DESIGNUL ACTIVITĂȚII

Disciplina: Limba și literatura română
Clasa: a X-a J, profil științe sociale
Profesor: Alina Dinu
Concepte/cuvinte cheie din domeniul educației media: tipuri de mesaje media, mediul online, videoclip, consumatori și producători de media; autor, format, audiență, conținut, scop; perspective diferite
Concepte cheie din domeniul disciplinei: elementele situației de comunicare, funcțiile comunicării, textul multimodal, înţelegerea globală/detaliată a unor mesaje audio-video, raportul text-imagine, verbal-paraverbal-nonverbal, imaginaţie, invenţie; scopul comunicării (informare, delectare, divertisment etc.), reacţiile receptorului (cititor, ascultător)
Competențe specifice: 1.1., 1.2., 1.3.;
Relevant pentru (a se nota domeniul din Educația media și din disciplină)
- Cadrul deconstrucției/construcției mesajelor media
- Folosirea modalităților de analiză tematică, structurală și stilistică în receptarea diferitelor texte literare și nonliterare

Motivația (de ce)
- ca să aduc în prezent ideea de *frumusețe,* prin observarea modului în care acesta este *construită* de discursul publicitar;
- ca să justific importanța reală/concretă a instrumentelor de analiză a produselor media;

Tema (ce)
Discursul publicitar; interpretarea mesajelor unei campanii publicitare la produse de îngrijire corporală; CAMPANIA DOVE;

Descriere (cum)
I. Evocare:
Discuţie introductivă:
- se poartă o discuție introductivă despre felul în care s-au schimbat de-a lungul timpului (din anii ’40 până în prezent)*standardele* de apreciere a frumuseții unei femei;
- se realizează un experiment similar celui propus de DOVE: fetele din clasă și mamele acestora au fost rugate să-și facă un selfie *cinstit*(fără machiaj, fără modificarea ulterioară a fotografiei); de asemenea, fetele și mamele au notat acele aspecte ale propriului chip de care nu sunt mândre/ care nu le plac;
- fotografiile sunt afișate în clasă și toți copiii sunt rugați să le vadă și să noteze pe bilețele calitățile pe care le observă la fiecare chip; se confruntă apoi aceste calități cu observațiile inițiale ale doamnelor/fetelor fotografiate; scopul exercițiului este de a observa că suntem, adesea, cei mai aspri critici ai noștri;

II. Constituirea sensului:
- **Pasul 1:**Profesorul le vorbește elevilor despre campania DOVE -Real Beauty - lansată în 2004, când compania începuse să aibă vânzări din ce în ce mai scăzute și a fost nevoită să-și refacă imaginea; campania a avut mai multe

etape – Real Curves, Redefining Beauty, Dove Self-Esteem, Pro-Age, Little Girl –ideea centrală rămânând aceea a frumuseții reale, netrucate, a acceptării propriului corp, a propriului eu, a înțelegerii corecte a raportului *adevărat/contrafăcut* în frumusețe;

- **Pasul 2:** Elevii primesc o fișă în care sunt prezentate principalele etape ale deconstrucției unui mesaj media; fișa se va completa în perechi/ grupe pentru fiecare dintre următoarele spoturi din campania DOVE:
True Colours(https://www.youtube.com/watch?v=tG5Ayax_Zck),
Onslaught (https://www.youtube.com/watch?v=9zKfF40jeCA),
Amy (https://www.youtube.com/watch?v=-_l8Umbq3qc);
- **Pasul 3**: Se prezintă oral câteva răspunsuri (2-3 minute fiecare). Se discută pe marginea răspunsurilor;

III. Reflecţie:

- se discută despre impactul mesajelor media asupra diferitelor tipuri de receptori, cu accent pe nevoia unei raportări critice/interogative asupra diverselor *modele* de frumusețe promovate în media actuală;

Temă:

- elevii primesc la temă un nou videoclip – Evolution (https://www.youtube.com/watch?v=KN2yunRynks), pornind de la care scriu un eseu despre relația dintre real și artificial în industria frumuseții;