

PACHET DE ACTIVITĂȚI

Jocul de cărți „Silogismus”

13

Jocurile persuasiunii

1. Public țintă:

- Elevi din clasa a IX-a, la disciplina *Logică, argumentare și comunicare*.

2. Timp:

- Pentru elevii din clasa a IX-a, între 6 și 10 săptămâni. În principiu, în al doilea semestru.

3. Obiective de învățare:

Elevii vor putea să:

- aplice cunoștințele de argumentare în contexte de comunicare reale.
- folosească noile media pentru a-și exprima punctul de vedere și pentru a încerca să persuadeze audiența că punctul lor de vedere este corect.
- dezvolte abilitățile de vorbire în public.

4. Descrierea activităților:

- Jocurile persuasiunii (denumire inspirată de faimoasele filme hollywoodiene „The Hunger Games”) sunt o modalitate de a aplica cunoștințele și deprinderile învățate la Logică în contexte de comunicare cât mai apropiate de realitate. Cu toții scriem postări pe Facebook sau pe alte platforme media și încercăm să convingem alte persoane de adevărul opiniilor noastre. Jocurile persuasiunii utilizează tocmai astfel de media pentru a dezvolta abilitățile de persuasiune ale participanților.
- Jocurile persuasiunii sunt împărțite pe mai multe etape:
 - Etapa 1: faza calificărilor. Discurs public. Colegii decid folosindu-se de un barem de evaluare a discursurilor.
 - Etapa a 2-a: sferturi de finală. Postare pe o platformă de socializare: de exemplu, pe Facebook. Colegii votează prin aprecieri (likes).
 - Etapa a 3-a: semifinale. „Change my mind” - via Zoom.
 - Etapa a 4-a: finală. Video Youtube / Instagram. vot popular prin likes.
- Important: citește pachetul de activități 5 și desfășoară unele activități de acolo în coroborarea cu cele de aici.

5. Desfășurarea activităților

- La începutul anului școlar, le vei spune elevilor despre existența acestei competiții și le vei prezenta programul competițional. Elevii care doresc să participe se vor înscrie până la o dată dinainte determinată.
- Pentru prima etapă, cea a calificărilor pentru sferturile de finală, medium-ul este discursul public, în fața clasei. Elevii care s-au înscris în competiție vor pregăti un discurs de 5 minute pe care îl vor prezenta în fața colegilor. Este de recomandat ca discursurile să urmărească structura prezentată în *Fișa de lucru 13a*. Discursurile vor apărea o poziție pro sau contra unei moțiuni definite anterior.¹⁶

¹⁶ Vezi site-ul Debatepedia: http://www.debatepedia.org/en/index.php/Welcome_to_Debatepedia%21 pentru o listă de moțiuni.



Elevii care nu participă în competiție vor evalua discursurile participanților și le vor puncta pe baza baremului din *Fișa de lucru 13a*. Participanții care se plasează pe primele 8 locuri (pe baza punctajelor oferite de colegi) vor merge mai departe, în faza sferturilor.

- Pe ntru a doua etapă, medium-ul este reprezentat de o platformă de social media (Facebook ar fi probabil varianta ideală), unde participanții postează un text de maximum 200 de cuvinte pe care colegii lor îl pot aprecia (like) pe baza unui barem care se găsește în *Fișa de lucru 13b*. Postările nu vor fi făcute direct de elevi, ci vor fi făcute de către profesor, de pe o pagină oficială dedicată acestui proiect. Vezi pachetul de activități 3.10 despre detalii despre platforma „Acces Media”. Astfel, textele vor fi anonime. Pentru ajutor în redactarea textelor, elevii pot consulta *Fișa de lucru 13b*.

- În a t reia etapă, participanții vor încerca să persuadeze individual colegi care au opinii puternic înrădăcinate pe o temă dată. Change my mind. Această etapă conține 3 faze:

- În prima fază, trebuie să alegi patru moțiuni și să selectezi patru elevi care se poziționează foarte clar pentru aceste moțiuni.

- În a doua fază, participanții la concurs trebuie să-și pregătească un discurs scurt prin care încearcă să-și persuadeze colegii și să dezbată cu aceștia, încercând săi convingă.

- În a treia fază, combatanții vor puncta intervențiile participanților folosindu-se de baremul de evaluare din *Fișa de lucru 13a*.

- Dintre cei patru semifinaliști, primii doi cu punctajul cel mai mare (în urma celor patru dezbateri) vor merge mai departe în finală.

- Logistic, cele patru dezbateri din semifinale se pot organiza prin întâlniri față în față, ca în imaginea alăturată, sau via Zoom / Skype (unde pot fi și înregistrate, pentru a ușura evaluarea).



¹⁷ Imagine găsită pe Internet la prima căutare prin motorul Google „change my mind meme”.

- Etapa a patra, finala, presupune producția unor materiale video de maximum 10 minute în care elevii finaliști încearcă să convingă publicul de adevărul poziției lor.
 - În primă fază, cei doi combatanți trebuie să se decidă asupra unei moțiuni față de care se poziționează diferit. Oferă-le o listă de moțiuni și discută cu ei care moțiune s-ar preta cel mai bine pentru obiectivul exercițiului.
 - Finaliștii au apoi două săptămâni la dispoziție să se pregătească și să creeze materialul video. Se pot folosi de orice metodă doresc (vlog, prezentări powerpoint
 - vezi *Fișa de lucru 17b* - interviuri etc.).
 - După ce vei primi materialele video până la un deadline decis dinainte, le vei urca pe o platformă de vizualizare video (YouTube, de preferință), de pe un cont făcut de tine (vezi pachetul 18) și le vei ține acolo spre vizualizare timp de o săptămână.
 - Timp de o săptămână, filmările pot primi aprecieri (like-uri), iar participantul al cărui material primește cele mai multe aprecieri este declarat cel mai popular și persuasiv vorbitor.
 - Pentru a-i ajuta să se decidă dacă să aprecieze sau nu un video, oferă-le elevilor tăi *Fișele de lucru 13a și 13b*. Desigur, materialele video de pe YouTube pot primi aprecieri și din alte părți, în funcție de viralitatea și puterea lor de persuasiune. Tocmai de aceea este important ca ambii finaliști să fie premiați.

Barem de evaluare discurs¹⁸

CRITERIU DE EVALUARE	PROCENT DIN NOTA FINALĂ	NOTĂ (1-10)	EXPLICAȚIE
<p>1. Conținut</p> <ul style="list-style-type: none"> - Are discursul o teză clar identificabilă? - Arată vorbitorul care sunt temeiurile pentru adevărul tezei pe care o susține? - Argumentele prezentate de elev (dacă a prezentat argumente) sunt clar identificabile și ușor de înțeles? - Este analiza elevului profundă și relevantă pentru teza de apărare? - Evită elevul erorile de argumentare? - Definește elevul corect și clar termenii pe care îi folosește? - Folosește elevul exemple și date empirice bine întemeiate pentru a-și susține argumentele? 	40%		
<p>2. Stil</p> <ul style="list-style-type: none"> - Își adecvează vorbitorul vocabularul în raport cu tema, situația și publicul? - Este vorbitorul clar și la obiect? - Vorbește elevul liber? - Susțin limbajul paraverbal și nonverbal al elevului mesajul transmis? - Reușește vorbitorul să stârnească emoții care să convingă auditoriul de adevărul tezei sale? Este elevul persuasiv? - Are vorbitorul o atitudine potrivită cu situația (sigur de sine, rezonabilitatea)? - Evită vorbitorul o atitudine nepotrivită (defăimătoare, imorală etc.)? 	40%		
<p>3. Structură / strategie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Este structura discursului clară și ușor de urmărit? - Repetă vorbitorul cuprinsul discursului pentru a se asigura că e urmărit? - Urmărește elevul să obțină adeziunea publicului la teza sa? - Respectul elevul timpul alocat? 	20%		

¹⁸ Baremul din această fișă este bazat parțial pe criteriile de arbitraj din dezbaterile World Schools. Vezi capitolul „Arbitrajul în formatul World Schools” din Beteringhe et al 2016.



Criterii de evaluare a textului de pe o rețea socială (Facebook)

	Dau LIKE	Nu dau LIKE
1. Conținut	Text argumentat, cu o teză clar identificabilă și care oferă temeieri pentru adevărul tezei	Text fără argument sau cu argumente greu de urmărit; teză greu de identificat
2. Stil	Proză clară și ușor de urmărit. Bine organizată. Limbaj adecvat scopurilor textului	Proză greoaie și greu de urmărit. Haotic organizată. Limbaj neadecvat scopului postării
3. Persuasiune	Textul reușește să convingă, atât prin forța argumentelor, cât și prin emoțiile pe care le stârnește	Textul nu convinge pentru că îi lipsește claritatea argumentativă sau forța emoțională

Analizând textul postării pe baza acestor criterii, evaluatorul decide dacă apreciază sau nu postarea, cântărind argumentele pro și contra.

