



УЧИЛИЩЕТО – ЖЕЛАНА ТЕРИТОРИЯ



## МУЛТИМЕДИЙНИТЕ ОБРАЗОВАТЕЛНИ ПРОДУКТИ „АСЕНОВГРАД В МИНАЛОТО И ДНЕС“ И „АСЕНОВГРАД – СТОЛИЦА НА РЕЛИГИОЗНИЯ ТУРИЗЪМ“ ЗА ОБУЧЕНИЕТО ПО ГЕОГРАФИЯ НА РОДНИЯ КРАЙ

Идеята за изработване на мултимедийни образователни продукти възникна, когато училището ни започна работа по проект **“Проучване на възможностите за културно-познавателен и винарски туризъм в Асеновград”**. Той е част от Националната програма “Училището – желана територия на учениците”, модул “Развитие на извънкласната и извънучилищна дейност” и е финансиран от МОН.

Друга причина, която ме провокира, е, че почти всички ученици отговарят много лаконично и с досада, когато ги попитам какво знаят за родното си селище – Асеновград. Обикновено се споменава Асеновата крепост като исторически обект, отбелязва се, че в града и околностите му има много храмове, че градът е извстен с производството на булчински рокли. С тези оскъдни примери се изчерпваха отговорите на моите ученици, което е показателно, че те не знаят подробности за Асеновград. Това ме накара да търся начини за задълбочаване и разширяване на тези знания, за провокиране на по-голям интерес към селището, в което живеят и учат.

Обявих, че ще участваме в проекта. Тъй като всички участници от училище имаха конкретни задачи да направят проучване за културно-познавателния и винарския туризъм, аз предложих на моите ученици да направим нещо по различно – мултимедийни (ММ) презентации или филми. Предложих да използваме тези ММ продукти в часовете по география. За целта дадох време на учениците да помислят как точно да бъдат озаглавени темите и какво да разгледаме като тематика. След няколко дни се събрахме да обсъдим кой каква идея има и как да стане осъществяването ѝ. Първо решихме как да бъдат озаглавени продуктите, а след това разпределихме задачите: събиране на текстови и снимков материал и музикалното оформление.

Най-напред изникна необходимостта от проучване в литературата по темата за религиозния туризъм в региона, тъй като не е възможно учениците да започнат да изготвят ММ продукти без да са запознати в подробности за отделните обекти. За целта им продиктувах литературни източници:

1. “Асеновград в миналото” (Николай Хайтов);
2. Справочник “Родопската света гора”.

Уточнихме, че снимковият материал, който може да се използва, ще бъде:

- заимстван от интернет;
- оригинален, направен от учениците;
- оригинален, направен от мен.

Наложи се да бъдат сканирани и снимки на стария Асеновград от Историческия музей и от календари. Озвучаването на двата ММ-продукта беше направено от учениците, като те сами си подбраха подходяща за целта музика. Продуктите бяха изготвени основно от трима ученици от 10 клас, включени в проекта и ръководени от мен.

Първия ММ-продукт е озаглавен **“Асеновград в миналото и днес”**<sup>1</sup>. От буквите на изписаната вертикално дума „Станимака“ (старото име до 1934 г. на Асеновград) са съставени изречения с логическа последователност, свързани с миналото на града. Следват снимки на стария Асеновград. Подобен способ се прилага и за „Асеновград“, като съставените изречения описват града днес. Следват снимки от съвременния Асеновград. Презентацията е озвучена с две песни: “След края на света” в изпълнение на Васил Найденов и “Една българска роза”, изпълнена от незабравимата Паша Христова. Общото времетраене е 10 минути.

Вторият ММ-продукт е наречен **“Асеновград – столица на религиозния туризъм”**. Идеята е заимствана от календар за 2007 г., издаден от асеновградските църкви.

<sup>1</sup> Двете презентации могат да се видят в сайта на списанието на адрес [www.geography.iit.bas.bg](http://www.geography.iit.bas.bg) – в рубриката “Уроци-презентации”.

Продуктът съдържа информация за:

1. Причините за голямото струпване на храмове в града и околностите.
  2. Информация за параклиси в Асеновград и околностите.
  3. Информация за манастирите около града.
- Презентацията е с времетраене 28 мин и е озвучена с подходяща църковна музика.

ММ-продуктите използвахме в клас при изучаване на темата "Селища в България" (10 клас – ЗП). Докато гледаха двете презентации, учениците обмисляха отговорите на следните предварително поставени въпроси:

1. Какво ново научихте за родното си селище?
2. Как бихте озаглавили ММ-продуктите, ако вие ги бяхте изработили?
3. Кави теми вие бихте избрали за ММ-продукти?
4. Кои са недостатъците на демонстрираните ММ-продукти?
5. Кои са положителните качества на тези ММ-продукти?

Времето, с което разполагаха за мислене беше 1 учебен час, а в следващия час обсъждахме отговорите на въпросите.

Работата по анализа на ММ-продуктите беше основно общокласна и индивидуална, защото съм се ръководил от принципа, че колкото са учениците в клас, толкова са и мненията, стига те да са аргументирано защитени.

Тъй като една част от учениците живеят в селата около Асеновград, почти цялата информация, която те получиха от ММ-продуктите беше новост за тях. За учениците, които са от града, въпреки че познаваха част от обектите, също получиха много нова и полезна информация за тях.

На втория въпрос бяха предложени няколко интересни нови заглавия: "Асеновград-малкият Йерусалим", "От Станимака към Асеновград", "За миналото и настоящето на Асеновград", "От Асеновград за Асеновград", "Няколко реда за същността на Асеновград", "Асеновград – духовно огнище на българщината." Част от учениците изказаха мнение, че презентацията "Асеновград в миналото и днес" може да се разглежда като визитна картичка на Асеновград.

На въпроса какви теми биха избрали за собствени ММ-продукти, сред по-интересните предложения са:

– „Обичаят "Калиница" – означава "хубавица", "хубава булка" и се прави на 24 дни, когато малки момиченца на възраст между 3 и 6-7 години се обличат в булчински рокли и отиват до параклиса "Св. Яни" в Асеновград, за да получат благословията на свещеника.

– „Винопроизводството в Асеновград" – нашият град се слави от стари времена със своя Асеновградски мавруд.

Повечето ученици оцениха ММ-продуктите доста критично и в същото време поощриха работата на своите съученици с ценни идеи и съвети.

Предимствата на ММ-продуктите в учебния процес са много, като по-значими са:

1. Изработват се от самите ученици и независимо от ръководната роля на учителя те имат пълна свобода за работа.
2. Създават се нови, оригинални продукти.
3. Създадените продукти допълват и обогатяват знанията и уменията на учениците в разглежданата урочна тема.
4. Не е тайна, че поради финансови причини в повечето училища липсват диапозитиви и тематични филми – ММ-продуктите до голяма степен запълват тази празнина.

Трябва да се отбележи и фактът, че интернет предоставя възможност учениците да намерят липсващи знания за родния край, към който е естествено да проявяват интерес. Още повече, че родният край не е включен достатъчно в учебните програми за разлика от други страни, напр. САЩ.

Двата ММ-продукта, които създадохме съвместно с ученици от 10. клас, представляват интерес за обучението по география, защото:

1. Показват един по-различен начин за протичане на учебните часове с темите в 10 клас "Селища в България" и "Моето родно селище".
2. Всеки учител е задължен морално към своите ученици да прилага творчество в часовете си, а не само да използва това, което му дава учебникът, защото той е за учениците.
3. По този начин се дава възможност на учениците да участват активно в уроците, тъй като знаем, че в центъра на обучението стои ученикът, а не учителят и трябва да се дава възможност на учениците да се развиват.
4. Чрез ММ-продуктите учениците се провокират да показват своите виждания и да бъдат партньори с учителя, който ръководи създаването на тези продукти.

Изводи

1. Продуктите, които учениците създават за своите селища и роден край, обикновено са оригинални и не могат да се намерят в готов вид за директно приложение.
2. Учениците, разработили ММ-продуктите, получават удовлетворение, че те се използват и оценяват и от техните съученици,
3. Създадените ММ-продукти провокират интерес и желание и в други ученици да разработват подобни продукти.

**Станчо Генчев**

учител по география

ПГ по ХВТ "Св. Д. Солунски", Асеновград