

Gümnaasiumi eesti keele II kursus „Meedia ja mõjutamine“

Õppeprotsessi kirjeldus

Sissejuhatus

Kursuse „Meedia ja mõjutamine“ eesmärgiks on õppida tundma erinevaid meediakanaleid ja -žanre. Kursuse kaudu taotletakse, et õpilane teab meediaetika põhimõtteid, tunneb ära põhilised verbaalsed ja visuaalsed mõjutamisvõtted, analüüsib kriitiliselt erinevaid ajakirjandustekste, eristab fakti arvamusest ja usaldusväärset infot küsitavast. Kursuse raames loob õpilane ise ajakirjandustekste.

Õppeprotsessi kirjeldus koosneb järgmistest osadest: õpitulemused, õppesisu, põhimõisted, meetodika, soovitusel õppetegevuseks, lõiming ja üldpädevuste kujundamine, lisamaterjalid.

Kursus hõlmab 35 õppetundi. Selle jooksul käsitletakse järgnevaid teemasid: „Kommunikatsioon“, „Ajakirjandusžanrid“, „Mõjutamine“, „Reklaam“. Tundide läbiviimiseks kasutab õpetaja lisaks õpikutele veebipõhiseid materjale, digivahendeid ja lähtub aktiivõppemeetoditest.

Hindamine

Hindamisel lähtutakse gümnaasiumi riikliku õppekava üldosa sättest ja kooli õppekavast.

Õpioskusi hinnatakse suuliste vastuste, kirjalike tööde ning praktiliste tegevuste alusel nii sõnaliste hinnangute ja numbriliste hinnetega. Tähtsal kohal on kujundav hindamine, mis keskendub eelkõige õpilase arengu võrdlemisele tema varasemate saavutustega.

Kursuse raames hinnatakse korrektset suulist ja kirjalikku keelekasutust, eri liiki tekstide mõistmist ja kriitilist analüüsi, tekstiloome- ja argumenteerimisoskust, teabeallikate kasutamise oskust.

Õpitulemused:

- 1) tunneb meediakanaleid ja -žanre, nende tunnuseid ning meediateksti vastuvõtu eripära;
- 2) analüüsib verbaalset teksti visuaalses ja audiovisuaalses kontekstis;
- 3) oskab sõnastada teksti sõnumit, leiab viiteid ja vihjeid teistele tekstidele ning tõlgendab teksti seostuvate tekstide kontekstis;
- 4) eristab fakti arvamusest ning usaldusväärset infot küsitavast;
- 5) tunneb meediatekstis ära argumendid ning põhilised verbaalsed ja visuaalsed mõjutamisvõtted;
- 6) analüüsib kriitiliselt reklaami ning mõistab reklaami varjatud sõnumit.

Õppesisu

1. Kommunikatsioon: kommunikatsioonimudelid, kommunikatsioonivabadus. Lühiülevaade meedia ajaloost. Meediakanalid. Muutused uue meedia ajastul, sotsiaalmeedia, ristmeedia.

2. Ajakirjandusžanrid: tekst ja kontekst. Eri tüüpi meediatekstide vastuvõtu spetsiifika; verbaalse teksti taju heli ja pildi kontekstis. Meediatekstide usaldusväärsus. Kvaliteetajakirjandus ja meelelahutusajakirjandus. Olulisemad meediažanrid (uudis, juhtkiri, reportaaž, intervjuu, arvamus).

3. Mõjutamine: meediaetika ja -kriitika. Meedia retoorika, demagoogia- ja manipulatsioonivõtted. Verbaalne ja visuaalne mõjutamine. Oma seisukoha eetilise ja asjakohane sõnastamine. Autoripositsioon, infoallikad ja nende usaldusväärsus. Kriitiline ja teadlik lugemine. Fakti ja arvamuse eristamine. Sotsiaalsete tunnuste ja müütide konstrueerimine meediatekstis.

4. Reklaam: reklaam mainekujundusvahendina. Reklaami sihtrühmad ja kanalid. Erandlik keelekasutus ning tähelepanu äratamise võtted. Reklaami varjatud sõnum. Reklaami mõju (kommerts-, sotsiaal- ja poliitiline reklaam jm). Reklaam ja seadused. Kriitilise reklaamitarbija kujundamine.

Põhimõisted: kommunikatsioon, kommunikatsioonimudel, kommunikatsioonivabadus, tsensuur, sõnavabadus, sotsiaalmeedia, ristmeedia, meedia, meediakanalid, meediatekst, uudis, juhtkiri, reportaaz, intervjuu, arvamus, kvaliteetajakirjandus, meelelahutusajakirjandus, demagoogia, manipulatsioon, meediaetika, meediakriitika, fakt, arvamus, reklaam, kommertsreklaam, sotsiaalreklaam, poliitiline reklaam

Metoodika

Õpetaja

- kasutab erinevaid õpikuid, digivahendeid ja veebipõhiseid materjale;
- valib välja analüüsitavaid saated, artiklid jm;
- rakendab erinevaid aktiivõppe meetodeid (paaris- ja rühmatööd, rollimängud jm);
- suunab õpilasi otsima infot erinevatest allikatest (ajalehed-ajakirjad, trükised; televisioon-raadio, veeb, sotsiaalmeedia, ristmeedia jm);
- koostab tööjuhendid.

Soovitused võimalikeks õppetegevusteks

1. Kommunikatsioon

Õpilane

- analüüsib päevakajalist uudist kommunikatsioonimudelitest lähtudes;
- arutleb vaba ajakirjanduse plusside ja miinuste üle;
- tutvustab meediakanaleid;
- koostab ajatelje meedia ajaloo kohta;
- võrdleb erinevate ajalehtede ja telekanalite võrguväljaandeid;
- otsib internetist/sotsiaalmeediast infot avaliku elu tegelase, tavainimese ja iseenda kohta;
- jälgib aktuaalse uudise liikumist ristmeedias.

2. Ajakirjandusžanrid

Õpilane

- võrdleb sotsiaalmeedia, võrguväljaannete ja trükiajakirjanduse tekstide keelekasutust;
- teab ajakirjanikega suhtlemise reegleid;

- eristab kvaliteetajakirjandust ja meelelahutusajakirjandust;
- analüüsib ühte televisiooni/raadio vestlussaadet;
- analüüsib uudise ülesehitust;
- võrdleb erinevate väljaannete juhtkirju;
- kirjutab arvamust, reportaaži või intervjuu.

3. Mõjutamine

Õpilane

- teab meediaetika põhimõtteid;
- tunneb demagoogia ja manipulatsioonivõtteid;
- oskab leida meediatekstidest keelilise mõjutamise näiteid;
- eristab fakti arvamusest;
- võrdleb ühe päevalehe võrguväljaande arvamus- ja spordirubriigi fotosid;
- leiab telesaatest visuaalseid mõjutamisvõtteid;
- tunneb meediatekstis ära argumentid ja põhilised mõjutamisvõtted;
- kirjutab arutluse meedia mõjust inimesele.

4. Reklaam

Õpilane

- mõtleb välja ja koostab sotsiaalreklaami/tootereklaami;
- leiab reklaamidest manipulatsioonivõtteid;
- analüüsib reklaamtekste (sihtrühm, sõnakasutus, visuaalsus, heli, muusika);
- arutleb reklaamide eetilise üle;
- tunneb reklaamiseadust;
- arutleb reklaami ja mainekujunduse teemadel.

Lõiming ja üldpädevuste kujundamine

Ainetevaheline lõiming: kirjandus, võõrkeeled, sotsiaalsed, arvutiõpetus, kunst ja muusika. Arutluste, analüüside ja erinevate tekstide kaudu arendatakse argumenteerimisoskust, kriitilist suhtumist meediasse. Loovtegevuste ja rollimängude kaudu õpitakse meediat lähemalt tundma. Digivahendite abil otsitakse, edastatakse infot ning luuakse reklaame, videoid jm. Õpitakse nägema reklaami visuaalseid ja audiitiivseid komponente.

Kultuuri- ja väärtuspädevus. Kujundatakse kõlbelisi väärtusi, sotsiaalseid hoiakuid ning tõekspidamisi, suhtumist oma ja teiste rahvaste kultuuripärandisse.

Sotsiaalne ja kodanikupädevus. Paaris- ja rühmatöös arendatakse koostööoskust, arvamuse avaldamisoskust. Loov- ja analüüsülesannete kaudu kujundatakse oskust eetiliselt ja olusid arvestades suhelda nii suuliselt kui ka kirjalikult.

Enesemääratluspädevus. Meediatekstide kaudu toetatakse maailmapildi kujunemist. Õpiolukordades luuakse võimalused samastuda aktuaalsete temadega.

Õpipädevus. Meediatundides arendatakse kuulamis-, lugemis- ja kirjutamisoskust, eri liiki tekstide mõistmist, fakti ja arvamuse eristamist, teabe hankimist ja selle kriitilist kasutamist, ajakirjandusžanride loomist.

Suhtluspädevus. Meediatundides arendatakse oma seisukohtade esitamise ja põhjendamise oskust.

Matemaatika-, loodusteaduste- ja tehnoloogiaalane pädevus. Meediatekstide põhjal arendatakse oskust lugeda teabegraafikat või muul viisil visuaalselt esitatud infot, leida andmeid, õpitakse leitud infot analüüsima, sõnalise teabega seostama ning tõlgendama. Arendatakse tehnoloogiliste vahendite kasutamisoskust.

Ettevõtlikkuspädevus. Meediatekstide kaudu õpitakse võtma seisukohti, otsima lahendusi, suhtuma kriitiliselt ühiskonna probleemidesse. Reklaamide ja videote tegemine soodustab õpilaste omaalgatust ja aktiivsust ning õpetab neid ühendama teooriat praktikaga.

Lisamaterjalid

- K.Kask õpik „Meedia mõju“. Avita 2013.
- K.Aava õpik „Veenmiskunst“. Avita 2003.
- K.Kask õpik „Meediaõpetus“. BIT 2008.
- Reklaam emakeeleõpetuses <http://oppekava.innove.ee/reklaam-emakeeleopetuses/>
- Kriitiline kirjaoskus <http://oppekava.innove.ee/kriitiline-kirjaoskus-ning-diskursuseanaluus-meediatekstide-ja-keelelise-mojutamise-analuusiks/>
- Reklaamiseadus <https://www.riigiteataja.ee/akt/RekS>
- ERRi koduleht <http://www.err.ee/>
- Youtube'i jm reklaamid
- Ajalehtede ja ajakirjade erinevad väljaanded