PREDMET: HRVATSKI JEZIK, 1. razred srednje škole

Domena:

C. KULTURA I MEDIJI

Odgojno- obrazovni ishod:

C.1.1.. Učenik prosuđuje utjecaj medijskih tekstova  na svakodnevni život primatelja

2. sat

B.1.4. Učenik se stvaralački izražava prema vlastitome interesu potaknut tekstom.

Povezivanje ishoda s odgojno- obrazovnim očekivanjima međupredmetnih tema

osr B.3.4.Suradnički uči i radi u timu

osr B.3.2.Razvija komunikacijske kompetencije i uvažavajuće odnose s drugima

ikt C.4.2.Učenik samostalno provodi složeno pretraživanje informacija u digitalnome okružju

ikt C.4.3. Učenik samostalno kritički procjenjuje proces, izvore i rezultate pretraživanja, odabire potrebne informacije ( odabire primjere reklama)

ikt D.4.1.Učenik samostalno ili u suradnji s drugima stvara nove sadržaje i ideje ili preoblikuje postojeća digitalna rješenja primjenjujući različite načine za poticanje kreativnosti

uku A.4/5.1. Upravljanje informacijama, Učenik samostalno traži nove informacije iz različitih izvora , transformira ih u novo znanje i uspješno primjenjuje pri rješavanju problema

uku A.4/5.3.Učenik kreativno djeluje u različitim područjima učenja

uku B.4/5.3. Prilagodba učenja

uku B.4/5.4. Samovrednovanje/ samoprocjena, Učenik samovrednuje proces učenja i svoje rezultate, procjenjuje ostvareni napredak te na temelju toga planira buduće učenje

uku C.4. Učenik  može objasniti vrijednost učenja za svoj život; razumije zašto je učio o reklamama

uku D.4/5.2. Suradnja s drugima (učiti, raditi u paru ili timu, doprinositi zajedničkom cilju

AKTIVNOSTI

Na prošlom su se nastavnom satu učenici upoznali  s definicijom reklame.

Za domaću su zadaću trebali prikupiti što više reklama iz različitih izvora ( televije, radija, novina, interneta)

Sada su učenici podijeljeni u skupine. Svaka će skupina pročitati iste reklame, a zatim će prva skupina analizirati jezik reklama, odgovara li on standardu ili   odstupa i koliko od standardnoga jezika ( koje norme zadovoljava, a od kojih odstupa: pravopisna, gramatička...)

Zaključuju je li odstupanje od norme dobro i kada, doprinosi li ono prodaji proizvoda koji se reklamira (potkrepljuju primjerima reklama koje su analizirali).

Druga će skupina učenika otkrivati slogane u reklamama, koje će izdvajati i analizirati.Služeći se rječnikom i Hrvatskim jezičnim portalom (međ.tema:uporaba IKT-a) otkrit će  prije toga što je slogan) . Analizirat će koji su slogani bolji po njihovom mišljenju i koji služe svrsi.

Treća će skupina pokušati otkriti čime se služe  tvorci reklama da bi se proizvod koji reklamiraju prodao (ponekad i neistinama, pretjerivanjem, obmanama, ulagivanjem...)

Četvrta će skupina potražiti stilske figure koje se često upotrebljavaju u reklamama

(anafore, metafore, metonimije, hiperbole..) i izdvojiti dobre primjere uporabe stilskih figura u reklamama te grafičke elemente ako ih reklama ima.

Nakon toga svi učenici unutar skupina razgovaraju o tome koliko reklame djeluju na njih u  svakodnevnom životu i imaju li velik utjecaj na njih i zaključuju koji su elementi dobre reklame te svaka skupina izlaže do kojih je zaključaka došla.

Nakon toga svaka skupina osmišljava svoju reklamu tako što će npr.reklamirati novi mobitel te( po dogovoru, rade reklamu za društvene mreže)

Nastavnik im daje smjernice za rad i upućuje ih  na elemente vrednovanja kao učenja jer će se nakon odrađenog zadatka po zadanim smjernicama vrednovati.

Vrednovat će se je li reklama dobro usmjerena na primatelja kojemu je namijenjena, ima li dobar slogan , je li jezik koji je upotrebljen u funkciji, ima li dobro osmišljene stilske figure. te  je li originalna .

Zajedno ponavljaju do kojih su zaključaka došli, koji su elementi dobre reklame te osmišljavaju reklamu.

Na kraju svaka skupina pokazuje svoju reklamu te je učenici analiziraju i dolaze samostalno do zaključka koja je najbolja.

Najbolja se reklama postavlja u zajednički prostor One note digitalne bilježnice razrednoga odjela .

Ostali uočavaju i komentiraju zašto njihova reklama nije tako dobra i zaključuju u procesu vrednovanja kao učenja što trebaju popraviti da bi bila bolja.

Taj će posao biti odrađen za domaću zadaću, a na sljedećem satu analizirat će se  i ponovo vrednovati/samovrednovati učinjeno.

Napomena:

Na taj smo način povezali nekoliko  međupredmetnih tema: osobni i socijalni razvoj, , IKT i učiti kako učiti, a učenicima je sat bio zanimljiv  jer su  mogli iskazati svoju inovativnost i kreativnost te se na kraju sami i vrednovati.