Lekcja 4. z cyklu poświęconego powieści „Igrzyska śmierci” Suzanne Collins	Czas: 90 min	Lekcja dla klasy siódmej

Rezygnuję z tematów na rzecz celów. Zaznaczam jedynie, że to lekcja z cyklu poświęconego powieści „Igrzyska śmierci”.

Zapis z podstawy programowej:

Dział III: Tworzenie wypowiedzi: Elementy retoryki.

Uczennica(eń): 7) zgadza się z cudzymi poglądami lub polemizuje z nimi, rzeczowo uzasadniając własne zdanie; 8) rozpoznaje i rozróżnia środki perswazji i manipulacji w tekstach reklamowych, określa ich funkcję; 9) rozpoznaje manipulację językową i przeciwstawia jej zasady etyki wypowiedzi.

Dział II. Kształcenie językowe.

2. Zróżnicowanie języka. Uczennica(eń): 6) rozpoznaje słownictwo neutralne i wartościujące, rozumie ich funkcje w tekście; 3. Komunikacja językowa i kultura języka. Uczeń: 1) identyfikuje tekst jako komunikat; rozróżnia typy komunikatu: informacyjny, literacki, reklamowy, ikoniczny; 2) identyfikuje nadawcę i odbiorcę wypowiedzi, 3) określa sytuację komunikacyjną i rozumie jej wpływ na kształt wypowiedzi.

Powiązanie z wcześniejszą wiedzą i umiejętnościami: umiejętność dyskutowania i facylitowania, środki perswazji i manipulacji w tekstach prasowych i reklamowych.

Cele lekcji w języku nauczycielki:

1. Pogłębianie umiejętności dyskutowania i facylitowania.
2. Rozpoznawanie środków perswazji i manipulacji oraz ich funkcji w tekstach reklamowych.
3. Tworzenie kodeksu etyki wypowiedzi.
4. Wyciąganie wniosków.
5. Sporządzanie notatki.

Cele sformułowane w języku uczących się:

Zmierzę się manipulacją w reklamie społecznej.

Wzz (wuzetka = w zeszycie zanotuję): min. 3 zasady etyki wypowiedzi.

Przebieg lekcji (metody i aktywności) zostały podporządkowane cyklowi Kolba: 1. Podanie i zapisanie w zeszytach celu lekcji i wzz. 2. Powtórzenie (oraz ewentualnie skorygowanie) zasad dyskutowania oraz sformułowanie przez u. kryteriów oceny facylitatorki(ra). [załącznik nr 1] **3. Etap pierwszy cyklu - doświadczenie**: projekcja reklamy społecznej. **4. Etap drugi - omówienie**: a. rozmowa w parach, podczas której u. odpowiadają na pytania: Co zaobserwowałyście(liście)? Jak się czułyście(liście)? Co wam się spodobało, a co nie?, b. rozmowa na forum wykorzystująca odpowiedzi, które padły w dwójkach. **5. Etap trzeci - wnioskowanie (złożenie obserwacji w jedną całość i stworzenie teorii)**: nazwanie na forum i spisanie środków manipulacji zastosowanych w reklamie społecznej. Można przy tym podeprzeć się pytaniami: Jak zebrać w całość i podsumować nasze obserwacje? Jakie wnioski można z nich wyciągnąć? **6. Etap czwarty - zastosowanie**: a. praca w parach lub 3-osobowych grupach nad pytaniami (klasę można podzielić pod kątem pytania): Jakich zasad warto przestrzegać przy tworzeniu reklam, w tym społecznych? oraz Jakich zasad warto przestrzegać w pracy dziennikarki(rza)? *Zasady muszą zostać sformułowane pozytywnie, bez stosowania zaprzeczenia „nie”.* 7. Podsumowanie: grupy wieszają plakaty z zasadami etyki, które powinny obowiązywać w reklamach oraz pracy dziennikarki(rza), a następnie u. głosują - przylepiając „cenki” - na najważniejsze. Następnie zapisują po trzy odpowiedzi dotyczące reklamy i trzy - pracy dziennikarki(rza).
Notatki i dodatkowe ćwiczenia: Podane w wzz.
Praca domowa: Brak.
Materiały i pomoce dydaktyczne: reklama społeczna, zasady dyskutowania, plakaty, „cenki”.

[załącznik nr 1]

Poziom IB 5 – 6	Uczennica(eń): a. zawsze właściwie dobiera słowa i poprawnie buduje zdania. b. mówi na temat, używając zwrotów: **moim zdaniem, uważam, że, (nie) zgadzam się z.** c. mówi wyraźnie, lecz nie podnosi głosu. d. używa **podstawowych** technik komunikacji niewerbalnej: słucha, nie przerywa, zwraca się ku mówiącej(emu), podniesioną ręką sygnalizuje chęć zabrania głosu, czeka na swoją kolej.
Poziom IB 7 – 8	Uczennica(eń): a. używa bogatego, właściwego i zróżnicowanego słownictwa, struktur zdaniowych i rozbudowanych form wypowiedzi. b. mówi na temat i nawiązuje do wypowiedzi poprzedniczek(ów), używając zwrotów: **moim zdaniem, uważam, że, (nie) zgadzam się z.** c. mówi wyraźnie, moduluje głos, lecz go nie podnosi. d. świadomie i skutecznie używa odpowiednich technik komunikacji niewerbalnej: słucha, nie przerywa, zwraca się ku mówiącej(emu), zachowuje z mówiącą(ym) kontakt wzrokowy, podniesioną ręką sygnalizuje chęć zabrania głosu, czeka na swoją kolej.