

OBUKA ZA UČENIKE

ZDRAVA UPOTREBA DRUŠTVENIH MREŽA I KAMPANJE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA



Co-funded by
the European Union

2024-1-ES01-KA220-SCH-000244626








UVOD

Dobrodošli u PeerCo program obuke za mlade!




Sa velikim zadovoljstvom vas pozdravljamo u okviru PeerCo programa obuke za mlade — inovativnog obrazovnog iskustva namenjenog učenicima uzrasta od 15 do 19 godina. Ovaj program je deo projekta PeerCo – Osnajivanje srednjoškoolaca protiv iskrivljene slike izazvane društvenim mrežama kroz saradnju, strateškog partnerstva u oblasti školskog obrazovanja koje je sufinansirano od strane Evropske unije kroz program Erasmus+ (Projekat br. 2024-1-ES01-KA220-SCH-000244626).

Projekat PeerCo okuplja raznovrsnu mrežu škola, nevladinih organizacija, kompanija i stručnjaka za obuke iz Španije, Italije, Bugarske, Srbije, Turske i Litvanije. Zajedno težimo da mladima pružimo alate i način razmišljanja koji su im potrebni da bi se razvijali kao odgovorni digitalni građani.


Program obuke usmeren je na jačanje medijske pismenosti, kritičkog mišljenja i smislenog korišćenja digitalnih alata i društvenih mreža. On se bavi jednim od najvažnijih izazova današnjice: uticajem društvenih mreža na samopercepciju i društveno ponašanje mladih.



Umesto da dozvole da ih društvene mreže oblikuju, PeerCo podstiče učenike da preuzmu aktivnu ulogu u oblikovanju digitalnog sveta oko sebe.






U današnjem digitalnom okruženju, učenici se neprestano suočavaju sa stalnim prilivom sadržaja — poređenjima, nerealnim standardima i ponekad obmanjujućim informacijama koje mogu uticati na to kako vide sebe i druge. Istovremeno, društvene mreže imaju ogroman potencijal za kreativnost, učenje, izražavanje sebe i pozitivan društveni uticaj. Ova obuka podržava učenike u razvijanju svesti, samopouzdanja i osećaja odgovornosti kako bi ove platforme koristili promišljeno i sa jasnom svrhom.




Kroz ovaj program učenici će naučiti da:


- Prepoznaju nameru koja stoji iza različitih vrsta onlajn sadržaja,
- Uoče i odupru se iskrivljenim porukama koje mogu negativno uticati na doživljaj sebe,
- Koriste društvene mreže u pozitivne, obrazovne i društveno odgovorne svrhe,
- Sarađuju sa vršnjacima u cilju izgradnje podržavajuće i konstruktivne digitalne zajednice.



Pozivamo vas da krenete na ovo putovanje otkrivanja, osnaživanja i saradnje — gde se digitalna kreativnost susreće sa kritičkom svešću i gde vaš glas zaista može napraviti razliku.



O programu obuke




Naziv kursa: Zdrava upotreba društvenih mreža i kampanje na društvenim mrežama („Snažan onlajn, snažan iznutra“ – kurs obuke)








Broj modula: 6







Ciljna grupa: Mladi uzrasta 15–19 godina





CILJEVI OBUKE

- 
1. Razvijanje komunikacionih veština u onlajn i oflajn kontekstima, uključujući izražavanje emocija, aktivno slušanje i vođenje dijaloga uz međusobno poštovanje.
 2. Promovisanje digitalne dobrobiti kroz zdrave navike korišćenja ekrana, samorefleksiju i emocionalnu svest u digitalnom okruženju.
 3. Podrška razvoju pozitivnog samopouzdanja i zdrave slike o telu, uz podsticanje kritičkog promišljanja o nerealnim standardima i uvažavanje različitosti.
 4. Razvijanje medijske pismenosti i kritičkog mišljenja, kako bi učenici bili osposobljeni da analiziraju, preispituju i proveravaju onlajn sadržaje i izvore.










5. Podsticanje svrsishodnog i smislenog korišćenja društvenih mreža, prelaskom sa pasivne upotrebe sadržaja na promišljeno, kreativno i obrazovno angažovanje.





6. Podsticanje građanskog učešća i digitalne odgovornosti, kroz pomoć učenicima da prepoznaju društvene teme i vrednosti do kojih im je stalo.





7. Razvijanje veština kreiranja kampanja, uključujući planiranje sadržaja, pripovedanje (storytelling), vizuelni dizajn i jasnoću poruke u različitim medijskim formatima.



8. Promovisanje bezbedne, uvažavajuće i inkluzivne digitalne komunikacije, uz izbegavanje štetnih stereotipa, dezinformacija i isključivanja.



9. Osnaživanje učenika da prate i procenjuju uticaj svojih digitalnih aktivnosti, razumevajući i domet i kvalitet ostvarenog angažovanja.



10. Jačanje samopouzdanja učenika u predstavljanju i deljenju svog rada, uz podsticanje veština javnog nastupa, saradnje i povezivanja sa zajednicom.





Digitalna dobrobit, samopouzdanje i slika o telu



Ovaj modul upoznaje učenike sa pojmom digitalne dobrobiti i njenom povezanošću sa samopouzdanjem i slikom o telu. Podstiče razvijanje zdravih digitalnih navika, primenu praksi digitalnog detoksa i razvijanje svesti o tome kako onlajn život utiče na mentalno i emocionalno zdravlje.

Modul 1:

Digitalna dobrobit, samopouzdanje i slika o telu

Ključne reči: Digitalne navike, onlajn samopercepcija, vreme provedeno ispred ekrana, raznolikost tela, društvene mreže, digitalni detoks, emocionalno zdravlje, samopouzdanje, osećaj vlastite vrednosti

Obuhvat modula

Modul pruža osnovno razumevanje digitalne dobrobiti za tinejdžere, sa naglaskom na uravnoteženo korišćenje ekrana, emocionalnu svest i uticaj medija. Obuhvata lične strategije za razvijanje zdravih navika, ali ne istražuje klinička pitanja mentalnog zdravlja niti duboke psihološke intervencije. Pristup je praktičan, refleksivan i prilagođen uzrastu.

Ciljevi obuke

- Podizanje svesti o uticaju digitalnog korišćenja na dobrobit, samopouzdanje i sliku o telu.
- Pomoć učenicima da reflektuju o sopstvenim digitalnim navikama i emocionalnim reakcijama.
- Promovisanje uravnoteženih rutina koje uključuju trenutke bez ekrana i zdrave aktivnosti van mreže.
- Podsticanje kritičkog razmišljanja o onlajn sadržaju i njegovom uticaju na samopercepciju.

Teorijski okvir

Tokom poslednjih 20 godina, digitalne tehnologije su promenile način na koji se mladi povezuju, uče i doživljavaju sebe. Istraživanja pokazuju da prekomerno vreme provedeno pred ekranom i korišćenje društvenih mreža može uticati na mentalno zdravlje. Tinejdžeri se često upoređuju sa idealizovanim prikazima na mreži, što može smanjiti samopouzdanje i izazvati nezadovoljstvo sopstvenim telom. Studije o digitalnoj dobrobiti ističu značaj ravnoteže, samosvesti i medijske pismenosti. Mladi treba da imaju alatke za upravljanje vremenom provedenim pred ekranom, prepoznavanje nerealnih prikaza na internetu i zaštitu emocionalnog zdravlja. Korišćenje aktivnog učenja, grupne refleksije i kreativnih zadataka može pomoći učenicima da razviju empatiju i samopouzdanje. Davanje učenicima prava glasa i izbora gradi samosvest, dok učenje kroz vršnjake igra važnu ulogu u razvijanju emocionalne inteligencije.

Teme / Nastavne jedinice	Ishodi učenja
1. Razumevanje digitalne dobrobiti	<ul style="list-style-type: none">- Učenici mogu definisati pojam digitalne dobrobiti i prepoznati kako korišćenje ekrana utiče na raspoloženje, san i koncentraciju.- Učenici mogu prepoznati znakove digitalnog preopterećenja (npr. razdražljivost, ometanje pažnje, umor).- Učenici mogu navesti najmanje dva potencijalna rizika nebalansiranog korišćenja digitalnih tehnologija.
2. Razvijanje i primena zdravih digitalnih rutina	<ul style="list-style-type: none">- Učenici su sposobni da reflektuju o sopstvenim digitalnim navikama, prepoznaju dominantne onlajn i oflajn aktivnosti i postavljaju lične ciljeve za unapređenje svojih digitalnih rutina.- Učenici su sposobni da primene jednostavne tehnike za očuvanje digitalne dobrobiti, kao što su digitalni detoks, trenuci bez ekrana ili prakse pažljivosti (mindfulness).

Teme / Nastavne jedinice	Ishodi učenja
2. Razvijanje i primena zdravih digitalnih rutina	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici mogu opisati razliku između pasivnog i aktivnog vremena provedenog pred ekranom. - Učenici su sposobni da prepoznaju sadržaj koji je smislen i zasnovan na interesovanjima, a koji podržava svrsishodno digitalno angažovanje.
3. Samopouzdanje u digitalnom dobu	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici razumeju kako onlajn sadržaj (npr. slike, filteri, trendovi) može uticati na njihovu sliku o sebi i samopouzdanje. - Učenici su upoznati sa strategijama koje mogu koristiti za zaštitu svog mentalnog zdravlja pri susretu sa idealizovanim ili nerealnim standardima tela. - Učenici su prepoznali da raznolikost tela i lična vrednost nisu definisani normama izgleda na internetu.
4. Slika o telu i uticaj digitalnog okruženja	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici su sposobni da kritički razmišljaju o idealima tela u digitalnim medijima i prepoznaju štetne stereotipe ili uređeni sadržaj. - Učenici su razvili sposobnost da preispituju i osporavaju štetne stereotipe ili uređeni sadržaj.
<p>Zaključak: Digitalna dobrobit znači više od samog smanjenja vremena provedenog pred ekranom. To znači biti svestan kako digitalni život utiče na naša osećanja i ponašanja. Razumevanjem kako onlajn sadržaj utiče na sliku o sebi, učenici mogu razviti bolje navike i jače samopouzdanje. Takođe, mogu naučiti kako da međusobno pružaju podršku u ovom procesu.</p>	



Nastavna jedinica br. 1

Razumevanje digitalne dobrobiti



Ishodi

- Učenici mogu definisati digitalnu dobrobit i prepoznati kako korišćenje ekrana utiče na raspoloženje, san i koncentraciju.
- Učenici mogu prepoznati znakove digitalnog preopterećenja (npr. razdražljivost, ometanje pažnje, umor).
- Učenici mogu navesti najmanje dva potencijalna rizika nebalansiranog korišćenja digitalnih tehnologija.

Kratak teorijski opis

Ova jedinica, koja traje dve nastavne jedinice, zasniva se na teorijama socijalno-emocionalnog učenja, iskustvenog učenja i medijske pismenosti kako bi podstakla svest učenika o digitalnoj dobrobiti. U aktivnosti „Moj dnevnik raspoloženja u vezi sa vremenom pred ekranom“ učenici se bave metakognitivnom refleksijom, prateći emocionalni uticaj svojih digitalnih navika. Vizuelno pripovedanje poboljšava izražavanje i pristupačnost. U aktivnosti „Igra uloga - preplavljenost digitalnim“ učenici primenjuju učenje kroz iskustvo i preuzimanje perspektive kako bi prepoznali znakove digitalnog disbalansa kod drugih i vežbali podržavajuće reakcije. Igra uloga razvija empatiju, dok grupni dijalog gradi socijalnu svest i kritičko mišljenje. Zajedno, ove aktivnosti osnažuju učenike da razviju samoregulaciju, prepoznaju nezdrave digitalne obrasce i preduzmu prve korake ka uravnoteženoj upotrebi medija.

Aktivnost 1

MOJ DNEVNIK RASPOLOŽENJA U VEZI SA VREMENOM PRED EKRAKOM

Predloženo trajanje aktivnosti: 45 minuta

Individualno / Grupa: Individualno + Mala grupa

Opis aktivnosti:

Učenici prate kako se osećaju pre i posle korišćenja svojih omiljenih digitalnih platformi tokom 2 dana. Zatim kreiraju jednostavan strip ili infografik koji prikazuje njihova zapažanja. U grupama diskutuju o uočenim trendovima i iznenađenjima.

Postupak:

1. Počnite kratkom diskusijom u razredu: „Kako vreme provedeno pred ekranom utiče na vaše raspoloženje?“ (10 min)
2. Podelite šablon dnevnika raspoloženja: učenici beleže svoje digitalne navike i prateće emocije tokom 3 dana. (10–15 min)
3. U razredu, učenici reflektuju o uočenim obrascima i dele svoja zapažanja u malim grupama (ako se osećaju prijatno). (10 min)
4. Zajedno, na tabli, navedite uobičajene obrasce i diskutujte o idejama za promene. (10 min)

Ishodi:

- Reflektuju o svojim digitalnim navikama.
- Prepoznaju emocionalne reakcije na vreme provedeno pred ekranom.
- Primene samosvest za postavljanje ličnih ciljeva.

Okruženje i materijali:

Papir, obojene olovke ili digitalni alat za crtanje; šablon dnevnika raspoložnja.

Pedagoški pristup:

Vizuelno pripovedanje, refleksivno vođenje dnevnika, diskusija sa vršnjacima.

Tehnološki zahtevi:

Opciono: tableti ili laptopovi za kreiranje digitalnih stripova ili infografika.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Koristiti emotikone i ikone za učenike sa poteškoćama u čitanju i pisanju; ponuditi usmene ili vizuelne opcije za refleksiju.

Aktivnost 2

**IGRA ULOGA -
PREPLAVLJENOST DIGITALNIM**

Predloženo trajanje aktivnosti: 40 minuta

Individualno / Grupa: Male grupe

Opis aktivnosti:

Učenicima se dodeljuju likovi koji pokazuju znakove digitalnog preopterećenja. Oni glume različite scenarije i prepoznaju upozoravajuće znakove. Nakon toga, zajednički osmišljavaju korisne i podržavajuće reakcije.

Postupak:

1. Predstavite znakove digitalnog preopterećenja (5 min).
2. Grupe dobijaju scenario koji uključuje digitalno preopterećenje (npr. stres zbog društvenih mreža, umor od igranja video igara). (5 min)
3. Učenici kreiraju kratke skečeve koji prikazuju problem i moguće rešenje. (15 min)
4. Grupe izvode skečeve pred razredom, a zatim sledi diskusija o primeni u stvarnom životu. (15 min)

Ishodi:

- Prepoznaju znakove digitalnog preopterećenja.
- Identifikuju rizike nebalansiranog korišćenja digitalnih tehnologija.
- Vežbaju empatiju i razvijaju svest o uticaju digitalnih navika.

Okruženje i materijali:

Karte uloga, štampani materijali, prostor u učionici.

Pedagoški pristup:

Igra uloga, simulacija, grupno rešavanje problema.

Tehnološki zahtevi:

Nema.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Pojednostavljeni scenariji za učenike sa jezičkim teškoćama; grupe mešanih sposobnosti.

Zaključak nastavne jedinice

Učenici stiču svest o tome kako digitalne platforme utiču na njihove emocije i ponašanja. Kroz praćenje raspoloženja i igranje uloga, reflektuju o ličnim navikama, prepoznaju znakove digitalnog preopterećenja i uče kako da podrže sebe i svoje vršnjake. Ova jedinica podstiče empatiju, emocionalnu svest i sposobnost preduzimanja praktičnih koraka ka zdravijoj upotrebi digitalnih medija.





Nastavna jedinica br. 2

Razvijanje i primena zdravih digitalnih rutina

Ishodi

- Učenici su sposobni da reflektuju o sopstvenim digitalnim navikama, prepoznaju dominantne onlajn i oflajn aktivnosti i postave lične ciljeve za unapređenje svojih digitalnih rutina.
- Učenici su sposobni da primene jednostavne tehnike za očuvanje digitalne dobrobiti, kao što su digitalni detoks, trenuci bez ekrana ili prakse pažljivosti (mindfulness).
- Učenici mogu opisati razliku između pasivnog i aktivnog vremena provedenog pred ekranom.
- Učenici su sposobni da prepoznaju smislen i interesovanjima prilagođen sadržaj koji podržava svrsishodno digitalno angažovanje.

Kratak teorijski opis

Ova jedinica zasniva se na metakognitivnom učenju, teoriji samoregulacije i obrazovanju zasnovanom na pažljivoj prisutnosti (mindfulness). Podstiče učenike da kritički promišljaju o svojim svakodnevnim digitalnim rutinama i da ih aktivno osmisle na način koji doprinosi većoj dobrobiti i svrhovitosti.

U aktivnosti „Poster – Moj digitalni dan“, učenici koriste vizuelno mapiranje kako bi analizirali svoje vreme provedeno pred ekranom i prepoznali trenutke pasivnog i aktivnog angažovanja. Ovaj proces podstiče kognitivnu svesnost i postavljanje ciljeva.

U aktivnosti „Mindfulness izazov“, učenici primenjuju iskustveno učenje kroz isprobavanje jednostavnih aktivnosti bez ekrana, razvijajući emocionalnu regulaciju i usmerenost na sadašnji trenutak.

Zajedno, ove aktivnosti podstiču autonomiju, nameru i pozitivne promene u digitalnim navikama, u skladu sa principima digitalne dobrobiti i socijalno-emocionalnog učenja (SEL).

Aktivnost 1

POSTER: MOJ DIGITALNI DAN

Predloženo trajanje aktivnosti: 45 minuta

Individualno / Grupa: Individualno + rad u paru

Opis aktivnosti:

Učenici prikazuju tipičan radni dan na posteru, beležeći vreme provedeno onlajn i oflajn. Zatim predlažu načine za poboljšanje ravnoteže kroz smislenije aktivnosti bez ekrana.

Postupak:

1. Učenici osmišljavaju i crtaju vizuelnu vremensku liniju svog tipičnog digitalnog dana. (15 min)
2. Koriste obojene simbole za prikaz pasivnog i aktivnog vremena pred ekranom. (10 min)
3. Reflektuju: „Gde bih mogao/la da se isključim? Koji su moji prioriteti?“ (10 min)
4. Po želji, učenici rade u parovima da podele i diskutuju o posterima. (5 min)
5. Poster se mogu podeliti ili izložiti u razredu radi podizanja svesti. (5–10 min)

Ishodi:

- Reflektuju o svojim ličnim digitalnim navikama.
- Postavljaju ciljeve za zdravije digitalne rutine.
- Prave razliku između pasivnog i aktivnog vremena pred ekranom.

Okruženje i materijali:

Papir, flomasteri, šablon za poster

Pedagoški pristup:

Praktično kreiranje, refleksija, povratna informacija od vršnjaka

Tehnološki zahtevi:

Opcionalno: tableti za digitalno kreiranje postera

Prilagodljivost za različite učesnike:

Grafički šabloni za vizuelne učenike; početne rečenice za učenike koji uče engleski jezik (ELL)

Aktivnost 2

IZAZOV „MINDFUL MINUTES“

Predloženo trajanje aktivnosti: domaći zadatak + 30 minuta

Individualno / Grupa: Individualno

Opis aktivnosti:

Učenici tokom jedne nedelje svakodnevno isprobavaju kratke Mindfulness aktivnosti (disanje, šetnja, vođenje dnevnika) u trajanju od 3–5 minuta dnevno. Zapažanja beleže koristeći jednostavan obrazac za refleksiju.

Trajanje: 10 minuta dnevno tokom 5 dana + 30 minuta za zajednički zaključak u razredu

Tip grupe: Individualno, sa zajedničkom grupnom refleksijom

Postupak:

1. Upoznajte učenike sa pojmom pažljive prisutnosti (mindfulness) i digitalnim detoksom.
2. Učenici biraju jedan trenutak dnevno za „isključenje“ (npr. pre spavanja, tokom obroka).
3. Vode kratak dnevnik refleksije tokom 5 dana.
4. Diskusija u razredu na kraju nedelje: „Šta je bilo teško? Šta sam stekao/la?“
5. Zajednički zapišite zaključke u obliku postera ili digitalne table.

Ishodi:

- Primena tehnika za očuvanje digitalne dobrobiti.
- Iskustvo koristi praksi pažljive prisutnosti (mindfulness).
- Refleksija o emocionalnim reakcijama.

Okruženje i materijali:

Obrazac „Mindfulness meni“, list za refleksiju

Pedagoški pristup:

Iskustveno učenje, samoprocena

Tehnološki zahtevi:

Nema

Prilagodljivost za različite učesnike:

Vizuelna uputstva; fleksibilni tipovi aktivnosti za neurodivergentne učenike

SADRŽAJ

UVOD

CILJEVI OBUKE

Modul 1

DIGITALNA DOBROBIT, SAMOPOŠTOVANJE I SLIKA O TELU
07

Modul 2

RAZVIJANJE KOMUNIKACIONIH VEŠTINA – ONLAJN I OFLAJN
30

Modul 3

ISTRAŽIVANJE I ANALIZA SADRŽAJA NA DRUŠTVENIM
MREŽAMA UZ PRIMENU KRITIČKOG MIŠLJENJA
66

Modul 4

PREPOZNAVANJE I PROMOVISANJE GRAĐANSKIH VREDNOSTI
KROZ DIGITALNO UMREŽAVANJE
97

Modul 5

KREIRANJE SADRŽAJA ZA KAMPANJE NA DRUŠTVENIM
MREŽAMA
118

Modul 6

EVALUACIJA I PREDSTAVLJANJE KAMPANJA NA DRUŠTVENIM
MREŽAMA
148

ZAKLJUČAK

PARTNERI

Zaključak nastavne jedinice

Učenici razvijaju jasnije razumevanje svojih digitalnih rutina i načina kako ih unaprediti. Oni prave razliku između pasivnog i aktivnog vremena provedenog pred ekranom, postavljaju lične ciljeve i isprobavaju jednostavne prakse pažljivosti. Ova nastavna jedinica podstiče uravnotežene navike, samorefleksiju i promišljeno, smisleno angažovanje u digitalnom okruženju.





Nastavna jedinica br. 3

Samopouzdanje u digitalnom dobu



Ishodi

- Učenici razumeju kako onlajn sadržaj (npr. slike, filteri, trendovi) može uticati na njihovu sliku o sebi i samopouzdanje.
- Učenici su upoznati sa strategijama koje mogu koristiti za zaštitu svog mentalnog zdravlja pri susretu sa idealizovanim ili nerealnim standardima tela.
- Učenici su prepoznali da raznolikost tela i lična vrednost nisu definisani normama izgleda na internetu.

Kratak teorijski opis

Ova jedinica kombinuje medijsku pismenost, pozitivnu psihologiju i teoriju samopoimanja kako bi pomogla učenicima da kritički ispituju digitalne uticaje na samopouzdanje. Prva aktivnost podstiče analitičko razmišljanje, pozivajući učenike da prepoznaju digitalno uređene slike i njihov emocionalni efekat, podržavajući razvoj strategija zaštite od pritisaka onlajn standarda izgleda. Druga aktivnost, zasnovana na obrazovanju usmerenom na snage, vodi učenike da identifikuju i potvrde osobine koje nisu vezane za izgled kroz kreativno izražavanje. Zajedno, ove lekcije grade kritičku svest o nerealnim onlajn normama, istovremeno jačajući unutrašnju samovrednost i otpornost. Grupno deljenje i vizuelna refleksija dodatno podstiču empatiju, samopouzdanje i razvoj identiteta u digitalnom dobu.

Aktivnost 1

UREĐENO ILI STVARNO? KAKO ONLAJN SLIKE UTIČU NA NAS

Predloženo trajanje aktivnosti: 40 minuta

Individualno / Grupa: Male grupe

Opis aktivnosti:

Učenici analiziraju mešavinu stvarnih i uređivanih fotografija ili objava. Prepoznaju znakove digitalne obrade i diskutuju o tome kako takve slike utiču na samopouzdanje.

Postupak:

1. Prikazati slike sa društvenih mreža (stvarne vs filtrirane/uređene) i diskutovati o njima. (10 min)
2. U parovima, sortirati štampane slike u kategorije „verovatno stvarno“ vs „verovatno uređeno“. (10 min)
3. Diskusija o tome kako filteri i uređene slike utiču na samopouzdanje. (10 min)
4. Učenici kreiraju jednostavan digitalni kolaž: „Ja sam više od svoje slike“. (10 min)
5. Opciono: „exit ticket“ – napisati jednu poruku budućem sebi o poverenju u onlajn okruženju.

Ishodi:

- Razumevanje uticaja idealizovanog onlajn sadržaja.
- Učenje strategija za zaštitu slike o sebi.
- Prepoznavanje nerealnih normi izgleda.

Okruženje i materijali:

Štampane ili digitalne kolekcije slika, diskusiona pitanja

Pedagoški pristup:

Medijska pismenost, kritičko mišljenje, grupna diskusija

Tehnološki zahtevi:

Laptop ili tablet za prikaz slika (opciono)

Prilagodljivost za različite učesnike:

Vizuelna poređenja; rad u grupama pomaže razumevanju za sve nivoe sposobnosti

Aktivnost 2

STABLO LIČNE VREDNOSTI

Predloženo trajanje aktivnosti: domaći zadatak + 30 minuta

Individualno / Grupa: Individualno + rad u grupi

Opis aktivnosti:

Svaki učenik crta stablo koje predstavlja njihove snage i osobine koje nisu vezane za izgled (npr. koreni = vrednosti, deblo = talenti, listovi = dostignuća).

Postupak:

1. Učenici crtaju stablo: koreni = vrednosti, deblo = snage/talenti, listovi = dostignuća/stvari koje vole. (15 min)
2. Pitanje za diskusiju: „Šta vas definiše van vašeg izgleda?“ (5 min)
3. U parovima, učenici dele jednu snagu ili vrednost. (5–7 min)
4. Opcionalno: dekorisati i izložiti stabla kako bi se stvorila „Šuma lične vrednosti“. (8–10 min)
5. Završetak: Kratko vođenje dnevnika – „Jedna stvar na koju sam danas ponosan/na“. (5 min)

Ishodi:

- Jačanje unutrašnjih izvora lične vrednosti.
- Izazivanje samopouzdanja zasnovanog na izgledu.
- Promovisanje pozitivnog izražavanja sebe.

Okruženje i materijali:

Papir za crtanje, flomasteri, šablon

Pedagoški pristup:

Kreativna samorefleksija, afirmacija vršnjaka

Tehnološki zahtevi:

Nema

Prilagodljivost za različite učesnike:

Početne rečenice ili pomoć vršnjaka u pisanju za učenike sa teškoćama u pisanju

Zaključak nastavne jedinice

Učenici kritički ispituju kako onlajn sadržaj, filteri i trendovi utiču na sliku o sebi. Prepoznaju nerealne standarde lepote i istražuju svoje snage koje nisu vezane za izgled. Ova jedinica podstiče osećaj lične vrednosti, medijsku pismenost i otpornost, kroz afirmaciju pozitivnog identiteta i podržavajuće veze sa vršnjacima.





Nastavna jedinica br. 4

Slika o telu i digitalni uticaj



Ishodi

- Učenici su sposobni da kritički promišljaju o idealima tela u digitalnim medijima i prepoznaju štetne stereotipe ili uređeni sadržaj.
- Učenici su razvili sposobnost da preispituju i osporavaju štetne stereotipe ili uređeni sadržaj.

Kratak teorijski opis

Ova jedinica objedinjuje medijsku pismenost, kritičku pedagogiju i socijalno-emocionalno učenje kako bi pomogla učenicima da se nose sa pritiscima vezanim za sliku o telu u digitalnom prostoru.

U aktivnosti „Poster za razotkrivanje reklama“, učenici dekonstruišu medijske poruke i zatim ih rekonstruišu kroz inkluzivne i osnažujuće alternative — podstičući kritičku svest i kreativnu inicijativu.

Druga aktivnost naglašava komunikacione veštine i empatiju kroz simulaciju vršnjačkih interakcija koje se odnose na negativne komentare o telu. Kroz igru uloga i refleksiju, učenici uče kako da pruže podršku i suprotstave se štetnom govoru.

Ove aktivnosti razvijaju kritičko mišljenje, promovišu pozitivan odnos prema telu i podstiču aktivan otpor digitalnim stereotipima, doprinoseći zdravijoj onlajn kulturi i većem samopouzdanju učenika.

Aktivnost 1

POSTER ZA RAZOTKRIVANJE REKLAMA

Predloženo trajanje aktivnosti: 50 minuta

Individualni/Grupni rad: Rad u paru ili malim grupama

Opis aktivnosti

Učenici biraju reklamu za kozmetički proizvod ili modni oglas i analiziraju skrivene poruke. Zatim redizajniraju reklamu tako da promoviše pozitivnu sliku o telu i inkluzivnost.

Postupak:

1. Prikazati 2–3 reklame iz oblasti lepote i pitati: Šta se prodaje osim proizvoda? (8 min.)
2. Grupe biraju jednu reklamu i „razotkrivaju“ je tako što je preoblikuju i napišu novu verziju sa realističnim ili pozitivnim porukama. (10 min.)
3. Učenici redizajniraju reklamu koristeći kolaž, crtanje ili digitalne alate. (20 min.)
4. Galerijska šetnja i sesija povratnih informacija u odeljenju. (10 min.)

Ishodi:

- Kritički promišljaju ideale lepote u medijima.
- Preispituju i osporavaju štetne stereotipe i norme.
- Promovišu inkluzivno predstavljanje.

Okruženje i materijali:

Štampane reklame, makaze, lepak, materijal za izradu postera

Korišćeni pedagoški pristup:

Vizuelno pripovedanje, medijska kritika, kreativni redizajn

Tehnološki zahtevi:

Po potrebi: digitalni alati za dizajn

Prilagodljivost za različite učesnike:

Ponuditi primere reklama i šablone sa porukama koje promovišu pozitivnu sliku o telu

Aktivnost 2

ŠTA BISTE REKLI?

Predloženo trajanje aktivnosti: 30 minuta

Individualno / Grupa: Male grupe

Opis aktivnosti:

Učenicima se daju situacije u kojima prijatelj objavi nešto negativno o svom telu. Oni osmišljavaju podržavajuće odgovore i diskutuju o tome kako reči na internetu utiču na druge.



Postupak:

1. Prikazati situacije inspirisane stvarnim životom (npr. prijatelj kaže da se oseća ružno dok skrola društvene mreže). (5 min.)
2. U parovima, učenici glume podržavajuće odgovore, zatim menjaju uloge. (10 min.: 2–3 minuta po rundi, plus vreme za pripremu i diskusiju o ulogama)
3. Diskusija u razredu: Šta je teško reći? Šta deluje osnažujuće? (7 min.)
4. Učenici napišu 2 ljubazne poruke koje bi rekli prijatelju i 1 koju bi rekli sebi. (5 min.)
5. Opciono: Dodati poruke na „zid ljubaznosti“ u razredu. (3 min.)

Ishodi:

- Promovisanje empatije i podržavajuće komunikacije.
- Refleksija o emocionalnim efektima onlajn komentara.
- Razvijanje samopouzdanja u suprotstavljanju štetnom govoru.

Okruženje i materijali:

Karte sa scenarijima, list za diskusiju

Pedagoški pristup:

Simulacija, komunikacione veštine, emocionalna refleksija

Tehnološki zahtevi:

Nema

Prilagodljivost za različite učesnike:

Model odgovora za učenike sa nižim nivoom znanja; podrška za poštovanje dijaloga

Zaključak nastavne jedinice

Učenici uče da dekodiraju i osporavaju štetne ideale tela u digitalnim medijima. Redizajniranjem reklama i vežbanjem podržavajuće komunikacije razvijaju kritičko mišljenje i empatiju. Ova jedinica osnažuje ih da promovišu pozitivnu sliku o telu, suprotstavljaju se stereotipima i koriste svoj glas za podršku zdravijem i inkluzivnijem digitalnom okruženju.



MODUL br. 2



Razvijanje komunikacionih veština – onlajn i oflajn



Ova jedinica se fokusira na razvijanje komunikacionih kompetencija učenika, kako u digitalnom, tako i u ličnom (oflajn) okruženju. Naglasak je na izražavanju emocija, aktivnom slušanju, poštovanju u dijalogu, konstruktivnoj povratnoj informaciji i bezbednoj komunikaciji na internetu.

Modul 2:

Razvijanje komunikacionih veština – onlajn i oflajn

Ključne reči: komunikacione veštine, emocionalna inteligencija, aktivno slušanje, poštovanje u dijalogu, onlajn interakcija, digitalna empatija, digitalna komunikacija, rešavanje konflikata, kultura povratne informacije, digitalna bezbednost

Obuhvat modula

Modul obuhvata osnovne komunikacione veštine za tinejdžere, kako u virtuelnom, tako i u fizičkom okruženju. Uključuje praktične aktivnosti, diskusije sa vršnjacima i zadatke za samorefleksiju. Iako uvodi ključne teme kao što su sajber nasilje i bezbednost na internetu, ne obrađuje pravne ili tehnički složene aspekte digitalne komunikacije.

Ciljevi obuke

- Poboľšati sposobnost učenika da se jasno i empatično izraze.
- Razviti veštine aktivnog slušanja i poštovanja u interakciji u različitim kontekstima.
- Obezbediti učenicima strategije za upravljanje onlajn konfliktima i negativnim povratnim informacijama.
- Podstaći svest i otpornost u digitalnim komunikacionim okruženjima.

Teorijski okvir

Danas tinejdžeri žive u dva sveta istovremeno: u fizičkom svetu škole, prijatelja i porodice, i u stalno povezanom svetu poruka, video sadržaja i objava na internetu. Učenje dobre komunikacije u oba okruženja nije samo korisno — ono je od ključnog značaja za njihov budući razvoj. Dobra komunikacija podržava zdrave odnose, emocionalnu ravnotežu i sposobnost da se zauzmu za sebe i druge.

Adolescencija, posebno između 15. i 19. godine, period je velikog ličnog rasta. Mladi ljudi otkrivaju ko su, šta osećaju i kako se uklapaju u društvo. To je idealno vreme da se razviju komunikacione navike koje će im služiti kroz ceo život — bilo da je reč o izražavanju emocija, rešavanju konflikata ili davanju i primanju povratnih informacija. Jedan od ključnih elemenata je emocionalna inteligencija — sposobnost da prepoznaju emocije, upravljaju njima i izraze ih na način koji pomaže (a ne šteti) odnosima. Ovo je još važnije u digitalnom okruženju, gde često nedostaju ton glasa, govor tela ili izrazi lica. Prema recentnim istraživanjima (Domoff i sar., 2020), pomoć tinejdžerima da imenuju svoja osećanja, naprave pauzu pre reakcije ili se smire može značajno uticati na to kako se nose sa onlajn konfliktima i stresom.

Aktivno slušanje je još jedna ključna veština. Kada tinejdžeri zaista slušaju — a ne samo čekaju da odgovore — to pomaže u izgradnji jačih veza i poverenja, kako onlajn, tako i u stvarnom životu. Istraživanja pokazuju da i malo vežbanja namernog slušanja može smanjiti nesporazume i ojačati vršnjačke odnose (Reeves i sar., 2021).

Povratna informacija može biti izazov za mnoge mlade — posebno davanje, a ponekad i primanje. Međutim, kada je povratna informacija poštovana, jasna i konstruktivna, ona postaje alat za rast, a ne okidač za sukobe. OECD (2021) je otkrio da učenici koji su obučeni kako da daju povratne informacije koristeći početke rečenica i pozitivno oblikovanje, izveštavaju o većem samopouzdanju i manjem broju onlajn rasprava. Radi se o učenju kako nešto reći na koristan i poštovan način.

Naravno, ne možemo govoriti o komunikaciji, a da ne obuhvatimo i bezbednost na internetu. Društvene mreže sa sobom nose pritisak, osuđivanje i, nažalost, ponekad govor mržnje. Mnogi tinejdžeri se i dalje suočavaju sa izazovima poput sarkazma, isključivanja ili sajber nasilja. Istraživanje EU Kids Online (Smahel i sar., 2020) pokazalo je da, iako su tinejdžeri stalno prisutni na internetu, često nemaju dovoljno razvijene veštine za suočavanje sa negativnošću u digitalnom prostoru. Zato je izuzetno važno pomoći im da razumeju ton poruka, privatnost, granice i odgovornost u onlajn komunikaciji.

Ukratko, ovaj modul ima za cilj da mladima pruži veštine da se jasno izraze, pažljivo slušaju druge, nose sa digitalnim pritiscima i stvaraju prostor za poštovane razgovore — kako na ekranu, tako i van njega. Cilj nije samo da ih naučimo kako da komuniciraju, već kako da se istinski povezuju.

Teme / Nastavne jedinice	Ishodi učenja
1. Izražavanje razumevanja i upravljanje emocijama	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici mogu na primeren način izražavati svoje emocije u digitalnom i neposrednom (oflajn) okruženju. - Učenici mogu prepoznati i imenovati sopstvena emocionalna stanja u različitim situacijama, uključujući onlajn interakcije. - Učenici mogu primeniti osnovne strategije samoregulacije kako bi upravljali emocionalnim reakcijama u izazovnim ili stresnim situacijama, uključujući onlajn konflikte.

Teme / Nastavne jedinice	Ishodi učenja
2. Izražavanje ličnih stavova i poštovan dijalog uprkos razlikama	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici mogu učestvovati u poštovanom dijalogu tako što konstruktivno izražavaju neslaganje i uvažavaju različita gledišta. - Učenici prepoznaju vrednost različitih mišljenja i vežbaju poštovano neslaganje. - Učenici koriste odgovarajući vokabular i jezičke strukture kako bi jasno i s poštovanjem izrazili svoje stavove.
3. Aktivno slušanje i empatija	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici su sposobni da aktivno slušaju i konstruktivno odgovaraju u razgovoru. - Učenici mogu prepoznati neverbalne signale i reagovati sa empatijom.
4. Konstruktivna povratna informacija i kritika	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici mogu razumeti razliku između konstruktivne i destruktivne kritike. - Učenici mogu davati i primati povratne informacije koristeći tehnike pozitivne komunikacije.
5. Bezbedna i odgovorna onlajn komunikacija	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici znaju kako da prepoznaju i adekvatno reaguju na uobičajene izazove u onlajn komunikaciji, kao što su sajber nasilje, isključivanje, sarkazam, govor mržnje, nesporazumi i vršnjački pritisak. - Učenici su svesni značaja tona, privatnosti i odgovornosti u digitalnim prostorima.

Zaključak

Ovaj modul mladima pruža više od samih saveta o komunikaciji – on im daje alate za život. Istraživanjem načina izražavanja emocija, aktivnog slušanja, upravljanja konfliktima i snalaženja u digitalnim prostorima sa empatijom i poštovanjem, učenici razvijaju jače međuljudske odnose, jasniji izraz i veću samosvest.

Bilo da vode razgovor uživo ili šalju poruku onlajn, biće bolje pripremljeni da razmisle pre nego što progovore, da odgovore umesto da reaguju impulsivno i da podrže druge dok ostaju verni sebi. U svetu u kojem se veliki deo komunikacije odvija preko ekrana, ove veštine usmerene na ljude postaju važnije nego ikada.

Modul podstiče omladinske radnike da pomognu učenicima da postanu namerni, promišljeni komunikatori – oni koji ne samo da oblikuju svoje digitalne navike, već i doprinose stvaranju poštovanih i inkluzivnih prostora za sve oko sebe.



Nastavna jedinica br. 1

Izražavanje razumevanja i upravljanje emocijama



Ishodi

- Učenici mogu na primeren način izražavati svoje emocije kako u digitalnom, tako i u neposrednom (oflajn) okruženju.
- Učenici mogu prepoznati i imenovati svoja emocionalna stanja u različitim situacijama, uključujući onlajn interakcije.
- Učenici mogu primeniti osnovne strategije samoregulacije za upravljanje emocionalnim reakcijama u izazovnim ili stresnim situacijama, uključujući onlajn konflikte.

Kratki teorijski opis

Tinejdžeri često doživljavaju jake emocije dok se suočavaju sa situacijama u stvarnom životu i na internetu. Učenje kako primetiti, imenovati i upravljati tim emocijama pomaže im da bolje razumeju sebe i grade zdrave odnose. Na internetu, emocije mogu delovati još intenzivnije jer nedostaju elementi poput tona glasa ili govora tela, što može dovesti do brzih, impulzivnih reakcija ili nesporazuma. U ovoj jedinici učenici uče kako da prepoznaju svoja osećanja i reaguju na smireniji, korisniji način. Vežbanjem emocionalnog vokabulara, strategija samokontrole i svesnih reakcija, stiču alate za suočavanje sa izazovnim situacijama — posebno u digitalnom okruženju.

Aktivnost 1

IZAZOV „MOODTOK”

Predloženo trajanje aktivnosti: 45–55 minuta

Individualno / Grupa: Male grupe (3–4 učenika)

Opis aktivnosti:

1. Uvod i icebreaker (10 minuta)

- Kratka diskusija: „Kako pokazuješ svoja osećanja onlajn? Kroz emotikone, meme-ove, GIF-ove, objave?“
- Prikažite 3 primera viralnih #MoodTok objava na TikTok-u ili meme-ova koji prikazuju raspoloženja (koristiti bezbedne i primerene sadržaje za mlade).

2. Kreiranje MoodTok-a (15 minuta)

- U malim grupama, učenici biraju stvarni ili zamišljeni emotivni scenario (npr. osećaj isključenosti iz grupnog četa, dobijanje mnogo lajkova, primanje kritike onlajn).
- Svaka grupa kreira kratak „MoodTok“ ili storyboard/meme koji prikazuje:
 - Emociju
 - Reakciju
 - Bolji ili svesniji način odgovora
- MoodTok se može izvesti uživo, nacrtati na papiru ili napraviti u formi skripta sa emotikonima i tekstom.

3. Prezentacija i refleksija (15 minuta)

- Grupe predstavljaju svoje MoodTok-ove/storyboard-e.

• **Diskusija:**

- Koje je osećanje prikazano?
- Da li je reakcija bila korisna ili štetna?
- Šta još bi neko mogao da uradi u toj situaciji?

4. Igra „Izgradi strategiju“ (10 minuta)

Svaka grupa bira 3 emocije i kreira po jednu „strategijsku karticu“ za svaku, sa savetima za smirivanje ili samoregulaciju.

Kartice se dele sa celom klasom i prikupljaju na „Mood Toolkit“ tablu ili digitalni dokument.

Ishodi učenja:

- Učenici mogu na primeren način izražavati svoje emocije u digitalnom i neposrednom (oflajn) okruženju.
- Učenici mogu primeniti osnovne strategije samoregulacije za upravljanje emocionalnim reakcijama u stresnim situacijama, uključujući onlajn konflikte.

Okruženje i materijali:

- Papir, markeri, telefoni/tableti (ako su dozvoljeni) ili štampani predlošci storyboard-a
- Projektor ili tabla za prikazivanje primera

Pedagoški pristup:

- Kreativno izražavanje, iskustveno učenje, saradnja među vršnjacima i digitalno pripovedanje
- Korišćenje humora i pop kulture za povezivanje sa stvarnim emocionalnim izazovima

Tehnološki zahtevi:

Opcionalna upotreba telefona/tableta za kreiranje kratkih video snimaka ili meme-ova. Alternativno, aktivnost se može realizovati crtanjem ili storyboard-om.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Podržava različite stilove učenja: vizuelni, verbalni, socijalni. Grupe mogu igrati, crtati ili opisivati scenarije. Upotreba emotikona i predložaka za storyboard pomaže u jasnijem izražavanju. Aktivnost stvara siguran prostor za izražavanje svih emocija.

Aktivnost 2

ISKRENI RAZGOVOR: REAGOVATI ILI ODGOVORITI?

Predloženo trajanje aktivnosti: 45–55 minuta

Individualno / Grupa: Male grupe (4–5 učenika)

Opis aktivnosti:

Uvod: Brza anketa (5–10 minuta)

Postavite pitanje: „Šta obično uradite kada neko... ignoriše vašu poruku? Ili se ruga vašoj slici? Ili vas prekine?“

Kreirajte kratku anonimnu anketu, gde učenici glasaju koristeći papiriće ili aplikaciju (npr. Mentimeter – Word Cloud).

Prikažite rezultate i diskutujte: koje reakcije su impulsivne, a koje namerne i promišljene?

1. Izaberite svoj izazov (20 minuta)

Svaka grupa izvlači 2 kartice sa situacijama iz „Real Talk“ seta (npr. „Prijatelj zaboravi da te pozove“, „Čuješ kako neko tračari o tebi“, „Tvoja objava dobija neprijatne komentare“).

Za svaku karticu grupe odlučuju:

REAGUJ: Kako bi izgledala trenutna, emotivna reakcija?

ODGOVORI: Kako bi izgledala smirena, promišljena reakcija?

Učenici zatim izveštavaju obe opcije uživo ili kreiraju dvopanelni strip ili snime kratku scenu na telefonu (ako je dozvoljeno).

2. Refleksija i deljenje „Emotion Hack“-ova (15 minuta)

Grupe razmišljaju o sledećem:

- Koja reakcija se činila boljom?
- Koja bi bila korisna na duži rok?
- Zatim svaka grupa kreira jednu „Emotion Hack Card“ – malu karticu sa brzom tehnikom za smirivanje (npr. napraviti pauzu i odbrojati do 5, duboko udahnuti, koristiti rečenicu poput „Osećam... zato što...“). Sve kartice se prikupljaju kako bi se napravio grupni „Emotional First Aid Kit“ za učenike.

3. Brza refleksija (5 minuta)

Učenici pišu ili dele:

- „Jednom sam prebrzo reagovao/la onlajn ili uživo kada...“
- „Sledeći put ću pokušati da...“

Ishodi učenja:

- Učenici mogu prepoznati i imenovati svoja emocionalna stanja u različitim situacijama, uključujući onlajn interakcije.
- Učenici mogu primereno izražavati emocije u stvarnim životnim situacijama.
- Učenici mogu primeniti osnovne strategije samoregulacije za upravljanje emocionalnim reakcijama u izazovnim situacijama.

Okruženje i materijali:

Štampane kartice sa „Real Talk“ scenarijima, papir i olovke, opcionalno: telefoni/tableti za snimanje, male unapred pripremljene kartice za „Emotion Hacks“, po potrebi.

Pedagoški pristup:

Učenje zasnovano na donošenju odluka, kolaborativno, rešavanje problema, iskustveno učenje kroz uloge i reflektivna praksa. Razvija praktične strategije suočavanja dok podstiče emocionalnu pismenost u socijalnim situacijama.

Tehnološki zahtevi:

Opcionalna upotreba telefona/tableta za kreiranje video snimaka. Aktivnost se može u potpunosti realizovati i na papiru kroz stripove.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Učenici biraju između igranja uloga, crtanja ili pisanja svojih odgovora. „Emotion Hacks“ mogu biti personalizovani. Scenariji se mogu prilagoditi kako bi bili osetljivi i relevantni za različite kulturne ili socijalne pozadine

Zaključak nastavne jedinice

Ova jedinica razvija osnovne veštine emocionalne svesti i komunikacije. Kroz samorefleksiju, grupni dijalog i kreativno izražavanje, učenici počinju da razumeju kako emocije utiču na njihovo ponašanje — posebno u onlajn okruženju. Imenovanjem svojih osećanja i vežbanjem strategija za njihovo upravljanje, jačaju empatiju, smirene reakcije i zdraviji onlajn pristup.





Nastavna jedinica br. 2

Izražavanje ličnih stavova i dijalog pun poštovanja uprkos razlikama

Ishodi

- Učenici mogu učestvovati u poštovanom dijalogu tako što konstruktivno izražavaju neslaganje i uvažavaju različita gledišta.
- Učenici prepoznaju vrednost različitih mišljenja i vežbaju kako da se ne slažu na poštovan način.
- Učenici koriste odgovarajući rečnik i rečenične strukture kako bi jasno i uvažavajuće izrazili svoje stavove.

Kratak teorijski opis

Tinejdžeri razvijaju sopstvena mišljenja i vrednosti, što ponekad može dovesti do neslaganja sa drugima. To je normalan i važan deo odrastanja. Međutim, način na koji delimo svoje stavove — posebno kada drugi misle drugačije — veoma je važan. Sposobnost da jasno i sa poštovanjem izrazimo svoje mišljenje pomaže u izgradnji poverenja, a ne konflikta.

U ovoj jedinici učenici vežbaju korišćenje reči i početaka rečenica koji im pomažu da izraze svoje misli bez povređivanja drugih. Takođe uče kako da slušaju, da se ne slažu na ljubazan način i da ostanu smireni u zahtevnim razgovorima. Ove veštine su važne i u neposrednoj komunikaciji i na internetu, gde razlike u mišljenju lako mogu prerasti u rasprave.

Aktivnost 1

ALEJA MIŠLJENJA

Predloženo trajanje aktivnosti: 45–55 minuta

Individualno / Grupa: Celo odeljenje ili manja grupa

Opis aktivnosti

1. Zagrevanje (10 minuta)

Postavite 5–6 jednostavnih tvrdnji sa mišljenjima po učionici (npr. „Školske uniforme su dobra ideja“, „Društvene mreže više štete nego koriste“, „Tinejdžeri bi trebalo da mogu da glasaju sa 16 godina“).

Učenici hodaju po učionici, čitaju tvrdnje i staju pored one sa kojom se najviše slažu. Kratka diskusija: Zašto su izabrali baš tu tvrdnju?

2. Igra „Aleja mišljenja“ (25 minuta)

Pročitajte tvrdnju, na primer: „Svako bi trebalo da ima pravo da kaže bilo šta na internetu.“ Svaki učenik pronalazi partnera sa suprotne strane „aleje“, i oboje na poštovan način dele svoje mišljenje — po jednu rečenicu svaki (oko 2 minuta po paru).

Onaj ko govori prvo sluša sagovornika, a zatim odgovara koristeći početke rečenica kao što su:

- „Razumem tvoju poentu, ali mislim da...“
- „Poštujem tvoje mišljenje, a ja osećam da...“

Ako je grupa manja, možete dodati više tvrdnji.

3. Krug refleksije (10–15 minuta)

U manjim grupama ili sa celim odeljenjem učenici razgovaraju o sledećem:

- Da li je bilo teško slušati drugačija mišljenja?
- Šta je učinilo da odgovor deluje poštovano?
- Da li se vaše mišljenje promenilo?

Ishodi učenja:

- Učenici mogu učestvovati u poštovanom dijalogu tako što konstruktivno izražavaju neslaganje i uvažavaju različita gledišta.
- Učenici prepoznaju vrednost različitih mišljenja i vežbaju kako da se ne slažu na poštovan način.
- Učenici koriste odgovarajući rečnik i rečenične strukture kako bi jasno i uz poštovanje izrazili svoje stavove.

Okruženje i materijali:

Štampane kartice sa tvrdnjama, poster i listovi sa primerima početaka rečenica, pribor za pisanje za refleksiju.

Pedagoški pristup:

Iskustveno učenje, aktivnosti zasnovane na kretanju, dijaloško učenje i socio-emocionalni razvoj. Aktivnost podstiče empatiju, razumevanje različitih perspektiva i verbalno izražavanje.

Tehnološki zahtevi:

Nisu potrebni.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Učenici mogu izražavati mišljenja usmeno, pisanjem ili crtanjem. Početci rečenica pomažu učenicima koji imaju jezičke ili samopouzdanje izazove. Aktivnost se može izvoditi i sedeći u krugu ukoliko postoje poteškoće sa kretanjem.



Aktivnost 2

MAPE ZAJEDNIČKIH TAČAKA

Predloženo trajanje aktivnosti: 45–55 minuta

Individualno / Grupa: Male grupe (3–4 učenika)

Opis aktivnosti:

1. Uvodni izazov (5–10 minuta)

Postavite učenicima pitanje: „Da li se dve osobe mogu ne slagati, a ipak poštovati jedna drugu?“ Prikupite kratke odgovore ili napravite brzu anketu. Zatim predstavite cilj aktivnosti: pronalaženje zajedničkih tačaka čak i kada se ne slažemo.

2. Mapiranje scenarija (20–25 minuta)

Svaka grupa dobija temu za diskusiju ili scenario koji uključuje neslaganje (npr. „Na poruke uvek treba brzo odgovoriti, inače je to nepristojno“, „Ako objava dobije mnogo lajkova, to znači da je vredna“).

Svaka grupa:

- Najpre deli svoja individualna mišljenja.
- Crta „Mapu zajedničkih tačaka“: jednostavnu tabelu sa 3 zone:
 - Na čemu se slažemo
 - Na čemu se ne slažemo
 - Gde možemo da se kompromitujemo ili bolje razumemo jedni druge
- Učenici popunjavaju mapu zajedno, koristeći poštovan jezik i veštine aktivnog slušanja.

3. Mini-prezentacije i refleksija (15–20 minuta)

Grupe ukratko predstavljaju svoje mape zajedničkih tačaka pred celom klasom. Zatim učenici reflektuju pisano ili u manjim grupama/krugovima:

- „Šta vas je iznenadilo?“
- „Kako ste se osećali dok ste pronalazili zajedničke tačke?“
- „Šta čini razgovor poštovanim, čak i kada se ne slažemo?“

Ishodi učenja:

- Učenici mogu učestvovati u poštovanom dijalogu tako što konstruktivno izražavaju neslaganje i uvažavaju različita gledišta.
- Učenici prepoznaju vrednost različitih mišljenja i vežbaju kako da se ne slažu na poštovan način.
- Učenici koriste odgovarajući rečnik i rečnične strukture kako bi jasno i uz poštovanje izrazili svoje stavove.

Okruženje i materijali:

Učionica ili prostor pogodan za rad u grupama.

Štampani podsticaji / prompts, veliki papir ili poster listovi, obilja markera/olovaka za crtanje mapa, lista početaka rečenica (sentence starters).

Pedagoški pristup:

Kolaborativno učenje, strukturisani dijalog i vizuelno mapiranje. Kombinuje razvoj komunikacionih veština sa empatijom, kreativnošću i timskim radom

Nastavna jedinica br. 2

Izražavanje ličnih stavova i dijalog pun poštovanja uprkos razlikama

Tehnološki zahtevi:

Nisu potrebni

Prilagodljivost za različite učesnike:

Učenici mogu izražavati mišljenja usmeno, pisanjem ili crtanjem. Početci rečenica (sentence starters) pomažu učenicima koji imaju jezičke ili samopouzdanje izazove. Aktivnost se može izvoditi i sedeći u krugu, ukoliko postoje poteškoće sa kretanjem.

Zaključak nastavne jedinice

Ova jedinica pruža učenicima alate da izraze svoje mišljenje, a da pritom ostanu ljubazni i poštovani. Uče kako da slušaju, kako da se ne slažu na smiren i konstruktivan način i kako da pronađu zajedničke tačke sa drugima. Korišćenjem početaka rečenica i primerima iz stvarnog života, učenici vežbaju vođenje razgovora u kojima se mišljenja razlikuju — kako uživo, tako i onlajn. Cilj nije pobediti u raspravi, već razumeti druge i jasno izraziti svoje stavove.





Nastavna jedinica br. 3

Aktivno slušanje i empatija

Ishodi

- Učenici mogu aktivno slušati i konstruktivno odgovarati u razgovorima.
- Učenici mogu prepoznati neverbalne signale i reagovati sa empatijom.

Kratak teorijski opis

Biti dobar slušaoc više je od samog slušanja reči – radi se o tome da zaista obraćate pažnju. Aktivno slušanje znači fokusirati se na osobu koja govori, primetiti njen ton glasa, govor tela i emocije, i pokazati da vam je stalo. Empatija podrazumeva pokušaj da razumete kako se druga osoba oseća, čak i ako se ne slažete. Ove veštine pomažu u jačanju prijateljstava, rešavanju sukoba i omogućavaju ljudima da se osećaju saslušano. Kako u stvarnom životu, tako i u online razgovorima, aktivno slušanje i empatija mogu sprečiti da mali problemi prerastu u velike i pomažu svima da se osećaju poštovano.

Aktivnost 1

DA LI UOPŠTE SLUŠAŠ?

Predloženo trajanje aktivnosti: 45–55 minuta

Individualno / Grupa: Parovi i cela grupa

Opis aktivnosti:

Ova aktivnost pomaže učenicima da osete razliku između toga kada ih neko ignoriše i kada su zaista saslušani. Aktivnost se izvodi u dva kruga:

Krug 1 – Tihi slušalac (10–15 minuta)

Učenici rade u parovima. Jedna osoba deli kratku priču (npr. „trenutak kada sam bio/bila ponosan/na“ ili „nešto što me je nerviralo na internetu“). Slušalac mora ostati potpuno tih – bez govora, klimanja, osmeha ili reakcija.

Nakon toga, govornik reflektuje:

- „Kako sam se osećao/la?“
- „Da li sam se osećao/la shvaćeno ili podržano?“

Krug 2 – Aktivni slušalac (10–15 minuta)

Sada ponovite isti proces sa novom pričom, ali ovog puta slušalac koristi veštine aktivnog slušanja: održava kontakt očima, klima glavom, koristi kratke verbalne reakcije („Razumem“, „To ima smisla“) i parafrazira ono što je čuo/la.

Ponovo reflektujte:

- „Kako se ovo osećalo drugačije?“
- „Šta mi je pomoglo da se osećam saslušano?“

Grupna refleksija (15 minuta)

Kao razred, učenici dele svoja zapažanja o tome šta je činilo da slušanje deluje poštovano i kako se empatija može pokazati kroz jednostavne radnje.

Ishodi učenja:

- Učenici mogu aktivno slušati i konstruktivno odgovarati u razgovorima.
- Učenici mogu prepoznati neverbalne signale i reagovati sa empatijom.

Okruženje i materijali

Tiha učionica sa stolicama postavljenim u parovima.
Odštampane teme za pričanje priča ili prikazane na tabli.

Primijenjeni pedagoški pristup:

Iskustveno učenje, igranje uloga i razvoj emocionalne inteligencije. Ova aktivnost ističe kontrast između pasivnog i aktivnog slušanja kako bi se produbila samosvest i empatija.

Tehnološki zahtevi:

Nije potrebno.

Prilagodljivost različitim učesnicima:

Učenici mogu da biraju da pišu ili crtaju svoje priče ako ne žele da govore. Podsticaji i odgovori mogu se prilagoditi različitim stilovima komunikacije. Refleksija se može deliti u malim grupama ili privatno.



Aktivnost 2

SNIMAK EKRANA: ČITANJE IZMEĐU REDOVA

Predloženo trajanje aktivnosti: 45–55 minuta

Individualno / Grupa: male grupe (3–4 učenika) + refleksija cele grupe

Opis aktivnosti:

Ova aktivnost pomaže učenicima da vežbaju empatiju i aktivno slušanje u online okruženju, gde nedostaju ton glasa i govor tela.

1. Uvodna vežba (5–10 minuta)

Facilitator prikazuje 2–3 kratke, nejasne razmene poruka u stilu „snimka ekrana“ (npr. „ok.“, „k.“, „šta god želiš“), bez konteksta i emodžija.

Učenici diskutuju:

- Koja emocija se izražava?
- Kako se druga osoba može osećati dok ovo čita?

2. Grupni izazov (20-25 minuta)

U grupama, učenici dobijaju 2 stvarna onlajn scenarija tinejdžera (kao što su „neko vas ostavi na čitanju“, „šala u grupnom ćaskanju krene po zlu“, „prijatelj odgovara samo tačkom“). Moraju:

- Razgovarati o tome koje emocije mogu biti uključene sa obe strane.
- Prepisati poruku da bi pokazali empatiju ili zatražili razjašnjenje.
- Odigrati uloge ili odglumiti poboljšanu verziju (opciono: koristiti emodžije, GIF-ove ili slike reakcija).

3. Refleksija i deljenje (15 minuta)

Grupe dele zaključke:

- Koliko je lako pogrešno protumačiti ton online?
- Kako možemo bolje slušati i reagovati u digitalnim okruženjima?

Ishodi učenja:

- Učenici mogu aktivno slušati i konstruktivno odgovarati u razgovorima.
- Učenici mogu prepoznati neverbalne signale i reagovati sa empatijom.

Okruženje i materijali

Štampane ili digitalne kartice za „snimke ekrana“, listovi za grupnu diskusiju, olovke ili uređaji.

Primijenjeni pedagoški pristup:

Medijska pismenost, iskustveno učenje i digitalna empatija. Aktivnost podstiče učenike da dešifruju suptilne emocionalne signale u online interakcijama i vežbaju promišljeniju digitalnu komunikaciju.

Tehnološki zahtevi:

Nije potrebna tehnologija, ali digitalni uređaji ili prezentacije mogu poboljšati iskustvo.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Scenariji se mogu prilagoditi kulturološkoj relevantnosti ili preferencijama u komunikaciji. Učenici mogu odigrati, nacrtati ili opisati svoje izmenjene poruke. Refleksija može biti pisana ili verbalna.

Zaključak nastavne jedinice

Ova jedinica pomaže učenicima da razumeju moć pažljivog slušanja – kako uživo, tako i online. Kroz praktične vežbe, učenici uče kako da obraćaju pažnju, primete emocionalne signale i odgovore sa empatijom. Bilo kroz govor tela u stvarnom životu ili ton u poruci, male akcije mogu pokazati drugima da su saslušani i poštovani. Ove veštine pomažu učenicima da grade jače i podržavajuće veze u svakodnevnom životu.





Nastavna jedinica br. 4

Konstruktivna povratna informacija spram kritike

Ishodi

- Učenici mogu razlikovati konstruktivnu i destruktivnu kritiku.
- Učenici mogu davati i primati povratne informacije koristeći tehnike pozitivne komunikacije.

Kratak teorijski opis

Učenje kako davati i primati povratne informacije deo je ličnog i društvenog sazrevanja. Za tinejdžere, to znači moći da izraze svoje mišljenje na poštovan i koristan način, ali i da slušaju mišljenja drugih bez osećaja napada. Konstruktivna povratna informacija fokusira se na poboljšanje i ohrabrivanje, dok destruktivna kritika razara i nanosi štetu. Tokom adolescencije, mladi su osetljiviji na osude, pa je važno učiti tehnike pozitivnog davanja povratnih informacija, kao što su: korišćenje rečenica koje počinju sa „ja“, balansiranje pohvala sa predlozima za poboljšanje i odabir odgovarajućeg tona. Kada učenici vežbaju davanje i primanje povratnih informacija u bezbednom okruženju, razvijaju samopouzdanje, empatiju i jače međuljudske odnose.

Aktivnost 1

SIJAJ I RASTI: KRUGOVI POVRATNIH INFORMACIJA

Predloženo trajanje aktivnosti: 45–60 minuta

Individualno / Grupa: Male grupe (4–5 učenika po grupi)

Opis aktivnosti

1. Uvod i zagrevanje (10 minuta)

Ukratko objasnite šta znači konstruktivna u odnosu na destruktivnu povratnu informaciju.

- Predstavite metod „Sjaj i rast“ koristeći primere.
- Podelite početne rečenice poput:
 - „Jedna stvar koja je dobro funkcionisala jeste...“ (Sjaj)
 - „Jedna stvar koju biste mogli da pokušate jeste...“ (Rast)

2. Deljenje rada (10–15 minuta)

- Učenici se podele u male grupe (4–5 učenika).
- Svaka grupa prezentuje kratki rad – može biti na određenu temu, prilagođen sesiji omladinskog radnika (slika, tekst ili ideja).
- Svaki učenik ukratko opisuje svoj doprinos (1–2 minuta po osobi).

3. Vršnjačke povratne informacije (15–20 minuta)

- Nakon svake prezentacije, 2–3 vršnjaka daju jedan komentar „Sjaj“ i jedan komentar „Rast“.
- Koristite odštampane kartice sa okvirom rečenica ili belu tablu sa vidljivim uputstvima.
- Podstičite pozitivan govor tela i ton poštovanja tokom povratnih informacija.

4. Individualna refleksija (10 minuta)

- Učenici završavaju kratku pisanu ili usmenu refleksiju:
 - How did the feedback feel?
 - Šta bih poboljšao/unapredila?
 - Da li je bilo nešto što me je iznenadilo?
- Opcionalno: podelite jedan ključni utisak ili zaključak sa grupom.

Ishodi učenja:

- Učenici mogu razumeti razliku između konstruktivne i destruktivne kritike.
- Učenici mogu davati i primati povratne informacije koristeći tehnike pozitivne komunikacije.

Okruženje i materijali:

- Učionica ili miran prostor za diskusiju
- Radni listovi sa „Sijaj i raste“ početnim rečenicama
- Olovke ili hemijske olovke
- Listovi za refleksiju

Primijenjeni pedagoški pristup:

Iskustveno učenje, refleksivna praksa i socio-emocionalno učenje. Aktivnost koristi strukturisanu vršnjačku interakciju kako bi razvila poverenje, komunikaciju i emocionalnu svest.

Tehnološki zahtevi:

Nisu obavezni (opciono: korišćenje tableta ili telefona ako se deli digitalni sadržaj).

Prilagodljivost za različite učesnike:

Aktivnost se može prilagoditi različitim stilovima komunikacije – učenici mogu prezentovati usmeno, pisano ili vizuelno. Početne rečenice pomažu učenicima koji imaju jezičke poteškoće ili manjak samopouzdanja.

Aktivnost 2

PREKIDAČ ZA POVRATNE INFORMACIJE

Predloženo trajanje aktivnosti: 45–50 minuta

Individualno / Grupa: Parovi, zatim cela grupa

Opis aktivnosti:

1. Uvod (5 minuta)

Predstavite aktivnost i objasnite razliku između destruktivne i konstruktivne povratne informacije.

2. Priprema scenarija (10 minuta)

Parovi dobijaju svakodnevne scenarije i planiraju kratku destruktivnu verziju.

Primer scenarija (za tinejdžere, uzrast 15–19 godina):

Partner u grupnom projektu stalno gleda u telefon i ne doprinosi tokom vremena rada u grupi.

3. Igranje uloga (10 minuta)

Parovi prvo odigraju destruktivnu verziju, a zatim ponovo istu scenu koristeći konstruktivnu povratnu informaciju, miran ton i pozitivne fraze.

4. Refleksija u parovima (10 minuta)

Parovi diskutuju: Kako su se osećali? Šta se promenilo između dve verzije?

5. Deljenje saveta (10–15 minuta)

Svaki par deli sa celim razredom najbolje savete za davanje konstruktivne povratne informacije.

Početni saveti za povratne informacije s poštovanjem:

- „Hej, osećam da bismo postigli više ako bi svi mogli da ostanemo fokusirani – misliš li da bi mogao/la na trenutak odložiti telefon?“

Opcionalno: svaki učenik napiše jednu frazu koju će pokušati da koristi sledeći put kada daje povratnu informaciju.

Ishodi učenja:

- Učenici mogu razumeti razliku između konstruktivne i destruktivne kritike.
- Učenici mogu davati i primati povratne informacije koristeći tehnike pozitivne komunikacije.

Okruženje i materijali:

- Učionica ili fleksibilan prostor
- Štampane kartice sa scenarijima
- Kartice sa početnim rečenicama
- Papir za beleške

Primijenjeni pedagoški pristup:

Igranje uloga, iskustveno učenje, vršnjačka diskusija i refleksija. Aktivnost podstiče empatiju, emocionalnu svest i vežbu komunikacije u realističnim situacijama.

Tehnološki zahtevi:

Nije potrebna tehnologija

Prilagodljivost za različite učesnike:

Aktivnost se može prilagoditi različitim stilovima komunikacije – učenici mogu prezentovati usmeno, pisano ili vizuelno. Početne rečenice pomažu učenicima koji imaju jezičke poteškoće ili manjak samopouzdanja.

Zaključak nastavne jedinice

Kada učenicima pružimo priliku da vežbaju razliku između povređujuće i korisne povratne informacije, dajemo im alate da se smireno i samouvereno nose sa kritikama i konfliktima. Ova jedinica im pomaže da grade međusobno poštovanje, jasno izražavaju svoje mišljenje i podržavaju druge – kako uživo, tako i online. To su ključne veštine za zdrave odnose i pozitivnu digitalnu komunikaciju.





Nastavna jedinica br. 5

Bezbedna i odgovorna onlajn komunikacija



Ishodi

- Učenici znaju kako da prepoznaju i adekvatno reaguju na uobičajene izazove u online komunikaciji, kao što su sajber-nasilje, isključivanje, sarkazam, govor mržnje, nesporazumi i vršnjački pritisak.
- Učenici su svesni tona, privatnosti i odgovornosti u digitalnim prostorima

Kratak teorijski opis

Mladi provode veliki deo svog društvenog života online, gde poruke lako mogu biti pogrešno protumačene ili čak shvaćene kao štetne. Znanje o bezbednoj i odgovornoj komunikaciji štiti ne samo njihovo blagostanje, već i blagostanje njihovih prijatelja. Na mreži ton i geste često se gube, što olakšava širenje sarkazma, tračeva ili govora mržnje. Ako učenicima pružimo sposobnost da prepoznaju znake sajber-nasilja, isključivanja ili dezinformacija, to će im pomoći da odgovore smireno i postavite zdrave granice. Ova jedinica razvija svest o privatnosti, tonu i digitalnoj odgovornosti, tako da tinejdžeri mogu da se zaštite, poštuju druge i donose pozitivne odluke u bilo kojem online prostoru.

Aktivnost 1

PREPOZNAJ CRVENE ZASTAVICE

Predloženo trajanje aktivnosti: 30–50 minuta

Individualno / Grupa: Male grupe (3–4 učenika)

Opis aktivnosti:

1. Uvod (5 minuta)

Kratko objasnite uobičajene online rizike (sarkazam, tračevi, isključivanje, sajber-nasilje) i kako “crvene zastavice” izgledaju u porukama.

Rad u grupama – čitanje i isticanje (10 minuta)

Učenici rade u malim grupama i čitaju 3–5 kratkih primera poruka ili objava. Zajedno ističu reči, emodžije ili tonove koji mogu biti pogrešno protumačeni ili štetni.

Primeri:

- „Sjajan posao na grupnom projektu... reko niko nikada“
- „Nemojte da pozovete Miju, tako je iritantna“
- „Vau, zapravo izgledaš pristojno ovaj put.“
- „Šta god. Radi šta želiš.“

Prepravljanje poruke (10–15 minuta)

Svaka grupa prepravlja rizične poruke da budu jasnije, ljubaznije i poštovanije, zadržavajući originalnu ideju, ali uklanjajući štetne elemente.

Primer prepravljene poruke:

„Hej, mislim da bismo mogli da poboljšamo naš grupni projekat.“

Prezentacija i diskusija (10–15 minuta)

Grupe prezentuju svoje primere pre i posle celom razredu.

Objašnjavaju koje crvene zastavice su uočili i kako njihove promene čine poruke bezbednijim i jasnijim.

5. Završna refleksija (5 minuta)

Kratka diskusija na času: Šta su primetili? Kako male promene u tonu ili rečima mogu sprečiti konflikte online?

Ishodi učenja:

- Učenici znaju kako da prepoznaju i adekvatno reaguju na uobičajene izazove u online komunikaciji, kao što su sajber-nasilje, isključivanje, sarkazam, govor mržnje, nesporednosti i vršnjački pritisak.
- Učenici su svesni tona, privatnosti i odgovornosti u digitalnim prostorima.

Okruženje i materijali

- Učionica;
- Štampani kartoni sa porukama ili slajdovi;
- Marker ili olovke;
- Flipchart ili tabla za deljenje rezultata.

Primijenjeni pedagoški pristup

Kritičko mišljenje, kolaborativno učenje, vršnjačko podučavanje i praktične vežbe uređivanja poruka koje povezuju teoriju sa realnim situacijama.

Tehnološki zahtevi

Nije potrebna tehnologija (opciono: slajdovi ako su primeri digitalni).

Prilagodljivost za različite učesnike

Poruke se mogu prilagoditi lokalnom kontekstu; parovi ili grupe mogu čitati naglas ako je čitanje izazov; aktivnost je lako pojednostaviti ili proširiti prema potrebama učesnika.

Aktivnost 2

MAPA MOJIH DIGITALNIH GRANICA

Predloženo trajanje aktivnosti: 30–50 minuta

Individualno / Grupa: Pojedinačno, zatim male grupe

Opis aktivnosti

1. Individualni rad – Napravi svoju mapu (10–15 minuta)

Svaki učenik crta kratku mentalnu mapu koja prikazuje:

Koje lične informacije ili sadržaj deli online? Ko može da vidi te informacije? Gde postavlja granice (npr. blokiranje, podešavanja privatnosti, šta ostaje privatno)?

2. Diskusija u malim grupama (15 minuta)

Učenici se podele u male grupe (3–5 učenika) i diskutuju o svojim mapama, fokusirajući se na:

Potencijalne rizike po privatnost koje uočavaju

Kako se nose sa neželjenim porukama ili vršnjačkim pritiskom online.

3. Deljenje u grupi (15 minuta)

Grupe identifikuju 3 najbolja saveta za bezbedno i odgovorno online ponašanje i dele ih sa celim razredom.

4. Završna refleksija (10 minuta)

Kratka diskusija sa celom klasom o tome: zašto je važno postavljati digitalne granice i kako postavljanje granica pomaže u očuvanju poštovanja i bezbednosti online

Ishodi učenja

- Učenici znaju kako da prepoznaju i adekvatno reaguju na uobičajene izazove u online komunikaciji, kao što su sajber-nasilje, isključivanje, sarkazam, govor mržnje, nesporazumi i vršnjački pritisak.
- Učenici su svesni tona, privatnosti i odgovornosti u digitalnim prostorima.

Okruženje i materijali:

- Učionica;
- Papir,
- Olovke, markeri;
- Opcionalno: veliki papir ili tabla za završne savete.

Primijenjeni pedagoški pristup:

Samorefleksija, deljenje sa vršnjacima, vizuelno mapiranje.

Tehnološki zahtevi:

Nije potrebna tehnologija.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Mape mogu biti pisane ili nacrtane; učenici mogu deliti usmeno ili putem post-it papirića; pogodno za različite nivoe pismenosti.



Zaključak nastavne jedinice

Na kraju ove jedinice, učenici znaju kako da prepoznaju rizično ili štetno ponašanje online i reaguju na način koji štiti njih same i druge. Postaću svesniji tona, privatnosti i poštovanih granica u digitalnim prostorima. Ove veštine im mogu pomoći da ostanu bezbedni, izbegnu nesporazume i izgrade pozitivniju i podržavajuću online zajednicu.



MODUL br.3

Istraživanje i analiza sadržaja na društvenim mrežama uz kritičko razmišljanje

Ovaj modul osnažuje učenike da kritički istražuju i procenjuju sadržaj na društvenim mrežama. Kroz vođenu analizu influencersa, trendova i digitalnog ponašanja, učenici uče da prepoznaju pozitivne uzore, razmišljaju o uticaju online sadržaja i prelaze ka svesnijem i smislenijem korišćenju društvenih platformi.

Modul 3:

Istraživanje i analiza sadržaja na društvenim mrežama uz kritičko razmišljanje

Ključne reči: Influenseri, Medijska pismenost, Analiza sadržaja, Manipulacija, Digitalna odgovornost, Društvene mreže, Dezinformacije, Samorefleksija, Kredibilitet, Online uticaj.

Obuhvat modula

Ovaj modul uvodi ključne veštine u kritičkom razmišljanju, analizi sadržaja i odgovornom digitalnom angažovanju. Fokusira se na emocionalni i društveni uticaj društvenih mreža, a ne na tehničke alate ili algoritme. Aktivnosti naglašavaju učenje vođeno od strane učenika, refleksivne diskusije i primenu u realnim situacijama kroz istraživačke zadatke.

Ciljevi obuke

- Jačanje sposobnosti učenika da kritički ocenjuju sadržaj na društvenim mrežama.
- Podsticanje svesti o različitim uzorima i realističnom predstavljanju online.
- Ohrabrivanje svesnog, informisanog i emocionalno zdravog angažovanja sa digitalnim sadržajem.

- Smanjivanje pasivnog vremena provedenog pred ekranom i podsticanje radoznalosti i kreativnosti online.
- Razvijanje veština medijske pismenosti za prepoznavanje kredibilnih informacija i otpornost na manipulaciju

Teorijska pozadina

U savremenom digitalnom okruženju, mladi su svakodnevno izloženi ogromnoj količini informacija i vizuelnog sadržaja koji dolazi preko društvenih mreža, platformi za deljenje video sadržaja, medija i drugih digitalnih izvora. Ovaj sadržaj često nije neutralan — on oblikuje stavove, podstiče određena ponašanja, stvara nerealna očekivanja i utiče na formiranje ličnog i društvenog identiteta adolescenata. Stoga je neophodno da učenici razviju veštine kritičkog ocenjivanja online sadržaja i aktivno učestvuju u digitalnom prostoru kao informisani, odgovorni i empatični korisnici.

Ovaj modul se oslanja na više teorijskih i pedagoških pristupa, s ciljem da se izazovi digitalnog doba rešavaju kroz razvoj kritičkog mišljenja, medijske pismenosti, digitalne kompetencije i emocionalne inteligencije. Ključno je omogućiti učenicima da razlikuju činjenice od mišljenja, prepoznaju manipulativne ili obmanjujuće poruke (kao što su lažne vesti, senzacionalistički naslovi i phishing poruke), razumeju mehanizme uticaja koje vrše influenseri i digitalni narativi, i razviju strategije za očuvanje lične autentičnosti i bezbednosti u online okruženju.

U središtu ovog pristupa nalaze se principi konstruktivističkog učenja, gde učenici aktivno grade znanje kroz istraživanje, dijalog i refleksiju, umesto da pasivno usvajaju činjenice. Konstruktivizam naglašava značaj prethodnog znanja, konteksta učenja i saradnje u procesu sticanja dubokog razumevanja. Ove vrednosti su posebno važne pri radu sa digitalnim sadržajem, gde ne postoje jednostavni odgovori, a znanje se gradi kroz analizu, diskusiju i interpretaciju

Ovaj modul takođe koristi Blumovu taksonomiju kao osnovu za oblikovanje obrazovnih ishoda, od osnovnog prepoznavanja i razumevanja pojmova, preko primene i analize sadržaja, do evaluacije i kreiranja sopstvenih poruka. Aktivnosti modula su osmišljene tako da podstaknu učenike da ne ostaju na površnom nivou informacija, već da napreduju ka višem nivou mišljenja — postavljanju pitanja, donošenju zaključaka i kreiranju odgovornih digitalnih narativa.

Pri radu sa tekstualnim i multimedijalnim sadržajem koriste se različite kognitivne strategije čitanja i razumevanja, kao što su predviđanje, povezivanje, identifikovanje glavnih ideja, izdvajanje dokaza i izvlačenje zaključaka, koje pomažu učenicima da steknu dublje razumevanje poruka koje konzumiraju online. Učenici se takođe podstiču na razvoj metakognitivnih veština — da postanu svesni sopstvenih misaonih procesa, prepoznaju kako dolaze do zaključaka i reflektuju o svojim digitalnim navikama.

Modul se zasniva na principima digitalne didaktike, koristeći tehnologiju ne samo kao alat, već i kao sredstvo za razvijanje digitalne pismenosti i interakcije u autentičnim okruženjima. Sadržaj i aktivnosti su pažljivo odabrani da budu relevantni, kontekstualizovani i zanimljivi za učenike uzrasta 15–19 godina. Učenje je iskustveno i interaktivno, podstičući rad u malim grupama, kolektivno rezonovanje, razvoj ličnog stava i razmenu mišljenja. Na ovaj način se promoviše socijalno-emocionalno učenje, što je neophodno za izgradnju sigurnog i empatičnog digitalnog identiteta.

Na kraju, modul prepoznaje značaj kulturne relevantnosti sadržaja, kao i prava učenika na informisanost, kritičko mišljenje i digitalnu bezbednost. Osnažujući učenike da postavljaju pitanja, prepoznaju izvore i donose informisane odluke, obrazovanje postaje osnova za razvoj digitalno otpornog pojedinca i aktivnog građanina budućnosti.

Teme / Nastavne jedinice	Ishodi učenja
1. Razumevanje influensera	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici mogu prepoznati i opisati osobine pozitivnih i negativnih influensera. - Učenici mogu prepoznati raznolikost uspeha i vrednosti koja prevazilazi broj pratilaca ili izgled.
2. Kritički pristup sadržaju na društvenim mrežama	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici su u stanju da prepoznaju nameru online sadržaja (informativna, uverljiva, zabavna itd.). - Učenici su u stanju da prepoznaju i kritički procene pristrasnost, stereotipe i nerealna prikazivanja u sadržaju na društvenim mrežama.
3. Analiza kredibiliteta izvora na internetu	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici su u stanju da ocene kredibilitet online izvora koristeći ključne pokazatelje pouzdanosti. - Učenici pokazuju sposobnost da provere online informacije koristeći osnovne strategije provere činjenica. - Učenici prepoznaju razliku između činjenica, mišljenja i promotivnog sadržaja.
4. Prepoznavanje manipulativnog ili obmanjujućeg digitalnog sadržaja	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici mogu prepoznati uobičajene oblike manipulativnog online sadržaja, kao što su phishing poruke, lažne vesti i clickbait. - Učenici razumeju kako se obmanjujući naslovi, emotivan jezik i vizuelni trikovi koriste za privlačenje pažnje ili obmanu. - Učenici poznaju osnovne strategije za proveru sumnjivog sadržaja i zaštitu od manipulacije ili prevara.

Zaključak

Kroz ovaj modul, učenici razvijaju sposobnost da prepoznaju različite oblike uticaja, manipulacije i dezinformacija u digitalnom prostoru. Uče da kritički analiziraju sadržaj koji konzumiraju, da razlikuju činjenice od mišljenja, autentičnost od fikcije, i da identifikuju rizike povezane sa obmanjujućim porukama. Istovremeno, razmišljaju o svojoj sopstvenoj ulozi i odgovornosti u online svetu, jačajući poverenje u donošenje informisanih digitalnih odluka. Modul ih osnažuje da postanu svesni, empatični i odgovorni korisnici digitalnih medija, koji doprinose zdravijem, bezbednijem i smislenijem online okruženju — kako za sebe, tako i za druge.



Nastavna jedinica br. 1

Razumevanje influencersera

Ishodi

- Učenici mogu prepoznati i opisati osobine pozitivnih i negativnih influencersera.
- Učenici mogu prepoznati raznolikost uspeha i vrednosti koja prevazilazi broj pratilaca ili izgled.

Kratak teorijski opis

U današnjem digitalnom svakodnevnom životu, influencersi igraju ključnu ulogu u oblikovanju percepcije mladih o uspehu, lepoti, popularnosti i životnim vrednostima. Njihov uticaj često prevazilazi uticaj tradicionalnih medija, jer učenici svakodnevno nailaze na njihov sadržaj na društvenim mrežama. Međutim, važno je razumeti da ne postoji jedinstvena definicija pozitivnog ili negativnog influencersera — ono što jednoj osobi deluje inspirativno, drugoj može izgledati površno ili čak štetno.

U okviru ove lekcije, učenici će biti podstaknuti da razmisle o tome kako influencersi utiču na njihovo ponašanje, samopouzdanje i stavove, i da steknu širu perspektivu o tome šta zaista znači biti uzor u online svetu. Fokus će biti na razumevanju autentičnosti, vrednosti koje influencersi promovišu, i razlikovanju stvarnih osobina od broja pratilaca, sponzorstava ili fizičkog izgleda.

Aktivnost 1

„KO JE VAŠ UZOR? – INFLUENSER POD MIKROSKOPOM“

Predloženo trajanje aktivnosti: 30–50 minuta

Individualno / Grupa: Pojedinačno, zatim male grupe

Opis aktivnosti

1. Uvodna diskusija (5 minuta)

Nastavnik pita učenike: Ko su vaši omiljeni influenseri? Zašto ih pratite? Da li svi popularni ljudi imaju pozitivan uticaj?

2. Rad u grupama i uputstva (5–10 minuta)

Svaka grupa bira ili dobija dodeljenog influensera (poznatog iz medija, TikToka, YouTube-a itd.) za analizu.

Grupe dobijaju radni list sa kriterijumima: stil komunikacije, poruke koje šalju, vrednosti koje promovišu, odnos sa pratiocima, autentičnost.

3. Analiza i priprema (10–25 minuta)

Grupe analiziraju sadržaj influensera (koristeći internet ili štampane materijale) i prave „profil influensera“ – poster sa ključnim informacijama.

Dodaju ocenu pozitivnog/negativnog uticaja (od 1 do 5) i obrazlažu svoj izbor.

4. Grupne prezentacije (mini izložba) (25–40 minuta)

Svaka grupa prezentuje svoj rad u trajanju od 2–3 minuta.

Učionica postaje „galerija uzora“. Ostale grupe pišu jednu rečenicu na post-it papiriću: Šta im se dopalo? Šta bi dodali?

5. Refleksija (40–48 minuta)

Nastavnik vodi diskusiju: Šta definiše pozitivnog uzora?

Da li broj pratilaca znači vrednost? Kako možemo prepoznati lažnu autentičnost?

Završni deo (48–50 min) – Učenici u svom radnom listu napišu jednu rečenicu: Šta sam danas naučio/la o influenserima i o sebi kao pratiocu?

Ishodi:

- Učenici mogu da prepoznaju i opišu osobine pozitivnih i negativnih influensera.
- Učenici mogu da prepoznaju različite oblike uspeha i vrednosti koji prevazilaze broj pratilaca ili izgled.

Okruženje i materijali:

- Telefoni/tableti sa pristupom internetu
- Pripremljeni radni listovi (ili odštampane biografije influensera)
- Marker, A3 papir, lepljivi papirići

Pedagoški pristup:

- Rad u grupama sa podeljenim zadacima
- Aktivno učenje i analiza medija
- Refleksivno učenje i povratne informacije od vršnjaka

Tehnički zahtevi:

- Internet konekcija za pregled sadržaja (ili offline materijali ako internet nije dostupan)

Prilagodljivost za različite učesnike:

Da bi se aktivnost prilagodila učenicima sa različitim obrazovnim potrebama, nastavni materijali mogu biti vizuelno obogaćeni, sa jasnim i pojednostavljenim uputstvima. Učenici sa poteškoćama u čitanju mogu koristiti simbole, skale ocenjivanja bazirane na slikama ili kraće tekstove, dok oni sa jačim verbalnim veštinama mogu preuzeti ulogu prezentovanja rada grupe. Umesto postera, neki učenici mogu svoje ideje izraziti crtežima, kolažima ili kratkim video porukama.

Grupe se formiraju tako da obezbede podršku vršnjaka, a zadaci se pristupaju fleksibilno, sa mogućnošću dodatnog vremena, pomoći i ohrabivanja. Ovo obezbeđuje aktivno i dostojanstveno učešće svih učenika.

Aktivnost 2

„TAJNI AGENTI U ONLINE SVETU“

Predloženo trajanje aktivnosti: 30–50 minuta

Individualno/Grupno: Prvo individualno, zatim u malim grupama

Opis aktivnosti:

Uvod (5 min) – Nastavnik pušta kratak video (ili prikazuje 2–3 posta influensera) i pita: Da li vidite oglas ovde? Kako znate da je nešto oglas?

Detektivski zadatak (5–15 min) – Grupe dobijaju set Instagram/YouTube postova (stvarnih ili simuliranih) i treba da utvrde: Da li je post autentičan? Da li je sponzorisan? Koje skrivene poruke se mogu pronaći? Učenici koriste tablu za označavanje: autentično, sumnjivo, manipulativno.

Zapisivanje i obrazloženje (15–30 min) – Grupe popunjavaju tabelu sa svojim zapažanjima:

1. Šta vidimo?
2. Koja je verovatna namera?
3. Da li je uticaj pozitivan, negativan ili neutralan?

Kviz „Pronađi masku“ (30–40 min) – Nastavnik pokreće kviz (Kahoot ili papirnu verziju): učenici odgovaraju da li su prikazani postovi autentični ili ne, takmičeći se u timovima.

Diskusija u grupama (40–46 min) – Kako možemo da se zaštitimo od skrivenog uticaja? Da li je svaki oglas nužno loš?

Refleksija (46–50 min) – Svaki učenik završava rečenicu: Od sada ću obraćati više pažnje na...

Ishodi:

- Učenici mogu da prepoznaju i opišu osobine pozitivnih i negativnih influencersa.
- Učenici mogu da prepoznaju različite oblike uspeha i vrednosti koji prevazilaze broj pratilaca ili izgled.

Okruženje i materijali:

- Pripremljeni postovi (štampani ili digitalni),
- Tabla za klasifikaciju sadržaja (može biti improvizovana),
- Kviz (Kahoot, Google Forms ili papirna verzija).

Pedagoški pristup:

- Učenje zasnovano na istraživanju i rešavanju problema,
- Simulacija stvarnog digitalnog ponašanja,
- Grupna analiza i donošenje odluka.

Tehnički zahtevi:

Pristup internetu za prikaz sadržaja i kviz (ili prethodno pripremljeni materijali).

Prilagodljivost za različite učesnike:

Da bi svi učenici mogli podjednako da učestvuju u aktivnosti, sadržaj se može prilagoditi korišćenjem vizuelno jasnih materijala, sažetih uputstava i jednostavnih primera. Učenici sa poteškoćama mogu biti podržani kroz dodelu uloga koje odgovaraju njihovim sposobnostima — na primer, analiza slika, korišćenje emotikona umesto pisanja, ili verbalno objašnjenje umesto pisanog. Kviz može uključivati slike i simbole umesto teksta, a refleksije mogu biti izražene usmeno ili crtežima. Rad u grupama podstiče međusobnu podršku, a tempo aktivnosti može se prilagoditi po potrebi. Kviz se može čitati naglas učenicima sa poteškoćama u čitanju. Postovi se, po potrebi, mogu jezički pojednostaviti.

Zaključak nastavne jedinice

Učenici postaju svesni da uticaj influensera nije samo zabavan ili trivijalan, već ima moć da oblikuje njihov samopouzdanje, percepciju drugih i razumevanje sveta oko sebe. Kroz ovu jedinicu razvijaju sposobnost da prepoznaju koje poruke i vrednosti influenseri promovišu i kako one utiču na njihove izbore, stavove i ciljeve. Uče da razlikuju površnu popularnost od istinskih vrednosti, da kritički reflektuju ideale koji im se prikazuju online i da donose informisane odluke o sadržaju koji prate. Na taj način grade sopstvenu digitalnu autonomiju i odgovornost u virtuelnom svetu.



Nastavna jedinica br. 2

Kritički pristup sadržaju na društvenim mrežama

Ishodi

- Učenici su sposobni da prepoznaju nameru iza online sadržaja (informativna, ubeđivačka, zabavna itd.).
- Učenici su sposobni da prepoznaju i kritički ocenjuju pristrasnost, stereotipe i nerealne prikaze u sadržajima na društvenim mrežama.

Kratak teorijski opis

Društvene mreže oblikuju percepciju stvarnosti kroz filtriran, uređivan i pažljivo konstruisan sadržaj. Mladi često nesvesno upoređuju sopstveni život sa virtuelnim idealima, što može uticati na njihovo mentalno zdravlje i samopouzdanje. Ova jedinica razvija kritički pristup vizuelnom sadržaju i podstiče učenike da prepoznaju razlike između stvarnog i insceniranog života.

Aktivnost 1

„STVARNOST ILI ILUZIJA?“

Predloženo trajanje aktivnosti: 30–50 minuta

Individualno/Grupno: Prvo individualno, zatim u malim grupama

Opis aktivnosti:

Uvodna pitanja (5 min) – Nastavnik pita: Koliko slika dnevno vidite na društvenim mrežama? Koliko od njih deluje „savršeno“? Da li mislite da su te slike stvarne?

Primer prikaza (5–10 min) – Nastavnik prikazuje 2 para slika: jedna stvarna, druga sa filterima (ili uređivanjem lica/tela, savršeno okruženje). Zajedno se razgovara o razlikama.

Grupna analiza (10–25 min) – Svaka grupa dobija 3 različita Instagram/TikTok posta (ili odštampane slike) i zadatak da identifikuje koji elementi su stvarni, a koji nerealni. Zapisuju razloge i moguće posledice takvih prikaza.

Prezentacija i poređenje (25–35 min) – Grupe iznose svoje zaključke i na tabli prave tabelu: „Elementi iluzije“ naspram „Elementi stvarnosti“.

Pisane refleksije (35–45 min) – Svaki učenik kratko zapisuje: Kako reagujem kada vidim savršen sadržaj? Da li se ponekad upoređujem sa tim sadržajem?

Zaključak grupe (45–50 min) – Diskusija: Kako možemo postati svesniji konzumenti sadržaja? Možemo li kreirati realističnije društvene mreže?

Ishodi:

- Učenici su sposobni da prepoznaju nameru iza online sadržaja (informativna, ubeđivačka, zabavna itd.).
- Učenici su sposobni da prepoznaju i kritički ocenjuju pristrasnost, stereotipe i nerealne prikaze u sadržajima na društvenim mrežama.

Okruženje i materijali:

- Slike sa i bez filtera
- Telefoni/tableti (ili odštampani primeri)
- Tabla i markeri

Pedagoški pristup:

- Vizuelna analiza i refleksija
- Grupna diskusija i lična introspektivna razmišljanja

Tehnički zahtevi:

Pristup internetu ili prethodno pripremljeni vizuelni materijali.

Prilagodljivost za različite učesnike:

- Koristiti jasne vizuelne primere za učenike sa jezičkim barijerama.
- Učenici koji ne žele da govore mogu zapisivati svoje odgovore.



Aktivnost 2

„VIRTUELNA STVARNOST – PERFORMANS ŽIVOTA“

Opis aktivnosti:

Uvodna diskusija (5 min) – Nastavnik pita: Kako biste prikazali svoj dan na društvenim mrežama da izgledate najbolje? A kako on zaista izgleda?

Zadatak: Dva sveta (5–10 min) – Grupama se dodeljuje zadatak da napišu dve verzije iste situacije (npr. jutro pre škole, odlazak na kafu, učenje):

1. Kako bi to izgledalo na Instagramu
2. Kako to zaista jeste
- 3.

Grupni rad (10–25 min) – Pišu tekstove, crtaju, lepe slike, kreiraju storyboard-e ili TikTok scenarije (bez snimanja, samo planiranje). Koriste papir ili digitalne alate.

Prezentacija (25–35 min) – Svaka grupa prikazuje obe naracije: verziju za Instagram naspram stvarnosti. Ostali aplauzom potvrđuju ako prepoznaju sličnosti sa sopstvenim iskustvom.

Diskusija o uticaju (35–45 min) – Kako postovi drugih ljudi utiču na nas? Da li osećamo pritisak da se prikažemo bolje nego što zaista jesmo?



Lični zadatak i zaključak (45–50 min) – Svaki učenik napiše rečenicu: Jedna stvar na koju ću od sada drugačije gledati na društvenim mrežama je...

Ishodi:

- Učenici su sposobni da prepoznaju nameru iza online sadržaja (informativna, ubeđivačka, zabavna itd.).
- Učenici su sposobni da prepoznaju i kritički ocenjuju pristrasnost, stereotipe i nerealne prikaze u sadržajima na društvenim mrežama.

Okruženje i materijali:

- Papir, markeri, lepljivi papirići
- Telefoni za pripremu scenarija (bez objavljivanja).

Pedagoški pristup:

- Kreativni izraz i upoređivanje perspektiva.
- Humor i refleksija kao pedagoški alati.

Tehnički zahtevi:

- Tableti ili mobilni telefoni (po grupi) – za istraživanje primera, kreiranje scenarija prikazanim u slikama, pisanje tekstova ili digitalno crtanje.
- Internet konekcija (opciono) – ako učenici žele da traže inspiraciju za postove, fotografije ili TikTok trendove.
- Digitalni alati (opciono) – kao što su Canva, Google Slides, Padlet ili slični alati za kreiranje prezentacija ili scenarije prikazane u slikama (PowerPoint takođe može da se koristi)
- Multimedijalna oprema (opciono) – ako nastavnik želi da prikaže primere iz stvarnog života (Instagram/TikTok video) za diskusiju na početku.



Aktivnost se može izvesti potpuno bez tehnologije, koristeći papir, markere, časopise i makaze za kreiranje vizuelnih prikaza i scenariju prikazanom u slikama.

Prilagodljivost za različite učesnike:

- Koristiti jasne vizuelne primere za učenike sa jezičkim barijerama
- Učenici koji ne žele da govore mogu zapisivati svoje odgovore

Zaključak nastavne jedinice

Učenici razvijaju svest o tome koliko često digitalni sadržaj koji konzumiraju prikazuje idealizovane verzije stvarnosti. Kroz analizu slika, prikaza i narativa, uče da razlikuju autentične od nerealnih prikaza, kao i da prepoznaju pritisak koji takvi prikazi mogu stvoriti. Razvijaju kritički odnos prema sopstvenom prisustvu na internetu i reflektuju o postovima drugih, shvatajući da iza „savršenih“ trenutaka često stoje selekcija i uređivanje. Umesto da se upoređuju sa nerealnim standardima, biraju razumevanje, autentičnost i osnažuju sebe da izraze sopstvenu stvarnost bez potrebe za digitalnim maskama.



Nastavna jedinica br. 3

Analiza kredibiliteta izvora na internetu

Ishodi

- Students are able to assess the credibility of online sources using key indicators of reliability.
- Students demonstrate the ability to verify online information using basic fact-checking strategies.
- Students recognize the difference between facts, opinions, and promotional content.

Kratak teorijski opis

Internet je pun informacija, ali i manipulacija, dezinformacija i sadržaja koji može biti promotivan, pristrasan ili lažan. Mladi ljudi treba da razviju medijsku i informatičku pismenost kako bi prepoznavali kredibilne izvore, proveravali činjenice i razlikovali mišljenje od činjenica. Ova jedinica se fokusira na konkretne alate i veštine za analizu i procenu digitalnih informacija.

Aktivnost 1

„ISTINA ILI LAŽ?“

– POTRAGA ZA KREDIBILNOŠĆU

Predloženo trajanje aktivnosti: 30–50 minuta

Individualno/Grupno: Prvo individualno, zatim u malim grupama

Opis aktivnosti:

Uvodna pitanja (5 min): Nastavnik postavlja provokativno pitanje:

Da li je sve što pronađemo na internetu istinito? Kako možemo znati da li je izvor pouzdan?

Objašnjenje pokazatelja kredibilnosti (5–10 min):

Nastavnik predstavlja ključne kriterijume:

- Ko je autor?
- Da li je izvor citiran?
- Da li je sadržaj ažuran?
- Da li koristi neutralan jezik?
- Da li su činjenice proverljive?

Grupna analiza izvora (10–30 min):

Svaka grupa dobija 3 kratka online teksta (ili odštampane isječke) – jedan pouzdan, jedan neproveren i jedan promotivan. Učenici analiziraju svaki tekst prema pet kriterijuma i popunjavaju tabelu.

Rangiranje izvora i diskusija u razredu (30–40 min):

Grupe dele svoja zapažanja i rangiraju tekstove po kredibilnosti.

Nastavnik sumira zaključke na tabli.

Diskusija sa celim razredom (40–48 min):

Šta nas može zavarati? Koje su najčešće greške prilikom procene izvora?

Refleksija (48–50 min):

Učenici završavaju rečenicu: Sledeći put kada pročitam nešto na internetu, proveriću...

Ishodi:

- Učenici su sposobni da procene kredibilitet online izvora koristeći ključne pokazatelje pouzdanosti.
- Učenici pokazuju sposobnost da provere online informacije koristeći osnovne strategije provere činjenica.
- Učenici prepoznaju razliku između činjenica, mišljenja i promotivnog sadržaja.

Okruženje i materijali:

- Pripremljeni tekstovi (štampani ili digitalni)
- Tabela za procenu kredibiliteta
- Tabla i markeri

Pedagoški pristup:

- Analitičko razmišljanje
- Grupna saradnja
- Rad sa primerima iz stvarnog života



Tehnološki zahtevi:

Za realizaciju aktivnosti preporučuje se da svaka grupa ima pristup računaru, tabletu ili telefonu kako bi mogla da analizira online izvore u realnom vremenu. Stabilna internet konekcija je neophodna za otvaranje i proveru linkova, datuma objavljivanja i autora. Ukoliko pristup internetu nije dostupan, nastavnik može unapred pripremiti štampane verzije tekstova (novinski članak, reklamu, blog), kao i tabelu za procenu kredibiliteta. Upotreba digitalnih alata kao što su Google Forms ili Padlet je opciona za beleženje nalaza i rangiranje izvora.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Za učenike sa poteškoćama u čitanju mogu se pripremiti kraći i pojednostavljeni tekstovi sa uvećanim fontom i dodatnim vizuelnim oznakama (npr. ikonice za autora, datum ili emocije u jeziku). Za učenike kojima je teže da razumeju apstraktne pojmove mogu se ponuditi pomoćna pitanja za svaki kriterijum (npr. Ko je autor? Da li ga prepoznaješ?). U okviru grupa zadaci se mogu podeliti prema sposobnostima učenika – učenici sa razvijenijim verbalnim veštinama mogu čitati naglas, dok drugi popunjavaju tabelu. Za učenike koji imaju izraženu anksioznost od javnog nastupa, predstavljanje rezultata može biti u pisanoj formi ili kroz poster.



Activnost 2

„PROVERA ČINJENICA U AKCIJI“ – PROVERA ČINJENICA

Predloženo trajanje aktivnosti: 30–50 minuta

Individualno/Grupno: Prvo individualno, zatim u malim grupama

Opis aktivnosti

Uvod (5 min) – Pitanje: Koliko puta ste pročitali šokantnu vest i odmah je podelili? Da li ste proverili da li je istinita?

Uputstva (5–10 min): Nastavnik objašnjava korake za proveru činjenica:

- Pretraživanje ključnih pojmova u više izvora
- Korišćenje alata kao što su Google Reverse Image Search, Snopes i Faktograf
- Provera datuma i konteksta

Zadatak – Proveri vest (10–25 min): Svaka grupa dobija jednu „sumnjivu“ vest, sliku ili tvrdnju. Cilj je da utvrde:

- Da li je tačna?
- Gde je prvobitno objavljena?
- Da li je izvučena iz konteksta?

Priprema mini-izveštaja (25–35 min): Grupe pripremaju kratak izveštaj o tome šta su pronašle i kako su proverile sadržaj (može biti i usmena prezentacija).

Prezentacija i refleksija (35–45 min): Svaka grupa predstavlja svoje rezultate. Nastavnik na tabli beleži koje su strategije bile uspešne.

Završetak i evaluacija (45–50 min): Učenici kreiraju „Kontrolnu listu za proveru izvora“ koju mogu koristiti i kod kuće.

Ishodi:

- Učenici su sposobni da procene kredibilitet online izvora koristeći ključne pokazatelje pouzdanosti.
- Učenici pokazuju sposobnost da provere online informacije koristeći osnovne strategije provere činjenica.
- Učenici prepoznaju razliku između činjenica, mišljenja i promotivnog sadržaja.

Okruženje i materijali:

- Pripremljen „sumnjiv“ sadržaj (novinski članci, slike, postovi)
- Telefoni/tableti za istraživanje
- Prazna kontrolna lista za individualno popunjavanje

Pedagoški pristup:

- Učenje kroz rešavanje problema
- Aktivna primena znanja
- Razvoj istraživačkih veština

Tehnološki zahtevi:

Za ovu aktivnost neophodan je pristup računarima, tabletima ili mobilnim telefonima sa stabilnom internet konekcijom, jer učenici koriste različite online alate za proveru činjenica.




Preporučeni alati uključuju Google pretragu, Google Reverse Image Search, kao i druge platforme za proveru činjenica specijalizovane veb-stranice kao što su Raskrikavanje.rs, Faktograf.hr, Snopes.com i slične. Poželjno je da svaka grupa ima bar jedan uređaj; ako to nije moguće, nastavnik može unapred pripremiti snimke ekrana sumnjivih vesti i rezultate njihove provere. PowerPoint, Google Slides ili papir mogu se koristiti za izradu izveštaja.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Učenicima sa poteškoćama u čitanju mogu se dati kraći i pojednostavljeni novinski tekstovi, uz dodatna objašnjenja pojmova i ilustracije. Za učenike sa ograničenim digitalnim veštinama mogu se obezbediti unapred pripremljeni linkovi za proveru činjenica i vođeni koraci u radnom listu. Oni koji imaju poteškoća sa pisanjem mogu učestvovati kroz usmenu prezentaciju ili izradu postera sa ključnim informacijama. Grupe se organizuju tako da učenici mogu međusobno da se podržavaju, a svaka uloga se dodeljuje u skladu sa interesovanjima i sposobnostima učenika.

Zaključak nastavne jedinice

Učenici stiču praktične veštine za razlikovanje istine, dezinformacija i skrivenih poruka na internetu. Kroz timski rad i korišćenje alata za proveru činjenica razvijaju kritički pristup sadržajima koje svakodnevno konzumiraju. Uče kako da prepoznaju nepouz dane izvore, provere fotografije i identifikuju promotivne ili manipulativne namere. Pored medijske pismenosti, razvijaju samopouzdanje i postaju savesni i odgovorni digitalni građani, spremni da preispitaju informacije pre nego što ih podele sa drugima.



Nastavna jedinica br. 4

Prepoznavanje manipulativnog ili obmanjujućeg digitalnog sadržaja

Ishodi

- Učenici mogu da prepoznaju uobičajene oblike manipulativnog online sadržaja, kao što su phishing poruke, lažne vesti i clickbait.
- Učenici razumeju kako se obmanjujući naslovi, emotivan jezik i vizuelni trikovi koriste da privuku pažnju ili obmanu.
- Učenici poznaju osnovne strategije za proveru sumnjivog sadržaja i zaštitu od manipulacije ili prevare.

Kratak teorijski opis

Manipulativni i obmanjujući digitalni sadržaji sve su prisutniji u svakodnevnom online životu mladih. Clickbait, lažne vesti, prevarne poruke, sponzorisani sadržaji i senzacionalistički naslovi osmišljeni su da privuku pažnju koristeći psihološke trikove, emotivno obojene poruke i upečatljive vizuelne efekte. Cilj takvog sadržaja često nije informisanje, već izazivanje impulsivnih reakcija, širenje dezinformacija ili ostvarivanje profita po svaku cenu. Mnogi korisnici, posebno mladi, nesvesno postaju deo ovog manipulativnog lanca. Ova nastavna jedinica ima za cilj da učenike osposobi da prepoznaju i razumeju tehnike manipulacije, razviju otpornost prema obmanjujućem sadržaju i usvoje strategije samoodbrane u digitalnom prostoru.

Activity 1

„KLIKNI AKO SE USUĐUJEŠ!“ – ANATOMIJA MAMCA ZA KLIKOVE

Predloženo trajanje aktivnosti: 30–50 minuta

Individualno/Grupno: Prvo individualno, zatim u malim grupama

Opis aktivnosti

Uvodni izazov (5 min): Nastavnik prikazuje nekoliko senzacionalističkih naslova (npr. „Nećete verovati šta se desilo...“, „Kliknite ovde da spasete svoj profil!“). Postavlja pitanje: Da li biste kliknuli? Zašto?

Zajednička analiza (5–10 min): Nastavnik objašnjava šta je mamac za klikove i kako koristi emocije kao što su strah, šok, humor i radoznalost.

Grupni zadatak (10–25 min): Svaka grupa dobija 3 primera vesti (štampane ili digitalne) – jednu pouzdanu i dve manipulativne. Učenici analiziraju naslove, slike, jezik, font, boje, pozive na akciju i proverljivost izvora.

Prezentacija i rangiranje (25–35 min): Grupe predstavljaju primere i zajedno ih svrstavaju u tri kategorije: informativno / sumnjivo / manipulativno.

Kreativni izazov (35–45 min): Grupe preoblikuju jedan naslov koji je mamac za klikove u informativan, ali i dalje zanimljiv naslov.

Nastavna jedinica br. 4

Prepoznavanje manipulativnog ili obmanjujućeg digitalnog sadržaja

Refleksija (45–50 min): Učenici u radnom listu završavaju rečenicu: Jedan znak koji mi govori da neko pokušava da me obmane na internetu je...!

Ishodi:

- Učenici mogu da prepoznaju uobičajene oblike manipulativnog online sadržaja, kao što su phishing poruke, lažne vesti i mamac za klikove.
- Učenici razumeju kako se obmanjujući naslovi, emotivan jezik i vizuelni trikovi koriste da privuku pažnju ili obmanu.
- Učenici poznaju osnovne strategije za proveru sumnjivog sadržaja i zaštitu od manipulacije ili prevare.

Okruženje i materijali:

- Primeri vesti (štampani ili digitalni)
- Tabela za analizu
- Papir i markeri

Pedagoški pristup:

- Medijska analiza i dekonstrukcija sadržaja
- Kreativno preoblikovanje sadržaja
- Grupno poređenje i refleksija

Tehnološki zahtevi:

Za ovu aktivnost poželjno je obezbediti računare, tablete ili mobilne telefone sa pristupom internetu kako bi učenici mogli da analiziraju stvarne naslove i sadržaje sa aktuelnih portala i društvenih mreža. Ako internet nije dostupan, nastavnik može unapred pripremiti štampane primere naslova koji su mamac za klikove i informativnih naslova, kao i vizuelne elemente (npr. snimke ekrana vesti, postova ili reklama). Takođe, PowerPoint, Google Slides ili papirni poster mogu se koristiti za kreativni deo aktivnosti – preoblikovanje naslova.

Nastavna jedinica br. 4

Prepoznavanje manipulativnog ili obmanjujućeg digitalnog sadržaja

Prilagodljivost za različite učesnike:

Učenicima sa poteškoćama u čitanju mogu se dati primeri sa većim fontom, vizuelnim oznakama, pojednostavljenim tekstom i jasnijim kontrastima. Za učenike koji imaju poteškoća sa pisanjem, refleksija se može izrađivati usmeno ili kroz crteže/symbolike. U grupnom radu zadaci se mogu podeliti tako da svaki učenik doprinese prema svojim sposobnostima – na primer, jedan čita naslove, drugi opisuje sliku, a treći beleži zapažanja. Učenici koji ne žele da izlažu prezentaciju mogu doprineti pripremom materijala ili dizajniranjem postera.

Aktivnost 2

„PREPOZNAJ PREVARU PRE NEGO ŠTO KLIKNEŠ“ – LOVCI NA MANIPULACIJU

Predloženo trajanje aktivnosti: 30–50 minuta

Individualno/Grupno: Prvo individualno, zatim u malim grupama

Opis aktivnosti

Uvodna simulacija (5 min): Nastavnik prikazuje email ili poruku koja sadrži elemente phishing-a (npr. „Vaš nalog je blokirano, unesite odmah svoju lozinku“). Učenici procenjuju da li bi odgovorili na takvu poruku.

Objašnjenje phishing-a i manipulacije (5–15 min): Kroz primere se objašnjava kako phishing funkcioniše – vizuelni trikovi, hitan jezik, lažni linkovi.

Nastavna jedinica br. 4

Prepoznavanje manipulativnog ili obmanjujućeg digitalnog sadržaja

Zadatak: Prepoznaj prevaru (15–30 min): Grupe dobijaju set od 4 „sumnjiva“ primera (poruke, reklame, postove). Njihov zadatak je da analiziraju i klasifikuju ih kao:

- Bezbedno
- Potencijalno rizično
- Definitivno prevara

Učenici obrazlažu svoje klasifikacije.

Strategije zaštite (30–40 min): Grupe kreiraju mini-vodič pod naslovom: „3 pravila kako da se zaštitim od manipulacije“.

Prezentacija i diskusija (40–48 min): Grupe razmenjuju savete i razgovaraju: Zašto toliko ljudi i dalje naseda na prevare?

Završetak (48–50 min): Učenici pišu poruku sebi: Od sada ću uvek proveriti... pre nego što kliknem.

Ishodi:

- Učenici mogu da prepoznaju uobičajene oblike manipulativnog online sadržaja, kao što su phishing poruke, lažne vesti i mamac za klikove.
- Učenici razumeju kako se obmanjujući naslovi, emotivan jezik i vizuelni trikovi koriste da privuku pažnju ili obmanu.
- Učenici poznaju osnovne strategije za proveru sumnjivog sadržaja i zaštitu od manipulacije ili prevare.

Okruženje i materijali:

- Primeri phishing poruka i reklama
- Vodič za zaštitu (prazan predložak)
- Tabla i markeri

Nastavna jedinica br. 4

Prepoznavanje manipulativnog ili obmanjujućeg digitalnog sadržaja

Pedagoški pristup:

- Simulacija realnih životnih situacija
- Grupna procena i rešavanje problema
- Zajedničko formuliranje pravila zaštite

Tehnološki zahtevi:

Za ovu aktivnost preporučuje se obezbediti računare, tablete ili mobilne uređaje sa pristupom internetu, kako bi učenici mogli da analiziraju primere stvarnih phishing poruka, lažnih postova i digitalnih prevara u realnom okruženju. Alternativno, nastavnik može pripremiti štampane simulacije poruka, email-ova i reklama za analizu u grupama. PowerPoint, Canva, Word ili papirni posteri mogu se koristiti za prezentacije i izradu mini-vodiča.

Prilagodljivost za različite učesnike:

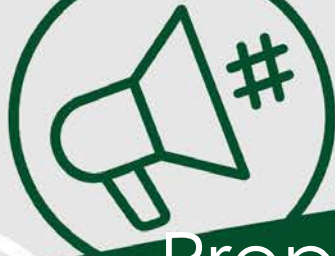
Učenicima koji imaju poteškoća sa razumevanjem teksta mogu se dati pojednostavljeni primeri sa jasnim vizuelnim oznakama koje ukazuju na manipulaciju (npr. ikone alarma, crvene zastavice, emotikoni). U grupama se zadaci dele prema sposobnostima – neki učenici analiziraju vizuelni izgled, drugi sadržaj poruke, a treći prezentuju zaključke. Učenici koji ne žele da prezentuju mogu doprineti pisanjem, crtanjem ili dizajniranjem vodiča. Za učenike sa oštećenjem vida sadržaj se može pripremiti u uvećanom formatu ili čitati naglas, a za učenike sa oštećenjem sluha mogu se koristiti vizuelne prezentacije i pisani materijali.

Zaključak nastavne jedinice

Učenici razvijaju digitalnu otpornost i sposobnost prepoznavanja manipulativnog i prevarantskog sadržaja u online okruženju. Kroz analizu mama za klikove, phishing poruka i lažnih vesti, stiču konkretne veštine za procenu kredibiliteta i bezbedno ponašanje na internetu. Uče da ne reaguju impulsivno, već da svaki sadržaj koji konzumiraju, dele ili komentarišu pristupe promišljeno i kritički. Postaju odgovorniji korisnici digitalnog prostora.



MODUL br.4



Prepoznavanje i promocija građanskih vrednosti putem digitalnog umrežavanja



Ovaj modul pomaže učenicima da prepoznaju građanske vrednosti i društvene ciljeve koji su im važni, kao i da istraže kako se digitalni alati mogu koristiti za uključivanje u zajednice i promovisanje pozitivnih promena.

Modul 4:

Prepoznavanje i promovisanje građanskih vrednosti putem digitalnog umrežavanja

Ključne reči: građanske vrednosti, društvene mreže, digitalne kampanje, empatija, inkluzija, digitalno građanstvo

Obuhvat modula

Ovaj modul uvodi učenike u građansko angažovanje i društvenu odgovornost kroz digitalne medije. Fokusira se na vrednosti poput inkluzije, empatije, jednakosti i dobrobiti zajednice. Podstiče učenike da prepoznaju društvene ciljeve koji su im važni i da društvene mreže vide kao alat za smislen dijalog i zagovaranje promena.

Ciljevi obuke

- Pomoći učenicima da prepoznaju i izraze građanske vrednosti relevantne za njihove zajednice.
- Razviti svest o tome kako se digitalne platforme mogu koristiti za društveno korisne aktivnosti.
- Inspirisati učenike da učestvuju u online razgovorima sa svrhom i poštovanjem.
- Voditi učenike u planiranju kampanje podizanja svesti koja podržava određeni građanski cilj.

Teorijska pozadina

Građanske vrednosti — kao što su inkluzija, tolerancija, empatija, odgovornost i poštovanje — predstavljaju temelje demokratskih i kohezivnih društava. U digitalnom dobu, ove vrednosti se sve više izražavaju i pregovaraju online, gde mladi provode veliki deo svog društvenog i građanskog života. Društvene mreže i digitalne mreže pružaju mogućnosti za dijalog, saradnju i zagovaranje, čineći ih moćnim alatima za građanski angažman mladih.

Međutim, digitalno okruženje donosi i izazove. Učenici se susreću sa dezinformacijama, online uznemiravanjem, polarizacijom i „echo chamber“-ima koji potkopavaju konstruktivan dijalog. Nedostatak ličnog kontakta može olakšati širenje štetnih govora i ponašanja. Istovremeno, globalni primeri pokazuju kako digitalno umrežavanje može pojačati glasove marginalizovanih grupa, mobilisati zajednice za društvene promene i pružiti mladima osećaj agencije i uticaja.

Razumevanje građanskih vrednosti u digitalnim kontekstima zahteva i znanje i veštine. Učenici moraju moći da prepoznaju građanske vrednosti u praksi, razlikuju autentičan angažman od manipulativnih kampanja i nauče kako da primenjuju odgovorne prakse u interakciji online. Takođe im je potrebno znanje kako strateški koristiti digitalno umrežavanje — na primer, korišćenjem heštegova, multimedijalnog sadržaja ili online saradnji kako bi skrenuli pažnju na društvene ciljeve koji su im važni.

Ovaj modul primenjuje praktičan, učenicima orijentisan pristup. Kombinuje refleksiju o ličnim vrednostima sa istraživanjem digitalnih alata za građanski angažman. Učenici se upoznaju sa realnim primerima digitalnih kampanja i influensera koji u praksi demonstriraju građanske principe. Zatim uče da analiziraju kako te kampanje ostvaruju uticaj, mapiraju potencijalne saveznike i dizajniraju sopstvenu kampanju podizanja svesti. Cilj je osnažiti učenike da sebe vide ne samo kao digitalne konzumente, već i kao aktivne učesnike koji mogu oblikovati pozitivne, vrednostima vođene online zajednice.

Teme / Nastavne jedinice	Ishodi učenja
1. Razumevanje građanskih vrednosti u online kontekstu	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici mogu da prepoznaju ključne građanske vrednosti i objasne njihovu važnost za aktuelna društvena pitanja. - Učenici prepoznaju primere pozitivnog građanskog delovanja na internetu.
2. Digitalno umrežavanje za društveni uticaj	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici razumeju kako heštegovi, označavanje i saradnja pojačavaju poruke. - Učenici razumeju kako koristiti društvene mreže za promovisanje vrednosti poput inkluzije, participacije i empatije.
3. Pronalaženje influensera i institucija koje podržavaju građanske vrednosti	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici mogu da identifikuju digitalne ličnosti i inicijative koje odražavaju građanske vrednosti. - Učenici prepoznaju ulogu digitalnih profila u promovisanja građanskog angažmana i društvenih promena. - Učenici mogu da kreiraju osnovnu mapu mreže digitalnih saveznika kako bi informisali i podržali svoju vlastitu građansku kampanju.
4. Planiranje kampanje na društvenim mrežama povezane sa građanskim vrednostima	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici mogu da definišu jasan cilj kampanje i ciljnu publiku. - Učenici mogu da kreiraju osnovni plan sadržaja kampanje na osnovu teme, ključne poruke i strategije objavljivanja.

Zaključak: Na kraju ovog modula, učenici će razumeti kako građanske vrednosti mogu voditi njihovo ponašanje na internetu i kako se digitalno umrežavanje može koristiti za pojačavanje poruka inkluzije, empatije i društvene odgovornosti. Istražili su pozitivne primere građanskog angažmana, mapirali potencijalne saveznike i kreirali plan male kampanje podizanja svesti. Ovo ih osposobljava i mentalno i praktično da deluju kao odgovorni digitalni građani koji doprinose pozitivnim društvenim promenama.



Nastavna jedinica br. 1

Razumevanje građanskih vrednosti u online kontekstu

Ishodi

- Učenici mogu da prepoznaju ključne građanske vrednosti i objasne njihovu važnost za aktuelna društvena pitanja.
- Učenici prepoznaju primere pozitivnog građanskog delovanja na internetu.

Kratak teorijski opis

Građanske vrednosti poput poštovanja, empatije, inkluzije i jednakosti usmeravaju način na koji ljudi komuniciraju u zajednicama. Na internetu se ove vrednosti izražavaju kroz ponašanja poput poštovanog dijaloga, saradnje i zalaganja protiv nepravde. Razumevanje ovih vrednosti u digitalnim kontekstima pomaže učenicima da povežu lična uverenja sa širim društvenim pitanjima, istovremeno učeći da prepoznaju postupke koji ugrožavaju dobrobit zajednice.

Aktivnost 1

ONLINE GALERIJA GRAĐANSKIH VREDNOSTI

Predloženo trajanje aktivnosti: 45 minuta

Individualno/Grupno: Individualno + male grupe

Opis aktivnosti:

Svaki učenik pre časa traži primer pozitivnog građanskog delovanja na internetu, kao što je kampanja, post ili priča koja promovise vrednosti poput tolerancije, empatije ili društvene odgovornosti. Tokom časa, učenici ukratko dele šta su pronašli i objašnjavaju zašto su to izabrali. U malim grupama, učenici upoređuju svoje primere i identifikuju koje građanske vrednosti su zastupljene, kreirajući kategorije kao što su „Poštovanje“, „Inkluzija“ ili „Jednakost“. Grupe zatim dizajniraju zajedničku „Online galeriju građanskih vrednosti“ koristeći papir za poster ili digitalnu tablu, gde su svi primeri prikazani sa kratkim opisima.

Na kraju, grupe prezentuju svoju galeriju pred klasom, pokrećući diskusiju o sličnostima, razlikama i naučenim lekcijama. Galerija može ostati vidljiva u učionici ili biti digitalno podeljena kao podsetnik na građanske vrednosti u praksi.

Ishodi:

- Učenici mogu da prepoznaju ključne građanske vrednosti i objasne njihovu važnost za aktuelna društvena pitanja.
- Učenici prepoznaju primere pozitivnog građanskog delovanja na internetu.

Okruženje i materijali:

- Učionica sa pristupom internetu
- Projektor ili tabla
- Papir za postere ili digitalna tabla (npr. Jamboard)

Pedagoški pristup:

Kolaborativno učenje, razmena među vršnjacima i kritička refleksija.

Tehnološki zahtevi:

Pametni telefoni ili laptopovi sa pristupom internetu; projektor ili zajednička digitalna platforma.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Učenicima sa ograničenim pristupom digitalnim uređajima mogu se obezbediti prethodno pripremljeni primeri. Grupna saradnja omogućava učešće učenika različitih nivoa sposobnosti.

Aktivnost 2

SCENARIJI GRAĐANSKIH VREDNOSTI

Predloženo trajanje aktivnosti: 45 minuta

Individualno/Grupno: Male grupe

Opis aktivnosti:

Učenici istražuju ideju da ne sva online ponašanja odražavaju građanske vrednosti i da neki oblici interakcije mogu ugroziti dobrobit zajednice. Radom u grupama, učenici dobijaju set kratkih scenarija koji prikazuju različite vrste online interakcija, kao što su: podržavajući komentari, slučaj cyberbullying-a, širenje dezinformacija, kampanja za podršku izbeglicama. Svaka grupa analizira scenarije, odlučujući koji od njih odražavaju građanske vrednosti, a koji ih narušavaju, i zapisuje svoja obrazloženja. Zatim predlažu alternativne postupke za negativne primere, razmatrajući kako bi interakcije mogle biti vođene na poštovaniji i konstruktivniji način.

Aktivnost se završava diskusijom u učionici, gde grupe dele svoja zapažanja i reflektuju o tome kako pozitivno online ponašanje može doprineti dobrobiti zajednice.

Ishodi:

- Učenici mogu da prepoznaju ključne građanske vrednosti i objasne njihovu važnost za aktuelna društvena pitanja.
- Učenici prepoznaju primere pozitivnog građanskog delovanja na internetu.

Okruženje i materijali:

Papir, markeri, projektor ili digitalna tabla.

Pedagoški pristup:

Kolaborativno i učenje zasnovano na istraživanju.

Tehnološki zahtevi:

Uređaji za istraživanje i deljenje primera.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Pripremljeni primeri za učenike sa ograničenim pristupom; opcija igranja uloga za interaktivno učenje.

Zaključak nastavne jedinice

Učenici stiču jasno razumevanje građanskih vrednosti u digitalnim prostorima. Mogu da prepoznaju pozitivne primere građanskog delovanja na internetu i kritički procene ponašanja koja narušavaju dobrobit zajednice.



Nastavna jedinica br. 2

Digitalno umrežavanje za društveni uticaj

Ishodi

- Učenici razumeju kako heštegovi, označavanje i saradnja pojačavaju poruke.
- Učenici razumeju kako koristiti društvene mreže za promovisanje vrednosti poput inkluzije, participacije i empatije.

Kratak teorijski opis

Digitalni alati za umrežavanje omogućavaju pojedincima i grupama da dosegnu široku publiku i stvore kolektivni zamah. Heštegovi, označavanje i partnerstva pojačavaju glasove i promovišu inkluzivnost. Razumevanje ovih alata osnažuje učenike da svoje lične vrednosti pretvore u zajedničke kampanje koje inspirišu društvene promene.

Aktivnost 1

HEŠTEG ZA PROMENU

Predloženo trajanje aktivnosti: 45 minuta

Individualno/Grupno: Male grupe

Opis aktivnosti:

Učenici osmišljavaju jedinstveni hešteg vezan za neku građansku vrednost (npr. #ZalažemSeZaInkluziju). Zatim kreiraju jedan primer posta (poster, tvit ili Instagram priču) koji pokazuje kako se hešteg može koristiti za podizanje svesti. Grupe prezentuju svoje heštegove i diskutuju o tome kako podstaći druge da ih koriste.

Ishodi:

- Učenici razumeju kako heštegovi, označavanje i saradnja pojačavaju poruke.
- Učenici razumeju kako koristiti društvene mreže za promovisanje vrednosti poput inkluzije, participacije i empatije.

Okruženje i materijali:

Papir, markeri ili digitalni alati za kreiranje postova.

Pedagoški pristup:

Učenje zasnovano na projektima i kreativno učenje.

Tehnološki zahtevi:

Uređaji sa pristupom internetu ili aplikacijama za dizajn.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Umesto digitalnih postova mogu se koristiti papirni poster; vežba označavanja (tagging) može se simulirati bez korišćenja pravih naloga.

Aktivnost 2

IZAZOV TIMA SA OZNAČAVANJEM

Predloženo trajanje aktivnosti: 45 minuta

Individualno/Grupno: Male grupe

Opis aktivnosti:

Svaka grupa dobija fiktivni scenario online kampanje (npr. protiv vršnjačkog nasilja, podizanje ekološke svesti). Njihov zadatak je da osmisle strategiju označavanja (tagging), birajući koga „označiti“ (vršnjake, škole, organizacije, influencersere) kako bi proširili doseg kampanje. Grupe dele svoje strategije i diskutuju zašto je strateška saradnja važna.

Ishodi:

- Učenici razumeju kako heštegovi, označavanje i saradnja pojačavaju poruke.
- Učenici razumeju kako koristiti društvene mreže za promovisanje vrednosti poput inkluzije, participacije i empatije.

Okruženje i materijali:

Papir, markeri ili digitalni alati za kreiranje postova.

Pedagoški pristup:

Učenje zasnovano na projektima i kreativno učenje.

Tehnološki zahtevi:

Uređaji sa pristupom internetu ili aplikacijama za dizajn.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Umesto digitalnog rada mogu se koristiti papirni poster; vežba označavanja (tagging) može se simulirati bez korišćenja pravih naloga.

Zaključak nastavne jedinice

Učenici uče kako digitalni alati za umrežavanje proširuju doseg i uticaj. Mogu da osmisle heštegove i strategije označavanja (tagging) koje promovišu građanske vrednosti i razumeju odgovornost korišćenja ovih alata na promišljen način.





Nastavna jedinica br. 3

Pronalaženje influensera i institucija koje podržavaju građanske vrednosti

Ishodi

- Učenici mogu da prepoznaju digitalne ličnosti i inicijative koje odražavaju građanske vrednosti.
- Učenici mogu da uoče ulogu digitalnih profila u promovisanja građanskog angažovanja i društvenih promena.
- Učenici mogu da kreiraju osnovnu mapu mreže digitalnih saveznika kako bi informisali i podržali sopstvenu građansku kampanju.

Kratak teorijski opis

Građanski angažman na internetu često pokreću influenseri, aktivisti i organizacije koje deluju kao uzori ili lideri. Učenje kako prepoznati ove digitalne saveznike pomaže učenicima da se povežu sa širim mrežama, pojačaju svoje poruke i izgrade snažnije kampanje za društveno dobro.

Aktivnost 1

MAPIRANJE DIGITALNIH SAVEZNIKA

Predloženo trajanje aktivnosti: 45 minuta

Individualno/Grupno: Male grupe

Opis aktivnosti:

Grupe istražuju 2–3 digitalne ličnosti ili organizacije koje promovišu građanske vrednosti (npr. NVO, omladinski aktivisti ili kampanje na društvenim mrežama). Identifikuju vrednosti koje ovi saveznici zastupaju, metode kojima angažuju publiku i eventualna partnerstva koja imaju.

Svaka grupa zatim kreira vizuelnu mapu mreže koja prikazuje veze između odabranih saveznika i potencijalnih saradnika. Za dodatni kreativni element, učenici mogu predstaviti mapu kao interaktivni poster, digitalni infografik ili čak kratku scenu koja pokazuje kako saveznici međusobno saraduju.

Ishodi:

- Učenici mogu da prepoznaju digitalne ličnosti i inicijative koje odražavaju građanske vrednosti.
- Učenici mogu da uoče ulogu digitalnih profila u promovisanja građanskog angažovanja i društvenih promena.
- Učenici mogu da kreiraju osnovnu mapu mreže digitalnih saveznika kako bi informisali i podržali sopstvenu građansku kampanju.

Nastavna jedinica br. 3

Pronalaženje influensera i institucija koje podržavaju građanske vrednosti

Okruženje i materijali:

Stolovi za male grupe, pristup internetu, veliki listovi papira, markeri ili digitalne platforme za vizuelizaciju mreža.

Pedagoški pristup:

Kolaborativno istraživanje i vizuelno učenje, podstičući timski rad, analizu i kreativno predstavljanje građanskih mreža.

Tehnološki zahtevi:

Laptopovi ili tableti, projektor za deljenje mapa, opciono online alati (Miro, Canva, MindMeister).

Prilagodljivost za različite učesnike:

Pripremljeni profili saveznika i delimično popunjene mape za učenike sa ograničenim istraživačkim veštinama ili pristupom internetu.

Aktivnost 2

STUDIJA SLUČAJA INFLUENSERA

Predloženo trajanje aktivnosti: 45 minuta

Individualno/Grupno: Individualno istraživanje + diskusija u razredu

Opis aktivnosti:

Svaki učenik bira influensera ili organizaciju orijentisanu na građanske vrednosti i priprema kratku studiju slučaja, ističući njihovu poruku, metode, uticaj i strategije na mrežama. Presentacije su brze (1–2 minuta po učeniku). Nakon svih presentacija, razred učestvuje u „Takmičenju građanskog angažmana“, diskutuje koje strategije su najučinkovitije, zašto određeni pristupi više dopiru do publike i kako se te strategije mogu prilagoditi za sopstvene kampanje učenika.

Nastavna jedinica br. 3

Pronalaženje influensera i institucija koje podržavaju građanske vrednosti

Ishodi:

- Učenici mogu da prepoznaju digitalne ličnosti i inicijative koje odražavaju građanske vrednosti.
- Učenici mogu da uoče ulogu digitalnih profila u promovisanja građanskog angažovanja i društvenih promena.
- Učenici mogu da kreiraju osnovnu mapu mreže digitalnih saveznika kako bi informisali i podržali sopstvenu građansku kampanju.

Okruženje i materijali:

Učionica organizovana za prezentacije, pristup online profilima i štampani vodiči za pripremu studije slučaja.

Pedagoški pristup:

Individualno istraživanje, praćeno uporednom diskusijom u razredu radi podsticanja kritičkog mišljenja i učenja kroz vršnjačku razmenu.

Tehnološki zahtevi:

Uređaji za istraživanje, softver za prezentacije (PowerPoint, Google Slides), opciono: video klipovi kao primeri studija slučaja.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Obezbediti uzorke studija slučaja za analizu; dozvoliti izbor između usmene, pisane ili vizuelne prezentacije u skladu sa različitim sposobnostima učenika.

Zaključak nastavne jedinice

Učenici razumeju kako influenseri i institucije promovišu građanske vrednosti na internetu. Mogu da prepoznaju uzore, ocenjuju strategije i mapiraju saveznike kako bi osnažili sopstveni građanski angažman.



Nastavna jedinica br. 4

Planiranje kampanje na društvenim mrežama koja promovira građanske vrednosti

Ishodi

- Učenici mogu da definišu jasan cilj kampanje i ciljnu publiku.
- Učenici mogu da kreiraju osnovni plan sadržaja kampanje zasnovan na temi, glavnoj poruci i strategiji objavljivanja.

Kratak teorijski opis

Kampanje na društvenim mrežama pretvaraju građanske vrednosti u praktične akcije. Efikasne kampanje zahtevaju jasne ciljeve, definisanu ciljnu publiku i doslednu poruku. Kroz osmišljavanje kampanja, učenici uče kako da svoje vrednosti pretvore u zagovaranje i inspirišu druge online.

Aktivnost 1

MINI LABORATORIJA ZA OSMIŠLJAVANJE KAMPANJE

Predloženo trajanje aktivnosti: 45 minuta

Individualno/Grupno: Male grupe

Opis aktivnosti:

U ovoj praktičnoj aktivnosti, grupe biraju građansku vrednost koju žele da promoviraju, kao što su inkluzija, ekološka svest ili empatija. Diskutuju i definišu jasan cilj kampanje i identifikuju ciljnu publiku koja bi najviše imala koristi od njihove poruke. Na osnovu ovog okvira, brainstormuju kreativne načine komunikacije vrednosti online, dizajnirajući jedan uzorak objave koja može biti poster, tekst za društvene mreže ili koncept kratkog videa. Grupa zatim predstavlja svoje ideje razredu i prima povratne informacije od vršnjaka, podstičući diskusiju o jasnoći poruke, kreativnosti i angažovanju publike.

Ishodi:

- Učenici mogu da definišu jasan cilj kampanje i ciljnu publiku.
- Učenici mogu da kreiraju osnovni plan sadržaja kampanje zasnovan na temi, glavnoj poruci i strategiji objavljivanja.

Okruženje i materijali:

Stolovi za grupni rad, veliki listovi papira ili digitalne platforme za dizajn, flomasteri, lepljivi listići za beleške, opciono: štampani primeri kampanja.

Pedagoški pristup:

Iskustveno, kolaborativno i kreativno učenje kroz brainstorming, vizuelni dizajn i interakciju sa vršnjacima.

Tehnološki zahtevi:

Laptopovi, tableti ili pametni telefoni sa aplikacijama za dizajn i prezentacije (npr. Canva, Google Slides).

Prilagodljivost za različite učesnike:

Grupama je omogućeno da kampanje planiraju na papiru ili digitalno; uloge unutar grupe omogućavaju učenicima da doprinesu prema svojim snagama (dizajner, istraživač, presenter).

Aktivnost 2

KRITIKA KAMPANJE VRŠNJAKA

Predloženo trajanje aktivnosti: 45 minuta

Individualno/Grupno: Ceo razred

Opis aktivnosti:

Nakon prezentovanja svojih koncepata kampanja, svaka grupa dobija strukturisanu povratnu informaciju od vršnjaka, vođenu ključnim pitanjima, kao što su: Da li je poruka jasna? Da li je ciljna publika dobro definisana? Koliko je efikasan vizuelni ili tekstualni dizajn u prenošenju građanske vrednosti? Učenici reflektuju dobijene komentare i revidiraju svoje planove kampanja kako bi poboljšali jasnoću, angažovanje i uticaj.

Aktivnost naglašava kritičko mišljenje, konstruktivnu kritiku i saradnju, pomažući učenicima da razumeju kako povratne informacije vršnjaka mogu unaprediti dizajn kampanje i osigurati da poruka dopre do željene publike.

Ishodi:

- Učenici mogu definisati jasan cilj kampanje i ciljnu publiku.
- Učenici mogu kreirati osnovni plan sadržaja kampanje zasnovan na temi, glavnoj poruci i strategiji objavljivanja.

Postavka i materijali:

Učionica organizovana za prezentacije, odštampani obrasci za povratnu informaciju ili digitalni alati za ankete, tabla za sumiranje ključnih sugestija.

Pedagoški pristup:

Recenzija vršnjaka, reflektivno učenje i kolaborativno rešavanje problema radi unapređenja kvaliteta kampanje.

Tehnološki zahtevi:

Uređaji za pregled digitalnih prezentacija ili objava, opciono alati za ankete ili glasanje za strukturisanu povratnu informaciju.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Povratna informacija može biti data usmeno, pisano ili digitalno; vođena pitanja podržavaju manje samouverene učenike i osiguravaju da svi mogu značajno učestvovati.

Zaključak nastavne jedinice

Učenici razvijaju praktične veštine planiranja i unapređenja kampanja na društvenim mrežama koje odražavaju građanske vrednosti. Uče važnost jasnih ciljeva, poruka i definisanja ciljne publike, kao i praksu konstruktivne povratne informacije za unapređenje svojih inicijativa.



MODUL br. 5



Kreiranje sadržaja za kampanje na društvenim mrežama

Ovaj modul osposobljava učenike da dizajniraju jednostavan i smislen sadržaj kampanje i planiraju malu akciju podizanja svesti. Kako bi se odgovorilo na povratne informacije učenika, modul sada pruža jasnu podršku: vođenje korak po korak za svaku aktivnost, primer kompletno izrađene kampanje, gotove Canva/papirne šablone i sažete rubrike. Fokus ostaje građanski i prilagođen mladima — jasnoća, poštovanje, inkluzija — umesto poslovnog brendiranja.

Modul 5:

Kreiranje sadržaja za kampanje na društvenim mrežama

Ključne reči: digitalno državljanstvo, medijska pismenost, kreativni izražaj, osnaživanje, saradnja, društveni uticaj.

Obuhvat modula

Modul kombinuje kreiranje sadržaja sa planiranjem događaja, podržavajući učenike u proizvodnji smislenih materijala (logotipi, fotografije, video snimci, opisi) i njihovoj svrhovitoj upotrebi u inicijativama podizanja svesti. Naglasak je na jasnoći, kreativnosti i usklađenosti sa građanskim vrednostima. Alati i tehnike predstavljeni su na osnovnom, pristupačnom nivou.

Ciljevi obuke

- Razviti samopouzdanje učenika u korišćenju kreativnih alata za digitalni izraz.
- Voditi učenike u kreiranju sadržaja kampanje koji je jasan, privlačan i poštovan.
- Istražiti različite formate (vizuelni, video, tekstualni) za efikasnu komunikaciju poruke.
- Podsticati timski rad, planiranje i refleksiju tokom procesa kreiranja.
- Razviti sposobnost učenika da planiraju i sprovedu građansku akciju podizanja svesti.

Teorijska osnova

Mladi žive u digitalnom svetu gde društvene mreže oblikuju identitet, odnose i građanske stavove. PeerCo Analitički izveštaj navodi da više od 80% mladih uzrasta 15–19 godina svakodnevno koristi društvene mreže, ali mnogi su pasivni korisnici. Modul 5 odgovara na ovo pretvaranjem pasivnog skrolovanja u aktivno i svrhovito učešće.

Društvene platforme istovremeno testiraju i promovišu građanske vrednosti—poštovanje, inkluziju, empatiju, jednakost. Istraživanja i lokalni Living Labs pokazuju da tinejdžeri žele da društvene mreže služe stvarnim ciljevima, ali često nemaju veštine i samopouzdanje. Takođe se suočavaju sa negativnom slikom o sebi, socijalnim poređenjem i dezinformacijama. Učenici cene praktično, kolaborativno i kreativno učenje koje povezuje online alate sa akcijama u zajednici—na to se fokusiramo.

Utemeljeno na konstruktivizmu (Džon Dži, Kolb), modul naglašava učenje kroz praksu, zajedničko kreiranje i refleksiju. Učenici izvršavaju autentične zadatke—dizajniraju logotipe, kreiraju vizuale, pišu opise i planiraju kampanje—ponašajući se kao digitalni kreatori. Testiranjem formata i alata, uče kako se poruke oblikuju, prilagođavaju i dele radi građanskog uticaja.

Socijalno-emocionalno učenje (SEL) je prisutno kroz ceo modul. Učenici artikulišu vrednosti, ispituju uverenja i vežbaju poštovanu komunikaciju. Timski rad i strukturisana povratna informacija vršnjaka grade samopouzdanje i empatiju—ključne praznine identifikovane u PeerCo izveštaju. Vide da male odluke—boja logotipa, reč u opisu, hashtag—imaju značenje i mogu osnažiti ili ugroziti inkluzivnu digitalnu kulturu.

Aktivnosti ističu da format oblikuje značenje i doseg: fotografija prenosi poruku drugačije nego tekst ili kratki video. Upoređivanje formata razvija medijsku pismenost, kompetenciju preporučenu od strane Erasmus+ programa i PeerCo izveštaja.

Modul podstiče odgovornu kreativnost. Učenici koriste jednostavne alate za dizajn (npr. Canva) i osnovnu veštačku inteligenciju, vođeni kritičkim pitanjima: Koju poruku šaljem? Ko će je primiti? Da li je poštovana, inkluzivna i iskrena? Cilj je da se propituje ono što vidimo, stvara sa namerom i izbegavaju štetne norme i lažne vesti.

Metode su prilagođene uzrastu i pristupačne: mešane veličine grupa, kratke sesije, vizuelni podsticaji, fleksibilne uloge i jednostavna tehnologija. Napredovanje ide od mikro zadataka dizajna do kompletnih planova kampanja, povezujući kreativne proizvode sa autentičnim građanskim angažmanom. Učenici uče da digitalni sadržaj nije samo objava: to je alat za podizanje svesti, izgradnju zajednice i promovisanje zajedničkih vrednosti.

Na kraju, učenici jačaju timski rad, samoistraživanje, jasno izražavanje, kritičko razmišljanje i etičko donošenje odluka. Pre svega, shvataju da odgovorno digitalno državljanstvo ne znači izbegavanje društvenih mreža, već korišćenje sa svrhom i poštovanjem—i da čak i male online akcije mogu inspirisati druge i stvoriti stvarne promene.

Teme / Nastvane jedinice	Ishodi učenja
1. Dizajniranje logotipa kampanje	<ul style="list-style-type: none">- Učenici razumeju svrhu i emotivni uticaj vizuelnog identiteta u digitalnim kampanjama.- Učenici su sposobni da skiciraju ili kreiraju jednostavan logo kampanje koristeći osnovne alate za dizajn ili veštačku inteligenciju.- Učenici mogu objasniti kako elementi poput simbola, boja i fontova prenose značenje.

Teme / Nastavne jedinice	Ishodi učenja
2. Istraživanje tipova i formata sadržaja	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici su sposobni da uporede prednosti i ograničenja različitih formata sadržaja (fotografija, video, tekst, priča itd.). - Učenici mogu da odaberu medijske formate koji odgovaraju poruci kampanje i preferencijama publike.
3. Kreiranje vizuelnog sadržaja - fotografija, video-snimaka i ilustracija	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici su sposobni da primene osnovna pravila vizuelnog pripovedanja u formatima fotografije, videa i ilustracije. - Učenici razumeju osnove kadriranja, kompozicije, osvetljenja i montaže u stvaranju fotografija i videa. - Učenici mogu koristiti jednostavne alate ili aplikacije (uključujući AI ili mobilne aplikacije) za kreiranje vizuala kampanje. - Učenici su sposobni da kreiraju vizuale koji podržavaju ciljeve, ton i poruku njihove kampanje.
4. Pisanje za društvene mreže sa poštovanjem i odgovornošću	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici mogu da napišu jasne i zanimljive opise koji odgovaraju tonu i ciljevima njihove kampanje. - Učenici razumeju kako koristiti heštegove i kratke tekstove za jačanje vidljivosti i jasnoće poruke. - Učenici su sposobni da koriste inkluzivan, pozitivan i tačan jezik u digitalnoj komunikaciji.

Teme / Nastavne jedinice	Ishodi učenja
5. Planiranje događaja za podizanje svesti	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici su sposobni da planiraju osnovne aktivnosti podizanja svesti o kampanji (npr. školski događaji, digitalne akcije, aktivnosti sa vršnjacima). - Učenici mogu da osmisle akciju podizanja svesti (online ili offline) za promociju svoje građanske inicijative. - Učenici mogu da integrišu znanja i veštine iz prethodnih modula (kao što su definisanje ciljeva, vizuelni identitet, formati sadržaja i poštovan jezik) kako bi osmislili i planirali smislenu akciju. - Učenici pokazuju sposobnost povezivanja kreiranja sadržaja sa stvarnim građanskim angažmanom.

Zaključak

Ovaj modul pretvara korišćenje društvenih mreža u svrhovitu digitalnu participaciju. Uz jasnu podršku u koracima (vodiči po fazama, primer kampanje, predlošci i rubrike), učenici osmišljavaju jednostavan, ali značajan sadržaj—logoe, fotografije, video materijale, opise i heštegove—i primenjuju ga u okviru male akcije podizanja svesti. Zasnovan na konstruktivizmu i socijalno-emocionalnom učenju (SEL), modul podstiče učenje kroz praksu, zajedničko stvaranje i refleksiju; učenici komuniciraju s poštovanjem, inkluzijom i empatijom, jačajući samopouzdanje kroz povratne informacije vršnjaka. Upoređujući formate, jačaju medijsku pismenost i shvataju kako medij oblikuje poruku i njen doseg. Korišćenjem pristupačnih alata (Canva i osnovna AI rešenja), timovi planiraju i predstavljaju kampanju u skladu sa građanskim vrednostima. Kao rezultat, učenici razvijaju jasno izražavanje, kritičko razmišljanje i etičko odlučivanje, povezujući kreiranje sadržaja sa stvarnim građanskim angažmanom.



Nastavna jedinica br. 1

Dizajniranje logotipa kampanje

Ishodi

- Učenici razumeju svrhu i emotivni uticaj vizuelnog identiteta u digitalnim kampanjama.
- Učenici su sposobni da skiciraju ili kreiraju jednostavan logo kampanje koristeći osnovne alate za dizajn ili veštačku inteligenciju.
- Učenici mogu da objasne kako elementi poput simbola, boja i fontova prenose značenje.

Kratak teorijski opis

Logo je jednostavan vizuelni „potpis“ koji pomaže ljudima da prepoznaju neku ideju. Koristeći primere iz okoline, predloške i vođeni radni list, učenici povezuju boje, oblike i tipografiju sa osećanjima i vrednostima, pri čemu dizajn ostaje jednostavan, poštovan i svrhovit.

Activity 1

DEKODIRAJ LOGO — VIZUELNO PRIPOVEDANJE KROZ DIZAJN

Predloženo trajanje aktivnosti: 45–60 minuta

Individualno/Grupno: Grupa (3–4 učenika)

Opis aktivnosti

Učenici analiziraju četiri stvarna logotipa kampanja koristeći vođeni radni list. Korak po korak:

- 1) Posmatrajte svaki logo.
- 2) Izaberite jednu boju, jedan oblik i jednu ključnu reč.
- 3) Zapišite osećaj i ideju koju prenosi.
- 4) Podelite zapažanja u grupi.
- 5) Izvucite dve lekcije o dizajnu koje ćete primeniti.

Ova aktivnost povezuje izbore dizajna sa građanskim vrednostima (ljubaznost, poštovanje, inkluzija).

Šabloni: vidi [Dodatak B → T0](#).

Ishodi:

- Učenici razumeju svrhu i emotivni uticaj vizuelnog identiteta u digitalnim kampanjama.
- Učenici mogu da objasne kako elementi poput simbola, boja i fontova prenose značenje.

Okruženje i materijal:

Uobičajena učionica ili prostor za radionicu sa stolovima; štampani ili digitalni primeri logotipa, radni listovi, olovke i (opciono) projektor za prezentacije.

Pedagoški pristup:

Kolaborativno učenje, medijska pismenost, vizuelno pripovedanje, grupna diskusija, emocionalna refleksija, učenje kroz iskustvo.

Tehnološki zahtevi:

Nije potrebna posebna tehnologija; logotipi mogu biti prikazani na papiru ili ekranu.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Uključuje vizuelnu i verbalnu podršku, prilagodljive radne listove, inkluzivne i kulturno neutralne primere logotipa; uloge u grupi mogu se podešavati prema različitim potrebama.

Aktivnost 2

LABORATORIJA ZA DIZAJN LOGOTIPA — KREIRAJ IDENTITET SVOJE KAMPANJE

Predloženo trajanje aktivnosti: 60–90 minuta

Individualno/Grupno: Grupa (2–3 učenika)

Opis aktivnosti

Timovi popunjavaju mini brief (tema/kampanja, ciljna publika, tri vrednosti, tri ključne reči) i dizajniraju jednostavan logo. Korak po korak:

1. Popunite mini brief.
2. Izaberite papirni ili Canva šablon.
3. Skicirajte dve brze opcije.
4. Izaberite jednu i doradite tipografiju i balans elemenata.
5. Prezentujte u 30 sekundi: „Želimo da prenesemo... To smo postigli pomoću...“. Ostanite pri jednom simbolu i dve boje.

Šabloni: vidi [Dodatak B](#) → T1.

Nastavna jedinica br. 1

Dizajniranje logotipa kampanje

Ishodi:

- Učenici su u stanju da nacrtaju ili kreiraju jednostavan logo kampanje koristeći osnovne alate za dizajn ili veštačku inteligenciju.
- Učenici mogu da objasne kako elementi poput simbola, boja i fontova prenose značenje.

Prostor i materijali:

Učionica, računarska soba ili kreativni prostor; papir, olovke, bojice, flomasteri, šablon brifa kampanje, pristup digitalnim alatima (opciono).

Pedagoški pristup:

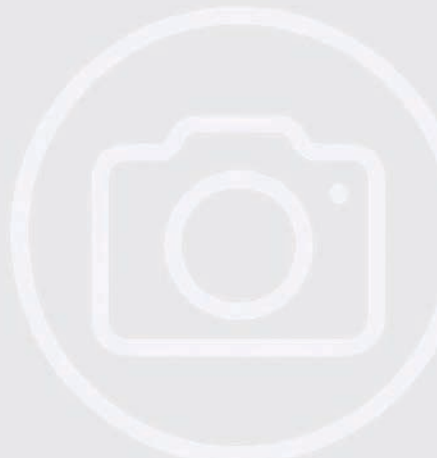
Učenje zasnovano na projektu, praktična kreacija, zajedničko stvaranje, vizuelno pripovedanje, povratna informacija vršnjaka, emocionalno samoizražavanje i refleksija.

Tehnološki zahtevi:

Opcionalno korišćenje online alata poput Canva ili generatora logotipa; može se kompletno realizovati i van mreže.

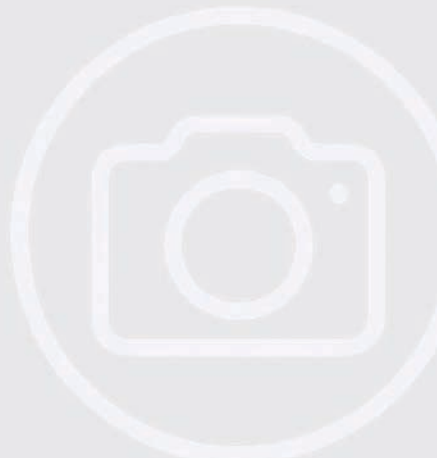
Prilagodljivost za različite učesnike:

Više načina kreacije (crtanje ili digitalno); pojednostavljeni dizajn brifovi; dostupni alati i materijali; inkluzivni i fleksibilni rezultati.



Zaključak nastavne jedinice

Ova jedinica je pomogla učenicima da otkriju kako jednostavna slika – logo – može ispričati snažnu priču. Istražujući stvarne primere i dizajnirajući sopstvene, naučili su kako boje, oblici i simboli mogu izraziti ideje, emocije i vrednosti koje su im važne. Više od same vežbe dizajna, ovo je postalo sredstvo da se učenici povežu sa uzrocima do kojih im je stalo i da pronađu svoj glas u vizuelnom obliku. Ovo iskustvo je povećalo njihovo kreativno samopouzdanje i pokazalo im da promišljen dizajn može učiniti poruku jasnijom, snažnijom i ljudskijom.





Nastavna jedinica br. 2

Istraživanje tipova i formata sadržaja

Ishodi

- Učenici su u stanju da uporede prednosti i ograničenja različitih formata sadržaja (fotografija, video, tekst, priča itd.).
- Učenici mogu da odaberu medijske formate koji odgovaraju poruci njihove kampanje i preferencijama publike.

Kratak teorijski opis

Različiti formati oblikuju poruku na različite načine. Koristeći „točak formata“ i gotove primere, učenici upoređuju fotografije, video, tekst i priče kako bi birali sa svrhom – bez marketinškog žargona.

Aktivnost 1

VRTEŠKA ISTRAŽIVAČA SADRŽAJA

Predloženo trajanje aktivnosti: 60 minuta

Individualno/Grupno: Grupa (3–4 učenika)

Opis aktivnosti:

Učenici rotiraju kroz četiri stanice (fotografija, video, tekst, priča).

Korak po korak:

- 1) Pregledati dva primera na svakoj stanici.
- 2) Obeležiti cilj, emociju i jasnoću na radnom listu.
- 3) Popuniti „točak formata“ sa beleškama o „najboljoj upotrebi“.
- 4) Podeliti jedno ključno zapažanje sa svake stanice.

Ova aktivnost razvija praktičnu medijsku pismenost.

Šablon(i): vidi [Dodatak B → T2](#)

Ishodi:

- Učenici su u stanju da uporede prednosti i ograničenja različitih formata sadržaja.
- Učenici mogu da odaberu medijske formate koji odgovaraju poruci njihove kampanje i preferencijama publike.

Prostor i materijali:

Učionica ili veliki otvoreni prostor sa četiri stanice za učenje; stvarni kampanjski sadržaj (digitalni ili štampani), radni listovi, olovke i opciono ekran/tablet za video.

Pedagoški pristup:

Praktično učenje, istraživanje u malim grupama, medijska pismenost, razmena mišljenja među vršnjacima, kritičko razmišljanje i refleksija.

Tehnološki zahtevi:

Samo opciono; uređaji za prikaz video sadržaja ako su dostupni. Obezbeđene su štampane alternative.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Uključuje vizuelne i pisane materijale; fleksibilne uloge u diskusiji; stanice se mogu prilagoditi vizuelnim, auditivnim ili jezičkim potrebama.

Aktivnost 2

USKLADI PORUKU — IZAZOV FORMATA

Predloženo trajanje aktivnosti: 60–75 minuta

Individualno/Grupno: Male grupe (3–4 učenika) ili parovi

Opis aktivnosti:

Svaki tim dobija scenario (npr. poštovanje u razgovorima u učionici). Korak po korak:

- 1) Izabrali glavni format i pomoćni format.
- 2) Popuniti jednostavan šablon scenarija (naslov, vizuelna ideja, poziv na akciju).
- 3) Nacrtati ili napraviti storyboard sadržaja.
- 4) Predstaviti i prikupiti dve ideje za poboljšanje.

Fokusirati se na usklađenost između publike, cilja i formata.

Šablon(i): vidi Dodatak B → T10

Ishodi:

- Učenici su u stanju da uporede prednosti i ograničenja različitih formata sadržaja.
- Učenici mogu da odaberu medijske formate koji odgovaraju poruci njihove kampanje i preferencijama publike.

Prostor i materijali:

Učionica ili kreativni prostor; karte formata, scenariji za vežbu, šabloni za planiranje, flomasteri ili laptopovi (opciono), tabla ili poster za prezentacije.

Pedagoški pristup:

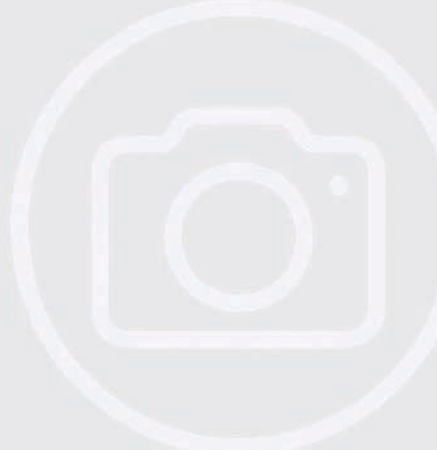
Kooperativno učenje, kreativnost kroz izazov, vizuelno razmišljanje, primenjena analiza medija, povratna informacija vršnjaka, refleksivna diskusija.

Tehnološki zahtevi:

Nije neophodno; aktivnost se može potpuno realizovati offline koristeći papir i olovke. Uređaji su opciono dostupni za digitalni nacrt.

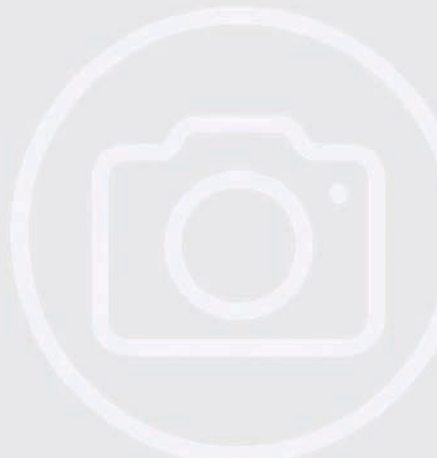
Prilagodljivost za različite učesnike:

Fleksibilni zadaci (vizuelni ili tekstualni); različiti primeri i otvorene uloge u svakoj grupi; pomoćni materijali dostupni jednostavnim jezikom i u pristupačnim formatima.



Zaključak nastavne jedinice

Ova jedinica je pozvala učenike da zarone u svet različitih tipova sadržaja — fotografija, videa, tekstova i priča — i otkriju kako svaki od njih može oblikovati poruku na jedinstven način. Kroz praktične aktivnosti i kreativne izazove, naučili su da pažljivo razmisle koji format najbolje odgovara ciljevima njihove kampanje i publici kojoj se obraćaju. Ovo iskustvo im je pomoglo da razviju praktične veštine u izboru i kreiranju sadržaja koji se emotivno i smisleno povezuje sa publikom, osnažujući ih da postanu promišljeni i samouvereni kreatori digitalnih kampanja koje zaista ostavljaju snažan utisak.



Nastavna jedinica br. 3

Kreiranje vizuelnog sadržaja — fotografija, video-snimaka i ilustracija



Ishodi

- Učenici su u stanju da primene osnovne principe vizuelnog pripovedanja u formatima fotografije, videa i ilustracije.
- Učenici razumeju osnove kadriranja, kompozicije, osvetljenja i montaže u izradi fotografija i video sadržaja.
- Učenici mogu da koriste jednostavne alate ili aplikacije (uključujući veštačku inteligenciju ili mobilne aplikacije) za kreiranje vizuelnih materijala za kampanju.
- Učenici su u stanju da kreiraju vizuelne sadržaje koji podržavaju ciljeve, ton i poruku njihove kampanje.

Kratak teorijski opis

Tehnika služi značenju. Učenici prave jednostavne snimke telefonom i rade osnovne izmene, fokusirajući se na jasnoću poruke i inkluzivnost, a ne na tehničko savršenstvo..

Aktivnost 1

LABORATORIJA VIZUELNOG PRIPOVEDANJA — NEKA TELEFON RADI ZA VAS

Predloženo trajanje aktivnosti: 75–90 minuta

Individualno/Grupno: Grupa (3–4 učenika)

Opis aktivnosti:

Timovi kreiraju mini vizuelnu priču sa tri kadra. Korak po korak:

- 1) Izabrati scenario (npr. „Pauza za disanje“).
- 2) Isplanirati tri kadra (široki, srednji, detalj).
- 3) Snimiti uz prirodno svetlo i jednostavnu pozadinu.
- 4) Urediti u roku od 10 minuta (kadriranje/isečak, osvetljenje, kratak tekst ≤8 reči).
- 5) Podeliti rad i dobiti brzu povratnu informaciju metodom „semafora“.

Naglasak je na jasnoći poruke i tonu.

Šablon(i): vidi Dodatak B → T3.

Ishodi:

- Učenici primenjuju osnovne principe vizuelnog pripovedanja u fotografiji i video formatima.
- Učenici razumeju kako kadriranje, osvetljenje i kompozicija utiču na poruku i raspoloženje.
- Učenici mogu da kreiraju vizuelne sadržaje koji podržavaju ton, ciljeve i publiku njihove kampanje.

Nastavna jedinica br. 3

Kreiranje vizuelnog sadržaja

— fotografija, video-snimaka i ilustracija

Prostor i materijali:

Unutrašnji ili spoljašnji prostor sa dobrim osvetljenjem, pametni telefoni ili tableti sa kamerama, pristup besplatnim alatima za uređivanje (CapCut, Canva), kartice sa scenarijima kampanje, radni listovi za planiranje.

Pedagoški pristup:

Učenje zasnovano na projektu, zajedničko stvaranje (ko-kreacija), praktično vizuelno pripovedanje, grupna povratna informacija i refleksija.

Tehnološki zahtevi:

Pametni telefon ili tablet sa kamerom; besplatna aplikacija za uređivanje (opciono); štampani šabloni dostupni kao alternativa bez upotrebe tehnologije.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Učenici mogu preuzeti različite uloge u timu (npr. fotograf, planer, montažer, prezenter); dozvoljene su usmene ili vizuelne refleksije; aktivnosti su prilagođene učenicima sa ograničenim pristupom tehnologiji ili onima koji ne koriste digitalne alate.

Aktivnost 2

KREIRAJ I KOMUNICIRAJ — ILUSTRACIJA/VEŠTAČKA INTELIGENCIJA ZA KAMPANJE

Predloženo trajanje aktivnosti: 60–75 minuta

Individualno/Grupno: Individualno ili u parovima

Nastavna jedinica br. 3

Kreiranje vizuelnog sadržaja

— fotografija, video-snimaka i ilustracija

Opis aktivnosti:

Učenici dizajniraju jedan jednostavan poster ili ilustraciju usklađenu sa svojom kampanjom.

Korak po korak:

- 1) Definisati ton (smiren/energičan) i tri elementa (boja, simbol, tipografija).
- 2) Izabrati papir ili Canva / jednostavan AI alat.
- 3) Kreirati jedan vizuelni prikaz sa kratkom porukom (≤ 8 reči).
- 4) Razmeniti radove i dobiti dve konkretne sugestije za poboljšanje.
- 5) Podesiti kontrast i čitljivost (tekst treba da bude čitljiv sa udaljenosti od 1 metra).

Šablon(i): vidi [Dodatak B → T4](#).

Ishodi:

- Učenici mogu da nacrtaju ili kreiraju vizuelni materijal za kampanju koristeći osnovne alate za dizajn ili veštačku inteligenciju.
- Učenici razumeju kako elementi dizajna (simbolika, boje, fontovi) prenose značenje.
- Učenici kreiraju vizuelne sadržaje koji odražavaju poruku, ton i željeni uticaj njihove kampanje.

Prostor i materijali:

Učionica ili likovni kabinet; pribor za crtanje (papir, olovke, flomasteri); opcioni pristup Canvi ili drugim jednostavnim AI alatima; radni list za vizuelno planiranje ili šablon za mood board.

Nastavna jedinica br. 3

Kreiranje vizuelnog sadržaja

— fotografija, video-snimaka i ilustracija

Pedagoški pristup:

Vizuelno izražavanje, digitalna kreativnost, simboličko razmišljanje, individualna refleksija, povratna informacija vršnjaka.

Tehnološki zahtevi:

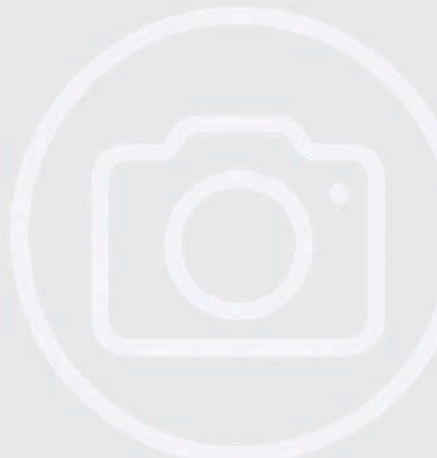
Opcioni digitalni pristup (Canva, AI generator); aktivnost se može u potpunosti realizovati i offline uz korišćenje pribora za crtanje.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Učenici biraju željeni način rada (digitalno ili ručno crtanje); jezik je pojednostavljen za zadatke dizajna; obezbeđena je podrška kroz kontrast boja i šablone; fleksibilne opcije za prezentaciju (usmeno, pisano, vizuelno).

Zaključak nastavne jedinice

Kroz ovu jedinicu, učenici su otkrili koliko moćan može biti vizuelni sadržaj kada je u pitanju izražavanje ideja i vrednosti. Radom sa fotografijama, video snimcima i ilustracijama istraživali su kako male odluke — poput izbora boje, svetla ili rasporeda elemenata — mogu oblikovati osećaj poruke i ono što ona prenosi. Bilo da su crtali ručno ili koristili digitalne alate, učenici su kreirali vizuale koji su za njih imali značaj i povezivali se sa stvarnim društvenim uzrocima. Nakon završetka jedinice, učenici su sigurniji u svoju sposobnost da komuniciraju kroz slike i da koriste vizuelne medije sa namerom i srcem.





Nastavna jedinica br. 4

Pisanje za društvene mreže sa poštovanjem i odgovornošću

Ishodi

- Učenici mogu da napišu jasne i zanimljive opise (captions) koji odgovaraju tonu i ciljevima njihove kampanje.
- Učenici razumeju kako da koriste heštegove i kratke tekstove da pojačaju vidljivost i jasnoću poruke.
- Učenici su u stanju da koriste inkluzivan, pozitivan i tačan jezik u digitalnoj komunikaciji.

Kratak teorijski opis

Pisanje kratkih tekstova za društvene mreže znači obraćati se ljudima. Učenici koriste modele i šablone kako bi napisali jasne, pristojne opise (captions) i smisleno odabrane heštegove.

Aktivnost 1

KLINIKA ZA OPISE — UTICAJ I EMPATIJA

Predloženo trajanje aktivnosti: 75 minuta

Individualno/Grupno: Individualno (povratna informacija od vršnjaka u parovima)

Opis aktivnosti:

Učenici analiziraju primerke objava, a zatim pišu i revidiraju opise (captions). Korak po korak:

- 1) Pročitati tri primera (snažan/prosečan/za poboljšanje).
- 2) Izabrati temu i napraviti nacрте u tri tona (neutralan/emotivan/razigran).
- 3) Primeniti kontrolnu listu (jasnoća, poštovanje, iskrenost, poziv na akciju).
- 4) Zameniti radove sa vršnjakom i napisati finalnu verziju (≤280 karaktera).

Šablon(i): vidi Dodatak B → T5.

Ishodi:

- Učenici mogu da napišu jasne i zanimljive opise koji odgovaraju tonu i ciljevima njihove kampanje.
- Učenici su u stanju da koriste inkluzivan, pozitivan i tačan jezik u digitalnoj komunikaciji.

Prostor i materijali:

Učionica ili računaska soba. Potrebni materijali: štampani primeri opisa, radni list za pisanje i reviziju opisa, kontrolna lista inkluzivnog jezika, olovke ili laptopovi.

Nastavna jedinica br. 4

Pisanje za društvene mreže sa poštovanjem i odgovornošću

Pedagoški pristup:

Kritička medijska pismenost, reflektivno pisanje, učenje kroz vršnjake, inkluzivna komunikacija, analiza stvarnih primera.

Tehnološki zahtevi:

Opcionalno korišćenje digitalnih uređaja ili online platformi; aktivnost se može u potpunosti realizovati offline koristeći štampane materijale.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Učenici mogu raditi različitim tempom i na različitim nivoima složenosti. Obezbeđeni su početni predlozi rečenica i primeri izraza. Opisi (captions) se mogu kreirati pisanjem, snimanjem zvuka ili crtanjem. Refleksija se može raditi u parovima, kroz mentalnu mapu ili pisanjem.

Aktivnost 2

HASHTAG JAM

— VIDLJIVOST SA SVRHOME

Predloženo trajanje aktivnosti: 60 minuta

Individualno/Grupno: Male grupe (3–4 učenika)

Opis aktivnosti:

Timovi kreiraju set heštegova sa jasno definisanom svrhom.

Nastavna jedinica br. 4

Pisanje za društvene mreže sa poštovanjem i odgovornošću

Korak po korak:

- 1) Pročitati svoj brif kampanje (vrednosti i publika).
- 2) Osmisliti pet heštegova (dva opisna, dva za zajednicu, jedan kreativan).
- 3) Proveriti jasnoću, poštovanje i lako pamćenje.
- 4) Testirati ih u kratkom opisu i doraditi po potrebi.

Šablon(i): vidi Dodatak B → T6.

Ishodi:

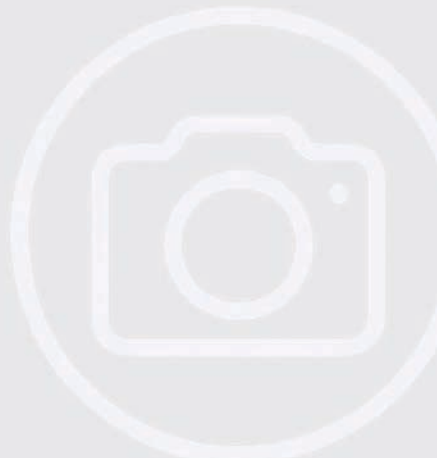
- Učenici razumeju kako koristiti heštegove i kratke tekstove da pojačaju vidljivost i jasnoću poruke.
- Učenici su u stanju da koriste inkluzivan, pozitivan i tačan jezik u digitalnoj komunikaciji.

Prostor i materijali:

Fleksibilan učionički prostor ili zone za rad u manjim grupama.
Potrebni alati: štampani brifovi kampanje, radni list za brainstorming, tabla/posteri, opciono pristup telefonima ili tabletima za proveru upotrebe heštegova online.

Pedagoški pristup:

Saradničko učenje, vođeno istraživanje, primeri iz stvarnog sveta, kreativnost, diskusija sa vršnjacima, etička refleksija.



Nastavna jedinica br. 4

Pisanje za društvene mreže sa poštovanjem i odgovornošću

Tehnološki zahtevi:

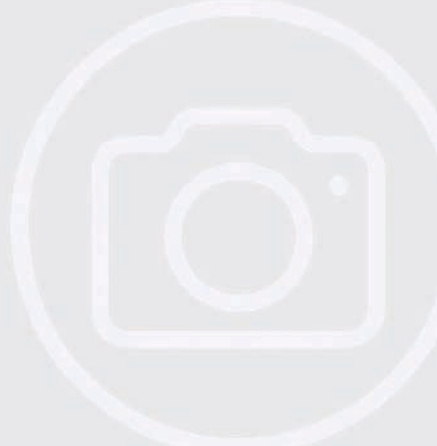
Nisu potrebni uređaji, mada grupe po želji mogu proveravati heštegove online ako je dozvoljeno. Aktivnost je potpuno prilagodljiva učionicama sa malo tehnologije.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Teme kampanje nude različite ulazne tačke. Učenici mogu izražavati ideje vizuelno ili usmeno. Zadaci omogućavaju fleksibilne uloge: pisci, istraživači, prezenteri. Obezbeđena je smernica za inkluzivan jezik kako bi se podržali svi učenici.

Zaključak nastavne jedinice

Na kraju ove jedinice, učenici su naučili da i kratke poruke — poput opisa (caption) ili heštega — mogu imati stvarno značenje i uticaj. Vežbali su pisanje sa jasnoćom, empatijom i namerom, otkrivajući kako jezik može uključivati, inspirisati i povezivati. Kroz refleksiju i saradnju, postali su svesniji odgovornosti koja dolazi sa korišćenjem reči u digitalnom prostoru. Sada su bolje pripremljeni da koriste društvene mreže ne samo za izražavanje sebe, već i za deljenje poruka koje zaista imaju značaj.





Nastavna jedinica br. 5

Planiranje događaja za podizanje svesti

Ishodi

- Učenici su u stanju da planiraju osnovne aktivnosti za podizanje svesti o kampanji (npr. školski događaji, digitalne akcije, aktivnosti sa vršnjacima).
- Učenici mogu da skiciraju akciju za podizanje svesti (online ili offline) radi promocije svog građanskog cilja.
- Učenici mogu da integrišu znanja i veštine iz prethodnih jedinica (kao što su definisanje ciljeva, vizuelni identitet, formati sadržaja i poštovanje u komunikaciji) kako bi osmislili i planirali značajan događaj za podizanje svesti.
- Učenici pokazuju sposobnost da povežu kreiranje sadržaja sa stvarnim građanskim angažovanjem.

Kratak teorijski opis

Od ideje do akcije: jednodnevni plan događaja i primer kampanje pomažu timovima da osmisle realnu aktivnost za podizanje svesti koristeći minimalne materijale spremne za objavu.

Aktivnost 1

PLAN DOGAĐAJA — OSMISLITE REALNU AKCIJU

Predloženo trajanje aktivnosti: 90–100 minuta

Individualno/Grupno: Male grupe (3–5 učenika)

Opis aktivnosti:

Korak po korak:

- 1) Definisati cilj, publiku, ključnu poruku i format.
- 2) Podeliti uloge (sadržaj, logistika, promocija).
- 3) Pripremiti dva materijala (jedna objava + jedna priča sa pozivom na akciju).
- 4) Izabrati jednu jednostavnu metriku (npr. broj učesnika).
- 5) Pregledati prema rubrici i izvršiti prilagođavanja.

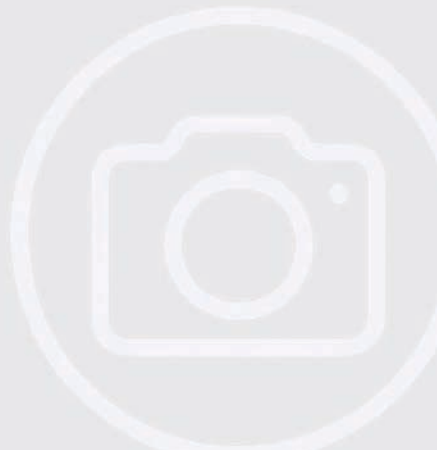
Šablon(i): vidi [Dodatak B → T7](#).

Ishodi:

- Učenici su u stanju da planiraju osnovne aktivnosti za podizanje svesti o kampanji.
- Učenici mogu da skiciraju akciju za podizanje svesti (online ili offline) radi promocije svog građanskog cilja.
- Učenici mogu da integrišu znanja i veštine iz prethodnih jedinica kako bi osmislili i planirali značajan događaj za podizanje svesti.

Prostor i materijali:

Učionica ili prostor za projekte. Materijali: štampani šablon, plan događaja, prethodni kampanjski materijali, tabla, flomasteri, opciono uređaji za istraživanje ili izradu vizuala.



Pedagoški pristup:

Učenje zasnovano na projektu, podela zadataka u grupi, iskustveno učenje, planiranje vođeno mladima.

Tehnološki zahtevi:

Opcionalno korišćenje digitalnih alata za planiranje (npr. Canva, Padlet, Trello). Aktivnost se može u potpunosti realizovati offline (bez korišćenja interneta).

Prilagodljivost za različite učesnike:

Šabloni sa vizuelnim oznakama i fleksibilne uloge omogućavaju pristupačnost za različite stilove učenja. Zadaci se mogu prilagoditi individualnim snagama učenika (npr. pisanje, crtanje, organizovanje).

Aktivnost 2

LABORATORIJA KAMPANJSKOG PREDSTAVLJANJA — PREZENTUJ I DORADI

Predloženo trajanje aktivnosti: 75–90 minuta

Individualno/Grupno: Rad u grupi sa publikom od vršnjaka

Opis aktivnosti:

Svaki tim predstavlja pitch u trajanju od 5–7 minuta.

Korak po korak:

- 1) Napraviti tri slajda (Zašto je važno / Šta ćemo uraditi / Kako se uključiti).
- 2) Koristiti rubriku za prezentaciju (jasnoća, dokazi, vreme).

3) Prezentovati i prikupiti dve beleške na lepljivom papiru (jedna snaga, jedno poboljšanje).

4) Ažurirati svoj plan u roku od 10 minuta.

Šablon(i): vidi Dodatak B → T8, T9.

Ishodi:

- Učenici pokazuju sposobnost da povežu kreiranje sadržaja sa stvarnim građanskim angažovanjem.
- Učenici mogu da skiciraju akciju za podizanje svesti (online ili offline) radi promocije svog građanskog cilja.
- Učenici mogu da integrišu znanja i veštine iz prethodnih jedinica kako bi osmislili i planirali značajan događaj za podizanje svesti.

Prostor i materijali:

Učionica, biblioteka ili prostor za prezentacije. Materijali: projektor ili ekran (opciono), vizuelni materijali iz Aktivnosti 1, štampane rubrike za povratnu informaciju ili lepljivi blokčići za beleške.

Pedagoški pristup:

Javno izlaganje, povratna informacija od vršnjaka, iskustveno učenje, refleksivna praksa, jačanje samopouzdanja.

Tehnološki zahtevi:

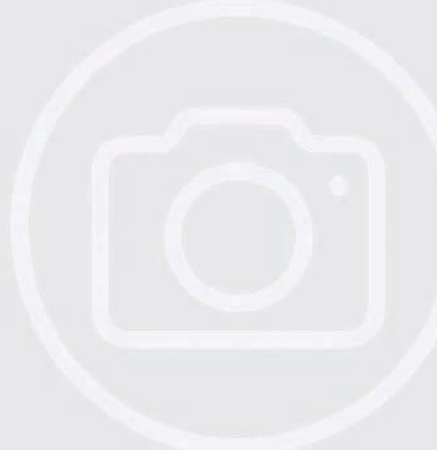
Niski do srednji — učenici mogu birati analogne formate (npr. postere) ili digitalne (npr. slajdove, video).

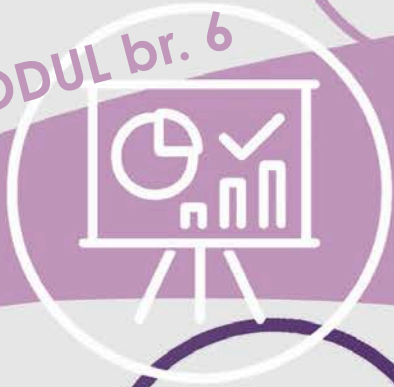
Prilagodljivost za različite učesnike:

Formati prezentacija su fleksibilni kako bi odgovarali različitim nivoima udobnosti i sposobnostima (npr. zajedničko prezentovanje, prethodno snimljeno, vizuelno vođeno). Opcije povratne informacije uključuju usmene i pisane odgovore.

Zaključak nastavne jedinice

Ova završna jedinica osmišljena je da oživi sve što su učenici do sada naučili. Nakon što su istraživali kako da izraze građanske vrednosti kroz vizuelni dizajn, pripovedanje i poštovanje u komunikaciji, učenici sada preuzimaju vođstvo u planiranju stvarne aktivnosti za podizanje svesti. Cilj je da povežu svoje lične i grupne poruke sa širom publikom kroz događaj u školi ili digitalni događaj. Ovaj proces jača njihov osećaj inicijative, timskog rada i svrhe, istovremeno učvršćujući veštine dizajna kampanje na autentičan i efektan način. Jedinica podstiče učenike da razmisle o tome šta im je važno i da preuzmu promišljene, kreativne akcije u svojim zajednicama.





Evaluacija i prezentacija kampanja na društvenim mrežama

Ovaj modul vodi učenike kroz refleksiju o doseg, angažovanju i uticaju njihovih kampanja. Podstiče kritičko razmišljanje o tome šta čini online interakciju smislenom i pomaže učenicima da steknu samopouzdanje kroz predstavljanje svojih projekata drugima.

Modul 6:

Evaluacija i predstavljanje kampanja na društvenim mrežama

Ključne reči: kritičko razmišljanje, kampanja na društvenim mrežama, evaluacija, kreativnost, podizanje svesti.

Obuhvat modula

Modul prelazi sa kreiranja na evaluaciju, sa fokusom na povratnu informaciju, samoprocenu i učenje iz reakcija iz stvarnog sveta. Uvodi osnovne alate i koncepte za merenje uticaja i naglašava razvoj, a ne savršenstvo.

Ciljevi obuke

- Pomoći učenicima da reflektuju rezultate i prijem svojih kampanja.
- Podstaci razumevanje kvaliteta naspram kvantiteta u digitalnom angažovanju.
- Podržati razvoj veština javnog govora i prezentacije.
- Proslaviti kreativnost, timski rad i doprinos zajednici.

Teorijska pozadina

Društvene mreže su moćna platforma na kojoj tinejdžeri i konzumiraju i kreiraju sadržaj. Evaluacija kampanja na društvenim mrežama pomaže mladima da razviju kritičko razmišljanje, razumeju ubeđivačku komunikaciju i postanu odgovorni digitalni građani.

1. Medijska pismenost i kritičko razmišljanje

Medijska pismenost je sposobnost pristupa, analize, procene i kreiranja medijskih poruka (Potter, 2013). Za tinejdžere, ovo znači učenje kako da prepoznaju na koji način kampanje koriste vizuale, jezik i emocionalne apelacije da bi uticale na publiku. Kahne i Bowyer (2017) naglašavaju da učenje medijske pismenosti oprema mlade da prepoznaju dezinformacije i pristrasan sadržaj, podstičući donošenje informisanijih odluka.

2. Relevancija publike i poruke

Efektivne kampanje prilagođavaju svoje poruke ciljnoj publici. Boyd (2014) ističe da tinejdžeri tumače i reaguju na društvene mreže u skladu sa kulturom vršnjaka i društvenim normama. Razumevanje vrednosti i jezika publike ključno je kako za kreiranje, tako i za evaluaciju kampanja usmerenih ka mladima.

3. Autentični angažman naspram lažnih metrika

Angažman na društvenim mrežama (lajkovi, deljenja, komentari) može biti stvaran ili veštački uvećan. Huang (2017) raspravlja o tome šta motiviše pravi angažman među tinejdžerima, dok istraživači upozoravaju na „lažne“ ili bot-driven interakcije koje pogrešno predstavljaju uspeh kampanje (Mihailidis & Cohen, 2013). Evaluacija autentičnosti je ključna za razumevanje stvarnog uticaja.

4. Digitalna etika i odgovornost

Evaluacija kampanja na društvenim mrežama takođe uključuje procenu etičke odgovornosti kampanja — da li promovišu pozitivna ponašanja, poštuju privatnost i izbegavaju širenje dezinformacija (UNICEF, 2018). Tinejdžere treba podstaći da razmisle o društvenim posledicama sadržaja koji kreiraju ili dele.

Ovaj modul ima za cilj podizanje svesti o evaluaciji kampanja na društvenim mrežama i podučava praktičnim alatima i konceptima za merenje njihovog uticaja, koristeći kreativnost, saradnju i veštine kritičkog razmišljanja.

Teme / Nastavne jedinice	Ishodi učenja
1. Merenje digitalnog angažovanja kampanja	<ul style="list-style-type: none">- Učenici su u stanju da prate osnovne metrike angažmana (lajkovi, deljenja, komentari, sačuvano).- Učenici mogu da uporede različite tipove sadržaja i njihov učinak.
2. Analiza kvaliteta angažmana	<ul style="list-style-type: none">- Učenici razumeju razliku između površnog angažmana (lajkovi) i smislene povratne informacije (komentari, diskusija).- Učenici mogu da identifikuju koji tip sadržaja je izazvao najpromišljenije odgovore.- Učenici su u stanju da reflektuju o društvenom ili emotivnom uticaju svoje kampanje na različite publike.

Teme / Nastavne jedinice	Ishodi učenja
3. Reflektovanje o procesu i uticaju	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici su u stanju da procene snage i slabosti svoje kampanje na osnovu rezultata i procesa. - Učenici su u stanju da reflektuju o svom ličnom rastu u pogledu samopouzdanja, saradnje i veština digitalne komunikacije.
4. Prezentovanje kampanje	<ul style="list-style-type: none"> - Učenici su u stanju da pripreme i održe jasnu i zanimljivu prezentaciju kampanje pred vršnjacima ili školskom zajednicom. - Učenici su u stanju da reflektuju o dobijenim povratnim informacijama i prepoznaju svoj napredak i doprinos.

Zaključak

Na kraju ovog modula, učenici će biti u stanju da kritički ocenjuju kampanje na društvenim mrežama proučavanjem koliko efikasno one prenose svoju poruku, angažuju ciljnu publiku i koriste vizuale i jezik za uticaj na mišljenja ili ponašanje. Naučiće da prepoznaju ciljeve iza kampanje, procene jasnoću i konzistentnost poruke i uoče tehnike koje se koriste za privlačenje pažnje i podsticanje interakcije. Učenici će takođe moći da razmotre etički uticaj kampanja, poput upotrebe stereotipa, dezinformacija ili emotivnih apelacija. Razvijanjem ovih veština evaluacije, učenici će postati informisaniji korisnici društvenih mreža, sposobni da kritički razmišljaju o sadržaju koji vide i da donose promišljene odluke o sadržaju koji dele ili kreiraju.



Nastavna jedinica br. 1

Merenje digitalnog angažovanja kampanja

Ishodi

- Učenici su u stanju da prate osnovne metrike angažmana (lajkovi, deljenja, komentari, sačuvano).
- Učenici mogu da uporede različite tipove sadržaja i njihov učinak.

Kratak teorijski opis

Evaluacija kampanja na društvenim mrežama pomaže tinejdžerima da razviju kritičku medijsku pismenost — veštinu analiziranja i razumevanja medijskih poruka (Potter, 2013). Efektivne kampanje jasno ciljaju svoju publiku koristeći sadržaj i vizuale koji su im bliski (Boyd, 2014). Važno je prepoznati pravi angažman naspram lažnih lajkova ili komentara kako bi se izmerio stvarni uticaj (Huang, 2017). Na kraju, evaluacija kampanja uključuje razmatranje digitalne etike, osiguravajući da su poruke odgovorne i poštovane (UNICEF, 2018).

Aktivnost 1

„PRATI KAO PROFESIONALAC“

Predloženo trajanje aktivnosti: 40 minuta

Individualno/Grupno: Male grupe (po 3 učenika)

Opis aktivnosti:

1. Icebreaker (5 minuta):

Postaviti pitanje: „Koji post ste ikada najviše lajkovali, delili ili komentarisali — i zašto?“

Dozvoliti nekoliko učenika da brzo podele odgovore kako bi se aktiviralo razmišljanje o ponašanju u vezi sa angažmanom.

2. Mini-lekcija (10 minuta):

Kratko objasniti svaku metriku (lajkovi, deljenja, komentari, sačuvano) i šta nam govori:

Lajkovi = brze reakcije

Deljenja = mogućnost širenja

Komentari = razgovor

Sačuvano = vrednost i relevantnost

Koristiti stvarne ili fiktivne screenshotove da pokažete gde se ove metrike nalaze na platformama poput Instagram-a ili TikTok-a.

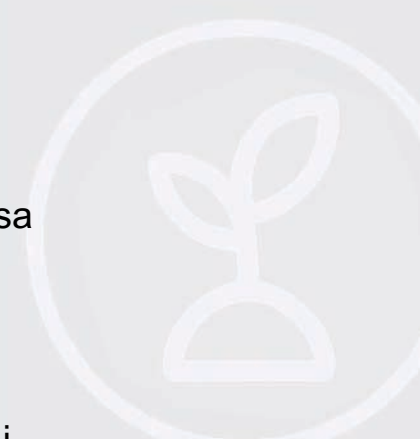
3. Aktivnost – Detektiv metrika (20 minuta):

Učenici dobijaju „Dosije kampanje“ sa 6 fiktivnih ili stvarnih objava sa društvenih mreža.

Moraju zapisati metrike (iz screenshotova ili pisanih podataka).

Rangirati objave od najviše do najmanje angažujuće ukupno.

Diskusija u malim grupama: Koja objava je imala najjači angažman i zašto?



4. Zaključak i deljenje (5 minuta):

Postaviti pitanje: „Koja metrike mislite da je najvažnija i zašto?“

Brzo podeliti odgovore učenika ili sprovesti glasanje korišćenjem palčeva gore/dole ili online alata (npr. Mentimeter ili Padlet).

Ishodi:

- Učenici mogu da prepoznaju i prate metrike digitalnog angažmana u stvarnom kontekstu.

Prostor i materijali:

Učionica ili medijska laboratorija sa stolovima za rad u grupama

Projektor ili ekran za prikazivanje primera objava na društvenim mrežama

Brzi vodič za metrike angažmana (štampan ili na ekranu)

Jednostavno objašnjenje lajkova, komentara, deljenja i sačuvanih objava i njihovog značenja

Set screenshotova objava (fiktivne ili stvarne) – 6–8 primera sa vidljivim statistikama angažmana, može biti screenshot ili lažne objave

Radni list „Detektiv metrika“ – tabela sa kolonama: Broj objave, Tip sadržaja, Lajkovi, Komentari, Deljenja, Sačuvano, Beleške

Hemijske olovke/olovke, tabla ili flipchart za diskusiju i zaključak

Pedagoški pristup:

Aktivnost je osmišljena kao iskustveno učenje usmereno na učenika, kombinujući elemente konstruktivizma, aktivnog učenja i istraživačkog učenja — sve vrlo efikasno za tinejdžere. Aktivnost je praktična, socijalna i digitalna, što je u skladu sa interesovanjima i iskustvima učenika.

Podstiče izražavanje mišljenja i izbor, čime učenici osećaju vlasništvo nad učenjem. Razvija kritičku medijsku pismenost i pomaže im da postanu promišljeni digitalni građani.

Tehnološki zahtevi:

Projektor, laptop, pametni telefon i wi-fi konekcija.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Aktivnost se može prilagoditi različitim učesnicima tako što se nude diferencirani dosijeji slučaja (pojednostavljene tabele metrika, vizuelni simboli ili napredni analitički zadaci) i omogućava fleksibilno formiranje grupa (parovi različitih sposobnosti, podrška vršnjaka ili rad pojedinačno). Za učesnike sa ograničenim digitalnim veštinama ili jezičkim znanjem, obezbediti vođene šablone, jasne vizuelne primere i opcionalna usmena objašnjenja kako bi se osigurala ravnopravna uključenost i razumevanje.

Aktivnost 2

„ŠTA NAJBOLJE FUNKCIONIŠE?“ — TAKMIČENJE SADRŽAJA

Predloženo trajanje aktivnosti: 45 minuta

Individualno/Grupno: Male grupe

Opis aktivnosti:

Fokus: Upoređivanje sadržaja i strategija angažovanja

1. Početno pitanje (5 minuta):

„Koja vrsta objave najviše privlači vašu pažnju: meme, video, priča ili fotografija? Zašto?“

2. Mini-lekcija (10 minuta):

Brz pregled tipova sadržaja (slike, video, reels, priče, karuseli itd.) i kako oni različito funkcionišu u zavisnosti od publike i platforme.

Prikazati primere statistika angažmana za različite formate.

3. Aktivnost – Takmičenje sadržaja (25 minuta):

U grupama, učenici:

Dobijaju set od 4 različita formata objava za fiktivnu kampanju (npr. akcija za klimatske promene). Svaka objava ima izmišljene podatke o angažmanu.

Analiziraju koji tip sadržaja je najbolje performirao i zašto.

Popunjavaju jednostavnu tabelu za upoređivanje i pripremaju 2-minutno izlaganje:

„Mi mislimo da [ovaj sadržaj] najbolje funkcioniše zato što...“

4. Brze prezentacije (5 minuta):

Svaka grupa prezentuje sadržaj koji je najbolje učinak i obrazloženje svog izbora.

Ishodi:

- Učenici mogu da uporede različite formate sadržaja i objasne razlike u učinku koristeći podatke o angažmanu.

Prostor i materijali:

Tip prostora: Otvorena učionica ili fleksibilan radni prostor.

Potrebni materijali:

1. Pregled tipova sadržaja

Definicije/primeri tipova sadržaja: meme, video, karusel, citat, reel itd.

2. Paketi fiktivnih kampanja

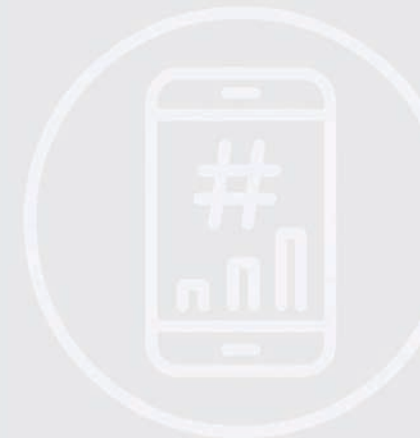
- Svaka grupa dobija „paket kampanje“ sa 4 primerka objava u različitim formatima

- Svaka objava dolazi sa izmišljenim metrima angažmana

3. Tabela za upoređivanje – Takmičenje sadržaja

Kolone: Tip sadržaja, Lajkovi, Deljenja, Komentari, Sačuvano,

Ukupni rang, Zašto je funkcionisalo



4. Tabla ili digitalni alat za anketu

Za sumiranje rezultata sa celim razredom (npr. „Koji tip sadržaja je ukupno imao najbolji učinak?“)

Pedagoški pristup:

Aktivnost je osmišljena kao iskustveno učenje usmereno na učenika, kombinujući elemente konstruktivizma, aktivnog učenja i istraživačkog učenja — sve vrlo efikasno za tinejdžere.

Aktivnost je praktična, socijalna i digitalna, u skladu sa interesovanjima i iskustvima učenika. Podstiče izražavanje mišljenja i izbor, čime učenici osećaju vlasništvo nad učenjem. Razvija kritičku medijsku pismenost i pomaže učenicima da postanu promišljeni digitalni građani.

Tehnološki zahtevi:

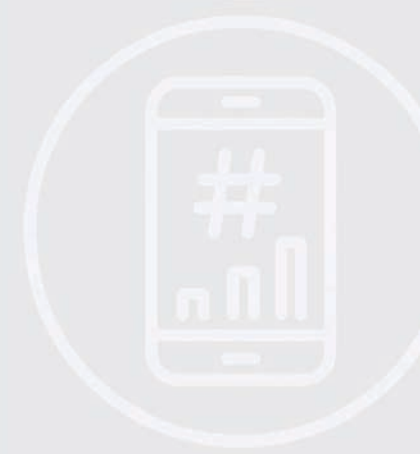
Projektor ili TV ekran za prikaz tipova sadržaja i primera.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Aktivnost se može prilagoditi različitim stilovima komunikacije — učenici mogu prezentovati usmeno, pisano ili vizuelno.

Zaključak nastavne jedinice

Na kraju ove jedinice, učenici će biti u stanju da razlikuju površni angažman, poput lajkova, od smislene povratne informacije, kao što su komentari i diskusije. Naučiće da prepoznaju koji sadržaj izaziva promišljene reakcije i da reflektuju o društvenom i emotivnom uticaju svojih kampanja na različite publike. Kroz ove uvide, učenici će biti bolje opremljeni da kreiraju autentičan, uticajan digitalni sadržaj koji podstiče pravi odnos i promišljeni dijalog.





Nastavna jedinica br. 2

Analiza kvaliteta angažmana

Ishodi

- Učenici razumeju razliku između površnog angažmana (lajkovi) i smislene povratne informacije (komentari, diskusija).
- Učenici mogu da prepoznaju koji tip sadržaja je izazvao najpromišljenije reakcije.
- Učenici su u stanju da reflektuju o društvenom ili emotivnom uticaju svoje kampanje na različite publike.

Kratak teorijski opis

Kvalitetan angažman na društvenim mrežama prevazilazi broj lajkova ili deljenja — on odražava smislenu interakciju, poput promišljenih komentara, sačuvanih objava i diskusija (Huang, 2017). Za tinejdžere, evaluacija angažmana znači postaviti pitanja: Da li stvarni ljudi reaguju? Da li su interakcije relevantne i autentične? Medijska pismenost pomaže tinejdžerima da prepoznaju kada je angažman pravi, a kada je veštački pojačan pomoću botova ili plaćenih taktika (Potter, 2013; Mihailidis & Cohen, 2013).

Aktivnost 1

„IZA BROJEVA – ŠTA KOMENTARI ZAISTA GOVORE?“

Predloženo trajanje aktivnosti: 40 minuta

Individualno/Grupno: Male grupe

Opis aktivnosti:

1. Dobrodošlica (5 minuta)

„Ako bi vaš poslednji komentar na nečiju objavu bio pročitan naglas pred grupom, da li bi otkrio vašu ličnost? Zašto da ili zašto ne?“

2. Koja je razlika? (10 minuta)

Prikazati objavu na društvenim mrežama i različite komentare ispod nje:

- jedan sa samo emodžijima
- jedan sa generičkim „super“ ili „kul“
- jedan koji je specifičan, promišljen ili postavlja pitanje
- Pitanja za diskusiju:
- Šta primećujete kod ovih komentara?
- Koji komentar biste najviše želeli da dobijete?
- Zašto ljudi često biraju najbrži odgovor?

3. Grupni izazov (15 minuta)

Podeliti papiriće sa 4–5 površnih komentara.

Svaka grupa ih prepravi u smislene i promišljene komentare.

4. Sekcija komentara (15 minuta)

Odabrati 3 različite objave: kreativnu objavu, ranjivu objavu i objavu o važnom postignuću.

Učenici pišu po jedan smislen komentar koji bi ostavili za svaku objavu.

5. Grupna refleksija (10 minuta)

Postaviti pitanje: Kako ste se osećali kada ste dobijali različite tipove komentara?

6. Zaključak i poruka za poneti (5 minuta)

Pitanje: Šta je jedna stvar koju ćete sledeći put uraditi drugačije kada budete na društvenim mrežama?

Ishodi:

- Učenici razumeju razliku između površnog angažmana (lajkovi) i smislene povratne informacije (komentari, diskusija).

Prostor i materijali:

Slajdovi ili štampani primeri objava/komentara

Štampani radni listovi ili digitalna opcija za deljenje

Tabla ili zid za grupno brainstormovanje

(Opcionalno) Nalepnice ili male nagrade za učešće ili uspešno završene zadatke

Pedagoški pristup:

Aktivnost koristi konstruktivistički i iskustveni pristup učenju, angažujući tinejdžere kroz refleksiju, saradnju sa vršnjacima, primere iz stvarnog sveta i praktične aktivnosti. Naglašava kritičko razmišljanje i aktivno učešće kako bi učenici gradili razumevanje kroz lična i digitalna iskustva.

Tehnološki zahtevi:

Opcionalno — mogu se koristiti stvarne objave na mobilnim telefonima ili štampani materijali.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Aktivnost se može prilagoditi različitim stilovima komunikacije — učenici mogu prezentovati digitalno, usmeno, pisano ili vizuelno.

Aktivnost 2

„ŠTA POKREĆE LJUDE? KREIRANJE UTICAJNIH KAMPANJA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA“

Predloženo trajanje aktivnosti: 50 minuta

Individualno/Grupno: Parovi ili male grupe

Opis aktivnosti:

1. Uvod i zanimljiv početak – Šta ostaje u sećanju? (5 minuta)

Prikazati 2–3 stvarne ili fiktivne objave kampanje (tekst, video ili slika). Pitanje za diskusiju:

„Na koju objavu biste VI komentarisali – i zašto?“

Kratko razgovarati o prvobitnim reakcijama.

2. Grupna analiza – Zašto je funkcionisalo? (15 minuta)

Podeliti učenike u male grupe. Svaka grupa analizira 2 objave sa društvenih mreža (dostavljene).

Zadatak:

Identifikovati koja objava je dobila najpromišljenije komentare.

Razmotriti šta je navelo ljude da smisleno reaguju.

Grupe dele svoja zapažanja sa ostalima.

3. Kreativna refleksija – Kampanja u praksi (20 minuta)

Učenici dele ideju za kampanju ili prethodnu objavu na društvenim mrežama (stvarnu ili planiranu).

U parovima ili malim grupama:

- Opisati cilj objave.
- Predvideti ko bi bio pokrenut objavom i zašto.

Refleksija:

Koje emocije bi objava mogla da izazove (nada, empatija, bes)?

Grupe daju povratne informacije koristeći upit za refleksiju:

„Kako biste se osećali kada biste ovo videli na svom feedu?“

4. Završna diskusija i refleksija na kraju (10 minuta)

Facilitator postavlja završna pitanja:

- Koji tip sadržaja izaziva prave reakcije?
- Kako kreirati objave koje povezuju, a ne samo impresioniraju?

Izlazni zadatak (pisano ili usmeno):

„Šta je jedna stvar koju ćete sledeći put uraditi drugačije kada budete objavljivali za uticaj?“

Ishodi:

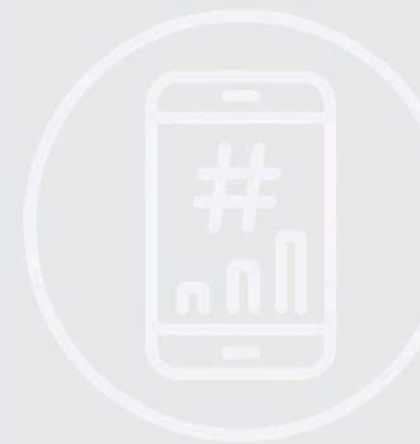
- Učenici mogu da prepoznaju koji tip sadržaja je izazvao najpromišljenije reakcije.
- Učenici su u stanju da reflektuju o društvenom i emotivnom uticaju svoje kampanje na različite publike.

Prostor i materijali:

Fleksibilan prostor sa stolovima i stolicama, štampani primeri objava ili digitalni pristup, papir, olovke.

Pedagoški pristup:

Aktivnost koristi konstruktivistički i istraživački pristup, podstičući tinejdžere da analiziraju stvarni sadržaj, sarađuju u grupama i reflektuju o ličnim iskustvima. Promoviše kritičko razmišljanje, empatiju i medijsku pismenost kroz povezivanje autentičnog angažmana na društvenim mrežama sa emocionalnim i društvenim uticajem.



Tehnološki zahtevi:

Projektor za prikaz primeraka objava

Internet za prikaz stvarnih objava

Prilagodljivost za različite učesnike:

Aktivnost se može prilagoditi različitim stilovima komunikacije — učenici mogu prezentovati usmeno, pisano ili vizuelno.

Zaključak nastavne jedinice

Na kraju ove nastavne jedinice, učenici će biti u stanju da:
Razumeju razliku između površnog angažmana i smislene povratne informacije.

Reflektuju o tome kako njihovi online običaji oblikuju međuljudske odnose.

Vežbaju davanje smislenih odgovora na različite tipove sadržaja.

Steknu praktične alate za unapređenje digitalne komunikacije.

Prepoznaju koji tipovi sadržaja na društvenim mrežama (npr. lične priče, vizuali, pozivi na akciju) izazivaju najpromišljenije i najznačajnije reakcije publike.

Reflektuju o emocionalnom ili društvenom uticaju svojih ili vršnjački kreiranih kampanjskih sadržaja na različite publike, uzimajući u obzir starost, pozadinu i životno iskustvo.

Kroz diskusiju, analizu sadržaja i povratnu informaciju vršnjaka razvijaju svest o tome kako namera, ton i autentičnost oblikuju javni angažman.





Nastavna jedinica br. 3

Reflektovanje o procesu i uticaju

Ishodi

- Učenici mogu da procene snage i slabosti svoje kampanje na osnovu postignutih rezultata i samog procesa.
- Učenici su u stanju da reflektuju o svom ličnom rastu u pogledu samopouzdanja, saradnje i veština digitalne komunikacije.

Kratak teorijski opis

Refleksija o procesu evaluacije društvenih mreža pomaže tinejdžerima da razviju kritičko mišljenje, prepoznaju strategije ubeđivanja i razumeju kako digitalni sadržaj oblikuje stavove (Potter, 2013). Analizom kako je kampanja kreirana i njenog stvarnog uticaja – poput reakcija publike ili promene ponašanja – tinejdžeri postaju promišljeniji kreatori i potrošači medija (Mihailidis & Cohen, 2013).

Aktivnost 1

„KO SLUŠA? RAZUMEVANJE UTICAJA ONOGA ŠTO OBJAVLJUJETE“

Predloženo trajanje aktivnosti: 45 minuta

Individualno/Grupno: Grupa

Opis aktivnosti:

1. Uvod (5 minuta)

Pitanja za početak diskusije:

„Da li ste ikada videli objavu koja vas je naterala da zastanete dok ste skrolovali?“

„Danas istražujemo šta čini da sadržaj emotivno ostane u sećanju – i kako vaše objave utiču na ljude koje možda nikada nećete upoznati.“

2. Šetnja kroz galeriju sadržaja (15 minuta)

Prikazati 3–4 primerka kampanjskih objava na društvenim mrežama (tekst, slika ili video).

Učenici rotiraju u malim grupama i odgovaraju na pitanja:

„Koju emociju ova objava pokušava da izazove?“

„Kako bi različiti ljudi mogli da reaguju na ovo?“

„Da li je inkluzivna? Može li neko pogrešno protumačiti poruku?“

3. Refleksija sa vršnjacima (15 minuta)

Učenici biraju ili kreiraju objavu o društvenom pitanju ili kampanju koja im je važna.

Partner reflektuje:

„Ako bih ovo video, ovako bih se osećao...“

Pitanje od strane facilitator-a:

„Kako bi starija osoba, mlađi tinejdžer ili neko iz druge kulture mogao da se oseća povodom vaše poruke?“

4. Diskusija cele grupe (5 minuta)

„Šta vas je iznenadilo u vezi sa tim kako su drugi protumačili vašu poruku?“

„Da li je neko promenio ideju svoje objave nakon dobijene povratne informacije?“

5. Refleksija (5 minuta)

Upit za pisano ili usmeno razmišljanje:

- „Šta ćete uzeti u obzir sledeći put kada budete objavljujivali nešto što želi da ostavi uticaj?“

Ishodi:

- Učenici mogu da procene snage i slabosti svoje kampanje na osnovu postignutih rezultata i procesa.

Prostor i materijali:

Fleksibilan prostor za učionicu ili rad u grupama

Materijali: projektor ili štampani primeri objava

Radni listovi za refleksiju

Olovke, tajmeri

Pedagoški pristup:

Aktivnost koristi konstruktivistički i refleksivni pristup učenju. Tinejdžeri rade sa stvarnim sadržajem, dele lične ideje i daju povratne informacije vršnjacima kako bi razumeli emocionalni i društveni uticaj. Podstiče empatiju, kritičko razmišljanje i digitalnu odgovornost kroz aktivno učešće i zajedničku refleksiju.



Tehnološki zahtevi:

Projektor ili veliki ekran za prikaz primeraka objava ili video sadržaja

Zvučnici (ako se koriste video/audio sadržaji)

Pristup internetu (opciono, za prikazivanje sadržaja u realnom vremenu)

Laptopovi/tableti (opciono, za učenike koji žele da kreiraju ili pregledaju digitalni sadržaj).

Prilagodljivost za različite učesnike:

Aktivnost se može prilagoditi različitim stilovima komunikacije — učenici mogu prezentovati usmeno, pisano ili vizuelno.

Aktivnost 2

„REFLEKTUJ I RAZVIJAJ SE: ŠTA SAM NAUČIO/LA VOĐENJEM KAMPANJE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA“

Predloženo trajanje aktivnosti: 45 minuta

Individualno/Grupno: Grupa

Opis aktivnosti:

1. Provera raspoloženja (5 minuta):

Zatražite od učenika da opišu svoje iskustvo vođenja kampanje na društvenim mrežama jednom rečju (npr. uzbudljivo, stresno, osnažujuće).

Zapišite njihove reči na tabli.

2. Mapa refleksije veština (15 minuta):

Podelite „Mapu refleksije veština“ (štampanu ili digitalnu) sa tri odeljka:

A. Samopouzdanje

- Primer kada sam se usudio/la da se izrazim, vodim ili donesem kreativnu odluku: _____
- Kako sam se osećao/la pre i posle: _____

B. Saradnja

- Primer kada sam efikasno sarađivao/la sa drugima: _____
- Šta sam doprineo/la: _____

C. Digitalna komunikacija

- Digitalna objava, naslov ili dizajn koji sam kreirao/la ili pomogao/la: _____
- Koju veštinu sam koristio/la ili unapredio/la: _____
- _____

3. Deljenje sa vršnjacima (10 minuta)

U grupama, svaki učenik deli jedan primer iz svoje mape.

Facilitator prolazi među grupama da podrži i podstakne promišljene odgovore.

4. Grupna diskusija: Šta ste naučili o sebi? (10 minuta)

Postavite nekoliko pitanja i zapišite njihove odgovore na tablu kako bi napredak bio vidljiv.

5. „Izjava o mom napretku“ (5 minuta)

„Jedan način na koji sam napredovao/la je u _____. Primetio/la sam to kada sam _____, i iskoristiću to sledeći put kada _____.“

Prikupite ili prikažite odgovore kao podsetnik na njihov napredak.

Ishodi:

- Učenici mogu da reflektuju o svom ličnom rastu u pogledu samopouzdanja, saradnje i veština digitalne komunikacije.

Prostor i materijali

Prostor:

Učionica ili otvoren prostor sa stolovima ili sedištima na podu za rad u malim grupama

Pogodno za izvođenje uživo ili u hibridnom formatu

Materijali:

Štampana ili digitalna „Mapa refleksije veština“

Olovke ili uređaji za pisanje

Tabla ili flipchart za beleženje grupnih zapažanja.

Pedagoški pristup:

Aktivnost koristi reflektivni i iskustveni pristup učenju. Učenici analiziraju stvarna iskustva iz rada na kampanji kako bi prepoznali razvoj veština. Deljenje sa vršnjacima i vođeni upiti podstiču samosvest, kolaborativno učenje i primenu praktičnih veština.

Tehnološki zahtevi:

Opcionalno: kampanjski sadržaji štampani ili dostupni digitalno za pregled.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Aktivnost se može prilagoditi različitim stilovima komunikacije — učenici mogu prezentovati usmeno, pisano ili vizuelno.

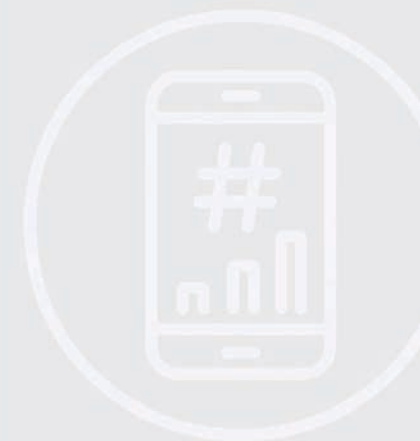


Zaključak nastavne jedinice

Učenici će moći da reflektuju o emocionalnom i društvenom uticaju svojih ili tuđih kampanja na društvenim mrežama.

Analiziraće kako različite poruke – vizuali, ton i pripovedanje – utiču na različite publike. Kroz vođenu diskusiju, povratne informacije vršnjaka i strukturisanu refleksiju, razvijaće empatiju i kritičku svest, uzimajući u obzir kako starost, kultura i životna iskustva oblikuju emocionalni odgovor na online sadržaj.

Radionica podstiče odgovorno digitalno državljanstvo, pomažući učenicima da prepoznaju moć svojih poruka u oblikovanju razgovora i uticanju na perspektive.





Nastavna jedinica br. 4

Prezentovanje kampanje

Ishodi

- Učenici mogu da pripreme i održe jasnu i zanimljivu prezentaciju kampanje pred vršnjacima ili školskom zajednicom.
- Učenici mogu da reflektuju o primljenim povratnim informacijama i prepoznaju svoj napredak i doprinos.

Kratak teorijski opis

Prezentovanje kampanje na društvenim mrežama pomaže tinejdžerima da razviju veštine komunikacije, pripovedanja i medijske pismenosti (Potter, 2013). Podstiče ih da jasno objasne svoju poruku, opravdaju izbore u dizajnu i reflektuju kako njihova kampanja povezuje sa publikom (Mihailidis & Cohen, 2013). Deljenje svog rada takođe jača samopouzdanje i pomaže im da uče iz povratnih informacija kako bi unapredili budući digitalni sadržaj.

Aktivnost 1

„PRIKAŽI SVOJU SNAGU: VEŠTINE PREZENTOVANJA KAMPANJE“

Predloženo trajanje aktivnosti: 45 minuta

Individualno/Grupno: Grupa

Opis aktivnosti

1. Uvod – Brzi izazov „Pitch“ (5 min)

Učenici imaju 30 sekundi da svom partneru opišu ideju svoje kampanje.

Facilitator pita:

„Šta je bilo jasno, a šta zbunjujuće?“

2. Mini-lekcija – Šta čini snažnu prezentaciju kampanje? (10 min)

Facilitator deli jednostavnu strukturu:

Uvod (Hook) – privuci pažnju

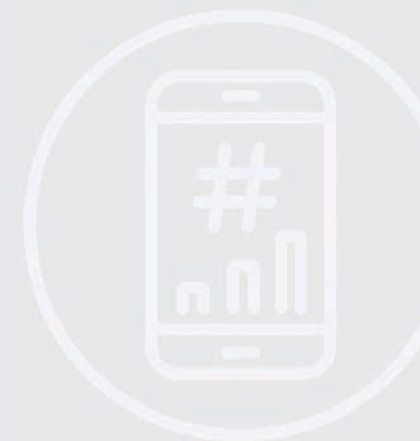
Problem – šta pokušavate da rešite?

Vaša poruka i rešenje

Ciljna publika

Poziv na akciju

Saveti za vizuale i izvođenje (glas, kontakt očima, gestikulacija)



3. Vreme za planiranje – „Graditelj prezentacije“ (15 min)

Učenici koriste radni list „Planer kampanje“ da zabeleže:

3 glavne tačke koje žele da podele

1 snažan vizual ili ideju za slajd

Kako će završiti sa jasnim pozivom na akciju

4. Vežba sa vršnjacima – Krugovi povratne informacije (10 min)

U parovima ili trojkama, učenici naizmenično predstavljaju 1–2 minutnu verziju svog izlaganja.

Slušaoci daju povratne informacije:

„Šta je dobro funkcionisalo?“

„Šta bi moglo biti jasnije ili zanimljivije?“

5. Zaključak – Poslednji saveti i zapažanja (5 min)

Facilitator deli nekoliko finalnih saveta za izvođenje (samopouzdanje, jasnoća, povezanost).

Učenici popunjavaju refleksivnu zabeležku:

„Jedna stvar koju ću uraditi da moja prezentacija bude jača je...“

Ishodi:

- Učenici mogu da reflektuju o primljenim povratnim informacijama i prepoznaju svoj napredak i doprinos.

Okruženje i materijali:

Okruženje: učionica ili otvoren prostor za grupni rad i prezentacije.

Materijali: radni list „Planer kampanje“, olovke, projektor (opciono), tajmer.



Pedagoški pristup:

Ova aktivnost koristi pristup zasnovan na izvođenju i iskustvenom učenju. Učenici aktivno grade, vežbaju i usavršavaju prave prezentacije. Kroz povratne informacije vršnjaka i strukturisanu refleksiju, razvijaju samopouzdanje, komunikacione veštine i svest o publici u autentičnom kontekstu

Tehnološki zahtevi:

Opcionalno.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Može se prilagoditi različitim stilovima komunikacije – učenici mogu da prezentuju digitalno, usmeno, pisano ili vizuelno.

Aktivnost 2

„VIDI SVOJ NAPREDAK: UČENJE IZ POVRATNIH INFORMACIJA“

Predloženo trajanje aktivnosti: 40 minuta

Individualno/Grupno: Oba

Opis aktivnosti

1. Uvod – Jedna stvar koju sam čuo (5 min)

Podsticaj:

„Zapiši jedan komentar ili povratnu informaciju koju si dobio/la nakon svoje prezentacije.“

Učenici dele u parovima.

Praćenje: „Da li je to bilo očekivano? Iznenađujuće? Korisno?“

2. Aktivnost – Moj list za refleksiju povratnih informacija (15 min)

Podeliti radni list sa 3 jednostavne sekcije:

Šta je išlo dobro?

Šta mogu da poboljšam?

Kako sam rastao/la iz ovog iskustva?

Učenici popunjavaju list u tišini. Ovo im pomaže da organizuju misli pre diskusije.

3. Deljenje sa vršnjacima – Razgovor o napretku (10 min)

U grupama po 3 učenika. Svaki učenik deli jedan uvid sa svog lista.

Vršnjaci odgovaraju: „Da, to sam primetio/la u tvojoj prezentaciji!“ ili

„To je bila tvoja snaga!“

Ovo pojačava svest svakog učenika o njegovom napretku i doprinosu.

4. Grupna refleksija – Šta smo naučili? (10 min)

Facilitator vodi diskusiju:

„Koja povratna informacija vam je bila najkorisnija?“

„Kako je vaša prezentacija pokazala lični ili grupni napredak?“

„Šta ćete nastaviti da radite u sledećem projektu?“

Zabeležite ključne tačke na tabli ili zajedničkom dokumentu.

5. Završni zadatak – Moja beleška o rastu (5 min)

Učenici dovršavaju ovu rečenicu na lepljivoj ceduljici ili maloj kartici:

„Jedan način na koji sam rastao/la je ____, i to ću primeniti u ____.“

Postavite ih na zid, tablu ili sačuvajte za portfolije.

Ishodi:

Učenici su u stanju da reflektuju primljene povratne informacije i prepoznaju svoj napredak i doprinos.

Okruženje i materijali

Okruženje: Učionica ili prostor za grupni rad sa stolovima za diskusiju.

Materijali: Radni list za refleksiju, olovke, lepljive ceduljice ili kartice, projektor ili tabla za prikaz pitanja za diskusiju.

Pedagoški pristup:

Ova aktivnost koristi pristup zasnovan na izvođenju i iskustvenom učenju. Učenici aktivno grade, vežbaju i usavršavaju stvarne prezentacije. Kroz povratne informacije vršnjaka i strukturisanu refleksiju razvijaju samopouzdanje, komunikacione veštine i svest o publici u autentičnom kontekstu.

Tehnološki zahtevi:

Opcionalno.

Prilagodljivost za različite učesnike:

Aktivnost se može prilagoditi različitim stilovima komunikacije – učenici mogu prezentovati digitalno, usmeno, pismeno ili vizuelno.

Zaključak nastavne jedinice


Do kraja ove nastavne jedinice, učenici će biti u stanju da definišu konkretne akcije ili iskustva koja su im pomogla da raste u samopouzdanju, saradnji i digitalnoj komunikaciji tokom rada na kampanji. Razmislite o tome kako su se te veštine razvijale. Planirajte kako da primenite ove veštine u budućim projektima ili ličnoj onlajn komunikaciji. Razmislite o povratnim informacijama koje su dobili tokom prezentacije kampanje. Identifikovaće šta su dobro uradili, šta su poboljšali i na čemu mogu da nastave da rade. Kroz jednostavne pisane zadatke, vršnjačke diskusije i grupnu refleksiju, učenici će steći uvid u svoj rast u komunikaciji, kreativnosti i doprinosu timskom radu.

ZAKLJUČAK

Kako dolazimo do kraja ove obuke o zdravom korišćenju društvenih mreža i kampanjama na društvenim mrežama, hajde da se zaustavimo i osvrnemo na ono što smo zajedno otkrili.

Tokom prethodnih sesija istraživali ste ne samo kako društvene mreže utiču na vaš svakodnevni život, već i kako vi možete uticati na njih. Shvatili ste da digitalno blagostanje nije samo smanjenje vremena provedenog pred ekranom — već razumevanje kako online svet oblikuje vaše misli, osećanja i ponašanja, i učenje strategija za održavanje ravnoteže i samopouzdanja. Vežbali ste prepoznavanje nerealnih prikaza na internetu i otkrili da se samovrednovanje gradi na mnogo više od lajkova, filtera ili broja pratilaca.

Takođe ste stekli veštine koje nadilaze društvene mreže: kako slušati sa empatijom, komunicirati sa poštovanjem i suprotstaviti se štetnom sadržaju ili isključenju. Ovo su životne veštine koje jačaju odnose, poboljšavaju timski rad i pomažu vam da svoj glas iskažete na konstruktivan način — kako online, tako i uživo.




Još jedan ključni deo vašeg putovanja bio je razvoj kritičke svesti. Sada znate kako da preispitate nameru koja stoji iza sadržaja, identifikujete manipulaciju ili dezinformacije i proverite izvore pre deljenja. Time ste postali više od pukih korisnika medija – postali ste informisani, odgovorni digitalni građani.

I konačno, kroz kreativni proces izgradnje kampanja, iskusili ste moć korišćenja društvenih medija kao alata za pozitivne promene. Bilo da podižete svest o pozitivnosti tela, promovirate ljubaznost na mreži ili podstičete digitalno blagostanje među svojim vršnjacima, dokazali ste da vaša generacija može da vodi kampanje koje su autentične, smislene i uticajne.

Prava vrednost ove obuke nije samo u aktivnostima koje smo ovde radili, već i u onome što odaberete da ponesete sa sobom. Svaki put kada napravite pauzu pre nego što objavite nešto, podržite prijatelja koji se oseća preopterećeno na mreži, osporite štetan stereotip ili pokrenete kampanju koja uzdiže druge, oblikujete zdraviju digitalnu kulturu.

Zapamtite: digitalni svet nije nešto što je fiksno – on se gradi svakog dana kroz izbore miliona ljudi. Vaši izbori su važni. Vi niste samo učesnici na društvenim mrežama; vi ste njihovi kreatori, uzori i budući lideri.



Kada završavate ovu obuku, ponesite sa sobom stav odgovornosti, kreativnosti i empatije. Koristite svoj glas, svoje veštine i svoje kampanje da društvene mreže budu mesto gde poštovanje, raznolikost i pozitivnost uspevaju.

Putovanje ovde ne prestaje – ono se nastavlja sa svakim klikom, svakom objavom i svakim razgovorom. Ostanite radoznali, ljubazni i snažni – kako online, tako i u sebi.

Projekat "PeerCo: Osnaživanje srednjoškolaca kroz saradnju, protiv iskrivljene slike izazvane društvenim mrežama" je sufinansirano od strane Evropske unije. Mišljenja i stavovi izraženi u ovoj publikaciji pripadaju isključivo autorima i ne odražavaju nužno stavove Evropske unije niti Španske službe za internacionalizaciju obrazovanja (SEPIE). Ni Evropska unija ni organ koji dodeljuje sredstva ne mogu biti odgovorni za ove sadržaje.

CC BY-SA: Slobodno možete deliti – kopirati i redistribuirati materijal u bilo kojem mediju ili formatu, i prilagođavati – remiksovati, transformisati i graditi na osnovu materijala u bilo koju svrhu, uključujući i komercijalnu. Davalac licence ne može povući ove slobode sve dok poštujete uslove licence pod sledećim odredbama:

- Priznavanje autorstva — U obavezi ste da priznate autorstvo, unesete link ka licenci i označite izmene, ako su izvršene. To možete da učinite na svaki razuman način, ali ne tako da se sugeriše da vas davalac licence podržava, kao i vaše korišćenje dela.
- Deliti pod istim uslovima — Ako remiksujete, menjate ili razvijate delo, u obavezi ste da distribuirate svoj udeo pod istom licencom originalnog dela.
- Bez dodatnih ograničenja — U obavezi ste da ne primenjujete pravne odredbe ili tehnološke mere koje pravno ograničavaju druge da čine sve ono što je dozvoljeno licencom.



PEERCO:
OSNAŽIVANJE SREDNJOŠKOLACA KROZ
SARADNJU, PROTIV ISKRIVLJENE SLIKE
IZAZVANE DRUŠTVENIM MREŽAMA

2026



Ovaj rad je licenciran pod
Creative Commons
licencom.

Priznanje autorstva – NeKomerčijalno – Deljenje pod
istim uslovima 4.0 Internacionalna licenca (Creative
Commons).



Co-funded by
the European Union

2024-1-ES01-KA220-SCH-000244626