

SZKOŁA DLA INNOWATORA



**Fundusze
Europejskie**
Inteligentny Rozwój



**Rzeczpospolita
Polska**

Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



PROJEKT REALIZOWANY JEST PRZEZ:



PARTNERAMI PROJEKTU SĄ:



PROJEKT WSPIERAJĄ:



Projekt Szkoła dla innowatora współfinansowany jest ze środków Unii Europejskiej, w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Program Operacyjny Inteligentny Rozwój 2014-2020, Priorytet 2: Wsparcie otoczenia i potencjału przedsiębiorstw do prowadzenia działalności B+R+I, Działanie 2.4: „Współpraca w ramach krajowego systemu innowacji” PO IR, Poddziałanie 2.4.1. inno_LAB-Centrum analiz i pilotaży nowych instrumentów.



Reklama zadania

Karta zadania nr 35 dla nauczyciela/nauczycielki

Główne cele zadania

- ✓ Wykorzystasz środki retoryczne w tekście reklamy.
- ✓ Wykorzystasz różne środki językowe, żeby wpłynąć na decyzję (wybór) innej osoby.
- ✓ Rozpoznasz środki perswazji i manipulacji w tekstach reklamowych. Określisz ich funkcję.
- ✓ Przedstawisz w formie graficznej procenty i ułamki dziesiętne.
- ✓ Posłużysz się proporcją.
- ✓ Przygotujesz reklamę w formie plakatu.



Kryteria sukcesu

- ✓ Szacujesz czas pracy niepłatnej.
- ✓ Wykonujesz obliczenia z wykorzystaniem ułamków dziesiętnych.
- ✓ Budujesz proporcję na podstawie danych.
- ✓ Rozwiązujesz równanie utworzone na podstawie proporcji.
- ✓ Przedstawiasz graficznie dany procent.
- ✓ Korzystasz ze specjalnych środków językowych przy układaniu hasła reklamowego.
- ✓ Rozpoznajesz nawiązania do znanych powiedzeń, zwrotów czy tytułów literackich w sloganach tekstów reklamowych.
- ✓ Tworzysz plakat reklamowy.

Zagadnienia z języka polskiego

- ✓ słowne środki perswazji
- ✓ realne i słowotwórcze znaczenie wyrazów

Zagadnienia z geografii

- ✓ zmiana klimatu
- ✓ zrównoważony rozwój

Zagadnienia z matematyki

- ✓ obliczenia procentowe oraz na ułamkach dziesiętnych
- ✓ proporcje
- ✓ przedstawianie graficzne danych



Odniesienia do podstawy programowej z języka polskiego

- ✓ III.1.1. funkcjonalnie wykorzystuje środki retoryczne oraz rozumie ich oddziaływanie na odbiorcę

Odniesienia do podstawy programowej z matematyki

- ✓ V.5. stosuje obliczenia procentowe do rozwiązywania problemów w kontekście praktycznym, również w przypadkach wielokrotnych podwyżek lub obniżek danej wielkości

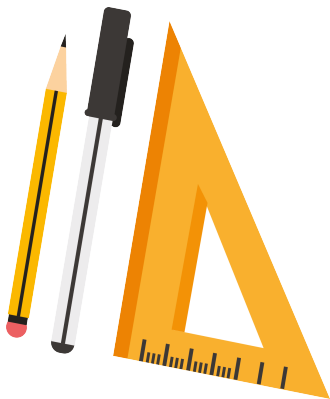
Odniesienia do podstawy programowej z plastyki

- ✓ II.4. projektuje graficzne formy użytkowe (zaproszenie, okładka, plakat)



Kompetencje proinnowacyjne

WIĄZKA	KOMPETENCJA	UMIEJĘTNOŚCI/ POSTAWY	SYTUACJE
SAMODZIELNOŚĆ MYŚLENIA	SAMODZIELNOŚĆ MYŚLENIA	zbieranie i selekcjonowanie niezbędnych/ wartościowych informacji	samodzielne weryfikowanie informacji na temat środków językowych stosowanych w reklamach
	MYŚLENIE DYWERGENCYJNE	patrzenie na problem z innego punktu widzenia	wybór najbardziej interesującej perspektywy – perspektywa zareklamowania zadania
ZARZĄDZANIE SOBĄ	WIZUALIZACJA PROBLEMU I ROZWIJANIE WYOBRAŹNI POPRZECZ PRZYDATNE METAFORY	wyjaśnianie i nadawanie sensu światu dzięki komunikacji pośredniej, w tym metaforom, rysunkom, schematom	plakat reklamujący zadanie z matematyki



Środki dydaktyczne (dla każdego ucznia/ każdej uczennicy)

- ✓ karta zadania „Reklama zadania”
- ✓ arkusze papieru, kartki, pisaki, kredki
- ✓ karteczki
- ✓ czasopisma
- ✓ komputer z dostępem do Internetu

Wyniki

Uczeń/uczennica opracuje i wykona plakat reklamujący jedno z zadań matematycznych. Zastosuje odpowiednie środki językowe.

Zadanie na etapie testowym. Możliwe modyfikowanie zadania i dostosowywanie go do możliwości i potrzeb nauczycieli i nauczycielek oraz uczniów i uczennic.

O ostatecznym kształcie zadania decyduje nauczyciel/nauczycielka.

Aktywność 1

Uczeń/uczennica zaczyna zadanie od wysłuchania piosenki Krzysztofa K.A.S.Y. Kasowskiego Reklama (<https://www.youtube.com/watch?v=iMYCAEA7FaU>).

Potem zapoznaje się z informacjami dotyczącymi tekstów reklam:

- ✓ J. Bralczyk, Gry nadawcy z odbiorcą w racje i emocje, [w:] tegoż, Język na sprzedaż, GWO, Gdańsk 2004, s. 19–21;
- ✓ W. Pisarek, Słowa między ludźmi, za: A. Gis, Zrozumieć słowo. Język polski 3. Podręcznik do kształcenia językowego, wyd. ARKA, Poznań 2002, s. 62–64;
- ✓ J. Bralczyk, Reklamowy zawrót głowy (fragm.), <https://epodreczniki.pl/a/reklamowy-zawrot-glowy/D7ddaYcsO>;
- ✓ Z. Sawaniewska-Mochowa, W. Moch, Poradnik językowy. Polskie gadanie, za: A. Gis, Zrozumieć słowo. Język polski 3. Podręcznik do kształcenia językowego, wyd. ARKA, Poznań 2002, s. 35–36.

Wprowadź w zadanie – uczeń/uczennica przygotuje reklamę. Nie będzie jednak reklamować szamponu ani samochodu, ale zadanie z matematyki.

(karta zadania „Reklama zadania”)

Wskazówki

Uczniowie i uczennice mogą rozwiązywać zadanie w parach.



Aktywność 2

Uczeń/uczenica przegląda reklamy w czasopiśmie. Na małych kartkach wypisuje te elementy reklam, na które zwrócił/zwróciła uwagę. Rozkłada kartki ze swoimi spostrzeżeniami na stole. Zastanawia się, na co zwraca uwagę w reklamach graficznych (na przykład w reklamach w gazetach, na banerach). Zapisuje swoje wnioski.

(krok 1, karta zadania „Reklama zadania”)

Aktywność 3

Uczeń/uczenica zapoznaje się z zabiegami językowymi, które często stosuje się w reklamach. Analizuje informacje zapisane w tabeli:

- ✓ zwroty w 2. osobie oraz formy zaimka TY/ WY, często zakończone wykrzyknikiem;
- ✓ przymiotniki i przysłówki w stopniu wyższym i najwyższym lub wyrazy o podobnym znaczeniu;
- ✓ wyrazy odwołujące się do takich skojarzeń, jak nowoczesność, luksus, świeżość, atrakcyjność, wyjątkowość;
- ✓ proste i bezpośrednie hasła i zwroty apelujące do odbiorcy – najczęściej pod postacią równoważników zdań lub trybu rozkazującego;
- ✓ pytania retoryczne;
- ✓ metafory i wyrazy wieloznaczne;
- ✓ zwroty porównawcze i hasła oparte na przeciwieństwie;
- ✓ ciekawe przekształcenia znanych powiedzeń, zwrotów i cytatów;
- ✓ gry językowe – np. przekształcenia słów, przekształcenia warstwy graficznej wyrazów (lub brzmienia słów);
- ✓ rymowane hasła przypominające wierszyki, powiedzonka lub gry słowne.

Źródło: <https://epodreczniki.pl/a/reklamowy-zawrot-glowy/D7ddaYcsO>.

(krok 2, karta zadania „Reklama zadania”)

Aktywność 4

Uczeń/uczennica zapoznaje się z reklamami promującymi czytanie:
<http://booklips.pl/galeria/kto-czyta-nie-bladzi-piktografiki-promuja-czytanie>.

Zastanawia się, jakie nawiązania do znanych powiedzeń, zwrotów i tytułów literackich zastosowano w sloganach prezentowanych tekstów reklamowych. Zapisuje je.

- ✓ Jurand ze spychacza
- ✓ Pieśń o roladzie
- ✓ Odprawa osłów greckich
- ✓ Cierpienia młodego Vadera
- ✓ Ziemia obmacana
- ✓ Przygody Tomka Slayera
- ✓ Balladynia
- ✓ Przygody Haka Fina
- ✓ Powiększ zestaw... książek
- ✓ Po pierwsze: zwiększ masę... książkową

(krok 3, karta zadania „Reklama zadania”)



Aktywność 5

Uczeń/uczennica poznaje „produkty”, czyli 3 zadania z matematyki. Rozwiązuje każde z nich. Potem wybiera zadanie, które będzie reklamować.

Źródła zadań:

- ✓ propozycja 1: Wylesianie Amazonii – Jak wyglądałby świat, gdyby Amazonia zniknęła z mapy? (ćwiczenie 2), [w:] Matematyka. Edukacja globalna na zajęciach matematyki w szkole podstawowej, Materiały edukacyjne dla nauczycieli i nauczycielek, praca zbiorowa, CEO, Warszawa 2019;
- ✓ propozycja 2: Znikające wyspy – Znikające wyspy (ćwiczenie 4), [w:] Matematyka. Edukacja globalna na zajęciach matematyki w szkole podstawowej, Materiały edukacyjne dla nauczycieli i nauczycielek, praca zbiorowa, CEO, Warszawa 2019;
- ✓ propozycja 3: Kawiarniany biznes z certyfikatem Fairtrade – Kawiarniany biznes z certyfikatem Fairtrade (ćwiczenie 6), [w:] Matematyka. Edukacja globalna na zajęciach matematyki w szkole podstawowej, Materiały edukacyjne dla nauczycieli i nauczycielek, praca zbiorowa, CEO, Warszawa 2019.

(krok 4, karta zadania „Reklama zadania”)



Aktywność 6

Uczeń/uczennica zaczyna przygotowanie reklamy od wymyślenia hasła reklamowego. Sięga do informacji z kroków 2 i 3. Określa, jakiego rodzaju zabiegi językowe zastosował/zastosowała.

(krok 5, karta zadania „Reklama zadania”)

Aktywność 7

Uczeń/uczennica przygotowuje plakat. Ma się na nim znaleźć treść zadania albo informacja, gdzie można je znaleźć (na przykład na stronie internetowej szkoły).

Gotowy plakat wiesza w sali matematycznej.

Odpowiada na pytania:

1. Od czego zacząłeś/zaczęłaś przygotowania do wykonania zadania?
2. Jakie elementy konstrukcji zadania pomogły Ci w opracowaniu koncepcji reklamy?
3. O co musiałeś/musiłaś zadbać, by reklama była dobrze zrozumiana przez odbiorców/odbiorczynie?
4. Co chciałeś/chciałaś osiągnąć poprzez reklamę? Czego użyłeś/użyłaś, żeby osiągnąć cel?

(krok 6, karta zadania „Reklama zadania”)



Źródła

- ✓ <https://www.youtube.com/watch?v=iMYCAEA7FaU>
- ✓ <https://epodreczniki.pl/a/reklamowy-zawrot-glowy/D7ddaYcsO>
- ✓ <http://booklips.pl/galeria/kto-czyta-nie-bladzi-piktografiki-promuja-czytanie/>
- ✓ www.populationof.net/pl/ethiopia/
- ✓ J. Bralczyk, Gry nadawcy z odbiorcą w racje i emocje, [w:] tegoż, Język na sprzedaż, GWO, Gdańsk 2004, s. 19–21
- ✓ W. Pisarek, Słowa między ludźmi, za: A. Gis, Zrozumieć słowo. Język polski 3. Podręcznik do kształcenia językowego, wyd. ARKA, Poznań 2002, s. 62–64
- ✓ J. Bralczyk, Reklamowy zawrót głowy (fragm.), <https://epodreczniki.pl/a/reklamowy-zawrot-glowy/D7ddaYcsO>
- ✓ Z. Sawaniewska-Mochowa, W. Moch, Poradnik językowy. Polskie gadanie, za: A. Gis, Zrozumieć słowo. Język polski 3. Podręcznik do kształcenia językowego, wyd. ARKA, Poznań 2002, s. 35–36
- ✓ Matematyka. Edukacja globalna na zajęciach matematyki w szkole podstawowej, Materiały edukacyjne dla nauczycieli i nauczycielek, praca zbiorowa, CEO, Warszawa 2019

(dostęp do źródeł internetowych: marzec 2020 r.)



Komentarz

Jest to zadanie interdyscyplinarne łączące treści z **czterech przedmiotów**: języka polskiego, matematyki, geografii oraz plastyki. Zadanie z **2. poziomu interdyscyplinarności**. Konstrukcja zadania jest skomplikowana. Dominującym przedmiotem jest język polski. Uczeń/uczennica wykorzystuje umiejętności z języka polskiego do wykonania pracy plastycznej. Pomocniczym przedmiotem jest matematyka. Zadania matematyczne są związane z treściami z geografii.

Zadanie skoncentrowane na problemie stosowania środków językowych w reklamach.

Zadanie problemowe typu „**Stwórz coś oryginalnego**” – uczeń/uczennica tworzy plakat reklamujący zadanie matematyczne.

Zadanie z udziałem grafiki, która pojawia się w jednym z zadań matematycznych – uczeń/uczennica przedstawia graficznie wielkości matematyczne. Produkt zadania – plakat – również jest grafiką. Uczeń/uczennica przekłada informacje z reprezentacji symbolicznej/słownej na graficzną.

Zadanie dla eksperta/ekspertki – korzysta z wiedzy eksperckiej z plastyki (wykorzystanie środków plastycznych) i z matematyki (obliczenia na procentach i ułamkach dziesiętnych, korzystanie z proporcji). **Zadanie dla praktykanta/praktykantki** – практикуje stosowanie środków językowych w reklamie.

Komentarz

Kontekst zadania: zadanie nawiązuje do sytuacji dobrze znanej uczniowi/uczenncy, czyli do reklamy. Natomiast konteksty zadań matematycznych nie są związane z codziennym życiem ucznia/uczenncy (praca na plantacji kawy, kraj Tuwal czy lasy Amazonii).

Uczniowie/uczenncice rozwiązują zadanie **indywidualnie** lub **w parach**. Aktywność ucznia/uczenncy polega na **pracy indywidualnej z kartą zadania** oraz na przygotowaniu **plakatu**.

Wprowadzasz w tematykę zadania. **Pomagasz** w razie potrzeby, umożliwiasz opublikowanie zadań matematycznych, na przykład na stronie internetowej szkoły. Warto porozmawiać z nauczycielem/nauczycielką matematyki, żeby zwrócił/zwróciła uwagę uczniów/uczennci klas VII i VIII na plakat ich kolegi/koleżanki.

Zadanie może być rozwiązywane **na lekcji**, najlepiej pod opieką nauczyciela/nauczycielki języka polskiego, **w cyklu lekcji** (lekcja języka polskiego – lekcja matematyki – lekcja plastyki) lub w ramach **Biura Pracy Indywidualnej**.



Centrum Edukacji Obywatelskiej

ul. Noakowskiego 10/1

00-666 Warszawa

(22) 875 85 97 wew. 109

szkoladlainnowatora@ceo.org.pl

www.szkoladlainnowatora.ceo.org.pl