

Дополнување на Наставната програма по предметот Македонски јазик за седмо одделение бр. 7-2333/1 од 15.03.2008 година

ПРОГРАМСКО ПОДРАЧЈЕ ЈАЗИК		
Цели	Содржини	Поими
<p>Ученикот/ученичката:</p> <p>-да објаснува за дејноста на Кирил и Методиј, глаголицата и кирилицата, старословенскиот јазик и македонската варијанта на старословенскиот јазик;</p> <p>-да објаснува за дејноста на Климент и Наум и средновековните книжевни школи (Охридска и Лесновска);</p>	<p>Словенска писменост</p>	<p>Кирил и Методиј, глаголица, кирилица, старословенски јазик, старословенски период, црковнословенски период, Климент и Наум, Охридска книжевна школа, Лесновска книжевна школа, македонска варијанта на црковнословенскиот јазик</p>
<p>Активности:</p> <ul style="list-style-type: none"> Учениците работат во групи со материјали кои ги обезбедил наставникот: книги и информации за дејноста на словенските просветители Кирил и Методиј. Секоја група добива различни задачи за пронаоѓање на факти од добиениот материјал: 1.подредување на биографски податоци за потеклото на браќата Кирил и Методиј; 2.податоци за образованието на браќата Кирил и Методиј, основни податоци за дејноста на браќата пред создавањето на глаголицата; 3. информации за основата на глаголицата и подготовките за Моравија, 4.значењето на дејноста на браќата Кирил и Методиј за словенската писменост. Подготвените информации се споделуваат меѓу групите по пат на техниката сложувалка, односно секој од групата во која истражувал ротира во нова група. Во новата група ќе има 4 ученици, по еден од секоја група во која се истражуваа четирите барања на почетокот. Новата група на крајот го споделува материјалот на посебен документ или плакат на кој се истакнати различните периоди/задачи за животот и дејноста на Кирил и Методиј. Учениците добиваат лист хартија на кој до секоја буква од глаголицата е напишана и соодветна буква од кирилицата. Од страна на учениците следува запишување на своето име и презиме со денешната кирилична азбука. Потоа од нив се бара да се обидат под нив повторно да го запишат своето име и презиме користејќи ги прво буквите од глаголицата, а потоа и буквите од кирилицата (старословенските азбуки). Своите записи ги споделуваат и заеднички ги коментираат разликите во азбуките. Учениците на слајд/постер/фотографија го гледаат Плаошник. Се поттикнуваат да ги кажат сите информации кои ги знаат за овој историски објект, а наставникот ги запишува информациите на таблата користејќи ја техниката грозд. На овие информации се надоврзуваат информации за дејноста на Климент кои ги споделува наставникот преку презентација. Информациите потоа учениците ги користат за 		

креирање свој текст за Охридската книжевна школа резимирајќи ги сите информации кои ги чуле во првот дел од часот. Напишаното се чита пред паралелката.

- Учениците самостојно читаат легенда за чудата на Наум Охридски. Слушнатото го резимираат во неколку реченици и го споредуваат со текст подготвен од наставникот во однос на биографските податоци за Наум Охридски- дејност, изградбата на манастирот и неговата работа во него. Главните информации во однос на дејноста на Наум Охридски учениците ги забележуваат и потоа ги споделуваат за да се надополнат.
- Во училишната е поставена изложба со слики од манастирот во Лесново, со факсимили од текстови кои се поврзуваат со оваа книжевна школа. Учениците ја посетуваат изложбата, а потоа читаат од електронската табла податоци за тоа од кога датира Лесновската книжевна школа и што се работело таму. Сите добиени информации потоа учениците ги користат да направат свој план на прочитаните содржини. Плановите со податоците се споделуваат пред учениците на крајот на часот.
- На училишната табла е нацртана временска оска каде почетна точка е 9 век, а завршна точка 18 век. Од учениците се бара на временската оска да определат од кога до кога траел старословенскиот период, а од кога до кога црковнословенскиот период. Откако ќе го определат периодот ги изнесуваат особеностите кои го карактеризираат старословенскиот период, а потоа и податоци кои го карактеризираат црковнословенскиот период. Податоците за двата периода ги имаат на посебно подготвен материјал за кој претходно направиле белешки. Секој си прави индивидуален план за слушнатото како потсетник.
- Учениците се поделени во групи и во секоја група преку техниката Мисловна мапа се поставуваат концептите на темата *Варијанти на словенскиот јазик и Македонска варијанта на старословенскиот јазик*. Секоја група ја претставува својата мапа, а наставникот преку насочувачки прашања по секоја презентација наведува на базичните научни факти кои учениците треба да ги знаат во врска со темата.

ПРОГРАМСКО ПОДРАЧЈЕ ЈАЗИК И КОМУНИКАЦИЈА

Цели	Содржини	Поими
<p>Ученикот/учениката:</p> <p>-да одговара на прашања, парафразира, цитира и објаснува делови од текст и текст во целина.</p>	<p>Слушање со разбирање;</p> <p>Читање со разбирање: истражувачко читање и информативно читање;</p> <p>Пишување и правење/користење белешки при читање текст</p>	<p>Слушање со разбирање</p> <p>Истражувачко читање</p> <p>Информативно читање</p> <p>Белешки при читање</p>
<p>Активности:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Учениците слушаат соопштение за претстојните активности во училиштето, бележат и ги споделуваат експлицитните информации. • Учениците слушаат/читаат текст за природен феномен. Го поедноставуваат текстот со свои зборови, го парафразираат и го споделуваат со соучениците. • Учениците го читаат полугодишниот извештај за успехот на паралелката претставен во пити и дијаграми, ги разговараат и појаснуваат податоците кои ги следат споделени на умната табла. Цитираат, објаснуваат и резимираат заеднички за сè што слушнале. 		

- Учениците се поделени во група и истражуваат меѓусебе колкумина минатата година ги прочитале лектирите, колкумина ги прочитале половината од лектирите или пак само една лектира. Во секоја група се организираат кој ќе пишува наратив, кој ќе ги претставува податоците во пита или графикон. Сработеното се споделува пред сите во паралелката.
- Учениците се поделени во група и симулираат состојба пред евентуална можна природна непогода. За планирање на евакуација потребна е мапа на првиот кат на училиштето, мапата ја изработуваат по насоки од наставникот, со легенда и споделуваат бирајќи ја најуспешната односно најјасната.
- Учениците добиваат текст поврзан со тема која се изучува по некој предмет, се поделуваат во групи и секоја група има различни задачи: да најде и толкува клучни зборови, да најде и толкува важни фрази, да го резимира текстот во неколку важни реченици. Сработеното се споделува пред паралелката.

ПРОГРАМСКО ПОДРАЧЈЕ МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ

Цели	Содржини	Поими
Ученикот/ученичката: -да идентификува и да објаснува дезинформации и манипулации во медиумскиот простор	Дезинформации и манипулации	Погрешни информации/мисинформации, дезинформации и штетни информации/малинформации; визуелни дезинформации, емоционална манипулација
-да идентификува ризици при комуникација на социјалните мрежи	Опасности на социјалните мрежи	Заштита на лични податоци, скриено рекламирање, лажен профил, бот
- да ги согледува последиците од влијанието на социјалните мрежи врз формирање слика за телото	Социјалните медиуми и слика за телото	Социјални медиуми
-да прави едноставна анализа на медиумските содржини.	Медиумски содржини за информирање и за убедување; Анализа на медиумски содржини	Медиумско известување, мислење, реклама, социјално рекламирање, односи со јавност, пропаганда компоненти на медиумска содржина, цел на медиумска порака, техники за привлекување внимание
Активности		
<ul style="list-style-type: none"> • Учениците се поделени во групи, секоја група добива по еден текст подготвен од наставникот. Во текстовите има дезинформација, во едниот малинформација, во другиот мисинформација. Учениците на табла имаат објаснување за поимите дезинформација, малинформација и мисинформација и истите треба да ги препознаат во конкретните примери, дали се и зошто се дезинформации. Заклучоците од читањето 		

и анализата на текстовите секоја група ги споделува пред одделението. По презентациите следи заедничка дискусија за да се заклучат основните информации за мисинформација и за малинформација. (Пример за мисинформација - текст во кој се посочува на веќе реализирана екскурзија и се посочува локацијата и времето во кое се случила и истата е поставена од новинарската секција во училиштето на училишниот сајт. Информацијата не содржи точни информации во врска со местото или времето, но нема лоша намера во нејзиното публикување. Пример за малинформација, во училишниот весник е објавена фотографија од капитенот на фудбалскиот тим на училиштето како пуши цигара во дворот на училиштето. Информацијата го урива угледот на капитенот и нема значење за јавноста.)

- Учениците поделени во групи добиваат задача да пронајдат манипулација со визуелна содржина на сајтови посочени од наставникот (на пример, текст за кучиња скитници проследен со фотографии на кои се претставени луѓе со рани за кои не се гледа дека се предизвикани од каснување, со цел да се претстават кучињата како опасни по безбедноста на луѓето). Потоа се води дискусија преку прашањата: Зошто е објавена оваа информација? Кој стои зад оваа информација? Што се сака да се предизвика кај оној што ја прима информацијата? На крајот се заклучува дека преку визуелните содржини може лесно да се манипулира – да се предизвикаат емоционални реакции во јавноста за да се постигне некоја „скриена“ цел.
- Наставникот објаснува дека личните податоци не треба да се споделуваат со секого кога се комуницира онлајн исто како и во реалноста – треба да бидат заштитени и недостапни за сите освен за оние во кои имаме доверба дека нема да ги злоупотребат. Потоа, преку бора на иде, учениците наведуваат што мислат дека се подразбира под лични податоци (на пример, име, возраст, адреса, училиште, телефонски број), а потоа дискутираат: (1) зошто е важно личните податоци да се заштитат и (2) како да се заштитат. Преку дискусијата се изведуваат некои основни правила за приватност на интернет, како што се несподелување лични информации со непознати, необјавување чувствителни информации на интернет и несподелување лозинки. Во текот на дискусијата наставникот ја нагласува важноста на отворената комуникација со родителите/старателите или друго возрасно лице од доверба за нивните онлајн искуства, особено кога се работи за било какви грижи или инциденти во онлајн комуникацијата. На крајот, учениците, поделени во групи, дискутираат за тоа како самите конкретно би постапиле во различни онлајн ситуации за да ги заштитат своите податоци и решенијата ги споделуваат со сите.
- Наставникот презентира видео во кое некој инфлуенсер зборува за тоа како некој производ му помогнал да згледа убаво. Во отворена дискусија со учениците, преку прашања што ги поставува наставникот, учениците откриваат скриемата рекламна порака (навидум изгледа дека инфлуенсерот зборува за неговите искуства, а всушност, го рекламира производот). Учениците се делат во групи со задача на интернет да најдат и други слични примери на ситуации со скриено рекламирање и тие ги презентираат пред другите. Потоа, наставникот презентира инсерт од спортски натпревар со врвни спортисти (пр. тениски меч), а во дискусија учениците откриваат какво скриено рекламирање е присутно (пр., преку облеката, патиките, реквизитите, пијалоците), по што, во истите групи, пронаоѓаат слични примери на интернет и ги презентираат пред другите. На крајот се води дискусија во која се заклучува дека многу често рекламите не се очигледни, туку се маскирани во другите содржини што го отежнува нивното препознавање, а влијае врз конзумирањето на рекламираните производи.

- Наставникот објаснува дека на интернет и социјалните мрежи, освен вистински профили (креирани и водени од вистински личности) се среќаваат и лажни профили (не припаѓаат на вистински личности и се создадени за измамнички цели). Потоа им презентира на учениците пример на вистински профил на социјалните мрежи, како што е добро позната славна личност, и поведува дискусија за тоа како може да се препознае како дадениот профил е вистински (преку знаци како: лични фотографии, детални лични информации и различни активности во различни ситуации). Потоа, наставникот презентира пример на лажен профил и ги посочува знаците кои укажуваат дека профилот е лажен (недостасуваат фотографии на лица, наместо фотографии на лица се користат симболи или фотографии на нешто друго, недостасуваат лични информации, има недоследност во содржината и времескиот редослед на објавите и информациите). Потоа, наставникот презентира серија профили на социјалните мрежи и по секој презентирани профил, учениците, поделени во групи, утврдуваат дали се работи за вистински или лажен и ги посочуваат знаците преку кои го направиле препознавањето. На крајот, се дискутира зошто служат лажните профили (пр. задржување анонимност, прикриено собирање информации, намамнување луѓе, насамарување други, сајбер булинг) и како може да се провери вистинитоста на даден профил во услови кога знаците за препознавање не се толку очигледни (пр., потврдување на идентитетот преку други платформи, инсистирањето на барање за пријателство).
- Наставникот објаснува што се ботови (софтвер што автоматски извршува задачи на интернет) и презентира ботови на социјални мрежи кои можат автоматски да објавуваат, да лајкаат, или да следат корисници, но и вештачки да го зголемуваат бројот на следбеници, да шират лажни вести или да влијаат на јавното мислење. Од учениците, поделени во групи, се бара да дадат истражат и најдат конкретни примери кога ботовите имаат корисни цели (како на пр., „чет-ботови“ што даваат информации на корисниците), а кога злонамерни/измамнички (како на пр., ботови за ширење лажни вести). Откако сите групи ќе го споделат сработеното, во отворена дискусија се констатира како се препознаваат ботовите (преку лажна профилна слика, нереален број следбеници наспроти бројот на активности, објави со лажни содржини, нелогични коментари, споделување реклами).
- Учениците, поделени во групи, добиваат задача да најдат реклами со фотографии на мажи и/или жени (на интернет, на телевизија, во списанија, на паноа и сл.) и да ги идентификуваат заедничките надворешни карактеристики на жените, односно мажите претставени во рекламите. По презентирање на работата на групите, се води отворена дискусија по прашањата (посебно за машките и посебно за женските ликови): *Кои карактеристики најчесто се повторуваат? На која возраст се најчесто ликовите? Какви пораки праќаат во однос на физичкиот изглед? Какви стереотипи за совшеноста на машкото и женското тело креираат?* со цел да се заклучи дека ликовите во рекламите (најчесто со совршени тела, ретуширани слики и филтри, со сексипилен изглед и во сексипилни пози) претставуваат идеали за убавина што не одговараат на разновидноста на лиците на машкото и женското тело во реалноста и се недостижни за многу луѓе. Потоа се дискутира за: (1) важноста на телесниот изглед (*Колку им е важен надворешниот изглед на младите? Зошто?*) и (2) како создадената идеална слика за машкото и женското тело се одразува на постовите што младите ги објавуваат на социјалните мрежи (*Какви слики најчесто објавуваат младите? Какви им се позите, активностите на постираните слики?*) и заеднички се заклучува дека идеалната слика за машкото и женското тело што ја креираат медиумите влијае врз формирањето на сликата за телото.
- Учениците, поделени во групи, истражат различни профили на социјални медиуми (Инстаграм, Фејсбук, Твитер итн.) на познати личности од естрадата од аспект на тоа како ги промовираат идеалите за машкото и женското тело, при што ги земаат предвид сликите, насловите и

коментарите на објавите. Потоа, секоја група подготвува презентација со примери кои илустрираат какви мисли, чувства и постапки предизвикува кај младите прикажаниот идеален телесен изглед. По презентација на сработеното, во отворена дискусија учениците ги споделат своите забелешки, идеи и размислувања за тоа како идеалите за телото на социјалните медиуми влијаат врз самодовербата и добросостојбата на младите (*Што преземаат младите за да имаат исто тело како идеалното? Дали сите такви постапки се сметаат за здрави? Како се чувствуваат тие што немаат тело како идеалното? Што мислат другите за нив и како реагираат на нив?*) за да се заклучи дека негативна слика за сопственото тело кај младите може да предизвика чувство на несигурност, разочарување во себе, повлекување во себе, па дури и депресивност. Потоа, учениците, во рамки на истите групи, истражуваат за различни стратегии за справување со притисокот што го прават медиумите во врска со сликата за телото и подготвуваат колажи (со слики, цитати, и пораки за поддршка) што ги претставуваат нивните идеи за здрава самодоверба и добросостојба. Прво го презентираат колажите пред соучениците, а потоа ги ставаат на изложба (на ѕидот на училишната или во хол/ходник на училиштето).

- Учениците, поделени во групи, добиваат по шест листа со отпечатени медиумски содржини (симнати од интернет), наменети за информирање (вести), за претставување на нечие мислење, за рекламирање, за социјално рекламирање (како да се однесувате), за односи со јавност и за пропаганда. Наставникот на табла ги пишува видовите медиумски содржини и бара од учениците преку дискусија во рамки на групите да го определат видот на дадените содржини. Потоа, наставникот го чита насловот на секоја содржина, а групите кажуваат во кој вид ја сместиле секоја од шесте содржини. Наставникот на таблата под насловот на секоја содржина означува како одговорила секоја група. Преку куса презентација им ги објаснува на учениците видовите на медиумски содржини. На крајот, во отворена дискусија, со помош на прашањата поставени од наставникот (*Дали во содржината се користат факти или мислења? Кој ја создал медиумската содржина? Со каква цел е напишана/создадена? Какви емоции предизвикува?*) учениците ја согледуваат разликата меѓу медиумски содржини за информирање (медиумско известување) и медиумски содржини за убедување (мислење, реклама, социјално рекламирање, односи со јавност и пропаганда).
- Наставникот им ги презентира на учениците компонентите на медиумската содржина и им објаснува како тие придонесуваат да се постигне целта на медиумската содржина, односно на пораката којашто се праќа со дадената содржина. Потоа, пушта видео со реклама (на пр. реклама за познат пијалок) со задача учениците, поделени во групи, да ја анализираат медиумската содржина врз основа на следните аспекти:
 - 1) авторство – Кој ја создал содржината?;
 - 2) формат – Кои креативни техники се користени за да се создаде содржината и да се привлече внимание?;
 - 3) публика – Кому му е намената содржината?; Како содржината ја толкува и доживува различна публика?;
 - 4) содржина – Кои ставови/вредности се преставени во медиумската содржина?;
 - 5) намена – За која намена е создадена содржината?.

Потоа, секоја група го презентира сработеното и се споредуваат одговорите. Истата активност се повторува но наместо реклама, на учениците им се дава да анализираат текстуална медиумска содржина (на пр., колумна во весник).

- На учениците им се презентира реклама за производ за слабеење во кој се тврди дека им помага на луѓето брзо и лесно да ослабат, со вложување минимален напор. Рекламата треба да содржи фотографии пред и потоа преку кои ја „докажуваат“ наводната ефективност на производот и препораки од луѓе кои тврдат дека имале исклучителни резултати со користење на производот. Од учениците, поделени во групи се бара да ја анализираат медиумската содржина (авторство, формат, публика, содржина, намена), со посебен осврт на прашањата: *(1) Каква е целта на фотографиите? Како може тие да се направат? (2) Колку реални се ветувањата што ги дава рекламата? Колку може да им се верува на сведоштвата? (3) Колку се еднострано прикажани ефектите од производот? Дали се дадени вистински научни докази кои ги потврдуваат ефектите?.* По презентација на сработеното од страна на сите групи, се дискутира за тоа како, преку присуството на еднострани ставови, може да препознаат пропагандни и манипулативни содржини во медиумските пораки.