

Dopuna Nastavnog programa za predmet Bosanski jezik za sedmi razred br. 07-408/8 od 23.04.2010

PROGRAMSKO PODRUČJE JEZIK		
Ciljevi	Sadržaji	Pojmovi
<p>Učenik/učenica: -da objašnjava djelatnost Ćirila i Metodija, glagoljicu i ćirilicu, staroslovenski jezik i bosansku varijantu staroslovenskog jezika, Bašćanska ploča, Humačka ploča (bosančica, stećci, sanduci, ploče i sljemenaci, stubovi, skele i krstači). -da objašnjava djelatnost Klimenta i Nauma, poslanstvo moravskog kneza Rastislava koji će pripovjedati na slavenskom jeziku;</p>	<ul style="list-style-type: none"> slovenska pismenost 	<p>(Ćirilo i Metodij, glagoljica, ćirilica, staroslovenski jezik, staroslovensko doba, crkvenoslavensko doba, poslanstvo moravskog kneza Rastislava, Bašćanska ploča (pisana glagoljicom), stećak, Humačka ploča (bosančica, bosanska ćirilica)</p>
<p>Aktivnosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> Učenici rade u grupe s materijalima koje im daje nastavnik: knjigama i informacijama o djelovanju slovenskih prosvjetitelja Ćirila i Metodija. Svaka grupi dobiva različite zadatke za pronalaženje činjenica iz dobivenog materijala: 1. sređivanje biografskih podataka o porijeklu braće Ćirila i Metodija; 2. podaci o obrazovanju braće Ćirila i Metodija, osnovni podaci o djelovanju braće prije nastanka glagoljice; 3. informacije o temelju glagoljice i pripremama za Moraviju, 4. značenje djelatnosti braće Ćirila i Metodija za slovensku pismenost. Pripremljene informacije dijele se između grupa tehnikom puzli, odnosno svako iz grupe u kojoj je istraživao rotira u novu grupu. U novoj grupi će biti 4 učenika, po jedan iz svake grupe koja je istraživala četiri zahtjeva na početku. Na kraju nova skupina dijeli materijal na posebnom dokumentu ili plakatu na kojem su istaknuta različita doba/zadatci života i djelovanja Ćirila i Metodija. Učenici dobijaju list papira na kojem je uz svako slovo glagoljice ispisano odgovarajuće slovo ćirilice. Učenici moraju napisati svoje ime i prezime na današnjoj ćirilici. Potom se od njih traži da ispod njih ponovno pokušaju napisati svoje ime i prezime koristeći prvo glagoljicu, a zatim ćirilicu (staroslovensko pismo, zatim bosančicu.). Razmjenjuju svoje zapise i zajednički komentiraju razlike u pismima. Učenici na slajdu/posteru/fotografiji Humačke ploče, potiču se da kažu sve podatke koje znaju o ovom najstarijem historijskom spomeniku bosanske pismenosti u Bosni i Hercegovini, a pisana je na staroslovenskom jeziku, bosančicom, a nastavnik tehnikom grozda zapisuje podatke na tabli. Nakon tih podataka slijede podaci o Humačkoj ploči koje nastavnik iznosi kroz prezentaciju. Učenici zatim koriste te informacije kako bi kreirali vlastiti tekst 		

za prvi pisani dokument staroslovenskog jezika napisan bosančicom. Rezimiraju sve informacije koje su čuli u prvom dijelu lekcije. Napisano se čita pred razredom.

- Učenici samostalno čitaju legendu o čudima Nauma Ohridskog. Ono što su čuli rezimiraju u nekoliko rečenica i uspoređuju s tekstom koji je nastavnik pripremio u odnosu o biografskim podacima Nauma Ohridskog – djelovanju, izgradnji manastira i njegovom radu u njemu. Glavne podatke u odnosu djelatnosti Nauma Ohridskog učenici bilježe a zatim ih dijele kako bi se nadopunili.
- U učionici je postavljena izložba slika Ćiril i Metodija, dijelovi *Žitija* napisana na staroslovenskome neposredno nakon njihove smrti, pisma pape i Italska legenda, učenici obilaze izložbu, a potom s elektronske table čitaju što je tamo napisano. Sve dobivene podatke učenici zatim koriste za izradu svog plana pročitanoj sadržaja. Planovi s podacima dijele se učenicima na kraju sata.
- Na školskoj tabli nacrtana je vremenska osa na kojoj je početna tačka VII vijek, a završna tačka XVIII vijek. Od učenika se traži da na vremenskoj osi odrede od kada do kada traje staroslavensko, a od kada do kada crkvenoslovensko doba. Nakon utvrđivanja doba iznose posebnosti koje karakteriziraju staroslovensko doba, a potom i podatke koji karakteriziraju crkvenoslavensko doba. Podatke za oba doba imaju na posebno pripremljenom materijalu za koji su prethodno napravili bilješke. Svako radi individualni plan za ono što je čuo kao podsjetnik.
- Učenici su podijeljeni u grupe i u svakoj se grupi kroz tehniku Kongitivna mapa postavljaju pojmove na temu Varijante slavenskog jezika i Bosanska varijanta Staroslovenskog jezika koji pod svojim imenom i svojim pismom nazvanim bosančica, ubilježio i osvjedočio svoje postojanje na čuvenim Humskim pločama, a uveliko funkcionirao kao jezik Kulina Bana. Svaka grupa prezentira svoju kartu, a nastavnik kroz pitanja koja usmjeravaju nakon svakog izlaganja ukazuje na osnovne naučne činjenice koje bi učenici trebali znati o temi.

PROGRAMSKO PODRUČJE JEZIK I KOMUNIKACIJA

Ciljevi	Sadržaji	Pojmovi
<p>Učenik/učenica:</p> <p>- da odgovara na pitanja, parafrazira, citira i objašnjava dijelove teksta i tekst u cjelini.</p>	<p>Slušanje s razumijevanjem;</p> <p>Čitanje sa razumijevanjem: istraživačko čitanje i informativno čitanje;</p> <p>Pisanje i pravljenje/korištenje bilješki tokom čitanja teksta</p>	<p>Slušanje sa razumijevanjem</p> <p>Istraživačko čitanje</p> <p>Informativno čitanje</p> <p>Bilješke tokom čitanja</p>
<p>Aktivnosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Učenici slušaju obavještenje o predstojećim aktivnostima u školi, zapisuju i dijele eksplicitne informacije. • Učenici slušaju/čitaju tekst o prirodnom fenomenu. Oni pojednostavljaju tekst svojim riječima, parafraziraju ga i dijele sa svojim drugarima iz razreda. • Učenici čitaju polugodišnji izvještaj o uspjehu razreda predstavljen u pitama i dijagramima, diskutuju i pojašnjavaju podatke koje prate i dijele na pametnoj tabli. Zajedno citiraju, objašnjavaju i sumiraju sve što su čuli. 		

- Učenici se dijele u grupe i međusobno istražuju koliko je njih pročitao lekturu prošle godine, koliko je pročitao polovinu lektire ili samo jednu lekturu. U svakoj grupi se organizuju ko će napisati narativ, ko će podatke prikazati u obliku pite ili grafikona. Rad se dijeli pred svima u razredu.
- Učenici se dijele u grupe i simuliraju situaciju prije eventualne moguće prirodne nepogode. Za planiranje evakuacije potrebna je mapa na prvom spratu škole, karta se pravi prema uputstvu nastavnika, sa legendom i dijeli se odabirom najuspješnije ili najjasnije.
- Učenici dobijaju tekst koji se odnosi na temu koja se proučava u nekom predmetu, podijeljeni su u grupe i svaka grupa ima različite zadatke: pronaći i protumačiti ključne riječi, pronaći i protumačiti važne fraze, sažeti tekst u nekoliko važnih rečenica. Rad se dijeli ispred razreda.

PROGRAMSKO PODRUČJE MEDIJSKA PISMENOST

Ciljevi	Sadržaji	Pojmovi
Učenik/učenica: -da identificira i objasni dezinformacije i manipulacije u medijskom prostoru	Dezinformacije i manipulacije	Pogrešne informacije/misinformacije, dezinformacije i štetne informacije/malinformacije; vizualne dezinformacije, emocionalna manipulacija
- da identificira rizike pri komuniciranju na društvenim mrežama	Opasnosti na društvenim mrežama	Zaštita ličnih podataka, skriveno reklamiranje, lažni profil, bot
- da uoči posljedice utjecaja društvenih mreža na formiranje slike tijela	Društveni mediji i slika tijela	Društveni mediji
- da napravi jednostavnu analizu medijskog sadržaja.	Medijski sadržaj za informiranje i uvjeravanje; Analiza medijskog sadržaja	Medijsko izvještavanje, mišljenje, reklama, društveno /reklamiranje, odnosi s javnošću, propaganda, komponente medijskog sadržaja, svrha medijske poruke, tehnike privlačenja pažnje
Aktivnosti:		
<ul style="list-style-type: none"> • Učenici su podijeljeni u grupe, svaka grupa dobiva tekst koji je pripremio nastavnik. U tekstovima ima dezinformacija, u jednom su malinformacije, u drugom su misinformacije. Učenici na tabli imaju objašnjenje pojmova dezinformacija, malinformacija i misinformacija te ih trebaju prepoznati u konkretnim primjerima jesu li i zašto su dezinformacije. Zaključke čitanja i analize tekstova svaka grupa iznosi pred razredom. Nakon izlaganja slijedi zajednička rasprava kojom se zaključuju osnovni podaci o informacijama misinformacija i malinformacijama. (Primjer misinformacije - tekst koji se odnosi na već održanu ekskurziju te navodi mjesto i vrijeme održavanja, a postavlja ga školska novinska sekcija na web stranici škole. Informacija ne 		

sadrži tačne podatke o mjestu ili vremenu, ali nema loše namjere u objavi. Primjer malinformacije, školske novine objavile su fotografiju kapitena školske fudbalske ekipe kako puši cigaretu u školskom dvorištu. Informacija uništava ugled kapitena i nema nikakvog značaja za javnost.)

- Podijeljeni u grupe, učenici imaju zadatak pronaći manipulaciju vizualnim sadržajem na mjestima koja im odredi nastavnik (primjerice, tekst o psima lualicama praćen fotografijama ljudi s ranama koje ne izgledaju kao da su nastale od ugriza) kako bi predstavili pse kao opasni za sigurnost ljudi). Zatim se vodi rasprava kroz pitanja: Zašto je ova informacija objavljena? Ko stoji iza ove informacije? Šta se želi izazvati kod primatelja informacije? Na kraju se zaključuje da se vizualnim sadržajem može lako manipulirati – izazvati emotivne reakcije u javnosti kako bi se postigao neki „skriveni“ cilj.
- Nastavnik objašnjava da se lični podaci ne bi trebali dijeliti sa svima kada komuniciramo online, isto kao i u stvarnom životu. Trebaju biti zaštićeni i nedostupni svima osim onima kojima vjerujemo da ih neće zloupotrijebiti. Nakon toga, putem živahne rasprave, učenici navode što smatraju da podrazumijeva lične podatke (na primjer, ime, godine, adresa, škola, broj telefona) i zatim raspravljaju: (1) zašto je važno zaštititi lične podatke i (2) kako ih zaštititi. Kroz diskusiju se izvode neka osnovna pravila privatnosti na internetu, kao što su ne dijeljenje ličnih informacija sa nepoznatim osobama, ne objavljivanje osjetljivih informacija na internetu i ne dijeljenje lozinki. Tokom diskusije, nastavnik ističe važnost otvorene komunikacije sa roditeljima/starateljima ili drugim pouzdanim odraslim osobama u vezi njihovih online iskustava, posebno kada se radi o bilo kakvim brigama ili incidentima u online komunikaciji. Na kraju, učenici se podijele u grupe i raspravljaju kako bi sami postupili u različitim online situacijama kako bi zaštitili svoje podatke, a rješenja dijele sa svima.
- Nastavnik prikazuje video u kojem neki influencer govori o tome kako mu je određeni proizvod pomogao da izgleda lijepo. U otvorenoj diskusiji sa učenicima, postavljajući pitanja, nastavnik otkriva skrivenu reklamnu poruku (izgleda kao da influencer govori o svojim iskustvima, ali zapravo reklamira proizvod). Učenici se dijele u grupe sa zadatkom da na internetu pronađu i druge slične primjere situacija sa skrivenim reklamiranjem i prezentiraju ih ostalima. Zatim, nastavnik prezentira insert sa sportskog takmičenja sa vrhunskim sportistima (na primjer, teniski meč), a u diskusiji učenici otkrivaju prisutnost skrivenog reklamiranja (putem odjeće, obuće, rekvizita, pića), nakon čega, u istim grupama, pronalaze slične primjere na internetu i prezentiraju ih drugima. Na kraju, vodi se diskusija u kojoj se zaključuje da reklame često nisu očigledne, već su prikrivene u drugim sadržajima što otežava njihovo prepoznavanje, ali utječe na konzumiranje reklamiranih proizvoda.
- Nastavnik objašnjava da na internetu i društvenim mrežama postoje, osim stvarnih profila (kreiranih i vođenih stvarnim osobama), i lažni profili (koji ne pripadaju stvarnim osobama i stvoreni su za izmame). Zatim prezentira učenicima primjer stvarnog profila na društvenim mrežama, poput poznate javne ličnosti, i pokreće diskusiju o tome kako se može prepoznati da je određeni profil stvaran (kroz znakove kao što su osobne slike, detaljni lični podaci i različite aktivnosti u različitim situacijama). Nakon toga, nastavnik prezentira primjer lažnog profila i navodi znakove koji ukazuju da je profil lažan (nedostatak slika lica, korištenje simbola ili slika nečega drugog umjesto lica, nedostatak ličnih informacija, nedosljednost u sadržaju i vremenskom redoslijedu objava i informacija). Zatim nastavnik prezentira niz profila na društvenim mrežama, a nakon svakog prezentiranog profila, učenici, podijeljeni u grupe, određuju da li je profil stvaran ili lažan i navode znakove prema kojima su ga prepoznali. Na kraju se vodi diskusija o tome zašto lažni profili služe (na primjer, održavanje anonimnosti, prikriveno prikupljanje informacija, zavaravanje ljudi, online zlostavljanje) i kako se može

provjeriti istinitost određenog profila u uvjetima kada znakovi prepoznavanja nisu tako očigledni (npr., potvrda identiteta putem drugih platformi, inzistiranje na zahtjevu za prijateljstvom).

- Nastavnik objašnjava što su botovi (softver koji automatski obavlja zadatke na internetu) i prezentira botove na društvenim mrežama koji mogu automatski objavljevati, lajkati ili pratiti korisnike, ali i umjetno povećavati broj pratilaca, širiti lažne vijesti ili utjecati na javno mišljenje. Od učenika, podijeljenih u grupe, traži se da istraže i pronađu konkretne primjere kada botovi imaju korisne svrhe (kao na primjer, „chatbotovi“ koji pružaju informacije korisnicima) i kada su zlonamjerni/varljivi (kao na primjer, botovi za širenje lažnih vijesti). Nakon što sve grupe podijele svoje radove, vodi se otvorena diskusija o tome kako se prepoznaju botovi (putem lažne profilne slike, nerealnog broja pratilaca u odnosu na broj aktivnosti, objava sa lažnim sadržajem, nelogični komentari, dijeljenje reklama).
- Učenici, podijeljeni u grupe, dobijaju zadatak da pronađu oglase s fotografijama muškaraca i/ili žena (na internetu, na televiziji, u časopisima, na plakatima itd.) i identificiraju zajedničke vanjske karakteristike žena ili muškaraca prikazane u oglasima. Nakon što prezentiraju rad svojih grupa, održava se otvorena rasprava o pitanjima kao što su (posebno za muške i ženske likove): *Koje karakteristike se najčešće ponavljaju? Koje su najčešće dobi likova? Kakve poruke šalju u vezi s fizičkim izgledom? Kakve stereotipe o savršenom muškom i ženskom tijelu stvaraju?* Cilj je zaključiti da likovi u oglasima (često s savršenim tijelima, retuširanim slikama i filtrima, s seksi izgledom i u seksi pozama) predstavljaju ideale ljepote koji se ne podudaraju s raznolikošću stvarnih muških i ženskih tijela te su nedostižni za mnoge ljude. Zatim slijedi rasprava o (1) važnosti fizičkog izgleda (*koliko je važan vanjski izgled mladih? Zašto?*) i (2) *kako stvorena idealna slika muškog i ženskog tijela utječe na postove koje mladi objavljuju na društvenim mrežama (kakve slike mladi najčešće dijele? Koje pozicije i aktivnosti prikazuju na objavljenim slikama?)*. Zajedno se zaključuje da idealna slika muškog i ženskog tijela koju stvaraju mediji utječe na oblikovanje slike tijela.
- Učenici, podijeljeni u grupe, istražuju različite profile na društvenim medijima (Instagram, Facebook, Twitter itd.) poznatih osoba iz svijeta zabave s obzirom na to kako promoviraju ideale muškog i ženskog tijela, uzimajući u obzir slike, naslove i komentare na njihovim objavama. Zatim svaka grupa priprema prezentaciju s primjerima koji ilustriraju misli, osjećaje i postupke koje izaziva prikazana idealna slika tijela. Nakon prezentacije svog rada, održava se otvorena rasprava tijekom koje učenici dijele svoje opažaje, ideje i razmišljanja o tome kako ideali tijela na društvenim medijima utječu na samopouzdanje i blagostanje mladih (*Kakve mjere mladi poduzimaju kako bi imali isto tijelo kao ideal? Smatraju li se sve te mjere zdravima? Kako se osjećaju oni koji nemaju tijelo kao ideal? Šta drugi misle o njima i kako reagiraju?*). Zaključak je da negativna slika tijela kod mladih može izazvati osjećaj nesigurnosti, razočaranja samim sobom, povlačenje u sebe pa čak i depresiju. Zatim, učenici u okviru istih grupa istražuju različite strategije za suočavanje s pritiskom stvorenim medijima u vezi sa slikom tijela i pripremaju kolaže (s slikama, citatima i porukama podrške) koji predstavljaju njihove ideje o zdravom samopouzdanju i blagostanju. Prvo prezentiraju te kolaže svojim saučenicima, a zatim ih izlažu (na zidu u učionici ili u holu/nahodniku škole).
- Učenici, podijeljeni u grupe, dobivaju šest listova s ispisanim medijskim sadržajem (preuzetim s interneta), namijenjenim informiranju (vijesti), iznošenju mišljenja, oglašavanju, društvenom oglašavanju (kako se ponašati), odnosima s javnošću i propagandi. Učitelj ispisuje vrste medijskog

sadržaja na ploči i putem grupnih rasprava pita učenike da odrede vrstu svakog danog sadržaja. Zatim učitelj čita naslov svakog sadržaja, a grupe navode u koju vrstu svaki od šest sadržaja spada. Učitelj bilježi na ploči ispod svakog naslova kako je svaka grupa odgovorila. Kroz kratke prezentacije, učitelj objašnjava učenicima vrste medijskog sadržaja. Na kraju, u otvorenoj raspravi, uz pomoć pitanja postavljenih od strane učitelja (*Koristi li se u sadržaju činjenično znanje ili mišljenja? Ko je stvorio medijski sadržaj? S kojom svrhom je napisan/stvoren? Koje emocije izaziva?*) učenici razlikuju između medijskog sadržaja za informiranje (medijsko izvještavanje) i medijskog sadržaja za uvjeravanje (mišljenje, oglašavanje, društveno oglašavanje, odnosi s javnošću i propaganda).

- Nastavnik predstavlja učenicima komponente medijskog sadržaja i objašnjava kako doprinose postizanju cilja medijskog sadržaja ili poruke koja se njime prenosi. Zatim se prikazuje video oglas (npr. oglas za poznato piće) s zadatkom da učenici, podijeljeni u grupe, analiziraju medijski sadržaj na temelju sljedećih aspekata:
 - 1) autorstvo – Ko je stvorio sadržaj?
 - 2) format – Koje kreativne tehnike su korištene za stvaranje sadržaja i privlačenje pozornosti?
 - 3) publika – Kome je namijenjen sadržaj? Kako različite publike interpretiraju i doživljavaju sadržaj?
 - 4) sadržaj – Koje vrijednosti/stavovi su prikazani u medijskom sadržaju?
 - 5) namjena – Koja je svrha sadržaja?

Zatim svaka grupa prezentira svoja saznanja, a odgovori se uspoređuju. Ista aktivnost ponavlja se, ali umjesto oglasa, učenicima se daju medijski sadržaji u tekstualnom obliku (npr. kolumna u novinama).

- Učenicima je prikazan oglas za proizvod za mršavljenje koji tvrdi da pomaže ljudima da brzo i lako izgube težinu uz minimalni napor. Oglas treba sadržavati „prije“ i „poslije“ fotografije koje navodno dokazuju učinkovitost proizvoda, kao i svjedočanstva ljudi koji tvrde da su postigli izvanredne rezultate koristeći proizvod. Učenicima, podijeljenim u grupe, postavlja se zadatak da analiziraju medijski sadržaj (autorstvo, format, publika, sadržaj, svrha), s posebnim naglaskom na pitanja: (1) *Koja je svrha fotografija? Kako su fotografije moguće napravljene?* (2) *Koliko su realna obećanja koja se daju u oglasu? Koliko se može vjerovati svjedočanstvima?* (3) *Kako su lako prikazani učinci proizvoda? Postoje li stvarni znanstveni dokazi koji podupiru te učinke?* Nakon što prezentiraju svoje saznanja, raspravlja se o tome kako, kroz prisustvo jednostranih stavova, mogu se prepoznati propagandni i manipulativni sadržaji u medijskim porukama.