



AGNIESZKA RUTKOWSKA-SAGATA,  
KATARZYNA WIERZBICKA-ZIEMBICKA

## SCENARIUSZ LEKCJI

Program nauczania języka francuskiego na II etapie edukacyjnym w klasach VII-VIII

opracowany w ramach projektu

**„Tworzenie programów nauczania oraz scenariuszy lekcji i zajęć wchodzących w skład zestawów narzędzi edukacyjnych wspierających proces kształcenia ogólnego w zakresie kompetencji kluczowych uczniów niezbędnych do poruszania się na rynku pracy”**

dofinansowanego ze środków Funduszy Europejskich w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój, 2.10 Wysoka jakość systemu oświaty

**Warszawa 2019**

Redakcja merytoryczna – Witkowska Elżbieta

Recenzja merytoryczna – Hanna Łaskowska

Agnieszka Dołęga

Katarzyna Szczepkowska-Szczęśniak

Agnieszka Ratajczak-Mucharska

Redakcja językowa i korekta – Altix

Projekt graficzny i projekt okładki – Altix

Skład i redakcja techniczna – Altix

Warszawa 2019

Ośrodek Rozwoju Edukacji

Aleje Ujazdowskie 28

00-478 Warszawa

[www.ore.edu.pl](http://www.ore.edu.pl)

Publikacja jest rozpowszechniana na zasadach wolnej licencji Creative Commons –  
Użycie niekomercyjne 4.0 Polska (CC-BY-NC).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.pl>

## Temat zajęć:

### Chocolat minceur (Czekolada odchudzająca)

## Klasa / czas trwania zajęć

klasa II, 2x45 min

## Cele

**komunikacyjne:** Uczeń rozumie krótką reklamę radiową nt. wybranego produktu spożywczego oraz potrafi na nią zareagować, wyrażając swoją opinię i uczestnicząc w szerszej dyskusji nt. reklamy, kanonu piękna i środków odchudzających.

**Leksykalne:** Uczeń rozumie słownictwo i związki frazeologiczne charakterystyczne dla języka reklamy; rozumie i potrafi posłużyć się słownictwem związanym z dietami i odchudzaniem, utrwala słownictwo dotyczące zdrowych nawyków żywieniowych.

**Gramatyczne:** Uczeń rozróżnia, na podstawie poszczególnych końcówek, część mowy, do której należy dany wyraz.

**Fonetyczne/ortograficzne:** Uczeń rozpoznaje intonację charakterystyczną dla języka reklamy i potrafi ją odtworzyć.

**Interdyscyplinarne/Kulturowe:** Uczeń rozpoznaje niektóre figury stylistyczne, np. hiperbolę, metaforę i oksymoron oraz potrafi podać przykłady tych figur po francusku; potrafi dostrzec w reklamie cechy tekstu kultury i wskazać związek między reklamą a kulturą.

**Wychowawcze:** Uczeń wykazuje krytycyzm wobec reklam oraz przejawia pogłębioną refleksję na temat przedstawianego w nim świata; rozpoznaje cechy manipulacji.

## Techniki/Formy pracy

opis ilustracji, ćwiczenia intonacyjne i gramatyczne, autodyktando.

## Środki dydaktyczne

tablica, kilka reklam obrazkowych produktów odchudzających, krótka reklama radiowa produktu odchudzającego (np. czekolady: <https://www.youtube.com/watch?v=xNE-CN5f8v0> [dostęp w dn.10.07.2019]), kartki z ćwiczeniem „prawda/fałsz”, komputer z dostępem do Internetu (lub nagranie ściągnięte wcześniej przez nauczyciela), kartki z transkrypcją nagrania.

**Czynności wstępne i rozpoczęcie lekcji:** Nauczyciel sprawdza listę obecności i pyta uczniów o samopoczucie, przechodząc na język francuski.

**Wprowadzenie do tematu:** Prezentowanie uczniom kilku ilustracji reklamujących różne produkty odchudzające oraz pytania o to, co jest reklamowane oraz co obiecują reklamodawcy. Wprowadzenie niezbędnego słownictwa. Krótka rozmowa o reklamowanych aktualnie produktach.

**Pierwsze słuchanie nagrania:** Uczniowie słuchają nagrania i określają reklamowany przedmiot. Nauczyciel sprawdza odpowiedzi.

**Drugie oglądanie nagrania:** Zadaniem uczniów jest ponowne odsłuchanie dokumentu i zaznaczenie na arkuszach „prawda/fałsz” zdań zgodnych/niezgodnych z treścią materiału.

**Konceptualizacja:** Uczniowie mają ponownie przesłuchać nagranie przy jednoczesnym śledzeniu transkrypcji i zaznaczeniu fragmentów, w których ton głosu spikerki się podnosi, oraz głosek, które są przez nią przedłużone. Nauczyciel robi pauzy i powtarza niektóre zdania z nagrania, ułatwiając uczniom zadanie. Weryfikuje odpowiedzi uczniów i zadaje im kilka pytań odnośnie modulacji i wysokości głosu spikerki. Podaje przykłady i prosi uczniów o powtórzenie kilku zdań, skupiając się na intonacji. Zwraca uwagę na wyrażenia idiomatyczne i ich użycie w tekście oraz wyjaśnia je. Zwraca uczniom uwagę na słowo *minceur* (*odchudzający*) użyte w reklamach i prosi o podanie wyrazu, od którego słowo to zostało utworzone. Następnie wspólnie z uczniami tworzy czasownik z tej samej rodziny wyrazów. Postępuje podobnie z kilkoma innymi wyrazami i formułuje regułę. Rysuje na tablicy tabelę podzieloną na trzy/cztery kolumny. Wpisuje w niektóre komórki tabeli wyrazy, a zadaniem uczniów jest uzupełnienie tabeli o wyrazy z tej samej rodziny i zdefiniowanie ich (np. *mince* – *minceur* – *s’amincir/mincir*). Nauczyciel zwraca uczniom uwagę na figury stylistyczne w tekście transkrypcji, we współpracy z uczniami definiuje je i prosi o podanie innych przykładów.

**Utrwalenie słownictwa i struktur gramatycznych:** Dyskusja na temat siły reklam, użytych w nich środków perswazji, a także dotyczącą środków odchudzających, diet i ich popularności we współczesnej kulturze (rozwój świadomości i ekspresji kulturalnej). W razie potrzeby nauczyciel zapisuje na tablicy dodatkowe słownictwo.

### Podsumowanie

Nauczyciel zadaje uczniom pytania o to, czego się nauczyli na zajęciach.

### Zakończenie lekcji

Praca domowa: uczniowie, w parach, mają przygotować własną reklamę radiową lub audiowizualną wybranego produktu (porozumiewanie się w językach obcych) i przedstawić ją przed klasą.

### Komentarz metodyczny

Nagrane przez uczniów reklamy oceniane będą według poprawności językowej, inwencji i ilości wiadomości z lekcji zastosowanych w praktyce. Co do inwencji, nauczyciel może włączyć resztę klasy w ocenianie pracy kolegów, zadając im pytanie o to, czy np. zrozumieli, co było reklamowane, czy przedstawiona przez nich reklama była pomysłowa, czy wg. nich wymagała dużo pracy, ile słów/ wyrażań z lekcji zostało użytych etc. Ławki powinny być ustawione w rzędach lub

w półkole, przodem do nauczyciela. Uczniowie o SPE powinni mieć możliwość przygotowania pracy domowej wedle zaleceń wymienionych w ich orzeczeniu lub bycia ocenionymi na podstawie zupełnie innej pracy (np. pracy pisemnej w formie plakatu reklamowego lub pracy indywidualnej). Ponieważ zajęcia mają charakter interdyscyplinarny zalecana jest współpraca między różnymi nauczycielami. Nauczyciel powinien uzupełnić wymagania dot. pracy domowej o kryterium „dla chętnych”, np. użycie wyrażeń spoza lekcji.