**МЕДИЈСКА ПИСМЕНОСТ**

**Циљ** учења слободне наставне активности *Медијска писменост*је да подстакне развој медијске културе ученика и допринесе јачању способности разумевања, деконструкције и креирања медијских садржаја, које ће ученику помоћи за даљи когнитивни, емоционални и социјални развој у савременом медијацентричном окружењу.

|  |  |
| --- | --- |
| Разред | **Пети или шести** |
| Годишњи фонд часова | **36** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ОПШТЕ МЕЂУПРЕДМЕТНЕ КОМПЕТЕНЦИЈЕ** | **ИСХОДИ****На крају програма ученик ће бити у стању да:** | **ТЕМЕ и кључни појмови садржаја** |
| Компетенција за целоживотно учењеКомуникацијаРад са подацимаДигитална компетенцијаРешавање проблемаСарадњаОдговорно учешће у демократском друштвуОдговоран однос према здрављуОдговоран однос према околиниЕстетичка компетенцијаПредузимљивост и оријентација ка предузетништву | – идентификује/процени комуникацијски процес у односу медији – публика (корисници);– разликује традиционалне и нове медије поредећи начине пласирања порука;– упореди основне особености различитих медија и изводи закључке о функцијама медија;– опише и анализира своје медијске навике;– разликује медијске садржаје од стварности, идентификујући их као конструкте стварности;– деконструише једноставније примере медијских порука;– одговорно креира једноставније медијске садржаје. | **ПОЈАМ И ФУНКЦИЈЕ МЕДИЈА**ИМедији и публика (корисници).Традиционални медији (штампа, радио, телевизија, филм) и нови медији (интернет).Улога и место медија усавременом друштву.Медијске навике (*Мој медијски дан*).**ДЕКОНСТРУКЦИЈА И КОНСТРУКЦИЈА МЕДИЈСКЕ ПОРУКЕ**Медијски садржаји каоконструкти стварности.Деконструкција и конструкција медијских порука. |
|  | – критички вреднује оглашавање у различитим медијским садржајима и препознаје профит као основни циљ;– наводи примере манипулације у медијским садржајима којима се подстичу куповина и потрошња, одређена осећања, вредности и ставови потрошача.– разликује функције и могућности мобилних дигиталних платформи;– идентификује недостатке и предности мобилног телефона као уређаја за комуницирање, информисање и забаву;– препознаје сврху и начин функционисања претраживача „на мрежи” и агрегатора садржаја;– вреднује и разврстава једноставније примере информација са интернета према изворима из којег потичу, делећи их на поуздане и непоуздане;– препознаје ризично понашање на друштвеним мрежама. | **ОГЛАШАВАЊЕ**Комерцијални медијскисадржаји у различитим медијима (рекламе, скривене поруке намењене пласирању одређених идеја, садржаја и животних стилова).Профит као циљ оглашавања.тицај медијских садржаја на осећања, вредности и понашање публике – куповину и потрошњу.**МЕДИЈСКИ САДРЖАЈИ НА МОБИЛНИМ ДИГИТАЛНИМ ПЛАТФОРМАМА И ПРЕТРАЖИВАЊЕ НА ИНТЕРНЕТУ**Комуникација у дигиталном окружењу.Поузданост и веродостојност информација на интернету.Претраживачи „на мрежи” и агрегатори садржаја.Вредновање и селекцијадоступних информација.Персонализована претрага наГуглу.Анализа апликација на мобилном телефону.Зависност од мобилних телефона. |

**УПУТСТВО ЗА МЕТОДИЧКО-ДИДАКТИЧКО ОСТВАРИВАЊЕ ПРОГРАМА**

Програм слободне наставне активности *Медијска писменост* доприноси остваривању општих исхода другог циклуса образовања и васпитања, као и развоју кључних и међупредметних компетенција. Ослонац за остваривање програма представљају опште упутство које се односи на све СНА, као и ово које изражава специфичности програма *Медијска писменост.*

ПЛАНИРАЊЕ НАСТАВЕ И УЧЕЊА

Програм се ослања на компетенције развијене у првом циклусу образовања и васпитања, теме и активности изборног програма *Грађанско васпитање*у претходним разредима, као и на богато ваншколско искуство ученика и наставника са медијима.

Програм *Медијска писменост*обухвата четири тематске области. Услед уважавања методичког принципа поступности, наведене области обавезују утврђени редослед када је реч о прве две теме из програма (*Појам медија и њихове функције*и*Деконструкција и конструкција медијске поруке),*а преостале две теме наставник може обрадити и другим редоследом, у складу са могућностима и интересовањима ученика, као и техничким могућностима и опремљеношћу дидактичким средствима.

Основни задатак наставника који остварује овај програм је да подстиче интересовање ученика за аналитички приступ медијским садржајима и развија одговорно понашање ученика приликом креирања и објављивања медијских порука путем друштвених мрежа и телефонских апликација.

ОСТВАРИВАЊЕ НАСТАВЕ И УЧЕЊА

Моћ медија стоји у чињеници да су медији данас креатори друштвене и индивидуалне стварности. Медији могу дати значај обичним људима и обичним догађајима, утицати на стварање друштвене историје. Место и улога медија у глобалној култури с почетка 21. века захтева нови приступ учењу, усклађен са великим медијским и технолошким променама. Нова епоха подразумева способност критичке перцепције моћних слика мултимедијалне културе, разумевање њиховог значења, као и развијену вештину комуникације и продуковања медијских порука. Културни контекст савремене епохе условио је појаву *медијске писмености*, уже области образовања о медијима и за медије, која има есенцијални значај за активно учешће у грађанском друштву у новом миленијуму.

Богато свакодневно искуство ученика са медијима, пре свега путем друштвених мрежа и апликација на мобилним телефонима, одличан су ресурс за њихово упознавање са темама и циљевима програма. У процесу остваривања наставе посебно се подстичу:

1) **интерактивност**, која се потврђује у договарању наставника и ученика о динамици и начинима реализације тема, иницијативи и активном учешћу ученика у активностима, предлагању илустративно-демонстративних дидактичких средстава, попут медијских садржаја које ученици свакодневно прате на интернету и сл.;

2) **рад у групама**као облик радакоји подстиче развој компетенције за комуникацију и сарадњу, значајне за разумевање феномена медија;

3) **креативност**, која се развија кроз стваралачки однос према медијима и активности конструкције медијских порука, надовезане на активности деконструкције медијских садржаја и

4) **пројектна настава**, која омогућава синтезу истраживачког и стваралачког приступа медијима, јачање сарадње, иницијативе и предузетничких могућности ученика.

Уводне активности могу бити засноване на разговору о личним искуствима са медијима – праћењем, креирањем, објављивањем и дељењем својих медијских садржаја и садржаја које су креирали други. Поред упознавања ученика са основним темама предмета, циљ активности је и стицање увида у медијске навике ученика, интересовања, вредности, као и однос према медијима.

Питања за вођени разговор требало би да буду подстицајна за брзо и активно укључивање свих ученика у тему. Вођени разговор можете започети овако:

– Колико сте у овом тренутку удаљени од свог мобилног телефона?

– У којим ситуацијама не носите са собом мобилни?

– Који је ваш рекорд у раздвојености од телефона? Колико сати/дана је то трајало? Како сте се тада осећали? Шта вам је највише недостајало?

– Ко је од вас доживео да му привремено одузимање телефона буде казна коју су изрекли родитељи?

– Коме је од вас куповина новог мобилног телефона била награда или поклон за рођендан/одличан успех/пласман на такмичењу?

– Размислите које садржаје најрадије пратите на телефону. Шта пратите на Јутјубу? Које видео-игрице играте? Ко игра са вама?

– Које речи најчешће укуцавате у претрази на интернету?

– Колико вам интернет помаже у добијању информација?

– Како се информишете? Шта читате/гледате/слушате?

– Како се информишу ваше баке и деке? Како се информишу ваши родитељи? Хајде да укрстимо изворе и начине информисања! Нека се ваши родитељи и баке и деке информишу на начин на који ви радите, а ви на њихов омиљени начин информисања! Замислите један такав дан! Зашто вам је таква ситуација смешна? Како би изгледао живот ваших бака и дека да проводе једнак број сати дневно као ви, гледајући у дисплеј телефона? Шта би на тај начин пропустили? Шта ви пропуштате, а шта добијате проводећи толико времена уз медије? Размислите.

– Нека свако на листу папира напише три информације које му прво падну на памет, а које је данас сазнао путем радија, телевизије, новина или интернета! Зашто је тако тешко сетити се само три информације из медија? Колико сте их данас прочитали, чули, видели? Шта закључујемо – колико смо свакодневно у контакту са медијима?

– Као што нам је способност читања и писања слова (*алфанумеричка писменост*) омогућила да прочитамо све информације које сте навели, *медијска писменост* ће нам помоћи да све што смо прочитали, чули и видели, **у потпуности** **разумемо**. Да бисмо у томе успели, потребно је да развијемо неке посебне способности.

Разговор је једна од најстаријих и најснажнијих човекових потреба, која потиче из човекове жеље да комуницира и гради везе са другим људима. Вежбе замишљања део су стваралачког односа према настави и имају вишеструку улогу – осим што опуштају ученике и подстичу на излагање сопствених идеја и осећања, истовремено граде и поверење према наставнику и другим ученицима, као и позитиван однос према настави уопште. На крају вођеног разговора, наставник на приступачан начин представља ученицима теме којима ће се у оквиру програма бавити и активности које планира, најављујући ученицима могућност да и сами учествују у предлагању начина обраде, активности, задатака, као и дидактичких средстава.

*ПОЈАМ И ФУНКЦИЈЕ МЕДИЈА*

Кључни значај за развијање медијске писмености појединца имају базична знања о начинима функционисања медија. Од наставника се очекује да ученике подстакне на стицање основних знања о медијима, која ће бити полазиште за све будуће активности из медијске писмености. Због тога је важно усмерити наставне активности које прате ову тему ка следећим закључцима ученика:

– медијски садржаји се размењују путем медија, који се деле на традиционалне или старе (штампа, радио, телевизија, филм) и дигиталне (оне за које је потребан интернет);

– основне функције медија су да информишу јавност, образују и шире културне вредности, али и да је забаве;

– медији имају важну улогу у креирању ставова друштва о разним појавама и људима.

Активности могу да подразумевају колективну анализу медијских навика ученика и самовредновање, уписивањем у одговарајућу табелу свог избора медија и медијског садржаја, као и времена утрошеног уз медије у току једног дана. Активност има за циљ да ученицима помогне у стицању увида у сопствене медијске навике и утрошено време уз медије.

*ДЕКОНСТРУКЦИЈА И КОНСТРУКЦИЈА МЕДИЈСКЕ ПОРУКЕ*

Остваривањем наставних активности у оквиру ове теме, приступа се кључним питањима медијске писмености. Све наставне активности требало би да воде ка следећим закључцима ученика:

– медијски садржаји нису стварност, већ *конструкт стварности* – приказ стварности који је неко са одређеним циљем осмислио;

– тај приказ стварности може бити близак истини или далеко од ње;

– медијске садржаје не разумеју сви примаоци на исти начин;

– сви медијски садржаји имају циљну групу (публику) којој су намењени, што одређује њихова изражајна средства, облик, начин на који су упућени публици итд.;

– медијски садржаји се стално морају преиспитивати и проверавати.

За обраду теме одговарајућа активност је анализа новинског текста или другог медијског садржаја (ТВ или радио-емисије, садржаја са Јутјуба и сл.). Пожељно је да ученици индивидуално или групно одаберу одређени медијски садржај и припреме га за час. Вођени од стране наставника, ученици на примеру одабраног медијског садржаја одговарају на питања кључна за деконструкцију медијске поруке, у форми која је усклађена са њиховим когнитивним могућностима у том узрасту:

– Ко је осмислио и упутио овај медијски садржај публици? Ко је та особа/група људи?

– Која средства су употребљена да би се привукла моја пажња? Што сте у том медијском садржају одмах уочили?

– На који начин ће људи другачији од мене разумети исту медијску поруку? Како би је разумели моји родитељи, а како моји најстарији чланови шире породице?

– Зашто је та порука послата? Шта се њеним упућивањем постигло?

– Како су представљени догађаји, простор и људи? Шта је представљено као посебно лепо/ружно, а шта није поменуто, а могло је да буде? Какав начин живота се овом медијском поруком представља као бољи од других?

Методички је пожељно сваку критичку анализу и деконструкцију медијских садржаја заокружити активностима конструкције медијских порука. Такве активности обухватају групно или индивидуално креирање медијских садржаја на основу стеченог знања о деконструкцији медијских порука. Задаци за ученике као почетни корак подразумевају јасно дефинисање циља поруке и публике којој се обраћају.

*ОГЛАШАВАЊЕ*

Ову тему наставници могу да обраде на различите начине: разговором, планираним активностима, малим истраживачким задацима. Кључно је утврдити колико су ученици изложени рекламним порукама. Може се почети питањима:

– Где најчешће срећете рекламне поруке?

– Да ли у школи или на путу од куће до школе срећете поруке које нешто оглашавају?

– Да ли уочавате поруке на предметима у учионици (свеске, оловке, флашице воде, одећа, обућа...?

– На који начин рекламе привлаче пажњу?

Могуће је реализовати мали пројекат – анализа телевизијске рекламе. Ученике је могуће поделити на групе где ће једна установити који се производи најчешће рекламирају, друга колико информација заиста можемо добити гледајући рекламу, а трећа колико је у рекламама заступљена машта, а колико стварност.

Могуће је урадити и „домаћи задатак”: На путу од куће до школе забележи рекламе које примећујеш и покушај да одговориш на питања:

– Где се реклама налази?

– Шта рекламира оглас?

– Да ли се у твојој породици користи тај производ?

– Да ли мислиш да ове рекламе имају некакав утицај на тебе?

– На који начин можеш да се супротставиш осећању ускраћености? (Шта из нематеријалног света може да замени потребу за рекламираним производом?)

Важно је да ученици схвате разлику између идеалне слике које реклама пружа (продаја идеје и фантазије) и стварног живота. Такође, могуће је разговарати са ученицима да ли постоји нешто нематеријално што ће надоместити осећање ускраћености ако неки производ немамо.

*МЕДИЈСКИ САДРЖАЈИ НА МОБИЛНИМ ДИГИТАЛНИМ ПЛАТФОРМАМА И ПРЕТРАЖИВАЊЕ НА ИНТЕРНЕТУ*

Ову тему наставници могу да обраде са ученицима кроз разговор и истраживачке задатке. Пожељно је да отвореним питањима подстакну дискусију о томе које мобилне дигиталне платформе ученици познају и како их користе. Ученици могу да говоре о томе зашто су им корисне и занимљиве – размена информација са вршњацима, договарање, дружење. Пожељно је да се развије разговор о томе да ли мобилне дигиталне платформе могу да буду од користи за процесе учења, да ли су им нешто значиле у периоду пандемије када се није ишло сваки дан у школу. Други део дискусије треба да иде у правцу уочавања негативних страна мобилних дигиталних платформи. Наставници могу да поставе питање колико времена проводе на платформама а колико у непосредном дружењу. Шта им причињава већу радост – када се друже и размењују поруке на платформама или када се виде и разговарају, играју се, баве се спортом или неком другом активности. Потребно је покренути и питања зависности од мобилних дигиталних платформи, тако да ученици најпре освесте тај појам, разумеју шта значи а онда промисле о свом коришћењу платформи, времену које ту проводе. Са ученицима треба разговарати и о томе да ли на платформама ступају у контакт само са вршњацима које познају или и са непознатим особама. Питати их да ли знају какви ризици постоје ако прихватају за пријатеље особе које иначе не познају, да ли знају шта су то лажни профили, скренути пажњу да никако не треба да пристају да размењују фотографије или да се налазе уживо са особама које су упознали на дигиталним платформама.

Ученици треба да усвоје став да нису све информације које добијају са интернета поуздане/веродостојне. Који год претраживач или агрегатор да изаберу, важно је да разумеју да претраживање појмова и прикупљање података у дигиталном окружењу мора да буде повезано са разграничењем објективних и проверених чињеница од нетачних информација, личних ставова, предрасуда и дезинформација. На понуђене резултате у претрагама могу утицати различити утицаји као и алгоритми који се ослањају на понашање корисника уређаја у дигиталном окружењу. Уводна вежба стога може бити одређени појам који ће наставник изабрати, а ученици „претражити” на својим уређајима (компјутерима или телефонима). Уколико су у прилици да упореде резултате, увидеће да су добили различите изворе.

Питања могу бити:

1. Које претраживаче или агрегаторе садржаја користите најчешће и због чега?

2. До којих врста информација долазите?

3. Да ли је увек могуће наћи аутора садржаја и информација?

4. Да ли и како проверавате информације до којих сте дошли путем онлајн претраживача?

Пример за задатак:

Наставник дели ученике у групе од три до пет чланова. Свака група користи други претраживач (Гугл, Јаху, Бинг) и на различитом уређају – школском рачунару, свом мобилном телефону, лаптопу... Свима се задају исти појмове за претраживање. На следећем часу свака група представља првих десет резултата претраге.

1. Који резултати су увек наведени први? Како су означени, да ли је јасно назначено да су у питању спонзорисани, плаћени резултати?

2. Да ли се тим резултатима верује мање или више од осталих који нису спонзорисани?

Суштина је да ученици разумеју да претраживачи могу фаворизовати одређене садржаје (плаћене у односу на бесплатне; пожељније од мање пожељних, а да се примењују и алгоритми који откривају лично понашање у дигиталном окружењу). Стога је важно да се добијене информације провере у веродостојним изворима (уџбеницима, енциклопедијама, речницима...).

ПРАЋЕЊЕ И ВРЕДНОВАЊЕ НАСТАВЕ И УЧЕЊА

Имајући у виду концепт програма, исходе и компетенције које треба развити, процес праћења и вредновања ученичких постигнућа не може се заснивати на класичним индивидуалним усменим и писаним проверама. Уместо тога, наставник треба континуирано да прати напредак ученика, који се огледа у начину на који ученици учествују у активностима, како прикупљају податке, како бране своје ставове, како аргументују, евалуирају, документују итд. Постигнућа ученика се, дакле, прате и вреднују формативно: током целог процеса.

Посебно поуздани показатељи су квалитет постављених питања, способност да се нађе веза међу појавама, наведе пример, промени мишљење у контакту са аргументима, разликују чињенице од интерпретација, изведе закључак, прихвати другачије мишљење, примени научено, предвиде последице, дају креативна решења. Такође, наставник прати и вреднује како ученици међусобно сарађују, како решавају сукобе мишљења, како једни другима помажу, да ли испољавају иницијативу, како превазилазе тешкоће, да ли показују критичко мишљење или критицизам, колико су креативни. За неке садржаjе прикладни су и други начини провере напредовања као што су нпр. квизови или улазни и излазни тестови како би се утврдили ефекти рада на нивоу знања, вештина, ставова. Вредновање ученичких постигнућа врши се у складу са *Правилником о оцењивању ученика у основном образовању и васпитању.* Ученици свакако треба унапред да буду упознати шта ће се и на коjи начин пратити и вредновати. Приликом сваког вредновања постигнућа потребно је ученику дати повратну информацију која помаже да разуме грешке и побољша свој резултат и учење.