind cel puțin o structură condițională type 3.

ANEXE

Nearpod times & tasks for student input and suggested answers:

00:17 – Write a conditional sentence type 3 about the cardboard message you have just seen in the video.

If they had used a different message on the cardboard, they could have made it clear what the protest was about.

00:27 – Why does Kendall Jenner appear in the video (use conditional type3!)

If they had not used Kendall Jenner, they would not have had such a large audience online.

00:57 – Write an if-ommision structure type 3 about the girl you have just seen in the video.

Had they not shown a girl wearing a hijab, they would have been deemed as noninclusive.

Adress: Bd. Regina Elisabeta Nr. 32, et. 1, sector 5, București
E-mail: contact@cji.ro
Tel: 021 311 13 76
Web: www.cji.ro

01:22 – How does the singing and dancing in the video help us understand the message? (use conditional type3!)

If they had not sung and danced, we would have understood the seriousness of the message.

01:36 – Why did Kendall join the group? (use conditional type3!)

Kendall would not have joined the group, if she hadn't seen the boy.

02.12 – What could have made this ad less controversial?

If she had not given the policeman the can of Pepsi, the ad wouldn't have been so controversial.

02:22 – Was this a real protest? (use conditional type3!)

Had it been a real protest, people wouln't have been so happy.

02:35 – What could have made the ad more likeable? (use conditional type3!)

If the message had been different, people would have liked it.

Adress: Bd. Regina Elisabeta Nr. 32,
et. 1, sector 5, București
E-mail: contact@cji.ro
Tel: 021 311 13 76
Web: www.cji.ro