**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 in the 21st century. Conditionals**

**Descriere (cum?)**

**Evocare (10 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.

La începutul activității, profesorul reia informațiile privind utilizarea corectă a propozițiilor condiționale în limba engleză, focalizând atenția elevilor asupra relevanței contextuale a acestora și asupra faptului că type 3 exprimă, în general, imposibilitatea de a modifica situația descrisă și/sau regretul asupra acesteia.

**Realizarea/Constituirea sensului (25 minute)**

Elevii vor vizualiza un clip publicitar al companiei Nike (https://www.youtube.com/watch?v=pcXTnyCmQbg).

La prima vizualizare, profesorul va cere elevilor să noteze (*take notes*) cel puțin 3 exemple de propoziții condiționale auzite în video. (expected answers: *When we're doubted, we'll play as one. When we're held back, we'll go farther, and harder. If we're not taken seriously, we'll prove that wrong. And if we don't fit the sport, we'll change the sport. When things aren't fair, we'll come together for change.)* **(5 min)**

Cereți elevilor să identifice structura condițională folosită în video (type 1) și să transforme propozițiile notate în propoziții condiționale type 3. Pentru încurajarea comunicării, puteți adresa


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

elevilor întrebări de tipul: *What is the meaning of the sentence you have written? How does the meaning change when you change the conditional type? Can you convert without losing meaning? Which words have you replaced/altered?* **(5 min)**

Pentru a doua vizualizare, indicați elevilor să fie atenți la conținutul audio-vizual al reclamei și să rețină aspectele pe care le consideră relevante.

Deconstruiți împreună cu elevii mesajul media prezentat, răspunzând la întrebări de tipul:
*a) Who is the author of this video? (e.a. Nike, creative writers, adveristing company etc.)*
*b) Which are the elements that strike you? (Voiceover, music, images of different athletes, split screen etc.)*
*c) Who is this intended for? (athletes, regular people, teenagers, adults)*
*d) What message/messages does the video convey? (You can't stop sport. You can't stop us.) Is there only one message conveyed?*
*e) What is the purpose of the video? (to convince people to buy, to send a message of unity, to encourage people during the pandemic, etc.)*

Explicați elevilor în ce constă deconstrucția mesajului media și de ce este ea necesară. Extrapolând, explicați elevilor felul în care mesajele media sunt construite în general și care sunt elementele care trebuie urmărite pentru a ne asigura că înțelegem mesajul corect și complet, pornind de la relevanța celor 5 întrebări și discutând despre scopul mesajelor și modalitățile diferite de realizare. **(15 min)**

**Reflecție (15 minute)**

Discutați cu elevii despre importanța înțelegerii mesajului mediatic prin deconstrucție, accentuând elementele care 'scapă' la prima vedere (*branding, diversity, political correctness)* Discutați, de asemenea, despre reacția lor la vizualizarea reclamei (cum s-au simțit, care este relevanta mesajului pentru adolescenți), vorbind despre incluziune, sentimentul apartenenței si globalizare.

Realizați, împreună cu elevii, un exercițiu imaginativ în care să practice structurile gramaticale exersate, asumându-și roluri diferite (*de tipul „If I go to the gym, I will_____", „If I needed sports equipment, I would_____"„If I were the author of this commercial, I would_____", "If I had paid for this commercial, I would have expected_____", "If I had been intended as an audience member of this video, I should have probably_____", 'If I were and athlete, I would_____", "If I spoke to the CEO of Nike, I would _____", etc.)*


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