

EE

MEDIA LITERACY

IN THE BALTICS



SISUKORD

Põhimõtted

Kuidas meediapädevuse koolitust läbi viia?	2
Koolituse läbiviimise põhimõtted	3
Tegevuste valik	4
Koolituse ettevalmistamine	5
Täiendavad õppimis- ja	5
Asjakohased näited	6

1. OSA. ÜLDINE ARUSAAM MEEDIAST

A. Meedia sisu ja ajakirjandus

1. tund. Sissejuhatus	9
2. tund. Sisu tüübid	13
3. tund. Teave ja veenmine	21
4. tund. Sõnavabadus	27
5. tund. Milleks on vaja ajakirjandust?	31
6. tund. Uudis ja arvamus	37
7. tund. Ajakirjandusstandardid	43

B. Kaasaegne meediakeskkond

1. tund. Muutlikud meediaplatformid	49
2. tund. Usaldus meedia vastu	55

C. Päevakava koostamine ja teabe kontroll

1. tund. Uudiste valik, objektiivsus ja tasakaal	59
2. tund. Meediafirmade omanikud	63

2. OSA. EKSITAVAD UUDISED JA MANIPULEERIMINE

A. Mis on eksitavad uudised

1. tund. Eksitava teabe tüübid	69
2. tund. Vandenõuteooriad	73

B. Emotsioonide roll

1. tund. Emotsioonide kontroll	77
2. tund. Pealkirjade mõistmine	81
3. tund. Andmed ja nende privaatsus, algoritmid	85

C. Stereotüübid

1. tund. Stereotüübid ja eelarvamused ajakirjanduses	89
--	----

3. OSA. DESINFORMATSIOONI VASTU VÕITLEMINE

A. Teksti sisu analüüs: allikate, tsitaatide ja faktide kontroll

1. tund. Allika otsimine	93
2. tund. Teabeallikate ja viidatud allikate kontrollimine	95
3. tund. Faktide ja tõendite kontrollimine	99
4. tund. Kuidas kontrollida avaldamiskuupäeva ja tuvastada tehtud muudatusi	103

B. Fotod, videod ja sotsiaalmeedia

1. tund. Taaskasutatud fotod ja videod	107
2. tund. Fotode võltsimine (muutmise)	113
3. tund. Piltide valimine	117
4. tund. Fotode päritolu leidmine	121
5. tund. Võltsitud sotsiaalmeediaprofiilid	125
6. tund. Võltsitud kirjavahetused	129

C. Teadusuudised ja terviseuudised

1. tund. Tervis ja teadus	133
2. tund. Teabeallikad tervise ja meditsiini kohta	137
3. tund. Meediaharjumuste mõju inimese heaolule	141

D. Kokkuvõte

1. tund. Tulevik: sina näitad teed	145
--	-----

Peamine on kuidas, mitte mida

Selle õppekava eesmärk on muuta meediatarbimise viisi, mitte seda, mida me tarbime. Peamine on kuidas, mitte mida. Programmi eesmärk on arendada osalejate oskusi, mitte tuvastada «häid» ja «halbu» teabeallikaid ega kritiseerida meediavalikuid. Me pakume osalejatele rohkem teavet viisidest ja võimalustest, kuidas nad saavad ise sisu hinnata ja teha omad järeldused, milliseid teabeallikaid võib usaldada.

Leidke ühine joon

Erinevatel inimestel on erinevad vaated - tunnista seda ja jäta oma poliitilised vaated enda teada. Poliitika võib aeg-ajalt teemaks tulla ja üks sinu ülesannetest on hoida osalejate tähelepanu keskendununa ülesandele - nimelt, et nad oskaksid leida usaldusväärset teavet ning allikaid. Hoia nende fookust ülesandel, ja ära proovi teisi veenda asjale lähenema oma vaatenurgast.

Loo "julguse" ruum

Väärtustage kõigi ideid ja sisendeid ilma hinnangut andmata. Meil kõigil on eelarvamusi ja stereotüüpe. Me kõik peaksime nende põhjal üritama paremini mõista seda, kuidas meie ideed ja eelistused võivad viia valede järeldusteni. Oleme täna siin, et õppida, kuidas neid ära tunda. Inimesed peavad tundma, et on valmis õppima, ning seda ei saa teha autopiloodi abil.

Vali hoolikalt

Selles juhendis on palju materjali ja me ei eelda, et keegi kasutaks absoluutselt kõike! Selle asemel valige moodulid, mis sobivad kõige paremini teie publikule ja koolituseks saadaval oleva ajaga. Et paremini mõista, mis teie publikule kõige paremini sobib, lugege ülejäänud sissejuhatavaid jaotisi!

IREX püüab kõigil koolitustel järgida järgmisi põhimõtteid - palun pidage neid kogu kursuse vältel silmas.

Õppijakeskne

Õppijakeskne koolitus on keskkond, mis pöörab hoolikat tähelepanu teadmistele, oskustele, hoiakutele ja veendumustele, mille osalejad individuaalselt kaasa toovad. See tähendab, et ükski koolitus ei saa kunagi olla teisega identne.

Eetiline

Meie koolituste osalejad esindavad erinevaid geograafilisi piirkondi ja etnilisi rühmi, räägivad erinevaid keeli, kuuluvad erinevatesse usunditesse ning on erineva soo ja seksuaalse sättumusega. Osalejate tohutu mitmekesisus eeldab, et me tagaksime igale osalejale võimaluse võrdselt osaleda ja panustada. Erinevad osalejad toovad koolitusele erinevaid kogemusi ja väljavaateid, mis võivad treeningukogemuse kõigi jaoks rikkamaks muuta. Väga oluline on vastastikune usaldus, avatus, usaldusväärne keskkond arvamuste vahetamiseks.

Tegutsev

Aktiivsed koolitused keskenduvad teadmistele, oskustele ja hoiakutele, millest on praktiliselt kasu ja mis aitavad osalejatel teistele mõju avaldada.

Kogemuslik

Kogemuslik õpe on „õppimine tegutsemise kaudu“. Kogemusõppe teooria (Experiential Learning Theory) on terviklik, tsükliline protsess, mis rõhutab, et õppimine on tõhus siis, kui otsene kogemus on seotud isikliku refleksiooniga, pakkudes võimalusi luua kogemustega asjakohaseid seoseid ning võimet näidata teadmiste või oskuste asjakohast kasutamist.

Aktiivne

Kogemusõppe vorm on, aktiivne koolitus, mis võimaldab osalejatel interaktiivselt koolituse sisuga tegeleda. Aktiivset koolitust eristab see, et see ulatub kaugemale kui „õppimine tegutsemise kaudu“ ja kasutab ametlikke koolituskomponente osaleja õppeprotsesside kujundamiseks ja toetamiseks. Tegevused on kavandatud nii, et osalejad omandaksid teadmisi, oskusi ja hoiakuid, mitte ei võtaks seda infot lihtsalt vastu.

Mõõdetavate tulemustega

Mõõdetav õppimine kasutab õpieesmärkidel põhinevaid mõõtmisplaanide ja tehnikaid, et aidata kindlaks teha, millised lähenemisviisid töötavad ja milliseid tuleks rakendada juhendamise kujundamisel ja õpetamisel.

Olete ise oma koolituste kujundajad - tõenäoliselt tunnete ja mõistate oma koolitustel osalejaid. Allpool soovitatakse õppetundide kujundusi ja näpunäiteid - kasutage julgelt teemasid, mis teie arvates osalejaid kõige rohkem huvitavad.

Soovitame alati lisada õppetund 1A1, sissejuhatus. Valige julgelt välja teemad, mis teie arvates teie osalejaid huvitavad.

Siin on välja pakutud ka teiste õppetundide viiteid, mida võiksite lisada, olenevalt sellest, mitu õppetundi teil on. Õppetundide valimisel võtke arvesse ka oma publiku vajadusi ja meediatarbimise harjumusi. Näiteks kui nad pole eriti suured sotsiaalmeedia kasutajad, jätke fototunnid tekstitundide kasuks vahele. Kui osalejad on väljendanud, et soovivad abi usaldusväärsusele viitavate veebisaitide leidmisel, kaaluge õppetunde 3A4 (tõendite kontrollimine) ja 3C3 (teadusteabe head ja halvad allikad). Valige neid teemasid julgelt oma äranägemise järgi.



1 tund	1A1 Sissejuhatus
2 tundi	Kõik eelnevalt mainitu ja lisaks: 3A2 Teabeallikate kontroll 3B1 Taaskasutatud fotod ja videod
3 tundi	Kõik eelnevalt mainitu ja lisaks 1A7 Ajakirjanduse standardid
4 tundi	Kõik eelnevalt mainitu ja lisaks: 2B2 Pealkirjade mõistmine 2C1 Stereotüübid ja eelarvamused ajakirjanduses
7 tundi	Kõik eelnevalt mainitu ja lisaks: 1A2 Sisu tüübid 1A5 Milleks on ajakirjandust vaja? 3D1 Tulevik: sa näitad teed



2 päeva

- Kõik eelnevalt mainitu ja lisaks:
- 1A3** Teave ja veenmine
 - 1A6** Uudised ja arvamused
 - 1B1** Meediumiplatvormide muutmine
 - 1B1** Uudiste valik, objektiivsus ja tasakaal
 - 2A1** Eksitava teabe tüübid
 - 3A1** Allika otsimine (väljaande sisu kontrollimine)
 - 3B3** Pildi valik
 - 3B1** Tervis ja teadus
 - 3B3** Meediakommete mõju heaolule



3 päeva

- Kõik eelnevalt mainitu ja lisaks:
- 1A4** Sõnavabadus
 - 1B2** Meedia enesekindlus
 - 1B2** Meediaomanikud
 - 2B1** Meie emotsioonide kontrollimine
 - 2B3** Andmed ja nende privaatsus, algoritmid
 - 3A3** Faktide ja, tõendite kontrollimine
 - 3A4** Fotode jälgimine
 - 3B2** Fotode võltsimine (muutmine)
 - 3B5** Võltsitud sotsiaalmeediaprofiilid
 - 3B6** Võltsitud vestlused ja kirjavahetus

Koolitusteks ettevalmistamine

TÄIENDAVALD ÕPPE- JA LEVITAMISMATERJALID

Enne õppetööd valmistage ette kõik materjalid (töölehed, materjalid jne). Samuti valmistage ette iga õppetunni jaoks vajalikud põhilised õppevahendid - mida täpselt vaja on, on toodud iga tunni kirjelduse juhistes.

Silmast-silma treeningu jaoks vajate kõige sagedamini järgmisi materjale ja abivahendeid:

1. arvuti esitlusteks ja heli- / videomaterjalide näitamiseks;
2. projektor ja valge ekraan või sein, millele saab pilti projitseerida;
3. oskus kasutada materjalide ettevalmistamiseks printerit ja koopiamasinat;
4. värvilised kleeplehed ülesannete ajal kasutamiseks;
5. pliiatsid või väikesed markerid osalejatele;
6. tahvimarkerid ja pabertahvli paber;
7. pabertahvli või muu suureformaadilise paberi plokk, millele saate kirjutada või joonistada;
8. teip, kleeplint või muu materjal seina külge kinnitamiseks;
9. mõelge ka osalejate mugavusele ja valige koolituseks sobiv ruum, kus saab hoida osalejate vahelist kaugust, ja mis oleks hele, vaikne ja regulaarselt ventileeritav;
10. võimaluse korral pakkuge osalejatele vett ja suupisteid, eriti pikemate koolituste vältel, või paluge osalejatel ise vett ja suupisteid võtta.

Veebikoolituse jaoks vajate kõiki järgmisi materjale:

1. arvuti esitluste ning heli- / videomaterjalide demonstreerimiseks;
2. võimalust kasutada koolituse ajal videokõnede jaoks mis tahes platvormi, näiteks Zoom, MS Teams, Lifesize, Skype või mõni muu;
3. pidage meeles, et paljude platvormide tasuta versioonidel on piiratud funktsionaalsus, seega kontrollige enne jätkamist platvormi toimimist;
4. vajalik on stabiilne internetiühendus nii koolitajale kui ka osalejatele;
5. tuletage osalejatele meelde, et nad saaksid võimaluse korral ühendust võtta;
6. tuletage osalejatele meelde, et nad valmistaksid koolituseks joogivee ja väikesed tervislikud suupisted.

Koolitaja juhistes on kasutatud palju kohalikke ja rahvusvahelisi uuringuid. Kuid sellegipoolest ilmub meediamailmas iga päev uut teavet, seetõttu soovime teil kasutada muid näiteid, mida te teate ja paremini mõistate.

Pakume mitmeid näpunäiteid nende valimiseks:

1. Kõigepealt tehke kindlaks, millist sisu otsite. Kas see on väljamõeldud teave, kasutaja loodud teave või tõeline (isegi kui ekslik) avaldamine / kajastamine meedias?
2. Tõeliste väljaannete / aruannete näidete leidmiseks külastage meedia kodulehti või portaale. Kasutage nii avaliku kui ka erameedia jaoks loodud sisu.
3. Kui otsite artiklit või videot konkreetsel teemal, kasutage Google'i otsingumootorit. Märksõnade abil leiate sisu nii traditsioonilisest meediast kui ka sotsiaalvõrgustike kasutajate postitustest.
4. Kasutage sisu, mis ei kajasta vaid teie linnas kohapeal toimuvat, proovige kasutada neid näiteid, mis kajastavad riiklike ja rahvusvahelisi sündmuseid.
5. Pidage meeles, et kui jagate koolitusel osalejatele väärinfot, ei tohiks te kohe avaldada, et teave on vale. Nii saate jälgida, kui hästi oskavad osalejad väärinfot märgata ja eristada seda kvaliteetsest ning usaldusväärsest teabest.





1. OSA

Üldine arusaam meediast

1. TUND. SISSEJUHATUS

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Koolitusel osalejad oskavad hinnata oma meediatarbimise harjumusi ja teadlikud meediatarbimisega kaasnevatest emotsioonidest.

KASULIKUD MATERJALID

- töölehed (tuleb eelnevalt ette valmistada);
- kirjutusvahendid (pastakad, värvilised markerid);
- pabertahvel koos paberlehtedega;
- arvuti ja ekraan, et näidata videoid.

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

Kuivõrd tegemist on esimese koolitusega, siis sõltuvalt grupist võib vajadusel pühendada veidi aega tutvustamisele.

KOOLITUSE KÄIK (VÕIB KOHANDADA VASTAVALT SIHTRÜHMALE)

Sissejuhatus

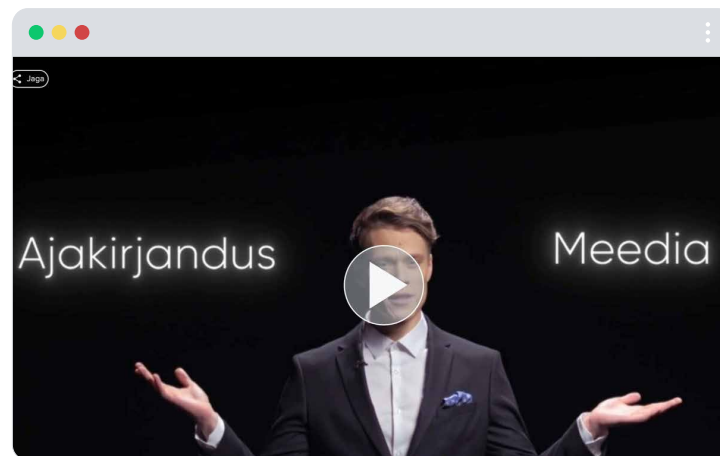
5 minutit ⌚

Tänase koolituse jooksul püüame üheskoos jõuda arusaamale, miks on oluline olla pädev meediatarbija. Räägitakse, et meediapädevus, mis tähendab inimeste võimet kasutada, mõista, luua ja kriitiliselt hinnata erinevaid meedialiike, on oluline aktiivseks osalemiseks demokraatias. Meid ümbritsev infoväli on väga kirju ja selles liigub väga palju teavet, millest osa ei pruugi olla tõene. Väärinfo ajab inimesi segadusse, tekitab arusaamatusi ja ohustab õigete otsuste langetamist igapäevases elus – olgu

selleks valimised, ravi või majandus. Järjest olulisemaks muutub oskus hinnata teabesisu ja meediaallika usaldusväärsust selleks et eristada kiirenevas infovoos valeduseid ja moonutatud või võltsitud materjale. Tänane koolitus on vaid esimene üritus järgnevast koolitussarjast, mille vältel õpite kuidas saada teadlikumaks meediatarbijaks. Praegu aga alustame teie meediatarbimise harjumustest, ent enne seda saame teada, mis asi on meedia ja kas see on sama mis ajakirjandus.

Näidata osalejaile järgmist videot:

<https://novaator.err.ee/media/video/1028580?contentId=1068244>



TEGEVUS 1

kuni 15 minutit ⌚

Jagada osalejale laiali ettevalmistatud töölehed ja paluda hinnata oma isiklike meediatarbimise harjumusi nii põhjalikult kui võimalik. Tähtis on hõlmata võimalikult palju erinevaid infoallikaid ega piirduda vaid uudistega.

		Hommik		Päev		Õhtu	
Rutiinsed tegevused (kool, söömine, jalutamine jne)							
Teabesisu ja meediaallikad		Programm? Platvorm? Võrgustik? Infoallikas? Pealkiri?	Ajakulu	Programm? Platvorm? Võrgustik? Infoallikas?	Ajakulu	Programm? Platvorm? Võrgustik? Infoallikas?	Ajakulu
Trükimeedia:	ajalehed						
	ajakirjad						
	raamatud						
	muud (täpsustada)						
Televisioon:	uudised						
	meelelahutus						
	sport						
	filmid						
	jutusaated						
	muud (täpsustada)						
Raadio:	uudised						
	muusika						
	muud (täpsustada)						
Nutiseade / arvuti:	uudisteportaalid						
	sotsiaalmeedia						
	sõnumid suhtusäppides						
	e-post						
	podcastid						
	muusika						
vlogid:	muud (täpsustada)						
	muud (täpsustada)						
	Suhtlus pere, lähedaste ja sõpradega						
	muud (täpsustada)						

Tabelit võib täiendada vastavalt sihtrühma spetsiifikale.

Seejärel paluda mõnel (3-4) vabatahtlikul esitleda oma tabelit, sealjuures kommenteerides leitud üllatusi või trende. Pärast saab üheskoos arutleda selle üle kuivõrd tugevad on meediatarbimise harjumused ja millest nad sõltuvad. Suunavateks küsimusteks võivad olla: mitmest seadmest on harjunud infot tarbima? Kas seda tehakse samaaegselt (nt TV ja nutiseade, arvuti ja raadio)? Kas ei teki tunnet, et infot tuleb liiga palju ja seda paljudest allikatest? Mis sisuga või mis tüüpi info pälvib kõige rohkem tähelepanu / saab kõige rohkem ajakulu?

Küllap olete täheldanud, et mõnikord tekib selline infoüleküllus, et ei jõua ega viitsi enam midagi lugeda-vaadata-kuulata, tekib väsimus ja ükski teema ei paku enam huvi. See on tõsine probleem ja ohtlik nähtus, sest teadlased leidsid seose noorte sotsiaalmeedia ületarbimise ja varajase depressiooni tekke vahel. Seetõttu ongi oluline tunda enda meediatarbimise harjumusi ja osata hinnata selle tagajärgi. Samuti peame aru saama, miks üks või teine

teabesisu või meediakanal pälvib meilt rohkem tähelepanu. Mis te arvate? Millest sõltub meelepärasus? Nüüd on õige aeg rääkida emotsioonidest.

Meedia, sh uudised mõjutavad meie emotsioone isegi siis kui me ei oska seda kahtlustada. Lihtsustatult võibki öelda, et paljude meediakanalite eesmärk on tekitada meis teatud emotsioone ja sellega mõjutada meie arvamusi ja hoiakuid. Teadlik meediatarbija teab seda ja oskab kontrollida oma emotsioone. Selleks on üks lihtne võtte, mis lubab hinnata oma esmast emotsiooni ega kiirustama reageerima.

Nimeta ja taltsuta!

- Suuna pilk ekraanilt või paberil eemale, ära enam pilti vaata.
- Küsi endalt, mida ma nüüd tunnen?
- Ütle välja, mis on hetkel su tugevaim emotsioon, nimeta seda.



TEGEVUS 2

kuni 15 minutit ⌚

Harjutame üheskoos seda võtet ja proovime kirjeldada enda esmast emotsiooni nii täpselt kui võimalik. Meeles tuleb pidada ka seda, et pilti kasutatakse sageli igasuguste uudiste näitlikustamiseks ja ka sotsiaalmeedias tähelepanu tõmbamiseks.

Arvestada tuleb ka seda, et negatiivse sisuga uudised saavad reeglina rohkem tähelepanu ja seega levivad ka kiiremini. Näidata osalejatele järjest 10 pilti slaidil.

NB!

Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantseid näiteid, arvestades koolitusel osalejate demograafilisi ja

sotsiaalmajanduslikke omapärasid. Samuti tuleb arvestada, et mõni pilt võib osalejais tekitada vastakaid emotsioone.

Koolitajal tuleb selgitada iga näidatud pildi konteksti ja paluda osalejail kommenteerida nähtut, vastates küsimustele, mis võis olla

sellise sisu looja / pildi moonutaja kavatsus ja kellele võiks olla kasulik tekitada meediatarbijais tugevaid emotsioone?

KOOLITUSE LÕPETAMINE / JÄRELDUSED

5 minutit



Kuna info laekub meile pideva teabevoona ning selle kiirus ja maht aina suureneb, siis on äärmiselt oluline osata hinnata ja reguleerida oma meediatarbimise harjumusi ning teada meediasisu emotsionaalsest taustast. Tulevastel koolitustel saab põhjalikumalt tutvuda erinevate kasulike teadmiste ja oskustega,

et lõpuks saada pädevamaks meediatarbijaks. Käsitletavate teemade hulka kuuluvad järgmised: teabesisu tüübid, ajakirjanduse põhimõtted, meedia usaldusväärsus, väärinfo ja selle liigid, emotsioonid meedias, stereotüübid ja eelarvamused ning paljud teised teemad.

Dotted lines for writing notes.

2. TUND. SISU TÜÜBID

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Koolitusel osalejad teavad eri tüüpe teabesisust ning oskavad eristada sisuloo eesmärke ja erinevaid levitamisi viise (sh teavitamine, propaganda, avalikud suhted, suhtekorraldus, ärireklaam, arvamused, sotsiaalsed üleskutsed jne).

NB!

Slaidid ei ole vajalikud.

KASULIKUD MATERJALID

- töölehed (tuleb eelnevalt ette valmistada);
- kirjutusvahendid (pastakad, värvilised markerid);
- pabertahvel koos paberlehtedega;
- arvuti ja ekraan, et näidata videoid.

PLANEERITUD AEG

60 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK (VÕIB KOHANDADA VASTAVALT SIHTRÜHMALE)

Sissejuhatus

kuni 10 minutit ⌚

Sissejuhatus (5 minutit): täna saame teada miks ja kuidas levitatakse infot. Samuti õpime mis põhijooned iseloomustavad teavitamist, propagandat, avalikke suhteid, suhtekorraldust, arvamused, ärireklaami ja sotsiaalseid üleskutsesid. See on

vajalik selleks, et aru saada teabesisu looja eesmärkidest, millest omakorda sõltub meie kui meediatarbija võimekus hinnata teabe usaldusväärsust.

TEGEVUS 1

kuni 20 minutit ⌚

Koolitusel osalejate arvust sõltuvalt tuleb need jagada gruppidesse. Iga grupp saab valiku näiteid teabe eri tüüpidest (nt reportaaž, propaganda, ärireklaam, arvamused jne).

NB!

Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantseid näiteid, arvestades koolitusel osalejate demograafilisi ja

sotsiaalmajanduslikke omapärasid.

Näiteks:

Reportaaž

<https://pohjarannik.postimees.ee/6929335/ettevotted-puuavad-koondamistega-oodata>

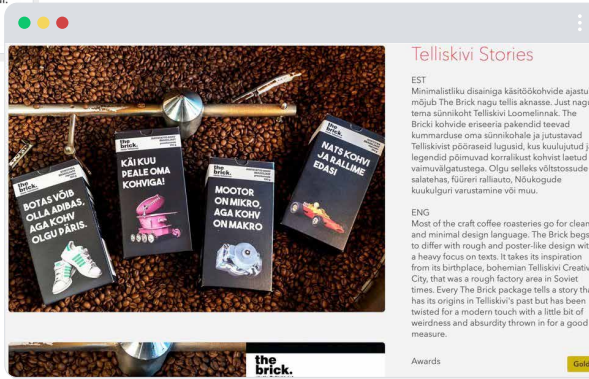


Arvamuslugu

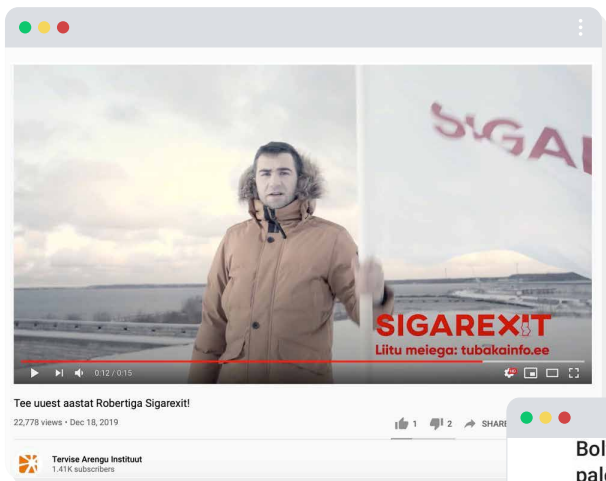
<https://www.err.ee/1021241/raul-rebane-peaminister-ja-24-vebruar>

Ärireklaam

<https://defol.io/adcestonia-2/2018-telliskivi-stories-1>



A vertical column of horizontal dashed lines for writing, starting with a pencil icon at the top.



Sotsiaalne üleskutse
<https://www.youtube.com/watch?v=d96sZBV4lmM>



Suhtekorraldus

<https://kasulik.delfi.ee/news/uudised/bolti-kummaline-kampaania-pakub-naistele-palgalohe-orra-odavamat-kuuti?id=89137345>



Propaganda
<https://sputnik-news.ee/politics/20191226/18856484/Sputniku-survestamise-taga-seisavad-Eestis-Briti-kuraatorid-teatati-Moskvast.html>

TEABESISU	KATEGOORIA / TEGEVUS	EESMÄRK
Reportaaž	informatsiooni vahendamine	teavitada
Arvamuslugu	veenmine	tekitada diskussioon/ argumenteerida mingi väite/tõekspidamise üle/ mõjutada uskumisi
Ärireklaam	veenmine	mõjutada ostuvalikuid
Sotsiaalne üleskutse	veenmine	mõjutada üksikisiku või kollektiivset käitumist
Suhtekorraldus	veenmine	mõjutada arvamust tellija kohta
Propaganda	veenmine	mõjutada poliitilisi valikuid ja/või ideoloogilisi hoiakuid, sundida millekski

10 minutit – üks esindaja igast grupist tutvustab grupitöö tulemusi ja põhjendab oma otsust iga näite kohta.

5 minutit – koolitaja palub igaühel omaette mõelda ja analüüsida miks justnimelt tema tuli tutvustatud järeldustele. Mis tunnused olid eranditult iseloomulikud igale teabesisule? Kuidas on neid võimalik eristada?

5 minutit – aeg individuaalseks tagasisideks (vabatahtlik)

Selle harjutuse lõpetuseks rõhutab koolitaja, et teabesisu eristamisoskus võimaldab tarbida infot teadlikumalt. See on vajalik isikliku meediapädevuse arendamiseks.

TEGEVUS 2

kuni 30 minutit ⌚

Töö jätkub samades gruppides. Iga grupp saab abimaterjali / töölehe, millest lähtuvalt tuleb igal grupil analüüsida ühe konkreetse teabesisu tüübi erisusi. Iga grupp saab erineva teabesisu tüübi (valik: reportaaž, arvamuslugu, ärireklaam,

- Kellele on see suunatud? Kes on infotarbija?
- Mis on eesmärgid?
- Milliseid emotsioone see tekitab? Millise mulje jätab? Millise efekti kutsub esile?
- Kuidas see toimub? Mis on meetodid ja mehhanismid?

suhtekorraldus, sotsiaalne üleskutse, propaganda). Grupid saavad kasutada näiteid eelnevast ülesandest. Igal grupil tuleb vastata konkreetse teabesisu tüübi kohta järgmistele küsimustele, mis on loetletud laialijagatud töölehel:

- Milline on hoiak subjekti / teema suhtes?
- Millist tüüpi infot see esitleb?
- Mis on selle järeloomu / tagajärjed meediatarbijale?
- Kuidas on võimalik iseloomustada sellist teabesisu tüüpi?
- Kas tegemist on informatsiooni vahendamise või veenmisega?

10 minutit – osalejad arutavad oma grupisiseselt vastuseid küsimustele ja täidavad jagatud töölehte. Seejärel palub koolitaja tutvustada tulemusi, alustades grupist, mille liikmed analüüsisid näidet informatsiooni vahendamise kohta (reportaaž). Järgnevalt

tutvustavad oma tulemusi ka kõik ülejäänud grupid.
10 minutit – kõige olulisemad võtmesõnad gruppitöö tulemustest jäädvustatakse visuaalselt poolitatud pabertahvlile:



INFORMATSIOONI VAHENDAMINE	VEENMINE
iseloomujoon 1	iseloomujoon 1
erisus 2	erisus 2
.....

5 minutit – koolitusel osalejad saavad seejärel veel täiendada enda grupitöö tulemusi tutvustanud esinejat.
5 minutit – tagasiside grupitööle, arutelu ühises ringis, vastused küsimustele kui miski jäi arusaamatuks või tekitas segadust.
Oluline et erinevatele näidetele toetudes jõuaksid osalejad ise

avastusele kasutatud veenmistaktikate sarnasuses. Lisaks võiks arutada kas veenmisel on häid ja halbu külgi. Mis tingimustel oleks veenmine kasulik ja miks? Kas on mõni asjakohane näide Eesti meediast või kohalikust kommunikatsioonist?

Dotted lines for taking notes during the workshop activities.

NB!

Koolitajale abiks on loodud ka juhendmaterjal, millele on võimalik toetuda gruppitöö tulemusi kommenteerides.

KOOLITUSE LÕPETAMINE / JÄRELDUSED

5 minutit



Tänase koolituse jooksul käsitlesime teabesisu erinevusi ja saime targemaks spetsiifilistele tüüpidele iseloomulike põhijoonte osas. See toetab meediatarbija võimekust olla teadlikum ja valivam pakutava info suhtes. See on üks esimesi samme oma infovoo reguleerimiseks.

Saime teada, et infovahendamine põhineb kontrollitud faktidel ja selle põhieesmärgiks on harida inimesi erinevatel teemadel. Infovahendamises võib esineda ka isiklike arvamusi faktide kohta, kuid need on siis selgelt sildistatud, eraldi välja toodud ega tohi määrata loo põhifookust ega -eesmärki.

Samas tuleb meeles pidada, et ka lugupeetud autori poolt kirjutatud, n-ö kõrge kvaliteediga arvamused ei kajasta ega peegelda kogu tõde. Kuigi mõned üksikud faktid on kontrollitud ja tõesed, jätab arvamusoautor sageli mainimata palju teisi tõikaid, mis ei toeta tema vaatenurka või talle omapärast teemakäsitlust.

Selle pärast tasubki lugeda erinevaid arvamusi lugusid ja eelistada faktirohkeid, isiklike hinnangute poolt vaesemaid artikleid. Tuleb osata ära tunda madala kvaliteediga arvamusi lugusid, kus võib esineda väärinfot või valesti tõlgendatud fakte.

Nägime, et olenemata tüübist on veenmise eesmärgiks mõjutada meediatarbijat mitmel erineval moel – selleks on pahasti inimeste kõnetamine emotsioonide abil, aga ka muud psühholoogilised võtted. Veenmistaktika osutub probleemiks siis kui see on varjatud ehk meediatarbijat tahetakse mõjutada tema enda teadmata. Kuna paljude ärireklaamide või sotsiaalsete üleskutsete puhul on üldiselt tellija teada, siis sellest saab järeldada tema soovitud eesmärki ja tuletada oodatud mõju. Samas, varjatud propaganda või muud nähtamatud infomanipulatsioonid võivad olla ohtlikud just selle pärast, et mõjutavad infotarbija valikuid või käitumist alateadlikult.

Eesti ajakirjandusest ja sotsiaalmeediast toodud näited kinnitavad, et veenmistaktikat kasutavate teabesisuga seotud probleemid ei ole võõrad ka meie ühiskonnale. Seda probleemi on võimalik vähendada arendades infotarbijate meediapädevust, mille vajalike oskuste ja teadmiste hulka kuuluvad ka need mida käsitlesime tänasel koolitusel.

Abimaterjal koolitajale

Tegevus 2 läbiviimiseks ja grupitöö tulemuste hindamiseks / kommenteerimiseks



TEABESISU=>	REPORTAAŽ	ARVAMUSLUGU	ÄRIREKLAAM	SOTSIAALNE ÜLESKUTSE	SUHTE-KORRALDUS	PROPAGANDA
Tegevus=>	infovahendamine	veenmine	veenmine, teavitamine	veenmine	veenmine	veenmine
Faktid või arvamus	suuresti faktid, võib esineda teiste arvamus	autori arvamusel põhinev ja selle edasiviiv, võib esineda autoriarvamus toetavaid fakte	arvamus toote või teenuse sobivuse kohta	arvamus sobiva käitumismustri kohta	arvamus tellija kohta	arvamus poliitika, ideoloogia kohta
Põhieesmärk	teavitada	esitleda/mõjutada arvamus / uskumust	mõjutada ostuvalikuid	mõjutada isiklikku või ühiskondlikku käitumist	mõjutada arvamus tellija kohta	mõjutada poliitilisi valikuid ja hoiakuid, sundida millekski
Näiteid emotsioonidest	uudishimu, huvi, õppimine	hirm, viha, mure	ihaldus, rõõm, hool	altruism, hirm, hool	head tunded tellija suhtes	uhkus, kokkukuuluvustunne, teotahe, hirm, viha, õudus
Näiteid toimimismeetodite kohta	kirjeldamine, näitlikustamine, võrdlemine	väitmine, kirjeldamine, võrdlemine, emotsioonide tekitamine	ihaldusväärse tekitamine, kaasaarav kujutlemine, emotsionaalne kõnetamine	moraliseerimine, sümpaatia- või vastutustunde tekitamine, enesearengu soodustamine. Võib kasutada ka ärireklaami võtteid.	positiivsete emotsioonide ja mõtteseoste tekitamine	süüdistamine, solvamine, liialdamine, tähelepanu kõrvale juhtimine, faktidega mängimine, autoriteetide esiletoomine, stereotüüpide ja sümbolitega manipuleerimine, jätkuv kordamine
Hoiak subjekti suhtes	neutraalne	positiivne või negatiivne või neutraalne	positiivne	positiivne või negatiivne	positiivne	positiivne või negatiivne

3. TUND. TEAVE JA VEENMINE

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Koolitusel osalejad teavad kuidas eristada infovahendamist veenmisest. See süvendab nende teadmisi meedia toimimisest, sh kavatsustest, meetoditest ja sihtrühmale orienteeritusest. Omandatud teadmised ja oskused soodustavad kriitilise mõtlemise arendamist ja võimaldavad teadlikumalt hinnata ja analüüsida enda meediatarbimist ja -keskkonda.

NB!

Slaidid ei ole vajalikud.

KASULIKUD MATERJALID

- töölehed(tuleb eelnevalt ette valmistada);
- kirjutusvahendid (pastakad, värvilised markerid);
- arvuti ja ekraan, et näidata videoid.

PLANEERITUD AEG

60 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK (VÕIB KOHANDADA VASTAVALT SIHTRÜHMALE)

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Täna on aeg rakendada praktikas eelmisel koolitusel saadud teadmisi. Juba teate mille poolest erineb infovahendamine veenmisest, kuid nüüd on kasulik vaadelda selliseid juhtumeid kui

mõlemat tüüpi teabesisu esineb läbiseegi ehk kombineeritult.

TEGEVUS 1

kuni 30 minutit ⌚

Koolitaja moodustab osalejatest kaks gruppi: ühed on „reporterid“ ja teised on „kommentaatorid“. Reporterite ülesanne on vahendada faktipõhist infot veenmistehnikaid kasutamata. Kommentaatorid

peavad aga püüdma veenda teisi oma valitud seisukoha ainuõiguses. Mõlemad grupid saavad samasuguse abimaterjali/ töölehe, mis sisaldab informatsiooni gripivaktsiini kohta.

Infoleht gripivaktsiini kohta



Gripp on äge viiruslik haigus. Gripp levib puhangute, epideemia ja pandeemiana. Kõige enam haigestuvad grippi lapsed, kuid hospitaliseerimised ja surmajuhud tekivad peamiselt eakate, krooniliste haigustega inimeste hulgas. Gripi sümptomiteks on: haiguse äkiline algus, kõrge palavik (38°C ja rohkem), millele lisanduvad kas köha, peavalu, kurgu- või lihasvalu või esineb hingamisraskuseid. Võib esineda ka kõhulahtisust.

Gripiviiruse säilimine väliskeskkonnas - kõvadel pindadel (lauad, seinad, käepidemed) 24-48 tundi, poorsetel materjalidel (riided, paber) 8-12 tundi, niisketel ja märgadel pindadel kuni 72 tundi, kätel massiivsel saastumisel kuni 3 tundi.

Kõige kindlama kaitse annab vaksineerimine, millega võiks algust teha juba oktoobris. Gripivaktsiin hakkab tervetel inimestel mõjuma 10–14 päeva pärast süstimist ja selle mõju kestab kuni aasta. Gripi vastu võivad end vastunäidustuste puudumisel vaksineerida kõik soovijad alates 6-eluks. Kindlasti peaksid kaaluma vaksineerimist allpool loetletud riskirühmadesse kuuluvad inimesed:

- 65 aastased ja vanemad;
- isikud, kes põevad aneemiat, kroonilist kopsu-, südame-, neerude või ainevahetuse süsteemi haigust (eeskätt diabeeti);

- 6 kuu kuni 17 aasta vanused lapsed ja noorukid, kes saavad pikaajalist aspiriinravi;
- immuunpuudulikkusega inimesed, sealhulgas immuunsüsteemi talitlust pärssivat ravi saavad ja HIV-positiivsed isikud;
- rasedad naised raseduse igas trimestris;
- hooldeasutuste ja pikaravihaiglate kroonilisi haigusi põdevad patsiendid;
- tööalaselt ohustatud isikud (tervishoiutöötajad, hooldeasutuste töötajad, linnufarmide töötajad jt);
- isikud, kes võivad levitada grippi riskirühmale.

Väga oluline gripist hoidumisel järgida lihtsaid nõuandeid:

- Väldi lähedast kontakti haige inimesega.
- Haigena püsi kodus.
- Aevastades või köhides kata oma suu ja nina pabertaskurätiga nende puudumisel sobib suu ja nina katmiseks varrukas.
- Pese käsi. Sage kätepesu kaitseb sind ja sinu lähedasi viiruste eest. Väldi näopiirkonna puudutamist saastunud kätega.
- Ela tervislikult - maga piisavalt, ole füüsiliselt aktiivne, väldi stressi, joo piisavalt vedelikke ja söö täisväärtuslikku toitu.

Allikas: www.terviseamet.ee

10 minutit – iga grupp tutvub jagatud infolehega ja arutab kuidas kasutada pakutud fakte enda rolli täitmisel. Seejärel valib grupp enda seast ühe esindaja, kes esitleb grupi nimel arutelu tulemusel valminud kaheminutilise suulist presentatsiooni. Grupid võivad läheneda sellele loovalt, peale ajalise ei ole esitluse formaadile mingeid piiranguid. Gruppidele võib soovitada

harjutada esitluskõnet grupisiselt enne selle esitlemist. Toetava abimaterjalina sobib eelmisel koolitusel kasutatud tööleht küsimustega.

4-5 minutit – mõlema grupi esindajad esitlevad oma rollikõnesid, vastavalt püstitatud ülesandele.

15 minutit – seejärel toimub ühine arutelu suures ringis, kus kõik osalejad on palutud andma tagasisidet ja vastama küsimustele:

- Mis tegi reporterite rollikõne informatiivseks, infot vahendavaks?
- Mis tegi kommentaatorite rollikõne mõjustavalt veenvaks, arvamust sisendavaks?
- Mida oleks võinud teha teisiti?

Oleme jõudnud arusaamale, et infot vahendav lugu peab piirduma faktidega ega sisaldama hindavaid arvamusi. See peab jääma võimalikult erapooletuks. Kas reporterite grupp sai sellega hakkama?

Veenmistaktikat kasutatav arvamislugu võib samuti viidata mõnele faktile, sest isiklikel arvamustel põhinevate väidete kinnitamiseks

kasutatakse mõningaid fakte aga seda siiski väga valikuliselt. Arvamuloo eesmärgiks on mõjustada lugeja veendumusi, sisendades konkreetset arvamust. Kuidas see õnnestus kommentaatorite grupil?

TEGEVUS 2

kuni 10 minutit ⌚

Koolitusel osalejatele näidata kaks videot, millest üks on informatiivse sisuga, teine aga kasutab veenmistehnikaid.

NB!

Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantset

näited, arvestades koolitusel osalejate demograafilisi ja sotsiaalmajanduslikke omapärasid.

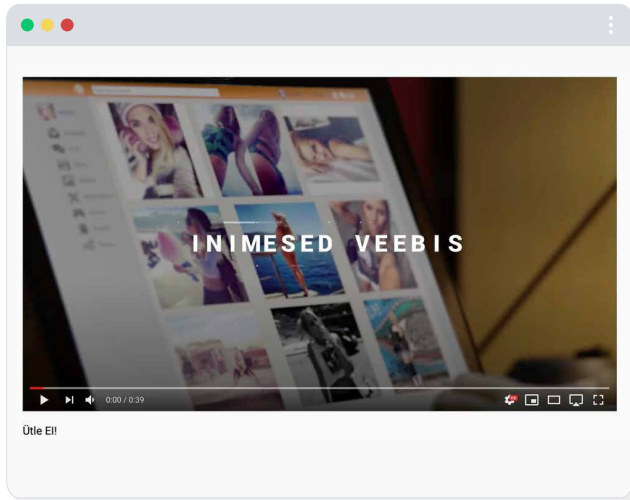
Infovahetamine

<https://www.tlu.ee/meediavarav/videod/uhe-minuti-loeng-mis-saab-meie-kasutatud-kodumasinat-st-margus-vetsa>



Veenmine

<https://www.youtube.com/watch?v=JXC5v9MmEec>



Järgneva arutelu jooksul esitab koolitaja järgimised küsimused. Mille abil on võimalik eristada mõlemas videos kasutatud meetodeid? Kas on infovahendamise ja veenmise vahel on alati selged piirid või on neid hägustatud? Kas tavalisel meediatarbijal on lihtne teha vahet kahe erineva kavatsusega video vahel? Miks? Kas on veel mõni asjakohane näide Eesti meediast või kohalikust kommunikatsioonist? Kas äsja vaadatu ja arutatu mõjutab teie hinnangut enda meediatarbimisele?

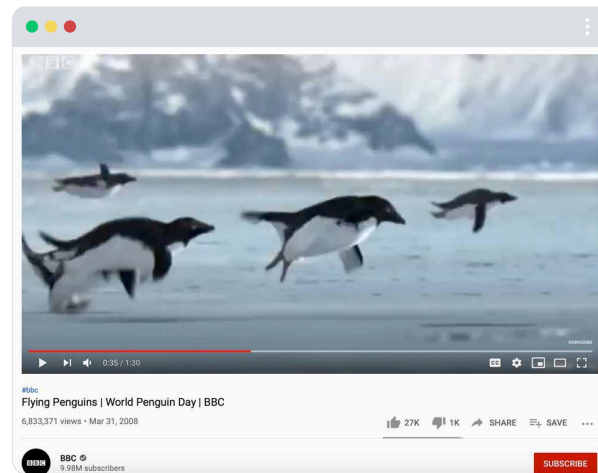
Selle harjutuse lõpetuseks toonitab koolitaja, et erinevaid veenmistehnikaid kasutavad lood / videod / infomaterjalid / promod üritavad esitleda oma teemat / subjekti kas parimas vormis, soodsas valguses (nt ärireklamis) või siis halvustavas toonis (nt rahvatervise teemalises sotsiaalses üleskutses). Infovahendamine piirdub kontrollitud asjaoludega toimunu kohta. Kui selles on mitu osapoolt, siis kõik saavad võrdselt kajastust. Mõjustamist taotlevates lugudes on alati palju visuaalset materjali, mis kõnetab tarbijat emotsionaalselt. Fakte kasutatakse valikuliselt ja nende tõlgendus ei pruugi alati olla tõepärane.

TEGEVUS 3

kuni 10 minutit ⌚

Nüüd kui osalejad on jõudnud nii kaugemale, et neile on selge erinevus infovahendamise ja veenmise vahel, tasub neile pakkuda keerulisemat näidet. Selleks näidata kaks järgmist videolõiku:

<https://www.youtube.com/watch?v=9dfWzp7rYR4>





◀ <https://novaator.err.ee/media/video/636215?contentId=260005>



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

NB!
Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantssed näited, arvestades koolitusel osalejate demograafilisi ja sotsiaalmajanduslikke omapärasid.

Järgneva arutelu jooksul esitab koolitaja järgimised küsimused. Mille abil on võimalik eristada mõlemas videos kasutatud meetodeid? Kas on infovahendamise ja veenmise vahel on alati selged piirid või on neid hägustatud? Kas tavalisel meediatarbijal

on lihtne teha vahet kahe erineva kavatsusega video vahel? Miks? Kas on veel mõni asjakohane näide Eesti meediast või kohalikust kommunikatsioonist? Kas äsja vaadatu ja arutatu mõjutab teie hinnangut enda meediatarbimisele?

KOOLITUSE LÕPETAMINE/ JÄRELDUSED 5 minutit

Üks suurimaid erinevusi infovahendamise ja veenmise vahel on sisulooja kavatsus. Kui infovahendamise eesmärgiks on teavitada, siis veenmise eesmärgiks on mõjutada, sisendades üht kindlat arvamust. Alati tasub analüüsida, mis eesmärgil ja kelle jaoks loodi üks või teine lugu, video, infomaterjal. Kriitiline mõtlemine algab tervislikust skepsisest tundmatu infotüki ja -allika

suhtes. Veenmise äratundmine infovoos lubab vältida enda välismõjustamist ja tõkestada manipulatsioone. Samas on oluline ka meeles pidada, et hea kavatsusega veenmine toimib ka mõnes elutähtsas valdkonnas nagu näiteks rahvatervis, liiklus, elanikkonnakaitse jne.

4. TUND. SÕNAVABADUS

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Osalejad mõistavad sõnavabaduse sisu, ülesannet ja piiranguid. Oluline on lahti seletada, miks on sõnavabadus demokraatliku ühiskonna toimimiseks vajalik eeldus.

KASULIKUD MATERJALID

- sõnavabadust puudutav paragrahv Põhiseaduses;
- Piirideta Reporterite pressivabaduse indeks, paber, pastakad;
- arvuti ja ekraan, et näidata videoid.

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK

Sissejuhatus

3 minutit ⌚

Tsensuur on riigi, organisatsioonide või muude gruppide kehtestatud kontroll inimeste üle, et piirata informatsiooni, mõtete või loomingu levitamist. Tavapärastel käsitatakse tsensuuri kui teatud teemasid puudutavate mõtete ja debati allasurumist. Kui näiteks USA-s on põhiseaduse esimene parandus (First

Amendment) kõige tugevam kaitse võimaliku tsensuuri vastu, siis Eestis käsitleb sõnavabadust Põhiseaduse paragrahv 45. Kuid sõnavabadus Eestis, nii nagu paljudes teisteski Euroopa riikides, on seotud teatud piirangutega.

Nõuanne koolitajale

Sõnavabaduse üle arutamine võib kaasa tuua tugevate emotsioonidega laetud arutelu. Mõned osalejad võivad soovida rääkida piirangutest, mis sõnavabadusele nende hinnangul tugevamalt kehtestada tuleks: näiteks vihakõne

keelustamine või teatud teemadest arutamise piiramise. Püüa rõhutada, et tänase tunni eesmärk on õppida aru saama sõnavabaduse põhimõtte olemusest, mitte arutada konkreetsete seadusemuudatuste või teemade üle.

Põhiseaduse paragrahv 45

Igaühel on õigus vabalt levitada ideid, arvamusi, veendumusi ja muud informatsiooni sõnas, trükis, pildis või muul viisil. Seda õigust võib seadus piirata avaliku korra, kõlbluse, teiste inimeste õiguste ja vabaduste, tervise, au ning hea nime kaitseks. Seadus võib seda õigust piirata ka riigi ja kohalike omavalitsuste teenistujatel

neile ameti tõttu teatavaks saanud riigi- või ärisaladuse või konfidentsiaalsena saadud informatsiooni ning teiste inimeste perekonna- ja eraelu kaitseks, samuti õigusemõistmise huvides. Tsensuuri ei ole.

Arutelu

Arutage Põhiseadusesse kirja pandud mõtte üle. Soovituslik on lugeda paragrahvi ühe lause kaupa ning analüüsida, milliseid piiranguid võidakse sõnavabadusele näha. Tähele tasub panna ka viimast lauset: tsensuuri ei ole, mis viitab, et võimalikud piirangud on ette nähtud vaid rangelt erandlikel juhtudel.

10 minutit



- Miks on sõnavabaduse põhimõtte oluline?
- Mida sõnavabaduse paragrahv ei luba väljendada?
 - *Võiks rääkida kahes seaduses toodud piirangutest:
 - a. Võlaõigusseadus, mis ei luba inimesi lihtsalt laimata. Paragrahvid 1046 ja 1047
 - b. Karistusseadustik, mis ei luba õhutada vägivalda

TEGEVUS 1

15 minutit ⌚

Loe õpilastele ette järgnevad näited. Arutelu soodustamiseks võib jagada õpilased 3-4-liikmelistesse gruppidesse. Iga väite järel peaksid õpilased hindama, kas see tegevus on kaitstud sõnavabadusega või ei ja millised piirangud võivad kohalduda.

Pea meeles, et siinkohal ei ole eesmärk debateerida, kas need tegevused peaksid olema kaitstud või mitte. Selle tunni eesmärk on, et õpilased saaksid aru, kuidas sõnavabadust Eestis hetkel käsitletakse.

- Ajalehe juhtkiri nimetab poliitikut ebakompetentseks. (Piiranguta)
- Restorani arvustuses öeldakse, et toit selles söögikohas on kohutav. (Piiranguta)
- Protestimiiting plaanitava seadusemuudatuse vastu. (Piiranguta, aga miiting tuleb registreerida politseis ning määrata vastutaja, kellaaeg jm tingimused)
- Ajalehe artiklis süüdistatakse poliitikut korruptsioonis. (Avaldamine on piiranguta, aga artikkel peab tuginema

faktidele. Vastasel korral võib süüdistatu pöörduda kohtusse. On ka võimalik, et süüdistatav taotleb kohtult enne artikli ilmumist selle avaldamise keeldu. Selliseid näiteid on Eestis olnud: nt Pealtnägija, Kanal 2 saate Radari lugude puhul.)

- Ajaleht avaldab artikli, mis põhineb peaministri büroost lekitatud infol. (Osalise piiranguga: kui leke käsitleb riigisaladust, võib prokuratuur alustada kriminaalmenetlust.)
- Äärmusrühmituse juht kutsub inimesi üles tapatalguid korraldama. (Keelatud, sest kutsub üles vägivaldale: karistusseadustik § 151. Vaenu õhutamine (1) Tegevuse eest, millega avalikult on kutsutud üles vihkamisele, vägivaldale või diskrimineerimisele seoses rahvuse, rassi, nahavärvi, soo, keele, päritolu, usutunnistuse, seksuaalse sättumuse, poliitiliste veendumuste või varalise või sotsiaalse seisundiga, kui sellega on põhjustatud oht isiku elule, tervisele või varale, – karistatakse rahatraviga kuni kolmsada trahviühikut või arestiga.

Vaata videot: kas sõnavabadus Eestis on löögi all, 5 minutit

Video 1:
Andres Kuusk võtab vastu EFTA
auhinna ja peab tänukõne



või

Video 2:

Ilmar Raag saates Esimene Studio
rääkimas sõnavabadusest Eestis
(sissejuhatus + alates 17.50-21.00)

Selgita õpilastele kolme lausega, mis 2019. aasta kevadel sõnavabadusega Eestis toimus. Selgituses ei peaks kasutama konkreetsete poliitikute või erakondade nimesid. Mõned poliitikud nõudsid, et Eesti Rahvusringhääling võtaks eestrist maha konkreetsed ajakirjanikud, kes neile tundusid esitama liiga kriitilisi küsimusi. Samal ajal lõpetas ERR Raadio 2 saate Olukorrast

Riigis saatejuhi Ahto Lobjaka lepingu ning ajakirjanik Vilja Kiisler lahkus ajalehest Postimees, sest peatoimetaja soovis tema tegevust piirata. President Kersti Kaljulaid astus sõnavabaduse kaitseks välja, kandes valitsuse ametisse nimetamisel pusa kirjaga "Sõna on vaba".

Arutelu

8 minutit

- Mis käsitleb sõnavabaduse rikkumist?
- Kas poliitiku X kõne toimetuse juhile, kus ta kritiseerib ühte konkreetset ajakirjanikku on sõnavabaduse piiramine?
- Kui poliitik X teeb avaliku pöördumise, kus käsib eestrist maha võtta konkreetse ajakirjaniku, kas see on?
- Aga kui ta ähvardab vastasel korral näiteks vähendada rahvusringhäälingu rahastust?
- Teeb ettepaneku muuta rahvusringhääling valitsusele kuulekaks hääletoruks?

TEGEVUS

4 minutit ⌚

Ava ekraanil Piirideta Reporterite [pressivabaduse indeks](#) (õppekava valmimise ajaks on 2020. andmed olemas)

- Markeeri Eesti tabelikoha muutus võrreldes 2019. aastaga (11. koht)

- Sellegipoolest on väga paljudes riikides sõnavabadus võrreldes Eestiga väga keerulises olukorras. Näiteks Venemaal, Hiinas, Kasahstanis, Türgis.
- Näita videot (1 minut): Türgi ajakirjanike [vahistamine](#).

VÕIMALUSEL KOKKUVÕTE

Sõnavabadus on demokraatia osa. Ilma sõna- ja ajakirjandusvabaduseta ei saa tagada demokraatiat. Ajakirjanduse vastu võib olla kriitiline, sõnavabaduse piiramine on aga ohtlik.

1 osa. Üldine arusaam meediast. A. Meedia sisu ja ajakirjandus

5. TUND. MILLEKS ON VAJA AJAKIRJANDUST?

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

- Osalejad mõistavad, miks ajakirjanikud teevad, mida nad teevad, ja mis on nende lõppeesmärgid;
- Mõistavad paremini ajakirjanduse rolli nende enda meediakeskkonnas ja ajakirjanduse olulisust demokraatia toimimisel;
- Mõistavad ajakirjanduslikku meetodeid ja kuidas ajakirjandus võib edendada sotsiaalseid hüve-sid, sealhulgas langetada kodanikel parimaid võimalikke otsuseid.

KASULIKUD MATERJALID

- Ajakirjanike "pesapalli-kaardid";
- Teema-märgid (kirjuta juba enne tundi iga teema eraldi pabertahvli lehele);
- Teip;
- Aseta teema-märgid (toodud allpool) õpperuumi eri kohtadesse ja jäta esialgu tagumine pool peale.

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK

Sissejuhatus

10 minutit ⌚

Küsi osalejatelt

- Millistest teemadest nad kõige rohkem huvituvad ja hoolivad?

Võimalike vastuste (mõlemale küsimusele) seas võidakse näiteks nimetada: tervis, poliitika, haridus, lastega seotud teemad, sport, kunst ja kultuur, meelelahutus, transport, linnaplaneerimine ja -arendus, võrdsus, diskrimineerimine, politseitöö, kuritegevus (krimi), turvalisus, töökohad, ma-jandus, maksud, kindlustus, pension, keskkond, õhu ja vee kvaliteet, pargid.

Pea iga teema kohta, mille vastu te huvi tunnete, on olemas ajakirjanikud, kes sellest kirjutavad. Osad teemad on rohkem meelelahutuslikud. Näiteks on teil võimalik hoida end ajakirjanike abil kursis sellega, kuidas läheb su lemmikspordivõistkonnal või lugeda filmi kohta, mida kavatsed vaatama minna.

- Kas ajakirjandus kajastab neid teemasid?

Ent suurel osal ajakirjandusest on tõsine mõju meie igapäevaelule. Inimesed, kes ajakirjanikuks hakkavad, teevad seda tavaliselt selleks, et et nad tahavad midagi paremaks muuta: oma kodulinna, riiki või isegi tervet maailma. (Selle töö eest ei saa väga kõrget palka!) Ajakirjanikud paljastavad pahategusid, toovad välja kehvemal järjel olevate inimeste ja ühiskonnagruppide probleemid ning isegi annavad meile infot, mille alusel saame otsustada iseenda elukorralduse üle: näiteks kus on parimad koolid või kuidas hoida ennast füüsiliselt heas vormis ja tervise juures. Selle kõige juures on ajakirjanikud tohutu surve all. Nad peavad lood ilmutama väga napi aja jooksul. Mõnikord kogevad nad kas poliitilist survet või survet reklaamistjate poolt, kes ei taha, et teatud artiklid ilmuks.

Tänapäeval saame informatsiooni mitmetest eri allikatest, mitte pelgalt ajakirjanikelt. Ajakirjanikud ja meedia kogevad rohkelt avalikku kriitikat. Ent ajakirjanikud on mänginud - ja siiani mängivad - väga olulist rolli inimeste elu parandamisel. Kui me

vaatame, kes kõik informatsiooni loovad, siis me ei tohiks tahta jätta ajakirjanikke sellest ringist välja. Täna tunnis vaatame osasid ajakirjanikke, kelle töö on toonud suured muudatused Eesti elusse.



TEGEVUS 1

30 minutit ⌚

Sissejuhatava diskussiooni lõppedes keera teema-märgid õiget pidi. Iga järgneva teema kohta peab olema üks suur märk:

- Tervis ja meditsiin
- Inimõigused ja õiglus
- Laste õigused ning turvalisus
- Korruptsioon ja kuritegevus
- Avaliku võimu vead ja tegemata jätised

KÄSILEHT

Ulata igale osalejale ajakirjaniku "pesapallikaart". Ajakirjaniku pesapallikaardil on järgnev info: ajakirjaniku nimi; foto; katke artiklist; kinnitus, milline oli ajakirjanduse mõju (päästetud elud, muudetud seadused jne).

Palu osalejatel kokku viia neile antud pesapallikaardil oleva ajakirjaniku nimi ja teema ning liikuda vastava teema-märgi juurde.

Vastused:

Teemad, kuhu kaartidel toodud ajakirjanikud kõige paremini sobivad:

- Tervis ja meditsiin (Tuuli Jõesaar, Kärt Anvelt, Kristjan Pihl)
- Inimõigused ja õiglus (Tiina Kaukvere)
- Laste õigused ning turvalisus (Kirsti Vaikula ja Merilin Pärli, Eeva Esse ja Priit Pärnapuu)
- Korruptsioon ja kuritegevus (Postimees ja Äripäev)
- Avaliku võimu vead ja tegemata jätised (Marian Männi, Eesti Päevaleht ja Eesti Ekspress, Tuuli Jõesaar (teedehooldus))

Lisaküsimused

- Kas see teema kõnetas sind?
- Miks?
- Miks mitte?

Järgmiseks vali rollimängu tarbeks 3-4 osalejat. Osalejad peavad võtma endale nende kaardil oleva ajakirjaniku identiteedi ja tutvustama ennast grupile. Näiteks: "Tere, mina olen Kärt Anvelt ja ma kirjutasin arstist, kes varustas Eesti tippportlasi dopinguga..."

Palu igal osajal oma ajakirjaniku identiteedis püsides rääkida ülejäänud grupile:

- Milliste teemade pärast oled sa mures täna?
- Mis teeb su töö tänasel päeval keeruliseks?

Nõuanne koolitajale

Võimalikud vastused küsimusele "Milliste teemade pärast oled sa mures täna?":

- Tervis ja meditsiin: vaktsiinivastaste meeleolude levik, ravivead haiglates, valmisolek suurteks epideemiateks, ravijärjekorrad.
- Inimõigused ja õigus: sooline tasakaal tippametites ja poliitikas, seksuaalne ahistamine, võõrtööjõu elu- ja töötingimused Eestis, kõigi ühiskonnagruppide võrdne ligipääs haridusele.
- Laste õigused ning turvalisus: lapstööjõu kasutamine arengumaades, migratsioon ja pagulaskriisi sattunud laste saatus.
- Korrupsioon ja kuritegevus: korrupsioon meditsiinis, küberkuritegevus, internetipettused, vanainimestelt säästude välja petmine.
- Avaliku võimu vead ja tegemata jätmised: hädaolukordadeks ja kriisideks ettevalmistus, läbipaistmatu otsuste tegemise protsess valitsusasutustes.

Küsimused

- Kas oskad nimetada kolm praegu tegutsevat ajakirjanikku, kelle tööd sa usaldad?
- Miks sa neid hindad?
- Kui sa ei oska nimetada kolme ajakirjanikku, keda usaldad, siis miks see sinu meelest nii on?

JUTUPUNKTID

Tihti me ei pane ajakirjanike nimesid tähelegi, vaid keskendume rohkem väljaande nimele või artiklis olevale sisule. Võib juhtuda, et oskame paremini nimetada televisioonis töötavaid ajakirjanikke kui ajalehereportereid, sest me kuuleme teleajakirjanike nimesid eetris välja öelduna ning näeme eetris nende nägusid. Tõenäoliselt mäletame paremini uudistekruid kui reportereid, sest näeme neid ekraanil

palju rohkem. Ent mõned inimesed, keda näeme ekraanil sagedamini, ei ole uudiste tootmisega ise üldse seotud - näiteks esitavad nad kommentaare või võõrustavad teisi inimesi, kes väljendavad eetris oma kommentaare. Ka see on normaalne vähemalt senikaua, kui suudame vahet teha, millal kuuleme eetrist uudiseid ja millal arvamusi.



KOKKUVÕTE

5 minutit



Täna vaatame mõningaid olulisemaid näiteid, kuidas ajakirjanikud on panustanud meie ühiskonna parandamisse. Tänu ajakirjanikele on paljastatud suured rahapesuskeemid Eesti pankades, on päästetud lapsed mürgiste valeravimite võtmisest, toodud avalikkuse ette sportlaste varustamine dopinguga ning aidatud üksindusse jäetud väiksed lapsed tagasi hoolivate inimeste juurde. Arvestades kõiki probleeme nii meie riigis kui

üle maailma, mis mõjutavad meie tervist, haridust, laste ohutust ja meie planeedi tervist, on ülioluline, et ajakirjanikel lubataks jätkuvalt tegeleda uuriva ajakirjandusega ning tuua meie nimel avalikkuse ette kellegi teise tegemata jätmisi või kuritegelikke kavatsusi. Ajakirjanikud annavad meie käsutusse informatsiooni, mille alusel saame teha nii igapäevaseid otsuseid oma elukorralduse üle kui ka langetada valikuid valimispäeval.

Ajakirjanike pesapallikaardid

Tervis ja meditsiin

Kaart number 1

Nimi: Tuuli Jõesaar

Sündinud: 1984

Katke loost (liid): Imeravimi-usku vanemad joodavad lastele mürgist kloordioksiidi

Loost: Suletud Facebooki grupeeringusse kogunenud jüngrid peavad kloordioksiidi imerohuks, mis ravib kõike alates külmetusest kuni autismi ja aidsini. Tegelikult on kloordioksiid isegi eluohtlik.

Mõju: Artikliseeria järel alustati mürgise valeravimi müümise eest kriminaaluurimine, aine kadus pöranda alla ning tuhanded lapsevanemad said selliste ainete ohtlikkusest teadlikuks.

Kaart number 2

Nimi: Kärt Anvelt

Sündinud: 1973

Katke loost (liid): Dopinguarsti ülestunnistus: varustasin Eesti sportlasi kasvuhormooni ja EPO-ga

Loost: Tartu spordiarst Vitali Bernatski paljastas Kärt Anvelti aritklites ulatusliku dopingukasutamise Eesti spordis, mis algas juba 1995. aastast ning kestis üle kümne aasta. Bernatski kundede hulgas olid muuhulgas tuntud kergejõustiklased ja suusatajad.

Mõju: Riigikogu karmistas karistusi dopingukasutamise ja dopingu kasutamisele kallutamise eest.

Kaart number 3

Nimi: Kristjan Pihl

Sündinud: 1991

Katke loost (liid): Meditsiinitarvikute firmad petsid Haigekassalt võltsarvetega välja sadu tuhandeid eurosid

Loost: ETV saade Pealtnägija kajastas mitmes loos, kuidas ettevõtted müüsid inimestele tervisetarvikuid, ent seejärel esitasid eraldi ja kordades kallima arve hüvitamiseks haigekassale.

Mõju: Haigekassa alustas ulatusliku uurimise ning lõpetas petnud ettevõtetega lepingu. See säästab sadu tuhandeid eurosid maksumaksja raha.

Inimõigused ja õiglus

Kaart number 4

Nimi: Tiina Kaukvere

Sündinud: 1988

Pealkiri: Eksituse tõttu Eesti kodanik

Loost: Bürokratia kõrgemat klassi näinud Ruttode perekonda loetakse värske riigikohtu otsuse põhjal eksitusega Eesti kodakondsuse saanuteks. Ilmselt ootab sadu inimesi, kes on seni teadnud, et on Eesti kodakondsuse saanud sünniga, passi uuendades üllatus - nad polegi kodanikud.

Mõju: Alustati menetlus, et muuta seadust ning kõigil riigi bürokratia hammasrataste vahele jäänud inimestel oleks siiski

õigus olla jätkuvalt Eesti kodanik. See õigus võimaldab neil näiteks liituda oma koduküladest väljaspool Eesti piire Eestisse ja Euroopa Liitu.

Laste õigused ning turvalisus

Kaart number 5

Nimi: Kirsti Vainküla ja Merilin Pärli

Sündinud: 1972; 1979

Pealkiri: Hüljatud Martini lugu

Loost: Kolmeaastaselt ema käekõrval turvakodusse viidud pois on seal elanud juba aasta aega. Samal ajal käib pisipoi tädi kohaliku omavalitsusega kohut, et saada lapse eestkosteõigus oma perele. Omavalitsus tahtis Martini lapsendamisse saata.

Mõju: Juhtum, mis kohtute esimesel ringil oli pere kahjuks juba ära otsustatud, võeti uuesti käsile, ja tehti vastupidine otsus - laps pääses võõrasse hooldusperesse andmisest ja sai oma tädi perre kasvama. Muudeti ka seadust: nüüd saavad selliseid kohtuotsuseid vaidlustada ka lapse lähisugulased.

Kaart number 6

Nimi: Eeva Esse ja Priit Pärnapuu

Sündinud: 1990; 1981

Pealkiri: Sadade laste delikaatsed dokumendid rippusid aastaid avalikult internetis

Loost: Telesaade Radar avastas massilise infolekke Eesti koolide haldamise infosüsteemis, kus rippusid aastaid avalikult üleval sadade laste delikaatseid andmeid sisaldavad dokumendid, sealhulgas ka psühhiaatrilised hinnangud laste vaimsele tervisele.

Mõju: Andmekaitseinspeksioon ja haridus- ja teadusministeerium alustasid põhjalikku uurimist, et andmeleke lõpetada. Selle tulemusel sulgeti andmebaas ning avati alles siis, kui laste ülidelikaatsed andmed olid eemaldatud.

Korruptsioon ja kuritegevus

Kaart number 7

Nimi: Postimees ja Äripäev

Pealkiri: Eesti pankade kaudu pesti hiiglaslik kogus raha

Loost: Ajakirjanikud Postimehest ja Äripäevast koos kolleegidega Taanist paljastasid ulatusliku rahapesu läbi Danske Banki Eesti filiaali. Selle panga abil liikus läbi miljardeid eurosid kuritegeliku päritoluga raha.

Mõju: Danske Bank sulges Eesti filiaali. Kriminaaluurimised jätkuvad mitmes riigis. Danske Banki ähvardab mitme miljardi euro suurune karistus.

Avaliku võimu esindajate kontroll

Kaart number 8

Nimi: Marian Männi

Pealkiri: „Säh sulle eestimaist: Repinski kitsejuust tuleb Hollandist“

Loost: Männi avastas, et värskelt maaeluministriks saanud Martin Repinski talus toodetav kitsejuust on imporditud ning pole mahetoode - erinevalt sellest, kuidas Repinski oma toodangut ise reklaamis.

Mõju: Martin Repinski oli sunnitud maaeluministri ametikohalt tagasi astuma.

Kaart number 9

Nimi: Eesti Ekspress ja Eesti Päevaleht

Pealkiri: Marti Kuusiku suur saladus

Loost: Ajalehed paljastasid ühises artiklis, et samal päeval IT-ministriks kinnitatud Marti Kuusik on vägivaldse taustaga ning on kahel korral purustanud oma naise käeluu

Mõju: Peaminister Jüri Ratas vabastas Marti Kuusiku ametist juba järgmisel päeval. Marti Kuusik sai ajaloos lühimat aega - 29 tundi - ametis olnud minister.



Kaart number 10

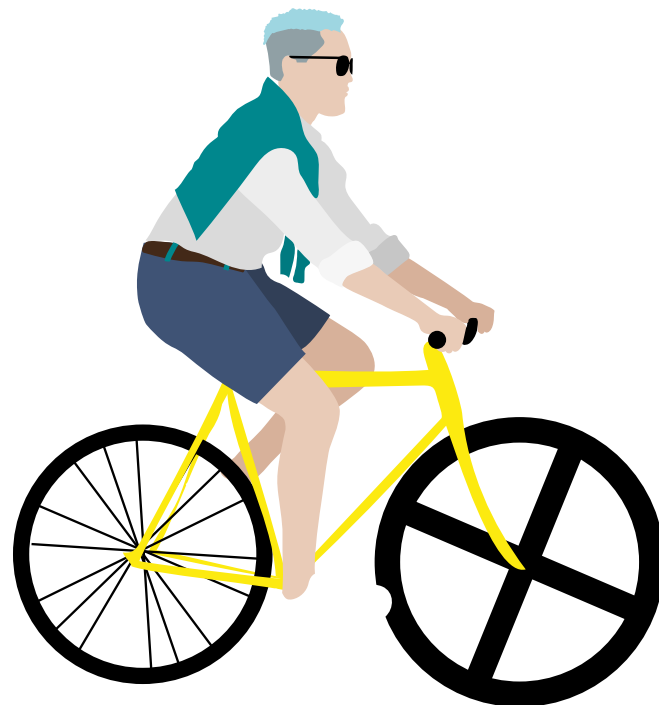
Nimi: Tuuli Jõesaar

Sündinud: 1984

Pealkiri: Ränga bussiõnnetuse toimumiskohas eiratakse riiklikke libedustõrje nõudeid

Loost: Jõesaare artiklid töid välja, et maantee hooldusel ei järgitud riiklikke nõudeid juba aastaid. Samal ajal juhtus järjest ohtlikke liiklusõnnetusi, sealhulgas liinibussidega.

Mõju: Valitsus kohustas maanteeametil hoolduslepingud üle vaadata, et neisse viidaks sisse tegelikud riiklikud nõuded. See on muudatus, mis tõenäoliselt on aidanud säästa mitmeid inimesi.



A series of horizontal dotted lines for writing, starting below the pencil icon and extending across the right side of the page.

6. TUND. UUDIS JA ARVAMUS

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Koolitusel osalejad on teadlikud meedia toimimiselustest ja teavad eristada reportaaži arvamusalustest. Nad saavad aru miks meedia edastab nii olemuslugusid, reportaaže, analüüse kui ka arvamusalusteid ning miks see on oluline demokraatliku ühiskonna toimimiseks.

KASULIKUD MATERJALID

- töölehed (tuleb eelnevalt ette valmistada);
- kirjutusvahendid (pastakad, värvilised markerid);
- pabertahvel koos paberlehtedega;
- arvuti ja ekraan, et näidata videoid.

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK (VÕIB KOHANDADA VASTAVALT SIHTRÜHMALE)

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Täna räägime ajakirjandusest ja selle rollist meie ühiskonnas. Kuidas te mõistate ajakirjandust? Öeldakse, et ajakirjandus on neljas võim. Miks see on nii?

Ajakirjandust on võimalik määratleda järgnevalt: see on aktuaalsete sündmuste kohta info kogumine, kontrollimine, analüüsimine ja faktipõhine esitamine. See ei tähenda, et ajakirjanik ei või esitada arvamusi, ent selleks on spetsiaalselt ettenähtud formaadid: nt toimetajaveerg, juhtkiri, arvamusalustel, kolumn jne. Põhireegel ütleb, et arvamused peavad olema uudistest eraldatud ja selgelt sildistatud.

Täna õpime koos kuidas on võimalik teha vahet mis on faktipõhine uudis ja mis on arvamusalustel. Samuti vaatame, miks on oluline kogutud infot korralikult analüüsida ja kuidas see kõik mõjutab meie uudiste-voogu ja teavitustaset.

Kõigepealt vaatame lähemalt mis on faktisedastus/ faktinending ja mis on arvamusalustel. Viimane põhineb isi-klikel veendumustel,

uskumustel, kujutlustel, hinnangutel ja seisukohtadel. Arvamusalustel võib tugineda ka faktidele, kuid see ei võimalda hinnata kas arvamusalustel ise on õige või vale. Näiteks, minu arvates sobib Saaremaa suvitamiseks kõige paremini.

Faktisedastust on võimalik kontrollida ja tõestada kas tegemist on õige või vale infoga. Näiteks, Saaremaal asub mitmeid SPA-hotelle ja turismitalusid, mis sobivad hästi suvepuhkuse veetmiseks Eesti suurimal saarel.

Oluline on meeles pidada, et ka faktisedastuses võib olla väärinfot. Näiteks, väide, et Saaremaal elab 750 tuhat eestlast – see lause edastab fakti, mis ei ole õige, ja seda on võimalik kontrollida ja tõestada. Seega, on väga tähtis, et kõik faktid oleksid kontrollitud. Selleks tulebki ajakirjanikul viidata oma artiklis konkreetsetele allikatele, kust faktid võetud on. Tänapäeval näeme, et selle tava vastu esitakse üsna sageli ja aina rohkem ähmastub piir faktipõhiste uudiste ja arvamusalustel vahel.

TEGEVUS 1

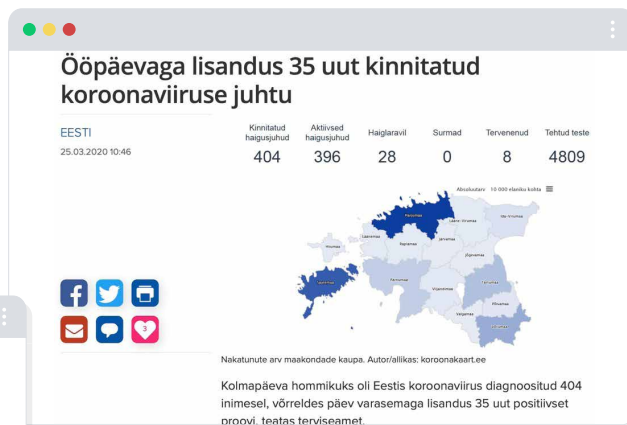
kuni 15 minutit ⌚

Igale koolitusel osalejale tuleb jagada kolm väljaprintitud lõiku artiklitest ja paluda pärast tekstidega tutvumist markeerida värviliselt laused alljärgnevalt:

- arvamusd – punane
- allikale viitamata esitatud faktid – kollane
- allikaviidetega esitatud faktid – roheline

Artikkel 1. ▶

<https://www.err.ee/1068444/oopaevaga-lisandus-35-uut-kinnitatud-koroonaviiruse-juhtu>



◀ Artikkel 2.

<https://epl.delfi.ee/arvamus/raul-eamets-majanduse-toetamisest-saaremaa-silda-ei-saa-aprillist-ehitama-hakata-aga-vaiksemaid-objekte-ilmself-saaks?id=89352069>

ARVAMUS 25. MÄRTS 2020

Raul Eamets majanduse toetamisest: Saaremaa silda ei saa aprillist ehitama hakata, aga väiksemaid objekte ilmselt saaks

Koroonaviirus on suutnud maailma kõige otsesamas mõttes lukku keerata. Seda ei oleks osanud ükski majandusekspert ka kõige halvemas unes ette ennustada.

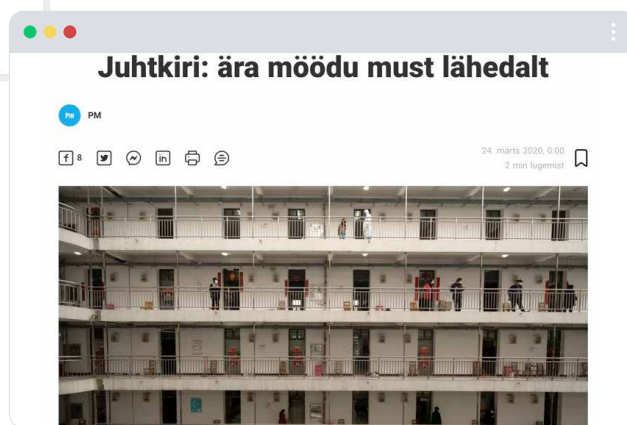
RAUL EAMETS
eelarvenõukogu esimees, TÜ makroökonoomika professor

Esimesed reaktsioonid tulid nendest ettevõtetest, mis sõltuvad inimeste liikumisest ja koosviibimisest kõige rohkem: kultuurirühmitused, hotellid, laevandus, lennundus, bussifirmad, turismifirmad jne. Kuna meie majandus sõltub maailmailmast peaaegu 80% ulatuses, siis palju tagasilööke järgneb siis, kui meie peamised kaubanduspartnerid raskustesse satuvad. Tuleb teraselt jälgida, mida teeb Soome majandus ja kui suurt langust nemad seal prognoosivad. Soome, nagu ka Rootsi omakorda sõltub palju Saksamaa majandusest.

FOTO: MARKO MUMM

Artikkel 3. ▶

<https://leht.postimees.ee/6931216/juhtkiri-ara-moodu-must-lahedalt>





NBI

Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantset näiteid, arvestades koolitusel osalejate demograafilisi ja

sotsiaalmajanduslikke omapärasid.

Kui ülesanne on täidetud, paluda osalejail seda kommenteerida grupiarutelus, vastates küsimusele – kuidas oli võimalik eristada fakte arvamustest? Milliseid uudiseid on põnevam lugeda –

kas üksnes faktidel põhinevaid või selliseid, mis sisaldavad ka arvamusi? Miks?

TEGEVUS 2

kuni 5 minutit ⌚

Jagada osalejaille tabeliks vormistatud abimaterjal ja selgitada veel kord põhilisi erinevusi uudiste/ olemusloo ja arvamuslugude vahel.

TEABESISU	UUDISED/ OLEMUSLUGU	ARVAMUSLUGU
Tegevus	info vahendamine	veenmine/ informeerimine
Fakti- või arvamuspõhine?	Suuresti põhineb faktidel. Võib sisaldada ka teiste arvamusi, mis ei kuulu autorile ega moonda loo põhifookust	Esitleb ja toonitab autori arvamust. Parema kvaliteediga arvamusloos võib esineda fakte, mis toetavad autori seisukohti.
Eesmärk	teavitada	veenda, mõjustada, sisendada arvamusi, debateerida, argumenteerida, tekitada diskussioon
Näiteid emotsioonidest	uudishimu, huvi, õppimine	hirm, viha, mure
Näiteid toimimismeetodite kohta	kirjeldamine, näitlikustamine, võrdlemine	väitmine, kirjeldamine, võrdlemine, emotsioonide tekitamine
Hoiak subjekti / teema suhtes	neutraalne	positiivne või negatiivne või neutraalne
Info sisu	täpne, täielik, läbipaistev	Võib olla ebatäpne. Parema kvaliteediga arvamuslugu võib olla ka korralik.
Mõju meediatarbijale	teadlik, informeeritud	muudetud seisukoht või hoiak või nõustumine teemaga

TEGEVUS 3

kuni 15 minutit ⌚

Nii nagu maailmas ja päriselus, on ka meedias väga vähe mustvalgeid olukordi ja tegelikult on väga palju kirevust. Juhtub sageli, et uudiste reportaažid on läbi põimunud analüüsidesid ja võrreldud erinevate arvamustega. See ei pruugi alati olla halb, kuid on vaja aru saada, mis on iga konkreetse infomaterjali

eesmärk, mis on selle autori kavatsus ja kuidas meediatarbija peab sellele lähenema.

Osalejale näidata kolm järgmist videot, seejärel tekitada arutelu ja paluda kõigil kommenteerida suures ringis:

Lõik 01:36- 02:00:
<https://uudised.tv3.ee/valismaa/uudis/2020/03/25/putin-haaletus-pohiseadusreformi-ule-lukkub-edasi/>



Lõik 17:10-18:20:
<https://etv.err.ee/1060040/valisilm>

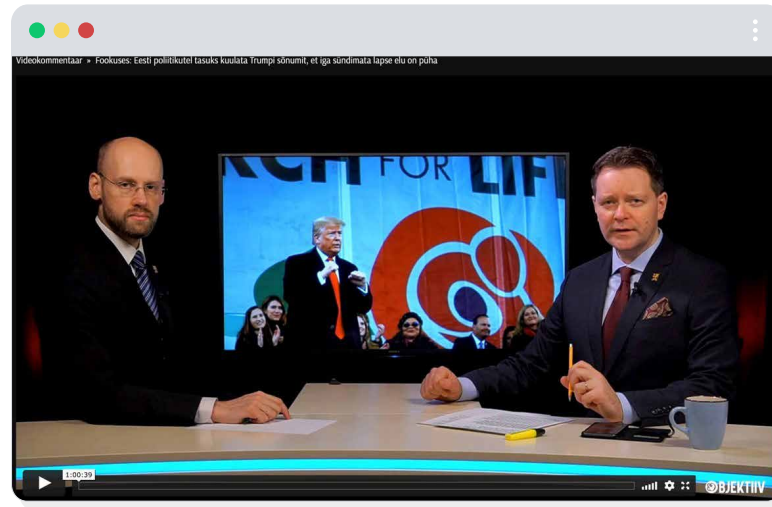
• Kas see oli uudis / reportaaž või arvamuslugu?

• Kuidas osalejad argumenteerivad seda?

Handwritten notes area with horizontal dashed lines for writing.

Lõik 00:00:30-00:02:30:
<https://objektiiv.ee/fookuses-estli-poliitikutel-tasuks-kuulata-trumpi-sonumit-et-iga-sundimata-lapse-elu-on-puha>

- Kuidas on võimalik hinnata selle video sisu?
- Mille poolest erineb see kahest eelmisest lõigust?



Handwritten notes area with a pencil icon and horizontal dashed lines for writing.

NB!

Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantseid sotsiaalmajanduslikke omapärasid. näited, arvestades koolitusel osalejate de-mograafilisi ja

KOOLITUSE LÕPETAMINE / JÄRELDUSED

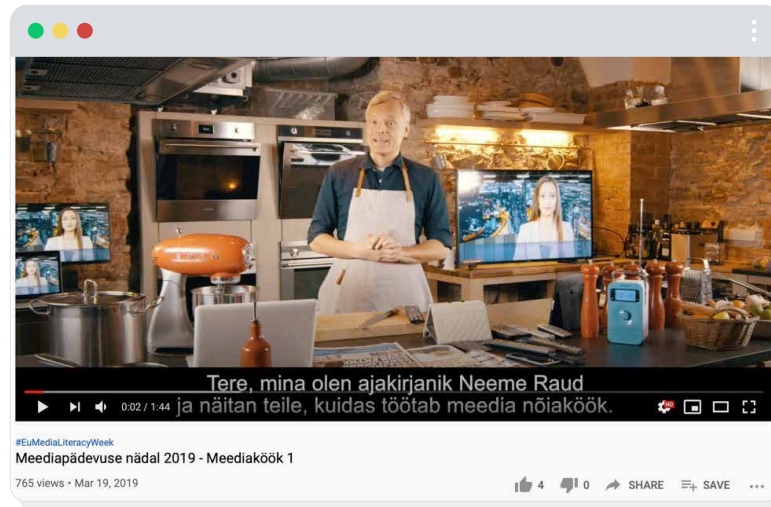
5 minutit

Täna saime selgeks, miks professionaalne ajakirjanik peab uudiste edastamisele lähenema üksnes faktipõhiselt, vältides enda infomaterjali fookuse moonutamist subjektiivsete arvamustega. Fakte on võimalik kontrollida ja selleks on vaja allikaviiteid. Arvamusi ei saa kontrollida, sest tegemist on isiklike hinnangutega, samas arvamused võiksid põhineda faktidel. Meediamastikul on ruumi nii uudisele, olemusloole, reportaažile, analüüsile kui ka arvamusele, neid on vaja demokraatlikult toimivaks ühiskonnaks,

sest üks teabesisu vahendab infot ja teavitab, teine aga selgitab seisukohti. Mitmekesisus meedias on kasulik ka selleks, et vaadata teemadele teise nurga alt. Nii ajakirjanikud kui ka väljaanded peavad samas pingutama selle nimel, et oleks võimalikult vähe segaseid infomaterjale, milles eristamata kujul esineb fakte, emotsionaalseid arvamusi ja analüüse. Teadlik meediatarbija teab miks on oluline teha vahet ja milliseid abivahendeid saab selleks kasutada.

Lõpetuseks näidata kokkuvõtlikku lühivideot:

<https://www.youtube.com/watch?v=ryWghbFzDic>



A series of horizontal dashed lines for writing or editing, starting below the pencil icon and extending across the right side of the page.

7. TUND. AJAKIRJANDUSSTANDARDID

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

- Osalejad mõistavad peamisi ajakirjanduslikke standardeid, millest ajakirjanikud oma töös lähtuvad;
- mõistavad, kuidas standardite järgimine tähendab paremat ajakirjandust, mis on:
 - a) täpne,
 - b) usaldusväärne,
 - c) vastutav

KASULIKUD MATERJALID

- paber, pastakad;
- kätte antavad materjalid.

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK

Sissejuhatus

3 minutit ⌚

Täna räägime professionaalsetest standarditest, mida järgib suurem osa ajakirjanikest. Nende standardite järgimine aitab kaasa parema ajakirjanduse sündimisele. Standardite tundmine aitab

lugejal eristada kvaliteetset ajakirjandust muust sisust, millega võid kokku puutuda.

TEGEVUS 1

10 minutit ⌚

Palu osalistel mõtiskleda, mis teeb ajakirjandusliku töö kvaliteetseks ning kirjutada välja mõeldud kriteeriumid paberile. Palun mõnel osalejal jagada paberile pandut. Selgita, et ajakirjanikud nii nagu mitmed muu elukutse esindajat (arstid, advokaadid) järgivad professionaalseid standardeid. Eestis on need standardid kirja pandud ajakirjanduseetika koodeksisse. Igal inimesel, kes tunneb, et ajakirjandus on talle

liiga teinud, on võimalus tutvuda eetikakoodeksiga ning kui ta leiab, et ajakirjanik on selle vastu eksinud, saab esitada kaebuse pressinõukogule. Ekspertidest koosnev pressinõukogu kuulab seejärel ära ka ajakirjaniku seisukohad ning otsustab, kas ajakirjanik eksis eetikakoodeksi vastu või ei. Ulata osalejatele väljavõtte eetikakoodeksist.

Vestlus

- Mida osalejad nendest punktidest arvavad?
- Kas nende järgimine tagab kvaliteetse ajakirjanduse?

- Kas selles nimekirjas on midagi puudu või üle?

5 minutit

TEGEVUS 2

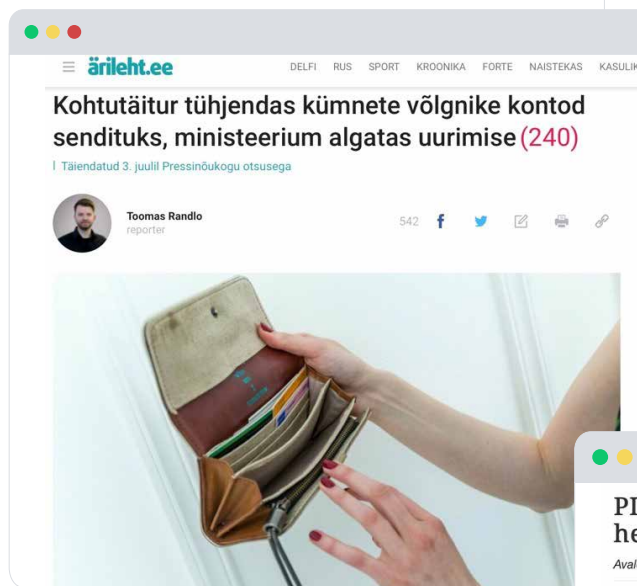
15 minutit

Jaga osalejad väikestesse gruppidesse ning anna igale grupile analüüsimiseks üks artikkel.

Artikkel A
Objektiivne rahastus sõltub varju jäävatest suurannetatjatest



Artikkel B
Kohtutäitur tühjendas kümnete võlgnike kontod sendituks



Artikkel C
Itaalias langetati Euroopa Liidu lipp ja heisati selle asemele Hiina lipp



Series of horizontal dashed lines for writing notes.

Artikkel D
Kius tööinspeksioonis: ametnikud vajavad psühhiaatrilist abi



Anna igale grupile tööleht, kuhu nad saavad kirja panna tulemused. Palu igal grupil esitleda tulemusi ning tulemuste üle arutleda.

Küsimusi vestluse arendamiseks

10 minutit

- Milliseid standardeid artiklite autorid pigem järgisid?
- Milliseid mitte?
- Kas analüüsitud artikleid saab pidada kvaliteetseks?
- Miks?
- Mis oleks võinud artiklites olla teistmoodi, et need oleksid kvaliteetsemad?

KOKKUVÕTE

2 minutit

Professionaalse ajakirjanduse standardite tundmine aitab meil hinnata, kas uudised, mida tarbime, on kvaliteetsed, õiglased ja korrektsed. Täna tunnis uurisime nii kõrge kvaliteediga töid kui

ka nõrka ajakirjandust. Järgmistel kordadel vaatame lähemalt, kuidas ja miks langetavad ajakirjanikud ning toimetused spetsiifilisi otsuseid, mis võivad mõjutada nende töö kvaliteeti.

TÖÖLEHT, TEGEVUS 2 JUURDE



Ajakirjanduslikud standardid

	Standard, millele artikkel peab vastama	Kas artikkel vastab sellele? Miks / miks ei?	Kui ei ole võimalik vastata, siis milline info on selleks puudu?	Punktid 2 = standard kehtib 1 = osaliselt kehtib või ei ole kindle 0 = standard on selgelt puudu
Täpsus	Ei ole vasturääkivusi artikli teksis, illustratsioonis või pealkirjades.			
	Ajakirjanik kasutab otseallikaid, mitte kaudset infot			
	Sündmusi ei esitada valesti või liigselt lihtsustatult			
	Väldib inimgruppide ning nende liikmete kujutamist stereotüüpsena			
Terviklikkus	Vastab kuuetele peamisele küsimusele: mis, kus, millal, kes, miks, kuidas.			
Faktid on arvamustest eristatud	Iga arvamus peab olema omistatud selgelt arusaadavale allikale.			
	Uudisloos ei tohi ajakirjanik esitada iseenda arvamust või hinnangut.			
Tasakaalustatus	Artiklis on allikad, kes annavad teemale erinevaid vaatenurki.			
	Kui mõni osapool keeldub kommenteerimast, peab ajakirjanik ka selle välja tooma.			
Usaldusväärsus	Artikkel viitab infoallikatele, mis on mitmekülgsed, sõltumatud ja mida saab nimetada selles teemas autoriteetseteks.			
	Kui loos kasutatakse anonüümset allikat, siis ajakirjanik põhjendab, miks: kas allikat ähvardab oht, kättemaks või midagi muud.			

Sõltumatus	Ajakirjanik väldib huvide konflikti ning selle näivust. Vältimatud konfliktid tuleb loo juures avaldada.			
	Ta ei anna erioiguseid reklaamiandjatele, rahastajatele või teistele, kel on väljaandega seotud rahalised huvid.			
	Väldib ajakirjanduse ja reklaami piiri hägustamist.			
Kahju minimeerimine	Ajakirjanik ei avalda eraelulisi detaile, kui see pole vältimatult vajalik			
				KOKKU



ABIMATERJAL TEGEVUS 1 JUURDE

Eesti ajakirjanduseetika koodeks

1. Üldised põhimõtted.

- 1.1. Demokraatliku ühiskonna toimimise eeltingimus on kommunikatsioonivabadus. Vaba ajakirjandus on selle tingimuse saavutamise vahend ja eeldus.
- 1.2. Ajakirjandus teenib avalikkuse õigust saada tõest, ausat ja igakülgset teavet ühiskonnas toimuva kohta. Ajakirjanduse üks peamine kohustus on ühiskonnas kriitiliselt jälgida poliitilise ja majandusliku võimu teostamist.
- 1.4 **Ajakirjanik vastutab oma sõnade ja loomingu eest.** Ajakirjandusorganisatsioon kannab hoolt selle eest, et ei ilmuks ebatäpne, moonutatud või eksitav informatsioon.
- 1.5 **Ajakirjandus ei tohi oma tegevusega kellelegi tekitada põhjendamatuid kannatusi, veendumata, et avalikkusel on tõesti vaja seda informatsiooni teada.**

2. Sõltumatus.

- 2.1. **Ajakirjanik ei võta vastu ametikohti, soodustusi, tasu ega kingitusi, mis tekitavad seoses tema ajakirjanikutööga huvide konflikti ja võivad vähendada tema usaldusväärust.**
- 2.3 Ajakirjanik ei tohi olla kajastatava asutuse või institutsiooni teenistuses.

3. Ajakirjanik ja informatsiooniallikas.

- 3.1. Ajakirjanik, kogudes materjali avaldamise/edastamise jaoks, peab teatama vestluspartnerile, et ta on ajakirjanik ja millise väljaande/jaama juurest.
- 3.3. Ajakirjanik peab rangelt kinni informatsiooniallikale antud lubadustest ja väldib lubadusi, mida ta ei suuda täita.

1. TUND. MUUTLIKUD MEEDIAPLATVORMID

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

- Osalejad õpivad kriitiliselt mõtlema muutuste üle, mis on viimase 20 aasta jooksul informatsiooni ökosüsteemis muutunud;
- Õpivad kriitiliselt mõtlema, kuidas uus keeruline ökosüsteem mõjutab otsuseid, mida nad meediatarbijatena tegema peavad;
- Saavad aru, et ehkki küsimusele, "kes on ajakirjanik", on vastata varasemast keerulisem, järgib päris ajakirjandus ajakirjanduslikke põhimõtteid.

KASULIKUD MATERJALID

- Klepppaberid
- Markerid

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

Õpetaja ettevalmistus

Kleebi "kuupäevad ajaloos" paberid seinale ühte ritta, nii et neist moodustub kronoloogiline aegrida. Jälgi hoolikalt, et paberid jookseksid õiges järjekorras.

Märksõnad:

Savitahvlitele kirjutamine	Telefon	E-mail	Tahvelarvutid
Papüürus	Film	Google	Instagram
Käsi kirjutatud raamatud	Raadio	Facebook	Snapchat
Trükipress	Amatöorraadio	YouTube	Virtuaalreaalne ajakirjandus
Postiteenus	TV	Twitter	
Ajalehed	Kaabeltelevisioon	Nutitelefoniid	
Telegraaf	Internet	Whatsapp	

Kirjuta klepppaberite peale järgmised märksõnad (üks paberi kohta). Pane paberid segatud järjekorras kas lauale või seinale. Osalejatel peab olema lihtne neid kätte saada.

KOOLITUSE KÄIK

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Täna vaatame, kuidas on meedia aja jooksul muutunud. Selle mõistmine aitab meis arendada võimet eristada tõde valedest, sest meedia on läbinud väga suuri muutuseid: mitte pelgalt, kui palju

uudiseid me saame ja kuidas need meieni tuuakse, aga muutunud on isegi piirid ajakirjaniku ja tema auditoriumi vahel.

Nõuanne koolitajale

Õppetöö ajal peaks jätma aega üldiseks tagasisideks. Näiteks paluda osalejatel vastata küsimusele, mida nad kõigist neist

meedia vormidest arvavad. See võib aidata hilisema õppetöö käigus otsustada, mida aruteludes tähelepanu keskmes hoida.

SOOJENDUS**5 minutit** ⌚

Anna õpilastele klepppaberid, kuhu on peale kirjutatud erinevad meediatehnoloogiad (savitahvlid, papüürus jne). Nende ülesanne on panna tehnoloogiad seinal oleva ajateljel õige aastaarvu juurde. See harjutus näitab, kui kiiresti

kommunikatsioonitehnoloogia areneb just praegu. Osalejad võivad lisada teisi informatsiooniga seotud innovatsioone, mis neile meelde tuleb.

Vastused:

Savitahvlite kirjutamine	3000 eKr	Raadio	1900 algus	Twitter	2006
Papüürus	2400 eKr	Amatöörraadio	20. saj algus	Nutitelefonid	2007
Käsitsi kirjutatud raamatud	1. saj pKR	TV	1920ndad	Whatsapp	2009
Trükipress	1430ndad	Kaabeltelevisioon	1940ndad	Tahvelarvutid	2010
Postiteenus	6. saj eKr	Internet	1960ndad	Instagram	2010
Ajalehed	17. saj	E-mail	1970ndad	Snapchat	2011
Telegraaf	1830ndad	Google	1998	Virtuaalreaalne	
Telefon	1870ndad	Facebook	2004	ajakirjandus ca	2015
Film	1880ndad	YouTube	2005		

Küsimused ja arutelu

5 minutit

- Kas mõne kommunikatsioonitehnoloogia ajalugu üllatas teid?
- Mis perioodile on tehnoloogiate areng kuhjunud?
- Mis võib teie hinnangul olla sellise kiire arengu tulemus ja tagajärg?

JUTUPUNKTID

5 minutit

Tehnoloogiline innovatsioon on viimase paarikümne aasta jooksul metsikult kiirenenud ning kommunikatsioonitehnoloogia on olnud selle revolutsiooni keskmes. Täna saame oma ajakirjandusliku sisu paljudest eri allikatest, mitte ainult paberajalehest. Paberajalehed, mis olid aastakümneid peamine ajakirjandusliku sisu kanal, on kahanenud järjest

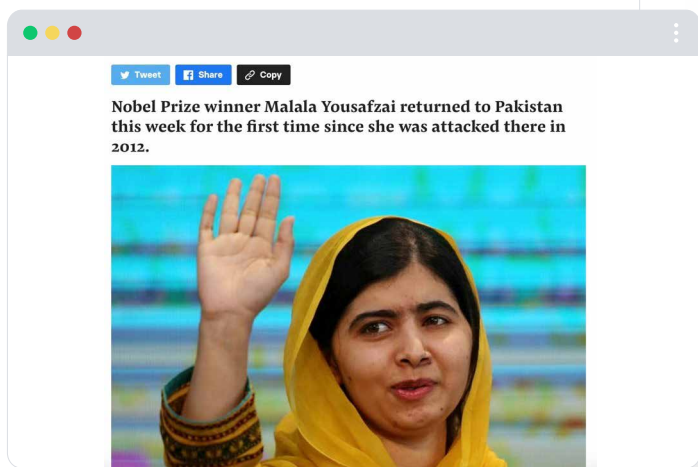
väiksemaks ning kukkunud on ka selle lugejate arv. Eelmisel korral rääkisime ajakirjanduslikest standarditest, mida kvaliteetses ajakirjanduses järgitakse. Kuid kas me saame kogu oma informatsiooni tänapäeval ikkagi ajakirjandusest? Kes neid standardeid järgib? Kes üldse on ajakirjanik? Nüüd sellest räägimegi.

Vahend 1, kronoloogia seinale kleepimiseks

2600 eKr - ehitati Egiptuse esimene püramiid	1300 eKr	1 AD - 4 eKr sünnib Jeesus	1200
2500 eKr	1200 eKr	100	1300
2400 eKr	1100 eKr	200	1400 - 1492 Cristoph Kolumbus jõuab Ameerikasse
2300 eKr	1000 eKr	300	1500 - 1521 lõpeb Asteekide tsivilisatsioon
2200 eKr	900 eKr	400	1600
2100 eKr - algab Hiina esimese dünastia võimuaeg	800 eKr	500 - 570 sünnib prohvet Muhamed	1700 - 1776 USA kuulutab ennast iseseisvaks
2000 eKr	700 eKr - 753 eKr asutatakse Rooma	600	1800 - 1863 lõpeb orjapidamine USA-s
1900 eKr	600 eKr	700	1900 - 1945 lõpeb teine maailmasõda
1800 eKr	500 eKr	800	2000
1700 eKr	400 eKr	900	
1600 eKr	300 eKr - algab Hiina müüri ehitamine	1000 - viikingid jõuavad esimeste eurooplastena Ameerikasse	
1500 eKr	200 eKr	1100	
1400 eKr	100 eKr		

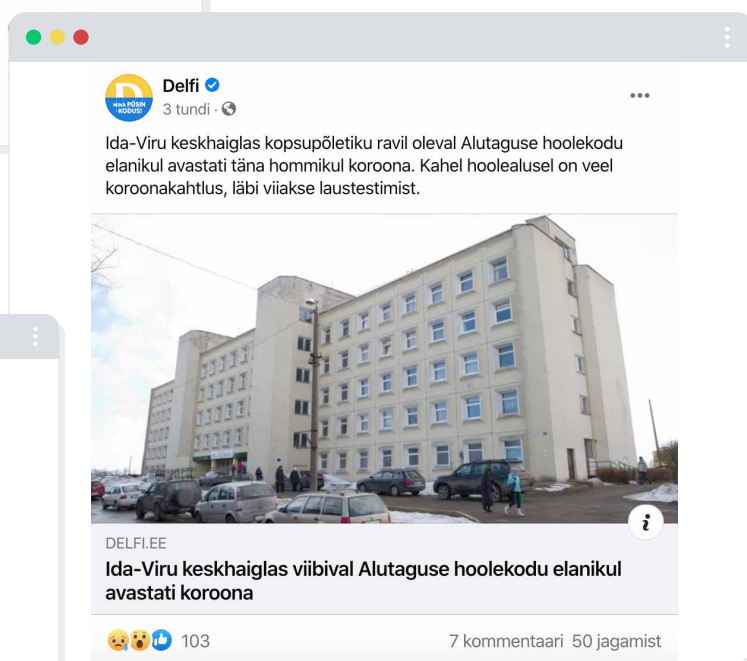
TEGEVUS 1, NÄIDISMATERJAL

1. CNN tweet about the death of Johan van Hulst



2. BuzzFeed's FB post about Malala returning home

3. WaPo bot tweeting Olympic Games results



2. TUND. USALDUS MEEDIA VASTU

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Koolitusel osalejad oskavad põhjendada oma usaldust nii meedia vastu tervikuna kui ka konkreetsete väljaannete / infoallikate suhtes. Samuti on nad teadlikud psühholoogilistest alustest, millel põhineb meedia usaldus või umbusaldus, ning kuidas väärinfo manipuleerib sellega.

KASULIKUD MATERJALID

- töölehed (tuleb eelnevalt ette valmistada);
- kirjutusvahendid (pastakad, värvilised markerid);
- pabertahvel koos paberlehtedega;
- arvuti ja ekraan, et näidata videoid.

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK (VÕIB KOHANDADA VASTAVALT SIHTRÜHMALE)

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Suure ühisosaga infoväli on üks lõimunud ühiskonna elulisi eeldusi. Demokraatlikus riigis on vaieldamatu, et igaühel võib olla oma arvamus erinevate teemade kohta. Samas mis juhuks siis kui igaüks usuks vaid talle meelepäraseid fakte? Miks on oluline, et nii meie ühiskonnas kui ka maailmas laiemalt oleks rohkem üksmeelt ja ühist arusaama tegelike faktide osas?

Demokraatlikult toimiva, rahumeelse ja sidusa ühiskonna alustala on kodanike seas ühiselt jagatud ja laialt kokkulepitud ettekujutus faktipõhisest tegelikkusest. Kuivõrd igas ühiskonnas on rida vajakajäämisi, siis kõigile on oluline aru saada

olemasolevatest probleemidest ja võimalikest lahendustest. See soodustab ühiskondlikku debatti, milles sünnivad otsused ja ideed konkreetsete tegevuste kohta. Ajakirjanduse ülesanne on vahendada infot selliselt, et kõik saaks võrdselt ja põhjalikult teavitatud tõelistest väljakutsetest, väljapakutud arengutest, esinenud lahkarvamustest ja vastuvõetud otsustest. Piltlikult öeldes on ajakirjanikud tõeotsijad ja -vahendajad, kuid see on paratamatult keeruline ülesanne, sest meie arusaam tõest on pahatihti mõjutatud igasuguste eelarvamuste ja tüüphoiakute poolt.

TEGEVUS 1

kuni 15 minutit ⌚

Harjutus „Neli nurka“. Koolitusruumi eri nurkadesse asetada eelnevalt ettevalmistatud pealkirjastatud sildid „VÄGA NÕUS“, „PIGEM NÕUS“, „PIGEM EI OLE NÕUS“, „EI OLE ÜLDSE NÕUS“. Seejärel näidata ekraanile 6 sõnumit ja paluda koolitusel

osalejatel liikuda nurka, milles oleva sildi pealkiri vastab nende seisukohale näidatu osas. Selle abil on võimalik hinnata kuivõrd suur osa grupist on nõus (või ei ole nõus) väljapakutud väidetega.

- Ma usaldan meedia võimekust kajastada sündmusi täielikult, täpselt ja ausalt
- Uudistes on palju poliitiliselt kallutatud infot
- Uudiseid vahendav meedia on oluline meie demokraatliku ühiskonna toimimiseks
- Meedial on tähtis roll inimeste teavitamisel
- Kui mõni uudis kajastab mõne poliitiku tegevusi halvustavalt, siis tegemist on libauudistega
- Meedia, mida mina usaldan, on kindlasti parem kui enamikel (see väide peab olema viimane)



NB!

Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantssed

näited, arvestades koostajate demograafilisi ja sotsiaalmajanduslikke omapärasid.

Iga kord kui osalejad valivad enda arvamusega sobiva nurga, paluda neil lühidalt arutada selle üle, miks nad tegid seda ja kuidas nad seda põhjendavad. Samuti tuleb neilt küsida, kas oma valiku tegemisel lähtusid nad mõne konkreetse väljaande näitest või pigem tegid seda tunnetuslikult.

Harjutuse lõpetuseks võib koolitaja öelda, et Eesti elanikele on traditsioonilised meediaplatformid usaldusväärsemad (raadio (66%) ja televisioon (65%)) kui veeb ja sotsiaalvõrgustikud (22%).

See info pärineb Euroopa Komisjoni Eurobaromeetri uuringust. Üldiselt peab valeuudiseid Eestis probleemiks alla poole eestimaalastest, samas kui eurooplaste seas on vastav arv lausa 71%. Samas peab aga koguni 66% eestimaalastest valeuudiseid ohuks demokraatiale. Samuti võib slaididel näidata valikuliselt teisi diagramme eestlaste hinnangutega meedia usaldusväärsele ja olulisusele.

TEGEVUS 2

kuni 10 minutit ⌚

Jagada osalejad kahte gruppi ja paluda neil tutvuda (kas paberil või enda nutiseadmetes) järgmise materjaliga, tuues esile kolm kõige huvitavamat punkti:

GRUPP 1: ▶

<https://novaator.err.ee/938499/estli-noored-ei-usalda-alternatiivmeediat-kuigi-palju>

Eesti noored ei usalda alternatiivmeediat kuigi palju

PSÜÜHIKA
Kadri-Ann Mägi
11.05.2019 08:00

Ajalehted Tallinna teletorni vitraažidel. Autor/illikas: Marju Himma/ERR

Eesti, Kreeka ja Tšehhi noorte meediausaldust käsitlevast uuringust ilmnes, et Eesti teismelised ja noored täiskasvanud usaldavad eelkõige professionaalset meediat ja nende usaldus alternatiivsete meediaallikate vastu on leige. Samuti selgus, et noorte eestlaste üldine usaldus inimeste, institutsioonide ja meedia suhtes on kõrgem kui tšehhidel ja kreeklastel.



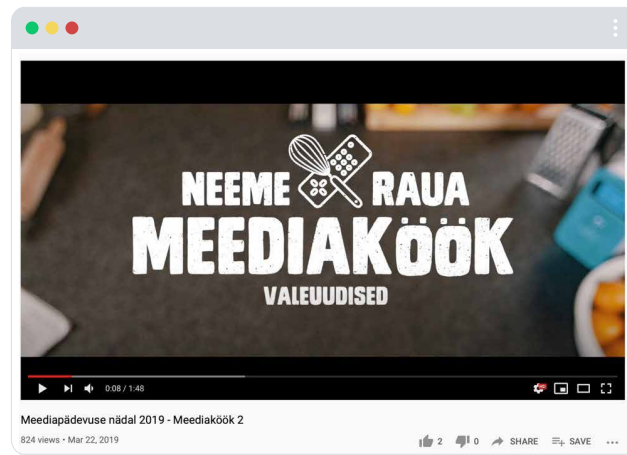
GRUPP 2:
<https://www.ajakiri.ut.ee/artikkel/3252>

NB!
Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantseid näiteid, arvestades koolitusel osalejate demograafilisi ja sotsiaalmajanduslikke omapärasid.

Seejärel tekitada arutelu suures ringis ja paluda, et iga grupi esindaja tooks välja kolm kõige olulisemat punkti. Suunava küsimusena võib koolitaja uurida, kuidas hindavad osalejad Eesti

elanike meediatarbimist ja -pädevust. Kuidas on seda võimalik parendada?

Tegevuse lõpetamiseks näidata lühivideot
<https://www.youtube.com/watch?v=eDHZbdnIKG4>



Handwriting practice area with a pencil icon at the top and 15 horizontal dotted lines for writing.

TEGEVUS 3

kuni 10 minutit ⌚

Individuaalne ülesanne „Kas tunned ära valeuudised?“. Iga osaleja avab oma nutiseadmes järgmise materjali, tutvub tekstiga ja teeb ära testi valeuudiste äratundmise kohta:

<https://novaator.err.ee/921452/test-tunne-ara-valeuudis>

Seejärel paluda osalejatel jagada oma muljeid, tulemusi ja tagasisidet.

NB!

Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantseid näited, arvestades koolitusel osalejate demograafilisi ja sotsiaalmajanduslikke omapärasid.



KOOLITUSE LÕPETAMINE / JÄRELDUSED

5 minutit

On mitmeid põhjusi miks inimene usaldab ja tarbib üht meediaallikat ent umbusaldab ega tarbi teist. Suuresti on see seotud ka psühholoogiaga. Üheks näiteks on nn motiveeritud arutluskäik. See on psühholoogiline nähtus, mis ilmneb siis, kui kriitilise hindamise asemel otsitakse võimalikult palju tõendeid, mis kinnitavad ja tugevdavad eelnevaid uskumusi, hoiakuid ja veendumusi. Meediatarbimises tingib see olukorra, mil käivitub

mehhanismiks kuidas vältida vastuolulist teavet ebamugavuste eest. See on sügavalt inimloomuses, see toimib alateaduslikult ja seda on keeruline kontrollida. Kõik me oleme mõnikord tugevalt motiveeritud otsima põhjuseid, millega õigustada oma valikuid või teatud tüüpi käitumist. Teades sellist psühholoogilist omapära, on seega võimalik suhtuda meediaallikatesse kriitilisemalt ja hinnata enda meediatarbimisega seotud riske.

Handwritten notes area with a pencil icon and horizontal dotted lines for writing.

1. TUND. UUDISTE VALIK, OBJEKTIVSUS JA TASAKAAL

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Koolitusel osalejad on teadlikud faktoritest, mis võivad mõjutada meediakanali sisu, ja oskavad selgitada, kuidas tekkivad toimetaja valikud ja otsused infomaterjali kajastamise ja kuvamise kohta.

KASULIKUD MATERJALID

- töölehed (tuleb eelnevalt ette valmistada);
- kirjutusvahendid (pastakad, värvilised markerid);
- pabertahvel koos paberlehtedega;
- arvuti ja ekraan, et näidata videoid.

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK (VÕIB KOHANDADA VASTAVALT SIHTRÜHMALE)

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Täna käsitleme faktoreid mis võivad mõjutada ajakirjanduses kajastatavate uudiste valikut ja meediatarbijatele kuvatavate infomaterjalide sisu. Üritame mõista millest lähtuvad toimetajad

oma otsuste langetamisel ja miks näeme enda sotsiaalmeedia kanalites palju meelepärase sisuga uudiseid.

TEGEVUS 1

kuni 15 minutit ⌚

Jagada kõigile eelnevalt väljaprintitud töölehed ja paluda täita näidetega esialgu vaid vasakpoolne veerg. Osalejad meenutavad hiljuti loetud-vaadatud-kuuldud uudiseid ja kirjeldavad seda

lühidalt (nt pealkirjaga) jagatud töölehel. Soovitav, et iga osaleja meenutaks 5-6 erinevat uudist / infokildu.

Hiljuti nähtud-kuuldud-loetud uudis	Miks otsustas toimetaja kajastada seda infot?
...	...
...	...

Seejärel selgitab koolitaja uudiste toimetamismehhanismi, näidates ettevalmistatud slaide.

Tutvustatud info alusel paluda osalejatel täita laialijagatud töölehel parempoolne veerg näidetega loetletud faktoritest, mis võisid mõjutada toimetaja valikut ja otsuste langetamist

- Hiinas toimunud maavärinas hukkus 352 inimest
- Riigikogu esimees teatas, et ei osale enam valimistel
- Töötus Eestis suureneb 20% võrra
- Eesti sportlased ei pääse laskesuusatamise maailmameistrivõistlustele
- Uuringus leiti, et 30% rinnavähi analüüsidesid on ebavajalikud
- Poolas toimuvad presidendivalimised
- Ott Tänak teatas, et abiellub uuesti
- Ligikaudu 2000 meeleavaldajat protesteerib Riigikogu ees uue maksuseaduse vastu
- USA teatab Süürias toimunud sõjakuritegudest

konkreetsete uudiste kajastamise puhul.

Tegevuse lõpetuseks näidata ekraanile loetelu uudistest ja paluda osalejail kiiresti pakkuda neile varem tutvustatud faktoritest sobivamaid.



TEGEVUS 2

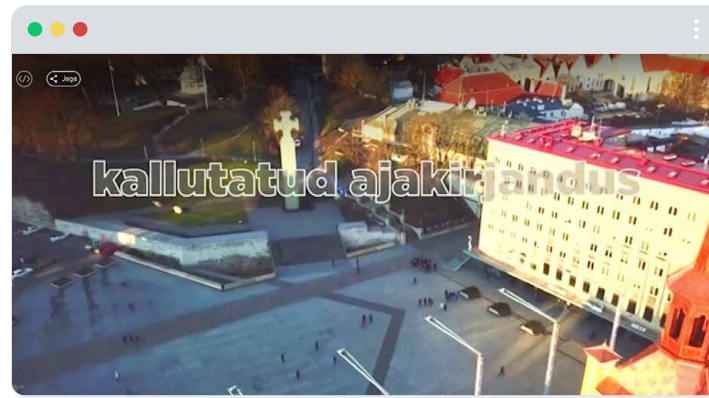
kuni 20 minutit ⌚

Näidata osalejale videot ja paluda vaadata seda tähelepanelikult.

NB!

Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantseid näited, arvestades koolitusel osalejate demograafilisi ja sotsiaalmajanduslikke omapärsid.

www.err.ee/media/video/1004285?contentId=1018655 ▶



Seejärel tekitada arutelu, küsides osalejalt tagasisidet vaadatud videole.

Paluda, et osalejad kommenteeriksid Eesti näidete põhjal uudiste objektiivsusega seotud väljakutseid. Üheskoos otsida vastuseid

küsimusele, miks on keeruline ent samas ka oluline tagada meediaväljaannete neutraalsus ja hoida tasakaal?



Toimetajad teevad regulaarselt keerulisi otsuseid. Toimetajad ja ajakirjanikud ei ole robotid, ka nemad on inimesed, keda mõjutavad erinevad faktorid – alates eraelust ja iseloomust lõpetades töökeskkonna, meediakanali poliitika ja meediatarbijate ootustega. Igal meediakanalil on terve rida põhimõtteid, millest lähtuvalt otsustatakse, milliseid uudiseid kajastada. Sellele lisanduvad ka sotsiaalmeedia algoritmid, mis

suuresti määravad meediatarbijale kuvatava info sisu. Algoritmid ei ole iseenesest ei halvad ega head. Tegemist on tehnilise vahendiga, et kaitsta meediatarbijaid infoülekülluse eest. Saime teadlikumaks täna omandatud teadmise võrra, et meie infovoogu mõjutab palju erinevaid faktoreid, millest sõltub, mida me lõpuks näeme, loeme ja kuuleme uudistes.

Handwriting practice area consisting of 15 horizontal dotted lines.

2. TUND. MEEDIAMAJAJE OMANIKUD

ÕPPETÖÖ EESMÄRK

- Osalejad õpivad tundma tänapäevase meedia omanikke, näiteks kellele kuuluvad mitmed ajalehed, uudis-teportaalid ja telekanalid, aga ka sotsiaalmeedia platvormid;
- Saavad aru, kuidas võivad (aga ei pruugi) omanikusuhted mõjutada väljaannete sisu;
- Õpivad tundma rolli, mida tehnoloogiagigandid mängivad otsustamisel, milline sisu meie ekraanidele jõuab;
- Saavad aru algoritmide rollist sotsiaalmeedias.

MATERJALID

- Paberposterid
- Markerid
- Posterid (valmista varem ette):
 - Telekanalid
 - Üleriigilised ajalehed
 - Kohalikud ajalehed
 - Raadiojaamad
 - Rahvusvahelised väljaanded
 - Sotsiaalmeedia kanalid
- Klepppaberid

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

PROTSEDUUR

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Eelmises tunnis rääkisime sellest, kuidas informatsioon jõuab meieni läbi väga erinevate platvormide, tehnoloogiate ja brändide. Mõned info edastajad, näiteks bloggerid, võivad olla väga

väiksed. Kuid kes tegelikult kontrollivad, milline informatsioon ja kuidas sinuni jõuab? Miks on see oluline?

TEGEVUS 1

15 minutit ⌚

Küsi osalejatelt: kellele kuulub meedia? Kes on need inimesed või ettevõtted, kellele kuuluvad:

- Telekanalid
- Üleriigilised ajalehed
- Kohalikud ajalehed
- Raadiojaamad
- Internetiteenuse pakkujad ja mobiilioperaatorid
- Facebook
- Instagram
- Snapchat
- Google
- Youtube

Kirjuta nende vastused suurele paberile või tahvlile.

Seejärel pane seinale järgmised postrid (ilma omanikke puudutava infota):

- Telekanalid
- Üleriigilised ajalehed
- Kohalikud ajalehed
- Raadiojaamad
- Rahvusvahelised väljaanded
- Sotsiaalmeedia kanalid

Jaga osalejad 2-3 liikmelistesse gruppidesse. Anna igale grupile ports post-it pabereid.
 Palu igal rühmal valida mõned kanalid ja väljaanded, mis neid huvitab. (Ära lase eri gruppidel otsida infot samade väljaannete kohta.)

Küsimused

- Mida te avastasite?
- Kes on suured rahvuslikud ettevõtted?
- Millised väljaanded kuuluvad ühele ja samale omanikule?

Palu igal rühmal otsida internetist nii täpset ja põhjalikku infot kui saab, kes on nende väljaannete omanikud. Aega selleks on 8 minutit. Kui info on olemas, kirjutavad osalejad selle post-it paberitele ning kleeбивad postritel õigesse kohta. Seejärel asetä postrid seinale ja tekita arutelu.

- Kas miski üllatas teid?
- Miks on oluline, kes on meediaväljaannete omanik?



JUTUPUNKTID

Osadele ettevõtetele kuulub üle riigi mitu väljaannet. Näiteks on sellised meediaettevõtted Ekspress Meedia (Ekspress Grupp) ja Postimees Grupp. Samuti võib näha, et osadele ettevõtetele kuulub väljaandeid eri meediumites: ajalehed, telekanalid, raadiojaamad. Suured sotsiaalmeedia-kanalid on aga vaid väga väheste ettevõtete omanduses. Facebookile kuulub ka Instagram ja Whatsapp, Google'ile YouTube.

Miks on see oluline? Mida vähem erisust on meediaomanike seas, seda vähem on reeglina ka mitmekülsust meediasisus ja vaadatel, mida edastatakse. Kas omanikud saavad otsustada, mida väljaanne avaldab või kuidas nad seda teevad? Või kas selline võimalus on reklaamistjatel? Vaatame seda läbi väikse harjutuse lähemalt.

TEGEVUS 2 **10 minutit** ⌚

Jaga osalejatega järgmisi näiteid. Küsi neilt, kuidas nad käituksid, kui nemad oleksid toimetaja rollis.

1. Sa oled jalgratastele pühendunud ajakirja toimetaja ning saad enda valdusse detailid uuest tootest, mida hoitakse veel salajas, aga mis tuuakse peatselt turule. Tootja on firma, kes on ajakirja jaoks oluline reklaamiklient. Ta ütleb, et kui sa paned artikli ajakirja, tühistab ta reklaamilepingu. Mida teed?
2. Töötad väljaandes BuzzFeed ja veebikaudu remondimehi vahendav ettevõtte TaskRabbit tahab, et avaldaksid kindla loo. Kuidas käitud?
3. Töötad mittetulunduslikult tegutseva podcasti juures. Üks saadet sponsoreerivaid ettevõtteid hakkab minema börsile. Kas peaksid tegema sellest loo? Kui teed, kas peaksid selles välja tooma enda saate (MTÜ) ja ettevõtte vahelise seose?

TEGEVUS 3

10 minutit 🕒

Küsi osalejatelt: Miks me otsisime üle-eelmise harjutuse ajal ka sotsiaalmeedia platvormide omanikke? Millist rolli mängib sotsiaalmeedia selles, milliseid uudiseid sa loed?

Selgita

Üha suurem osa inimestest on uudistega kursis läbi interneti. Ajakirjandusväljaanded sõltuvad lugejate saamisest üha enam sellest, kui palju inimesi leiab tee nendeni läbi Facebooki lingi või Google'i.

Jaga osalised gruppidesse, kus on maksimaalselt viis inimest. Lase neil vahetada omavahel telefonid ning surfata teineteise sotsiaalmeediakanalites. Anna selleks viis minutit.

Küsimused

- Miks on sinu hinnangul teiste inimeste *feed* nii erinev? (Parema tulemuse saamiseks võib küsida, kes avastas, et teise inimese sotsiaalmeedias avaneb hoopis teine pilt.)
- Kuidas sotsiaalmeedia sellise polariseerimise saavutab?

JUTUPUNKTID

Kui sa oled nagu suur osa teisi inimesi, siis on su sotsiaalmeedia haare nii suur, et sa ei jõuaks mitte kuidagi lugeda kõike, mida keegi on postitanud. Sotsiaalmeedia kasutab algoritme, et analüüsida, mis sulle meeldib ja mida sa tõenäoliselt loed või millele reageerid (like, kommentaar jne) tulevikus. Seejärel näitavad nad sulle just seda sisu, mille kohta nende arvates on sul suurim huvi. Algoritm võib arvestada näiteks, kui vana on see postitus või artikkel, kes on

selle jagaja ja kui palju oled sa temaga suhelnud varasemalt. Ka Google ja teised otsingumootorid annavad isikustatud vastused sinu otsingutele: sinu Google'i tulemused võivad olla täiesti erinevad sellest, mida saavad su sõbrad. Sellist isikustatud lähenemist nimetatakse "filtrimulliks (ingl k filter bubble)", sest selle tulemusena elame justkui mulli sees, kus peamiselt näeme sisu, mis kattub meie enda eelistuste ja seisukohtadega. See aga kahandab mitmekülgust.

KOKKUVÕTE

5 minutit

Nagu nägime, on meediaettevõtete omanike hulgas võrdlemisi vähe mitmekülgust. Selle üle tasub mõeldukalt mures olla, sest see võib mõjutada, milliseid lugusid me näeme ja milliseid mitte. Kõige suuremat mõju võib omada see, kui suur osakaal lugejatest tuleb gigantidelt nagu Google ja Facebook, sest nende algoritmid otsustavad, mida sa näed, nii, et sa ise ei ole teadlik sellest, mida sa El näe. Google'i ja Facebooki käes on ka võimalus

algoritmi muudatuste kaudu mõjutada otseselt meediaväljaannete majanduslikku käekäiku. Kui Facebook otsustab hakata näitama oma kasutajatele vähem päris ajakirjandusväljaannete artiklitele linkivad postitusi, siis kahaneb nende väljaannete loetavus. Lisaks liigub järjest suurem osa reklaamirahast kohalikul meediaturul sotsiaalmeedia kanalitesse, mis taaskord tähendab, et ajakirjandust tegevad ettevõtted peavad hakkama saama väiksema rahaga.



2. OSA

Eksitavad uudised ja
manipuleerimine

1. TUND. EKSTAVA TEABE TÜÜBID

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Koolitusel osalejad on teadlikud väärinfo olemusest ja tõega manipuleerimise viisidest, oskavad neid ära tunda ja mõistavad enda rolli valeinfo levitamise tõkestamisel.

KASULIKUD MATERJALID

Arvuti ning suur ekraan slaidide ja videote näitamiseks (oleneb näidete valikust)

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK (VÕIB KOHANDADA VASTAVALT SIHTRÜHMALE)

Sissejuhatus 5 minutit ⌚

Tänasel koolitusel käsitame meedias leviva väärinfo tüüpe ja uurime väärinfo levitamise tagajärgi, selleks et paremini aru saada, kes ja kuidas peaks panustama valeinfo levitamise tõkestamisse. On mitmeid viise ja ka põhjusi tõega manipuleerimiseks ja vale levitamiseks. Siinjuures on oluline kavatsus ehk konkreetse teo sihilikkus ja tahtlikkus. Kui väärinfo

(desinformatsiooni) puhul peab rääkima eesmärgipäraselt ja sihtotstarbeliselt loodud ja levitatud teabega, mille taotlevaks tulemuseks on mõjutada, siis lihtsalt eksitav info (misinformatsioon) on selline teave, mis on sisu poolest küll vale või eksitav, kuid tuleneb tahtmatust eksimusest. Selle taga võib olla rumal viga või labane ebaprofessionaalsus.

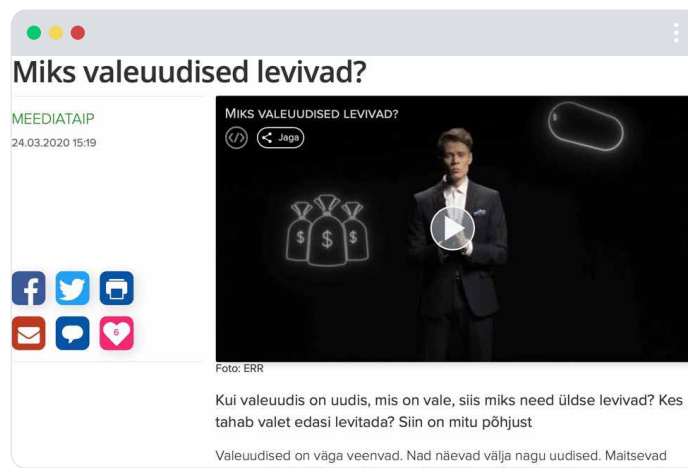
TEGEVUS 1

kuni 10 minutit ⌚

Harjutus „Neli nurka“. Koolitusruumi eri nurkadesse asetada eelnevalt ettevalmistatud pealkirjastatud sildid „VÄGA NÕUS“, „PIGEM NÕUS“, „PIGEM EI OLE NÕUS“, „EI OLE ÜLDSE NÕUS“. Seejärel näidata ekraanile 6 sõnumit ja paluda koolitusel osalejatel liikuda nurka, milles oleva sildi pealkiri vastab nende seisukohale näidatu osas. Selle abil on võimalik hinnata kuivõrd suur osa grupist on nõus (või ei ole nõus) väljapakutud väidetega.

Näidata osalejatele videot:

<https://novaator.err.ee/1068170/miks-valeuudised-levivad>





NB!

Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantset

näited, arvestades koolitusel osalejate demograafilisi ja sotsiaalmajanduslikke omapärasid.

Kui video on vaadatud, siis paluda koolitusel osalejail anda grupiseselt sellele lühidalt tagasisidet. Vajadusel esitada suunavaid küsimusi: millest sõltub valeuudise levik? Kes ja miks soodustab valeuudise levitamist?

Ülesandejärgselt tuleb osalejaille toonitada, et väärinfo levitamise tõkestamisel on igaühel meist oluline roll, sest tavakasutajad ongi pahatihti need, kelle jagamise pärast levib üks või teine valeuudis, kuulujutt või mõni muu väljamõeldis. Samuti on selge,

et tänu sotsiaalmeedia algoritmidele ja bottidele (automatiseeritud arvutiprogrammid) toimub väärinfo levik kiirendatult moel. Siiski tasub meeles pidada, et meile kui meediatarbijale ja -jagajale langeb vastutus valeinfo levitamise eest, isegi siis kui seda tehti tahtmatult või teadmata. Kuivõrd väärinfo võivad olla ebameeldivad või koguni ohtlikud tagajärjed, siis sellesse ei tohi suhtuda kergemeelselt ja järelemõtlematult.

TEGEVUS 2

kuni 10 minutit ⌚

NB!

Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantset näited, arvestades koolitusel osalejate demograafilisi ja sotsiaalmajanduslikke omapärasid.

<https://services.err.ee/media/video/1029534>
(näidata kuni 00:50 ja seejärel küsida osalejate arvamust ning pärast näidata edasi).



<https://services.err.ee/media/video/1029533>
(näidata kuni 00:50 ja seejärel küsida osalejate arvamust ning pärast näidata edasi).

<https://services.err.ee/media/video/1029532>
(näidata kuni 01:00 ja seejärel küsida osalejate arvamust ning pärast näidata edasi).

Vaadatud ja kommenteeritud näidete alusel tutvustada osalejatele väärinfo põhitüüpe alljärgnevalt (esitatud ka slaidil eksitavuse tahte järgi kahanevas järjekorras):

- võltsitud sisu (täielik 100% väljamõeldis eksitamise ja kahju tegemise eesmärgil)
- manipuleeritud sisu (tõese kirjaliku või visuaalse infoga manipuleerimine petmise eesmärgil)
- petturlik sisu (katse jäljendada tõeseid allikaid)
- ebatõene kontekst (tõese info esitamine ebatõeses kontekstis)

- eksitav sisu (esitab valeandmeid)
- vale viide või seos (pealkiri, seletav tekst või visuaalne aspekt ei lähe loo sisuga kokku, nt kasutakse valeuudiste veenvuse tõstmiseks fotosid sündmustelt, mis pole looga endaga kuidagi seotud)
- satiir või paroodia (ei ole mõeldud kahju tekitamiseks, kuid võib inimesi eksitada. Võidakse kasutada agressiivset huumorit ja liialdusi ka arvamuste naeruvääristamiseks ning inimeste ja sõnumite kritiseerimiseks)



TEGEVUS 3

kuni 10 minutit ⌚

Näidata osalejatele videot ja palun seda kommenteerida lähtuvalt isiklikest harjumustest infojagamisel sotsiaalmeedias:

<https://menu.err.ee/1071485/kristel-aaslaid-juhendab-mida-postitada-sotsiaalmeediasse-ja-mida-mitte>



NBI

Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantсед

näited, arvestades koolitusel osalejate demograafilisi ja sotsiaalmajanduslikke omapärasid.

2. TUND. VANDENÕUTEORIID

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Koolitusel osalejad on teadlikud vandenõuteooria olemusest ja levinuimatest tüüpidest ning oskavad hinna-ta nende tagajärgedega seotud riske.

KASULIKUD MATERJALID

Arvuti ning suur ekraan slaidide ja videote näitamiseks (oleneb näidete valikust).

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK (VÕIB KOHANDADA VASTAVALT SIHTRÜHMALE)

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Täna koolitusel räägime väga huvitavast nähtusest, mida pahatihti kasutatakse tõe moonutamiseks ja inimestega manipuleerimiseks. Maailmas, sh Eestis on liikvel palju

vandenõuteooriaid, mis käsitlevad erinevaid teemasid – alates müstilistest mõrvadest ja tegelikest tragöödiatest kuni mobiilse 5G võrguni välja.

Näidata osalejatele järgmist lühivideot:

<https://www.youtube.com/watch?v=LKhbDDWKwdA>

Ja seejärel küsida, kas koolitusel osalejad on ise kokku puutunud mõne vandenõuteooriaga? Mis meediakanalis see toimus ja kas seda oli lihtne uskuma jääda? Miks?

Arutle:

- Mis võiks olla vandenõuteooriate tekkepõhjus? (Kas see võib põhineda intiemste hirmul, teadmatusel või soovil seletada midagi põneval ja salapärasel viisil?)
- Kas vandenõuteooriad peegeldavad tänapäeva maailma? Arvatakse, et vandenõuteooria muudab köitvaks asjaolu, et see ühendab kaks esmapilgul vastandlikku arusaama maailmast.



Eksperdid väidavad, et hindame allika usaldusväärsust kolme peamise kriteeriumi järgi. Esiteks, vaatame allika pädevust ehk tema üldist võimekust ning väljaõpet. Teiseks, hindame mis kasu meile allikalt saadud teadmisesest on. Kolmandaks, võrdleme kas jagame allikaga samu vaateid. Kas sellist lähenemist annaks rakendada vandenõuteooriate hindamise puhul?

Näidata osalejail järgmist videot ja paluda lühidat tagasisidet nähtule:

<https://tv.postimees.ee/6451238/nuud-on-selge-miks-tekivad-vandenouteooriad-ja-miks-me-neid-usume>



TEGEVUS 1

kuni 20 minutit ⌚



Paluda osalejail tutvuda oma nutiseadmetes järgmise artikliga:

<https://menu.err.ee/1032933/mida-eestis-usutakse-kolm-koige-levinumat-vandenouteooriat>

...ja seejärel paluda jaguneda väiksematesse gruppidesse. Iga väiksem grupp saab ülesandeks välja mõelda oma vandenõuteooria, järgides sealjuures põhilisi iseloomulikke jooni. Iga grupp tutvustab oma väljamõeldist ja teised saavad kommenteerida selle tugevaid ja nõrku külgi.

NBI

Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantseid

näiteid, arvestades koolitusel osalejate de-mograafilisi ja sotsiaalmajanduslikke omapärasid.



Kuivõrd vandenõuteooriad põhinevad eri müütidel, manipuleerivad tõega ja kuritarvitavad inimeste usaldust, võib neid pidada üsna ohtlikuks viisiks väärinfo tootmiseks ja levitamiseks. Kuigi on leidunud juhtumeid, kus vandenõuteoorial

võib olla tõepõhi, siis teadlik meediatarbija oskab skeptiliselt hinnata vandenõuteooriate olemust ega jaga seda koheselt enda sotsiaalmeedias.



Kui koolituse lõpus jääb aega, siis võib osalejaile näidata katkendeid sellest videost:
<https://www.err.ee/media/video/1040162?contentId=1080907>

Series of horizontal dotted lines for taking notes.

NAME IT
TO TAME IT

1. TUND. EMOTSIONIDE KONTROLL

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Koolitusel osalejad on teadlikud manipulatiivsetest võtetest, mida kasutavad sisuloojad meediatarbijate kõnetamiseks ja tugevate emotsioonide esilekutsumiseks, ning oskavad oma emotsioone juhtida.

KASULIKUD MATERJALID

Paber ja kirjutusvahendid (pastakad, värvilised markerid), arvuti ning suur ekraan slaidide ja videote näitamiseks (oleneb näidete valikust).

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK (VÕIB KOHANDADA VASTAVALT SIHTRÜHMALE)

Sissejuhatus 5 minutit ⌚

Täna räägime näitlikustamiseks mõeldud materjalidest, mis tekitavad meediatarbijal tugevaid emotsioone. On teada, et üks pilt räägib rohkem kui tuhat sõna. Pildil ja videol tekstist on suurem ja tugevam efekt lugeja või vaataja kõnetamiseks, visuaalne sisu jääb ka paremini meelde. Kõike seda võidakse ebausaldusväärse meedias kuritarvitada selleks et soodustada teravate emotsioonide esilekutsumist ja seega mõjutada inimeste käitumist. Selle pärast on väga oluline osata kirjeldada tekkivaid emotsioone ja aru saada

põhjustest, mis need esile kutsuvad. Kiirustamine on sel juhul kahjulik, sest ei luba süüvida ja hinnata teabesisu usaldusväärsust ja selle looja kavatsust. Nüüdisaegsed tehnoloogiad ja sotsiaalmeedia võrgustike algoritmide teevad asja veelgi keerulisemaks, sest võimaldavad visuaalset materjali kiiresti ja põhjalikult muundada ning soodustavad võltsitud teabesisu kiiret levimist. Sissejuhatus näitlikustamiseks näidata slaididel pilte küsitava sisuga.

TEGEVUS 1

kuni 15 minutit ⌚

Näidata koolitusel osalejatele rida pilte, mille sisu on kas manipulatiivne ja/või võltsitud / muundatud. Iga pildi järel paluda igal osalejal hinnata oma esmast emotsiooni alljärgneva algoritmi alusel:

Nimeta ja taltsuta!

- Suuna pilk ekraanilt või paberil eemale, ära enam pilti vaata
- Küsi endalt, mida ma nüüd tunnen?
- Ütle välja, mis on hetkel su tugevaim emotsioon, nimeta seda.

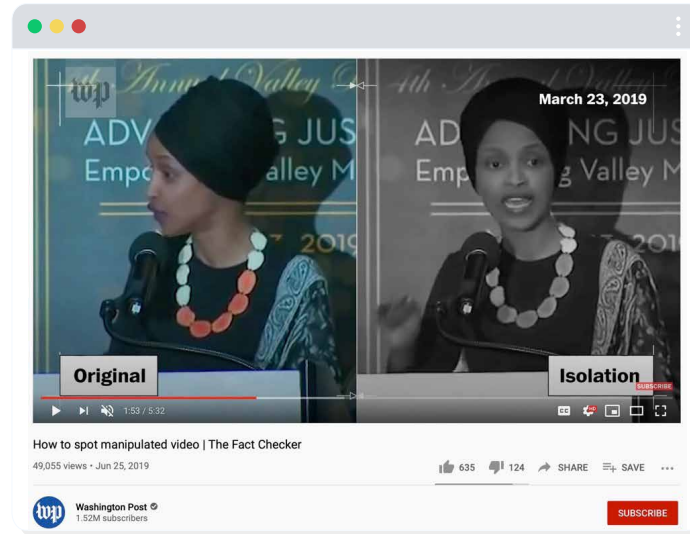
NB!

Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantseid näited, arvestades koolitusel osalejate demograafilisi ja

sotsiaalmajanduslikke omapärasid. Samuti tuleb arvestada, et mõni pilt võib osalejais tekitada vastakaid emotsioone.

Koolitajal tuleb selgitada iga näidatud pildi konteksti ja paluda osalejail kommenteerida nähtut, vastates küsimustele, mis võis olla sellise sisu looja / pildi moonutaja kavatsus ja kellele võiks olla kasulik tekitada meediatarbijais tugevaid emotsioone?

Enne järgmise ülesande andmist näidata osalejail järgmist videot ja paluda lühidat tagasisidet:
<https://youtu.be/RVrANMAO7Sc>



Ülesande lõpuks võib mainida, et tulevasel koolitusel pühendame aega ka õppimisele kuidas erinevate digitaalsete tööriistade abil (nt Google Reverse Image) hinnata piltide usaldusväärsust.

TEGEVUS 2

kuni 10 minutit ⌚

See on ülesanne tervele grupile. Näidata ekraanile rida pilte ja paluda igaühel kujundada seda enda kahelise žesti ehk füüsilise liigutusega, st paluda ümber kehastada vastavalt oma

sisetundele. Selleks ülesandes ei ole mõtet piirata osalejate fantaasiavabadust – mida loovamalt sellele lähenetakse, seda tõhusam on selle tulemus.

NB!

Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantseid näiteid, arvestades koolitusel osalejate demograafilisi ja

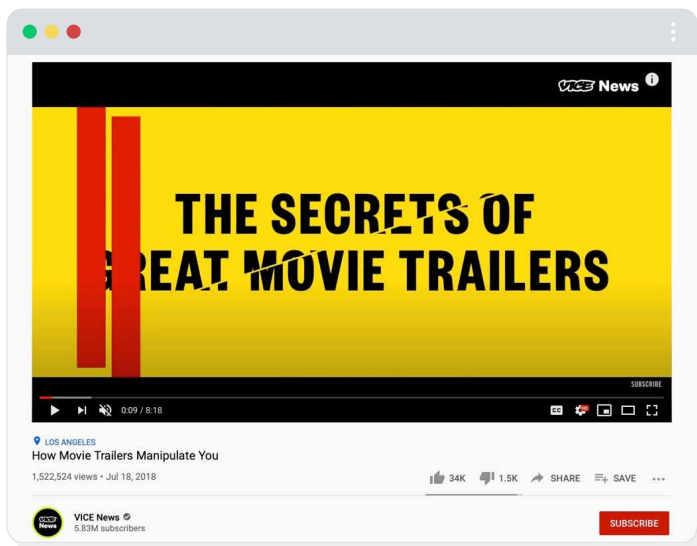
sotsiaalmajanduslikke omapärasid. Samuti tuleb arvestada, et mõni pilt võib osalejais tekitada vastakaid emotsioone.

Ülesande järel tutvustada osalejatele lühidalt inimese põhiemotsioone (slaidil) ja paluda tagasisidet nähtule.



Visuaalseid materjale, st pilte ja videoid kasutatakse pahatihti just selleks, et manipuleerida inimeste emotsioonidega ja kõnetada neid mõne võltsitud teabesisuga, panustades seeläbi

järelemõtlematusele ja soodustades valeinfo kiiremat levimist, sh sotsiaalmeedias. Teadlik meediatarbija oskab hinnata emotsionaalse sisuga materjale ega kiirusta neile reageerima.



Lõpetuseks võib näidata seda videot, et illustreerida manipulatiivseid võtteid tänapäeva filmiloomingus:
https://www.youtube.com/watch?v=a_jjzzgLARQ#action=share

Series of horizontal dotted lines for writing notes.



NAME IT
TO TAME IT

2. TUND. PEALKIRJADE MÕISTMINE

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Koolitusel osalejad on teadlikud klikimeedia toimimisest ja saavad aru, kuidas ja miks manipuleeritakse uudiste pealkirjadega, ning oskavad märgata ebatäpseid või kallutatud pealkirju enda sotsiaalmeedias.

KASULIKUD MATERJALID

- Paber ja kirjutusvahendid (pastakad);
- arvuti ja suur ekraan slaidide ja videote näitamiseks (oleneb näidete valikust);
- isiklikud nutiseadmed.

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK (VÕIB KOHANDADA VASTAVALT SIHTRÜHMALE)

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Täna sukeldume klikimeedia maailma ja uurime, milliseid pealkirju esineb meie meediakanalites – teles, veebis ja sotsiaalmeedias. Küsida, kuidas osalejad saavad järgmisest pealkirjast aru: pealkiri Saarte Hääles: “Koolitüdrukust saab Saaremaa noorim piimatootja”. Kas see on ebatäpne? Kallutatud? Ebausaldusväärne? Manipuleeriv? Intrigeeriv? Pärast lühikest arutelu lisada, et sellele pealkirjale klõpsates ja uudise avanedes muutub see pealkiri selgemaks ja “piimatootja” asemel seisab “piimakarjapidaja”.

Et klikimeedia eesmärgiks on saada rohkem klikke (see toob ka rahalist kasu), kasutavad paljud reklaamist sõltuvad väljaanded silmatorkavaid pealkirju püüdmaks meediatarbija tähelepanu. Küsida osalejalt kuivõrd sageli loevad nad pealkirjast edasi sügavamale? Kas see sõltub ka infoallikast? Milliseid pealkirju kohtab / näeb sagedamini sotsiaalmeedia infovoos? Kuna klikimeedia ja kallutatud pealkirjad võivad soodustada väärinfo levitamist, siis tasub alati analüüsida vastava teabesisu looja kavatsust püüda meediatarbija tähelepanu.

TEGEVUS 1

kuni 10 minutit ⌚

Näidata osalejatele slaididel olevaid näiteid erinevatest pealkirjadest ja paluda hinnata pakutud pealkirjade usaldusvärsust.

NB!
Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantseid

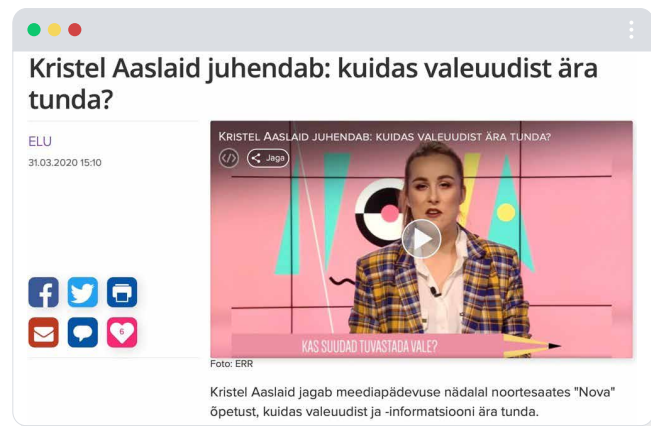
näited, arvestades koolitusel osalejate demograafilisi ja sotsiaalmajanduslikke omapärasid.

Arutelu suunavad küsimused:

- Milliseid sarnasusi või erinevusi olete täheldanud kallutatud pealkirjade puhul?
- Millistes infokanalites esineb sagedamini ebatäpseid või moonutatud pealkirju?

Pärast arutelu selgitada osalejatele 4 põhilist sarnasust kallutatud pealkirjade vahel:

1. Sõnastus, mis julgustab meediatarbijat infot edasi jagama sisse süvenemata;
2. Ekslik seos – peakiri ei peegelda osaliselt või täiesti artikli või infomaterjali sisu;
3. Lihtsustamine – peakiri kajastab vaid pealiskaudselt või ühepoolset keerulise infomaterjali sisu;
4. Väljamõeldis – täielikult võltsitud lugu: alatest pealkirjast lõpuni välja.



- Milliseid emotsioone üks või teine pealkiri tekitab?
- Miks sellised pealkirjad on meile atraktiivsed?
- Kuidas võiks pääseda sellest lõksust?

Meenutagem kuidas suunata oma tähelepanu ega lubada emotsionaalset infojagamist:

Nimeta ja taltsuta!

- Suuna pilk ekraanilt või paberil eemale, ära enam pilti vaata.
- Küsi endalt, mida ma nüüd tunnen?
- Ütle välja, mis on hetkel su tugevaim emotsioon, nimeta seda.
- Mõtle enne jagamist!
- Nimeta ja taltsuta oma emotsioone!
- Mõtle isiklikule vastutusele. Igaüks, sh sina, on väravavaht kes ei luba väärinfot sisendada meie inforuumi ja seal levima hakata!
- Teadvusta endale, et ka sina ei või ilmselt kõike teada.
- Kontrolli info sisu, selle allikat ja hinda usaldusvärsust!
- Kui ei ole 100%list veendumust ega kindlust, siis ära jaga!

Seejärel näidata järgmist videot:

<https://menu.err.ee/1071051/kristel-aaslaid-juhendab-kuidas-valeuudist-ara-tunda>

TEGEVUS 2

kuni 20 minutit ⌚

Paluda osalejail kasutada oma nutiseadmeid ja leida neljast erinevast infokanalist näiteid erinevate pealkirjade kohta mis torkasid silma ja tõmbasid tähelepanu. Oluline, et osalejad kasutaksid just neid infokanaleid mida on nad harjunud tarbima

igapäevaselt (sotsiaalmeedia, veebilehed jne). Igaüks leiab 4 erinevat näidet ja paneb need paberile kirja. Seejärel palub koolitaja tutvustada ükshaaval kõige silmatorkavamaid pealkirju ja selgitada selle tausta.



Kiireneval infoajastul on meediatarbija tähelepanust saamas omaette väärtus, mille pärast toimub raevukas võitlus. See on seotud nii raha teenimise kui ka mõjutusvõtetega. Teadlik meediatarbija oskab eristada eksitavaid, kallutatud,

manipuleerivaid ja ebatäpseid pealkirju ega jaga edasi kahtlusi tekitavat infot. Enne oma hinnangu andmist või arvamuse kujundamist ei piirdu teadlik meediatarbija üksnes uudise pealkirjaga ja süveneb teabesisusse.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



2. osa. Eksitavad uudised ja manipuleerimine. B. Emotsioonide roll
3. TUND. ANDMED JA NENDE PRIVAATSUS, ALGORITMID

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

- Osalejad õpivad aru saama, miks kasutab ajakirjandus teinekord anonüümseid allikaid ning millistel juhtudel on see põhjendatud ja millistel mitte.
- Õpivad, mida tähendab anonüümsus internetis ning saavad aru, mis on anonüümsuse miinuspooleks.

KASULIKUD MATERJALID

- Interneti ligipääsuga arvutid või telefonid
- post-it klepppaberid ja pastakad või tahvel ja marker.

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Ajakirjandus kasutab oma lugudes ja artiklites tihti anonüümseid allikaid. Mõnikord antakse lugejale või vaatajale teada, et selline allikas on olemas ning teda ka kirjeldatakse - näiteks "kõrge valitsusametnik". Teinekord aga ei paista tekstist väljagi, et info või väite taga on keegi anonüümne inimene. Paljudel juhtudel on anonüümsete allikate kasutamine vajalik ning põhjendatud,

et teinekord on see hoopis vastupidi ning anonüümse allika kasutamine tähistab hoopiski laiska ajakirjandust. Anonüümsust käsitleb ka Eesti ajakirjanduseetika koodeksi punkt 3.4 ütleb, et "ajakirjandusel on moraalne kohustus kaitsta konfidentsiaalseid informatsiooniallikaid". See punkt kaitseb ühtlasi ka anonüümseid allikaid.

SOOJENDUS

10 minutit ⌚

Küsi osalejatelt, millistel põhjustel kasutab ajakirjandus anonüümseid allikaid. Iga põhjus (nt allika julgeolek, hirm jääda ilma tööst, alaealise kaitse) kirjuta kas tahvlile või eraldi klepppaberile.

Küsimus vestluse arendamiseks

- Miks on anonüümsete allikate kasutamine ajakirjanduses ohtlik?

- Milliseid reegleid peaks toimetus selliste allikate puhul kasutama?
- Milline on vahe anonüümsetel ja konfidentsiaalsetel allikal?

Konfidentsiaalse allika puhul on ajakirjanikul ja reeglina tema toimetajal teada, kes täpselt see allikas on. Nad teavad allika nime, tausta ja põhjust, miks ta esineb loos ilma oma nime ja näota. Hea tava on ka artiklis põhjendada, miks on otsustatud jätta nimi varjatuks. Anonüümse allika puhul aga ei tea ka ajakirjanik, kes see inimene

on. Selliseid allikaid on tegelikult väga harva ning nende kasutamisel peavad ajakirjanikud olema eriti ettevaatlikud, et allikas neid ära ei kasutaks. Anonüümsete allikad on näiteks osade suurte andmelekete (Panama Paberid) taga. Nad on info algallikad, aga neid ei kasutata artiklite kirjutamisel hinnangute ega kommentaaride andjatena.

Palu osalejatel lugeda läbi artikkel anonüümsest reklaamikampaaniast Facebookis.

Küsimused aruteluks

- Miks ei tohiks poliitiline reklaam ega poliitkampaniad olla anonüümsed?
- Kas erakonnad võiksid vastu võtta anonüümseid annetusi?
- Kas mõne erakonna noortekogu liikmed võiksid teha sotsiaalmeedias anonüümseid kontosid, et nende abil võimendada juhtpoliitikute sõnavõtte ning kritiseerida teiste parteide esindajaid?



KOKKUVÕTE

5 minutit

Nagu tänases tunnis nägime, kasutatakse meedias anonüümseid allikaid erinevatel põhjustel. Osaliselt pole võimalik ilma anonüümsete allikateta mitmeid teemasid piisavalt põhjalikult käsitleda. Teistel juhtudel aga võib anonüümse kasutamine

tähistada hoopiski ajakirjaniku laiskust. Ajakirjanduse hea tava on see, et alati kui sellist allikat kasutatakse, tuleb lugejale öelda, miks talle tagati anonüümsus. Kui seda tehtud ei ole, tasub ka lugejal olla ettevaatlik.



2. osa. Eksitavad uudised ja manipuleerimine. C. Stereotüübid

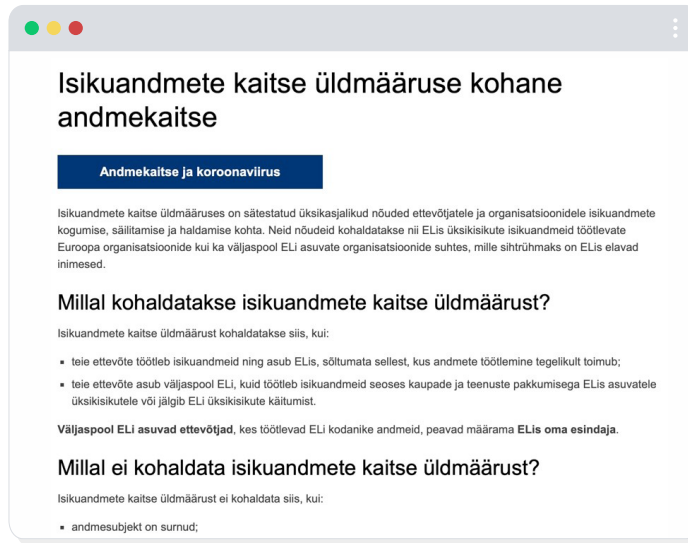
1. TUND. STEREOTÜÜPID JA EELARVAMUSED AJAKIRJANDUSES

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

- Osalejad õpivad aru saama, mida tähendab internetis privaatsuse mõiste ja kuidas see mõjutab nii tavalisi inimesi kui meediaväljaandeid.
- Oskavad hinnata, millistel juhtudel on privaatsuse nõue õigustatud ja millistel asjaoludel see nii ei ole.

KASULIKUD MATERJALID

- Interneti ligipääsuga arvutid või telefonid, võib välja printida ka GDPRi selgitava materjali:
https://europa.eu/youreurope/business/dealing-with-customers/data-protection/data-protection-gdpr/index_et.htm



PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Privaatsus on üks väga olulistest väärtustest, mis internetimaailmas on karme kaduma. Eksisteerib ütlus, et mis kord juba internetis on, see sinna ka jääb. See tähendab, me peaksime olema ettevaatlikud ning teadlikult otsustama, millist informatsiooni me enda kohta soovime veebis avaldada ja kellele selle nähtavaks teha.

Teisest küljest, puudutavad privaatsuse küsimused väga tugevalt ka meediaväljaandeid. Mõned aastad tagasi hakkas Euroopa Liidus kehtima isikuandmete kaitse üldmäärus ehk GDPR, mis seab isikuandmetega ringi käimisele väga selged piirid.

**JUTUPUNKTID**

10 minutit

Isikuandmete avaldamist reguleerib Euroopa Liidus isikuandmete kaitse üldmäärus ehk GDPR. See sätestab mõned olulised põhimõtted, mida peavad kõik ettevõtted, sealhulgas ajakirjandusväljaanded silmas pidama.

Isikuandmeid võib töödelda vaid väga kindlatel juhtudel. Neist kõige olulisema järgi peab see inimene teile olema selleks andnud oma nõusoleku.*

Ajakirjanduse võimalused isikuandmete avaldamiseks on siiski mõnevõrra laiemad. Teatud juhtudel võib ajakirjandus isikuandmeid avaldada ka ilma sinu nõusolekuta. Vaatame lähemalt, millistel juhtudel võib ajakirjandus isikuandmeid avaldada**:

1. Avalikustatakse poliitikute, kõrgete ametnike, ärimeeste, ajakirjanike ning teiste avaliku elu tegelaste andmeid. Siia alla käivad ka sportlased, muusikud-näitlejad ning niiõelda isehakanud staarid ehk juriidilises keeles ise oma käitumisega avalikkusele eksponeerivad isikud.

2. Kurjategijad, kahtlustatavad, süüdistavad.
3. Inimese ettevõtluse või kutsetegevusega seotud andmed ehk see, mis ei puuduta eraelu, vaid töist elu.
4. Inimene ise on enda kohta info meediale avalikustanud ning soovib seda hiljem tagasi võtta või kõrvaldada talle ebasobivaid kommentaare.
5. Erasisikute vaheline vaidlus suhtlusvõrgustikus või foorumis. See punkt puudutab sotsiaalmeediat.

HARJUTUS 1

10 minutit ⌚

Jaga osalejad 3-4-liikmelistesse gruppidesse ning anna igale rühmale analüüsimiseks üks näidisjuhtum. Need võivad olla nii fiktiivsed, kui pärineda viimase aja päris näidetest ajakirjanduses. Kas grupi hinnangul oli isikuandmete avaldamine õigustatud? Miks?

Juhtum 1: Traagilises tulekahjus hukub ühe pere kolm last.

Ajakirjandusväljaanne avaldab pere sotsiaalmeedia kontodelt pärit fotod, räägib naabrite ja sõpradega ning kajastab üksikasjalikult, millise perega tegemist oli.

Juhtum 2: Tuntud raadiohääli avaldab enda sotsiaalmeedialehel foto ja postituse kaalukaotusest. Meelelahutusväljaanne nopib selle üles, avaldab nii foto kui teksti, ent raadiohääle käest ei küsi nõusolekut ega kommentaari: https://kroonika.delfi.ee/news/inimesed/klops-brigitte-susanne-hunt-on-aastaga-vorrel-des-teinud-labi-meeletu-kaalukaotuse?id=89932369#cxrecs_s



* https://europa.eu/youreurope/business/dealing-with-customers/data-protection/data-protection-gdpr/index_et.htm#shortcut-0

** https://www.aki.ee/sites/default/files/dokumentid/meediavaidlusse_sekkumise_kriteeriumid_11.03.19.pdf

Juhtum 3: Kohalik ajaleht avaldab fotogalerii vallavanema abikaasast, tema kallitest käekottidest ning muudest aksessuaaridest. Vallavanem kaebab, et tema abikaasa ei ole avaliku elu tegelane ning see artikkel tuleks veebist maha võtta.

Juhtum 4: Ajakirjandusväljaanne avaldab detailse loo koolikiusamisest. Sõna saavad psühholoogid, lastekaitse spetsialistid ning politseiuurijad. Artiklis kirjeldatakse detailselt kolme juhtumit. Neis ei avaldata laste nimesid, kuid räägitakse, mis linnas ja mis koolis nad õpivad.



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

JUTUPUNKTID 5 minutit

Nagu näeme, on juhtumeid erinevaid. Eestis lahendab selliseid olukordi Andmekaitse Inspeksioon. Lisaks sellele on igal inimesel võimalus ka pöörduda kohtusse, kui neile tundub, et nende privaatsust on liialt rikutud. GDPR aga sätestab ka inimeste "õiguse olla unustatud". See annab

igale inimesele õiguse nõuda nii veebiväljaannetelt kui sotsiaalmeediaplatformidelt enda kohta käivate andmete kustutamist, kui avaldamisest on möödunud piisav hulk aega, andmete jätkuv avaldamine ei ole enam põhjendatud - näiteks, inimene ei ole enam avaliku elu tegelane.

HARJUTUS 2 10 minutit ⌚

Jaga taas õpilased väikestesse rühmadesse. Palu neil teha teineteise kohta internetiotsing ning avastada, millist infot nad kaaslaste kohta leiavad. Milliseid fotosid ja videoid, milliseid postitusi? Millist laadi muud infot? Kas leitud info hulgas on midagi, mis võib hiljem seda

inimest kuidagi kahjustada - näiteks, näidata teda piinlikus olukorras töövestlustel või kui millegi pärast hakkab tema vastu huvi tundma ajakirjandus?

Vestluspunktid ja küsimused

- Kas leidsite midagi ootamatut?
 - Kui te leide oma kaaslastele tutvustasite, kuidas ta reageeris?
- Internetis kehtib reegel, et mis kord seal on, see sinna ka jääb. Seetõttu tasub olla fotode, videote ja muu avaldamisel ettevaatlik.

Sotsiaalmeediakanalites tasub iga postituse eel kaaluda, kui avalikuks see postitus teha tuleks. Kas kõigile avatuks, ainult oma kontaktidele või veel väiksemale hulgale väga headele sõpradele ja perekonnale.

KOKKUVÕTE 5 minutit

Ehkki Eestis ja Euroopa Liidus kehtivad väga selged piirid, milliseid isikuandmeid saavad ettevõtted ja ajakirjandusväljaanded kasutada ning mis asjaoludel, on neis siiski mitmeid erandeid. See tähendab, et me peame ise olema ettevaatlikud ja ei tasu enda kohta avaldada infot, mis võib

hiljem meid kahjustada või näidata negatiivses valguses. Enne millegi sotsiaalmeediasse postitamist võiks küsida enda käest: kas ma oleksin valmis sama info, sõnumi, foto saatma lahtisel paberpostkaardil. Kui vastus sellele küsimusele on "ei", ei tasu seda postitada ka sotsiaalmeediasse.



3. OSA

Desinformatsiooni vastu
võitlemine

1. TUND. ALLIKA OTSIMINE

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Koolitusel osalejad on teadlikud kuidas hinnata meedia usaldusväärsust ja kuidas kontrollida infoallikaid.

KASULIKUD MATERJALID

- arvuti arvuti ning suur ekraan slaidide ja videote näitamiseks (oleneb näidete valikust)

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK (VÕIB KOHANDADA VASTAVALT SIHTRÜHMALE)

Sissejuhatus 5 minutit ⌚

Infokülluse ajastul on oluline mõista kuidas hinnata meediatüki usaldusväärsust ja ühtlasi ka mõõta enda usaldust ühe või teise infoallika suhtes. Meie usaldus ei ole nagu lüüti vaid meenutab pigem kiirusemõõjat. Sõltuvalt erinevatest saabuvatest signaalidest hindame loetava teabesisu usaldusväärsust ja meie mõõtja nool liigub piltlikult öeldes kas allapoole või ülesse. On vähetõenäoline et meil tekib täielik ülevaade teemast, sündmusest ja nähtusest, selle taustast, sellele kaasnevatest teguritest ja järgnevatest tagajärgedest. See tähendab, et ka meie usaldus teemat kirjeldava meediatüki suhtes ei saa kunagi olla 100% või 0% vaid pigem kõigub sõltuvalt meie oskustest hinnata teabesisu kvaliteeti ja usaldusväärsust.

Alljärgnevalt meenutame nii eksitamise kui ka tõe otsimise tehnikaid (slaidil).

Kokkuvõtvalt võib öelda, et need on olulised sammud iga uue, seni tundmatu meediatüki usaldusväärsuse hindamisel:

1. Kontrolli avaldamise ja loomise kuupäeva
2. Kontrolli esmaallikat
3. Hinda vastavust ajakirjanduseetikale ja -normidele
4. Kontrolli viiteid ja tsitaate
5. Kontrolli tõendeid
6. Küsi nõu ekspertidelt

TEGEVUS 1

kuni 10 minutit ⌚

Näidata järgmist videot: <https://etv.err.ee/1064705/covid-19-info-ja-allikakriitilisus> ja paluda osalejatel kommenteerida nähtut. Võib esitada suunavaid küsimusi – miks valeinfo levis kiiresti?

Kuidas oli võimalik hinnata info usaldusväärsust? Kas esitatud nõuannetest on kasu igapäevases elus?

NBI

Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantseid näited, arvestades koolitusel osalejate demograafilisi ja sotsiaalmajanduslikke omapärasid.



TEGEVUS 2

kuni 10 minutit 🕒

Paluda osalejail leida enda nutiseadmete abil 2 näidet värskestest artiklitest, mis sisu poolest refereerivad ehk jutustavad ümber mõnda teist lugu. Oluline, et osalejad kasutaksid just neid meediakanaleid ja sotsiaalmeedia võrgustikke kust nad on

harjunud igapäevaselt infot tarbima. Osalejad peavad kontrollima, kas leitud artiklites on õigesti viidatud esmaallikale, ja kommenteerima tulemusi.

TEGEVUS 3

kuni 18 minutit 🕒

Järgmise ülesande sisse juhatades on oluline toonitada, et allikakriitilisus on väga oluline nii tavaajal kui ka mõistagi just kriisioludes. Näidata osalejatele järgmist videot ja paluda igäühel kommenteerida seda eri infokanalite usaldusvärsuse hindamisest lähtuvalt:

<https://novaator.err.ee/media/video/1027036?contentId=1065628>

**KOOLITUSE LÕPETAMINE/ JÄRELDUSED**

3 minutit

Usaldus meediasisu ja infoallikate suhtes ei saa kunagi olla absoluutne. Teadlik meediatarbija oskab mõõta lugemise/vaatamise vältel saabuvaid signaale selleks et hinnata meediatüki/teabesisu usaldusvärsust. On oluline, et

emotsionaalse sisu puhul ei kiirusta reageerima või infot jagama, vaid rakendada tuleb „Nimeta ja taltsuta!“ tehnikat. Allikakriitilisus on üks oluline oskus teabesisu kvaliteedi kontrollimiseks.

2. TUND. TEABEALLIKATE JA VIIDATUD ALLIKATE KONTROLLIMINE

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Koolitusel osalejad on omandanud oskused, mille rakendamisel saavad hinnata meedias viidatud allikate ja kasutatud tsitaatide usaldusväärsust.

KASULIKUD MATERJALID

- arvuti ning suur ekraan slaidide ja videote näitamiseks (oleneb näidete valikust), eelnevalt väljaprintitud artiklid jagamiseks

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK (VÕIB KOHANDADA VASTAVALT SIHTRÜHMALE)

Sissejuhatus 5 minutit ⌚

Täna sel koolitusel vaatame, miks ja kuidas esineb meedias viidatud allikaid ja kasutatud tsitaate. Paljud ajakirjanikud toetuvad oma artiklites teiste ekspertide hinnangutele, sest ükski ajakirjanik ei saa olla spetsialist kõigis valdkondades. Mingis mõttes ajakirjanik sõltub lisaallikatest, milleks võivad olla teemakohased dokumendid

ja intervjuud. See tähendab, et nii ühe konkreetse artikli kui ka kogu meediaväljaande usaldusväärsus sõltub selles viidatud allikate kvaliteedist ja kasutatud tsitaatide korrektsusest. Nüüd ongi paslik teada, kuidas teadlik meediatarbija saab hinnata artikli usaldusväärsust infoallikate ja tsitaatide osas.

TEGEVUS 1

kuni 15 minutit ⌚

Paluda osalejail moodustada 3 väiksemat gruppi ja jagada igale grupile eelnevalt välja printitud artiklid. Paluda grupisiselt hinnata artiklites väljatoodud allikate ja tsitaatide usaldusväärsust.

Artikkel 1

www.err.ee/1086827/pohja-korea-ehitab-oma-tuumarakettide-jaoks-hiigelbaasi

Põhja-Korea ehitab oma tuumaraketide jaoks hiigelbaasi

VÄLISMAA
07.05.2020 14:01

Põhja-Korea näitas oma uut ballistilist raketi Hwasong-15 2018. aasta 8. veebruaril peetud paraadil. Autor/allikas: SCANPIX / AP

Põhja-Korea on pärast oma liidri Kim Jong-uni ja USA presidendi Donald Trumoi tuumaläbirääkimiste nuriumist asunud ehitama



Artikkel 2

www.delfi.ee/news/peavauudised/eesti/tanel-kiik-ideest-karistada-vaktsiinivastaseid-peresid-tuleb-moelda-kas-sanktsioonid-kahjustaks-last-veelgi?id=88215237

Artikkel 3

www.postimees.ee/6966222/juri-ratas-rail-baltic-laheb-taisvoimsusel-tana-edasi



NB!
Ülesande õnnestumiseks tuleb valida sihtrühmale relevantseid

näited, arvestades koolitusel osalejate demograafilisi ja sotsiaalmajanduslikke omapärasid.

Kuvada suurele ekraanile abistavaid küsimusi:

1. Kas artiklis viidatakse inimes(t)ele kes on sisuliselt infoallikad? Kuivõrd vajalik on see selles artiklis?
2. Kas kasutatakse erinevaid ja mitmesuguseid infoallikaid ja tsitaate või viidatakse läbivalt vaid ühele?
3. Kas artiklis viidatud allikas või kasutatud tsitaat on kirjeldatud täpselt, korralikult, põhjalikult?
4. Kuivõrd usaldusväärsed on viidatud infoallikad? Kas neid võiks kahtlustada sõltuvuses või tahtlikus tõe moonutamises?
5. Kas infoallikad ja tsitaatide autorid on nimetatud või on need anonüümsed? Kas anonüümsus on arusaadavalt argumenteeritud?
6. Kas tsiteeritud inimesel on ka tõendusmaterjali oma sõnade kinnitamiseks? Kas ta on tunnustatud ekspert või autoriteetne spetsialist sel teemal?

Seejärel paluda iga grupi esindajal kommenteerida näiteid, ja arutada suuremas ringis.

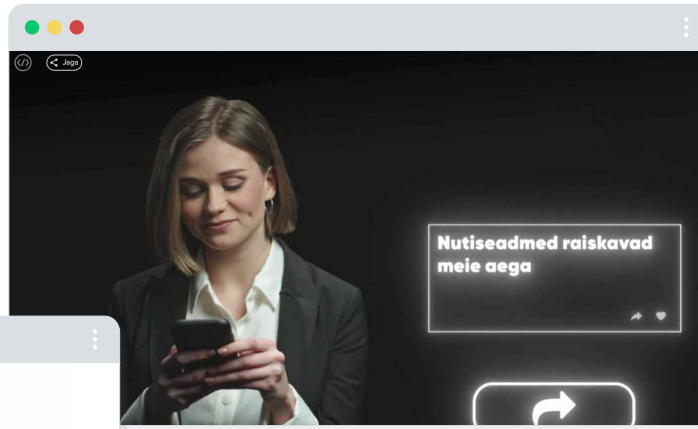


TEGEVUS 2

kuni 20 minutit ⌚

Näidata koolitusel osalejatele järgmist videot:

<https://novaator.err.ee/media/video/1029931?contentId=1068977>



ja pärast selle vaatamist jagada kolmele grupile järgmised artiklid:



Artikkel 1:

<https://arvamus.postimees.ee/2667416/tonu-runnel-uutmoodi-allikakriitika>





Artikkel 2
<https://lugejakiri.ee/kehakeeleekspert-peaminister-juri-ratas-poeb-toenaoliselt-stockholmi-sundroomi/>

Artikkel 3
<https://objektiiv.ee/reuters-hiina-siseraport-hoiatab-maailma-viha-eest/>

Arutlege grupisiseselt selle üle, milliseid võtteid võidakse veel kasutada infoallikate ja tsitaatidega manipuleerimiseks.



KOOLITUSE LÕPETAMINE / JÄRELDUSED

5 minutit

Erinevaid uudiseid liigub virtuaalses keskkonnas äärmiselt palju. Miks on allikakriitilisus oluline ning kuidas valeinfot ära tunda? Selleks, et valesid otsuseid vältida, tasub informatsioon koguda vaid kontrollitud infoallikatest. Teadlik meediatarbija

oskab hinnata, kuivõrd usaldusväärsed on ühes või teises artiklis viidatud allikad ja kas kasutatud tsitaadid on õiged. Kahtluse korral tuleb infot kontrollida ega kiirustama seda jagama.

Handwriting practice area with a pencil icon at the top and horizontal dashed lines for writing.

3. TUND. FAKTIDE JA TÕENDITE KONTROLLIMINE

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Osalejad:

- Õpivad, kuidas kontrollida selliseid tõendeid nagu näiteks statistika, mida esitatakse nende poolt tarbitavates uudistes või meedias.
- Oskavad hinnata faktikontrollijate väärtuslikku verifitseerimistööd ning kuidas faktikontrollijate poolt tehtud töö kasutamine võib säästa osalejate aega ja vaeva.

KASULIKUD MATERJALID

- pastakad ja paberid ajurünnakuks
- interneti ligipääsuga arvutid
- tõendite kontrollimise abimaterjal
- lihtsate faktikontrollimise tööriistade abimaterjal

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Üks võimalus, kuidas hinnata seda informatsiooni, mida sa loed, on esitatud tõendite kontrollimine. See hõlmab informatsiooni otsimist allikatest, mille usaldusväärsuses sa oled kindel. Andmed ja statistika on üks tõendite liike, mida "kuritarvitatakse"

sageli. Õnneks on seda ka küllalt lihtne ise kontrollida. Küsi, kas kellelgi on omast kogemusest jagada näiteid artiklitest või lugudest, kus on jagatud kahtlast statistikat.

MILLEST RÄÄKIDA

5 minutit

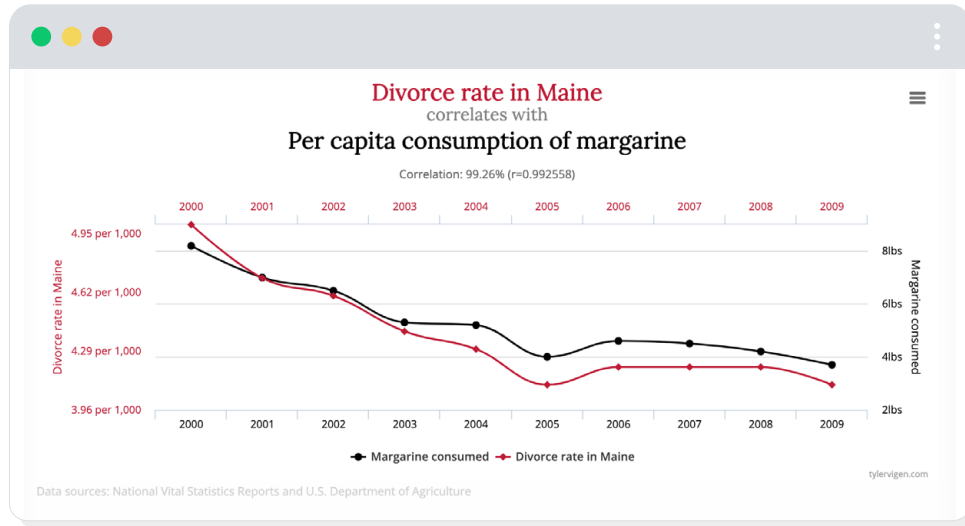
Mõned näited ebatõesest või kaheldava väärtusega statistikast räägivad näiteks eeslite põhjustatud surmadest; laialt levinud väärarusaamast, et me kasutame vaid kümnet protsenti oma

ajust ja kriminaalstatistikast.

Võib näidata BBC 1,5 minuti pikkust **faktikontrolli** väitele, et mõrvade arv Londonis on kasvanud suuremaks kui New Yorgis.

Samuti võib peatuda seostamistel: kui kaks erinevat statistilist rida jooksevad samas rütmis, siis kas see tähendab, et nende vahel on seos? Kas margariini väiksem tarbimine vähendab lahutuste arvu? Osalejate elavdamiseks võid näidata veel selliseid **korrelatsioone**.





TEGEVUS 1

15 minutit ⌚

Korda üle järgnev taktika, kuidas tõendeid kontrollida. Kasutada võib neist ühte või mitut korraga.

1. Mõtle numbrite peale, mida artiklis esitatakse. Kas need on loogilised?
2. Kui loos esitatakse info algallikale link või öeldakse selle nimi, püüa sealt leida nimetatud dokument.
3. Kas see dokument ka tegelikult ütleb seda, mida artiklis väidetakse?
4. Küsi, kas dokument või algallikas on piisavalt kvalifitseeritud, et nimetatud infot esitada?
5. Kui kahtlused jäävad üles, proovi ise leida usaldusväärne allikas, et infot kontrollida.
6. Guugelda või otsi selle organisatsiooni kodulehelt vajaminevat infot.

Tõendite kontrollimise abimaterjal

Siin on mõningad prestiižsed allikad, mille abil on võimalik erinevat infot kontrollida:

Iseek: spetsiaalne otsingumootor, mis aitab otsida akadeemilist infot tuhandete eelnevalt heaks kiidetud allikate (ülikoolid, valitsused, mittetulunduslikud organisatsioonid) seast.

CIA World Factbook: faktid riikide, nende rahvaste, ajaloo, valitsuse ja majanduse kohta, nende lipud ja kaardid.

World Bank Data: tasuta ligipääs suurele hulgale andmetele, mis puudutavad globaalset arengut

Statistikaamet: Eesti riiki ja ühiskonda puudutavad andmed.

Andmebaasi kõrval pakub statistikaamet ka üldisemat ülevaadet erinevate kategooriate kaupa.

Eurostat: Euroopa Liidu riikide statistika, mis pakub ka riikidevahelist võrdlust

Kuritegevuse statistika: justiitsministeeriumi loodud andmebaas kuritegevuse ja kriminaalmenetluste statistikaga

Valimiskomisjon: detailne statistika kõikidest Eestis toimunud valimistest alates 1992. aastast

Riigikogu: riigikogu tegevuse, hääletuste, sõnavõttude ja muude toimingute ülevaade

Eesti Pank: põhjalikud andmed kõige kohta, mis puudutab Eesti majandust ja rahandust



Palu osalejatel jaguneda väikestesse gruppidesse ning vaadata järgnevaid näiteid. Iga näite puhul peaksid nad otsustama, kas ja kui, siis milliseid kontrolltegevusi nad tõendite kogumise abimaterjalist ette võtma peaksid. Seejärel tuleks valida taktikate nimekirjast, milliseid võtteid info kontrollimiseks kasutada.

1. Eurojackpot 90 000 000 eurot jagatud Eesti elanike arvuga 1 300 000
Kõik saavad 6900 eurot
Vaesus likvideeritud!
2. "Indoneesia on elanike arvult maailma neljas riik."
3. "Tapmiste arv on viimase nelja aastaga Eestis märgatavalt kasvanud."

JUTUPUNKTID

5 minutit

Osalejad pidanuks jõudma selliste tulemusteni:

1. Vale: matemaatika ei päde. Kui teha sama tehe kalkulaatoril üle, ilmneb, et iga eestlane saaks ainult napilt üle 69 euro. Rohkemat kontrolli ei olegi vaja teha. Aga tasub ka silmas pidada, et Eurojackpot on üle-Euroopaline lotto: miks peaks selle jackpot jagatama vaid ühe riigi inimeste vahel?
2. Tõene: selle info leiab näiteks CIA World Factbookist.
3. Vale: uuri kuritegevuse statistikat (baromeeter) ja leiad seal registreeritud kuriteod 2016-2019 faili, mis ütleb, et tapmiste arv on hoopis märgatavalt vähenenud.

TEGEVUS 2

10 minutit ⌚

Nagu näha, võib tõendite kontrollimine olla küll tasuv töö, aga see võtab ka üksjagu palju aega. Just seetõttu on faktikontrollijate töö hindamatu väärtusega. Nad kontrollivad väiteid selleks, et sina leiaksid end huvitava vastuse kiiresti.

Paljud inimesed seostavad faktikontrollimist vaid poliitikaga. Tegelikult aga on nende tööpõld palju laiem. Näiteks kontrollivad ja lükkavad faktikontrollijad ümber infot, mis puudutavad kuulsuste

elu, teadust, igasugu pettusi ja imeväiteid.

Palu osalejatel väikestesse gruppidesse jagunenult vaadata järgmisi faktikontrollimisele pühendunud veebilehti. Nad peaksid ühelt neist valida neid köitva faktikontrolli ning arutama, kuidas nemad sama väite kontrollimisele läheneksid. Seejärel peaksid nad vaatama, milliseid meetodeid kasutati faktikontrollis ning mille poolest need erinevad.

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Osalejad:

- Kontrollivad sotsiaalmeedias jagatud artiklite algse avaldamise kuupäevaid
- Õpivad kasutama tööriistu nagu Wayback Machine, mis aitavad neil avaldamiskuupäevaid tuvastada
- Õpivad, kuidas kasutada arhiveerimistööriistu, et saada aru, kas artiklit on aja jooksul muudetud

KASULIKUD MATERJALID

- pastakad ja paber
- projektor
- interneti ligipääsuga arvutid

PLANEERITUD AEG

30 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Selles tunnis harjutame “Name It to Tame It” (nimeta, et ohjeldada emotsioone) põhimõtet, mis aitab meil enne mõnele uudisele reageerimist võtta hetkeks aeg maha. Me kontrollime

artiklite avaldamise algseid kuupäevaid ning õpime kasutama veebiarhiive, et leida lugude vanemaid versioone. See aitab meil aru saada, kas aja jooksul on artiklitesse tehtud muudatusi.

MILLEST RÄÄKIDA

Me kaldume eeldama, et kõik, mida me sotsiaalmeedias või uudistes näeme, on “uus”. Kui aga sündmus, mida selles sisus kirjeldatakse, juhtub tegelikult aastaid tagasi, asetab see sündmuse hoopis teistsugusesse konteksti ning võib muuta,

kuidas me sellesse suhtume. Sotsiaalmeedias lähevad sageli ringlusse vanad lood. Seega peaks su esimene tegevus olema vaadata, millal kõnealune lugu tegelikult avaldati. *

TEGEVUS 1

10 minutit ⌚

Palu osalejatel vaadata järgnevaid näiteid ning arutage neid ükshaaval. Palu iga näite puhul kasutada “Name It to Tame It” põhimõtet.

“Nimeta ja märka” sammud:

1. **Pea pausi:** pööra pilk ekraanilt või paberilt eemale.
2. **Küsi:** mida ma tunnen?
3. **Vasta iseendale:** millist emotsiooni sa tunned?

Seejärel avalda iga postituse avaldamiskuupäev ja küsi: kuidas su tundeid mõjutab see, kui saad teada, et tegemist on vana ning “taaskasutusse” läinud looga? Kuidas muudab see uudise tähendust?

1.
Vastus: Tegelikult suri Ferdinand Veike juba 2015. aastal.



2.
Vastus: Tegelikult pärineb tormihoiatus 2019. aasta detsembrist. Sedasi Facebookis jagatud postituselt ei paista algse artikli avaldamise kuupäev aga välja.

TEGEVUS 2

5 minutit ⌚

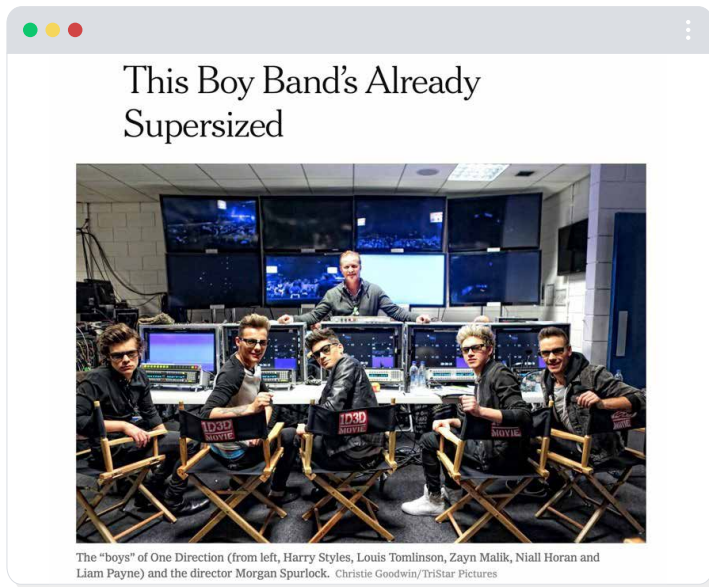
Selgita, et hakkame kasutama interneti arhiveerimistööriistaid, et uurida meediat. Selgita, et selliste tööriistade nagu Internet Archive eesmärk on säilitada ja arhiveerida veebis loodud sisu. Nende abil saavad inimesed minna ajas tagasi ning leida sisu, mis võib olla tänaseks kas muudetud või isegi kustutatud. Selliste tööriistade abil saab ka näha, millal konkreetne sisu avaldati. (Kasutasime seda, et arhiveerida lugusid, mida kasutame näidistena siin kursusel.)

Selgita, et inimesed saavad kasutada Wayback Machine'i selleks, et leida vana sisu ja salvestada veebilehti või artikleid ise. Lehed nagu archive.is lasevad inimestel leida vana sisu ning salvestada praegu üleval olevat.

Lingid:

1. <https://archive.org/>
2. <https://archive.org/web/>
3. <http://archive.is/>

Tee kiire demo Wayback Machine'is otsimisest ja archive.is-ist. Saad kasutada näidistena seda [New York Timesi artiklit](#), mille osas viis ajaleht hiljem sisse paranduse. Seda artiklit on huvitav uurida, sest sellesse on kaks parandust ning sel on ka erinevad avaldamiskuupäevad trüki- ja veebiväljaannetele.



◀ Lase igapäev omaette avastada Wayback Machine'i ja archive.is-i ning kontrollida erinevaid artikleid või teemasid, mis neid huvitab.



TEGEVUS 3

5 minutit ⌚

Palu võtta välja oma nutiseade ja uurida, milline oli veebiväljaanne Delfi eri aegadel. Mida avastatakse? Arutle selle

üle, et ka sisu, mida arvad, et enam kätte saadav ei ole (vanad blogid) on tegelikult võimalik leida.

KOKKUVÕTE

5 minutit

Esimese sammuna tuleks kontrollida avaldatud postituse või artikli kuupäeva. Kui see lugu ei kajasta tegelikult värskeid sündmusi, siis kuidas muudab see lugejas tekitatavat emotsiooni? Wayback Machine'i ja archive.is-i laadsete tööriistade kasutamine aitab meil uurida mitte ainult interneti ajalugu, aga samuti

mõne konkreetse artikli ajalugu. See aitab otsustada, kudas artikkel avaldati või kudas - kui üldse - seda muudeti näiteks mõne vea parandamiseks. Ka faktikontrollijad kasutavad sellist laadi informatsiooni ning sa võid aja säästmiseks otsida infot faktikontrollimisega tegelevatelt veebilehtedelt.

Nõuanne koolitajale

Võid julgelt kasutada teisi näidiseid või anda igapäevale eraldi teema, mida nende tööriistade abil uurida ja avastada.

Series of horizontal dashed lines for writing answers.

NAME IT
TO TAME IT

1. TUND. TAASKASUTATUD FOTOD JA VIDEOD

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Osalejad:

- Õpivad märkama, kui kasutatakse fotosid ja videoid, mis on varem juba ilmunud
- Tunnevad fotode tagurpidi otsimisel (reverse image search) end mugavalt ja oskavad leida, kas mõnele konkreetsele fotole on antud uus või vale tähendus

KASULIKUD MATERJALID

- arvutid

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Osa kõige salakavalamast interneti valeinfost levib fotode või videote vormis. Täna hakkame rääkima, kuidas nendega manipuleeritakse ja kuidas sina saad sellise manipulatsiooni tuvastada. Alustame sellest, et uurime fotosid, mis näitavad midagi muud kui see, mida meile nende näitamisega öelda tahetakse.

Fotode tagurpidi otsimine (soovitame kasutada ka inglise keelset väljendit *image reverse search*) ei pruugi alati anda lõplikku tulemust, ent see on üks kiiremaid ja kõige võimsamaid tööriistu, mis aitab tuvastada valeinformatsiooni ning peatada selle levikut.

Küsi osalejatelt

5 minutit

- Miks võiksid teie hinnangul just fotod ja videod olla eriti ohtliku valeinformatsiooni allikad?

JUTUPUNKTID

10 minutit

Mitmed uuringud on leidnud, et visuaalid suurendavad meie võimet informatsiooni talletada. See kehtib ühtviisi palju nii tõeste faktide kui ka väär- ja eksitava info kohta. Seetõttu peame meeles hoidma, et oleme eriti vastuvõtlikud valeinfole, kui vaatame fotosid või videot.

Fotode ja videotega saab manipuleerida mitmel erineval moel.

Mõned kõige levinumad neist on:

1. Autentset fotot mõnest isikust, asukohast või olukorrast kasutatakse, et näidata hoopis teist isikut, asukohta või sündmust.
2. Fotosid võltsitakse, et lisada või kustutada teatud osasid. Tavapäraselt tuntud kui photoshop-pimine.

3. Fotot kasutatakse selektiivselt, et maalida tegelikkusest moonutatud pilt. Näiteks võib fotodelt välja lõigata olulisi elemente, mis muudab või isegi pöörab vastupidiseks foto tegeliku tähenduse. Või on fotod iseenesest küll ehtsad, ent näitavad reaalsusest vaid väikest osa ning seetõttu väänavad tõde.



Järgmise paari tunni jooksul õpime just seda tüüpi valeinfot ning uurime, kuidas seda tuvastada.

Tänases tunnis keskendume esimest laadi valeinfole: fotode valesse konteksti asetamine.

Selliste pettuste osas oleme eriti haavatavad breaking news laadi sündmuste ajal. Näiteks pärast igat suurt massitulistamist, panevad trollid ringlusse koomik Sam Hyde'i fotod, väites, et just tema on kahtlustatav.

Näidised, mida saab kasutada:

Valeinfo levik pärast Las Vegase massitulistamist

Mees, keda trollid tembeldasid nii **Pariisi kui Nice'i** tapatalgute korraldajaks

Baltimore'i rahutuste kohta levinud valefotod

Koera pähe koju viidud ja pestud koer oli puhas valeinfo

Küsimused aruteluks

- Miks on see eriti problemaatiline?
- Millist rolli mängivad osade nende näidete puhul stereotüübid?

JUTUPUNKTID

Fotol olev Veerender Jubal sai nende postituste levimise ajal tapmisähvarduse, mis sisaldas tema kodusadressi ning telefoninumbrit.

2015. aastal Baltimore'i protestide ja mässu järel levis märatsemisest ohtralt valepilte.

Küsimused aruteluks

- Mis on selle näite juures nähtud valede puhul eriti kahjulik?

TEGEVUS 1

15 minutit ⌚

Nagu veebis oleva info puhul alati, tuleb kahte asja meeles pidada:

Esiteks,

"Nimeta, et ohjeldada" ("Name It to Tame It") sammud:

1. **Pea pausi:** pööra pilk ekraanilt või paberilt eemale.
2. **Küsi:** mida ma tunnen?
3. **Vasta iseendale:** millist emotsiooni sa tunned.

Teiseks:

Hooli, enne kui jagad (võib ka kasutada ingliskeelset levinud väljendit "care before you share"):

1. "Name It to Tame It!"
2. Võta vastutus. Pea meeles, et just sina oled informatsiooni väravavalvur.

3. Teadvusta, mida sa ei pruugi teada.
4. Kui sul on aega, kontrolli seda. Tee, mis võimalik, et informatsiooni verifitseerida.
5. Kui sa ei ole selle tõesuses jätkuvalt veendunud, ära jaga seda.

Kuidas me saame aru, kas fotole on antud vale kontekst? Selleks kasutame tööriista, mille nimi on "reverse image search" (fotode tagurpidi otsimine).

Palu osalejatel kasutada ühte järgnevatest meetoditest, et leida varaseim võimalik versioon fotost ning tuvastada, mida sellel kujutati. Kasutage ühte kahest allpool toodud näidist.

Palu neil kasutada ükskõik mis vahendit, mis neil käepärast on. Näiteks kui neil on taskus telefon, aga ei ole kaasas arvutit, las nad teevad ülesannet telefoniga. (iPhone'i kasutajatel peab olema installitud Chrome'i browser.) Kui klassis on kasutada projektor, saab kogu klass läbida ülesanded koos.

Vihjed koolitajale

Katseta eelnevalt kõikide klassis kasutatavate fotodega reverse image search läbi, et olla veendunud, et leiad kõnealuse foto kõik varasemad versioonid ja et ise protsessi mõistad. Selle harjutuse teeb keerulisemaks asjaolu, et kõik need fotod

on juba "ümber lükatud". Seetõttu ilmuvad otsingutulemustesse ka juba faktikontrolli läbinud tulemused. Palu osalejatel need tulemused kõrvale jätta ning jätkata varasemate versioonide otsimist neid tähele panemata.

Reverse image searchi sammud

Meetod A: Google Chrome

Reverse image search on kõige lihtsam, kui kasutad Google Chrome'i brauserit. Seejuures tuleb arvestada, et seda meetodit kasutades ei anta sulle tulemusi ajalisel järjekorras. Seetõttu on mõnikord TinEye kasutamine mõttekam (vaata allpool).

Sammud:

1. Tee fotol parem klikk. (Telefonis vajuta fotol, et avada see üle ekraani.)
2. Kliki "Search Google for image." (Mobiilis hoi a sõrme ekraanil ja vali sama.)
3. Keri ekraanil alla, kuni näed sektsiooni "Pages that include matching images".
4. Otsi kõige varasemat kuupäeva, mida näed (tulemused ei ole ajalisel järjekorras) ning samuti hoi a silmad lahti kõrgelt hinnatud ajakirjandusväljaannete osas.

Meetod B: TinEye

Seda meetodit saab kasutada hoolimata sellest, millist brauserit sa kasutad. See näitab ka foto kasutamise varasemat kuupäeva.

1. Salvesta foto, mida tahad kontrollida. (Telefonis hoi a sõrme fotol senikaua kuni näed võimalust see salvestada.)
2. Mine brauseris lehele tinEye.com
3. Vali "upload image" ja vali salvestatud foto, mida kontrollida. Kui klikid ühel fotodest, mida otsingutulemus annab, saad võrrelda seda enda esitatud algse fotoga.
4. Rippmenüüst vali "Oldest".



Näited:

1.



Seda fotot esitatakse justkui oleks keegi ajanud koioiti segamini koeraga. Reverse image search näitab, et tegelikult pärineb see 2014. aastal avaldatud Daily Mailli loost, mis räägib perekonnast, kes adopteeris koioitibeebi ning jättis ta endale teadlikult lemmikloomaks.

2. See foto näitab väidetavalt lapse ja linnu lähedast kokkupuudest. Pane tähele, et foto autoriks on märgitud "teadmata".

Tagurpidi otsing näitab, et originaalfotol lindu ei ole. Ning autorina tuleks märkida Adrian Murray.



Küsimused aruteluks

5 minutit

- Mida te õppisite sellest protsessist?
- Mida võib järeldada, kui leiad fotost varem kasutatud versiooni?
- Mida võid järeldada, kui ei leia?



A series of horizontal dashed lines for writing or taking notes.

JUTUPUNKTID

Pea meeles: tagurpidi otsing ei anna alati üksüheselt kindlat vastust. Kui sa avastad, et seda fotot on kasutatud juba varem ning erinevas olukorras, siis on kindel, et praegu esitatakse sulle va-leinfot. Kui otsingutulemused ei anna vasteid, võib

tegemist olla originaaliga, ent täielikku kindlust ei ole. Võid ka mainida osalejatele, et hulk sotsiaalmeedias levivaid "ohutuid" valefotosid puudu-tab loomasid ning "üllatusi" loodusmaailmast. Loodus võib tõepoolest olla üllatav, ent ka sellel on omad piirid!



2. TUND. FOTODE VÕLTSIMINE (MUUTMINE)

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Osalejad:

- Õpivad olema muudetud fotode osas ettevaatlikud
- Õpivad otsima meemide tekstilisi elemente, et otsustada nende tõepärasuse üle

KASULIKUD MATERJALID

- Arvuti

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Veel üks tavapäraseid valeinfo vorme on fotod, mille sisu on muudetud ning mis seekaudu väänavad tõe. Selle hulka käivad ka fotod võid meemid, mis sisaldavad valet tekstilist infot. Täna

vaatame, kuidas saada aru, kas fotosid on muudetud või meemid välja mõeldud.

TEGEVUS 1

10 minutit ⌚

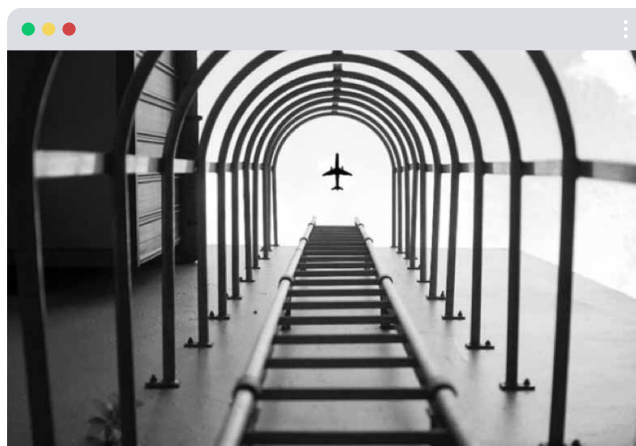
Vali kas üks või mõlemad järgnevatest näidetest, mida klassiga arutada.

1. Näita osalejatele järgmist fotot ning arutage:

Küsi osalejatelt

- Kas sul on põhjust selles fotos kahelda?
- Miks?
- Miks mitte?

See foto võitis Nikoni Singapuri võistlusel 2016. aastal auhinna.



 Nikon with Conrad Baird and 29 others.
Yesterday at 5:15am · 🌐

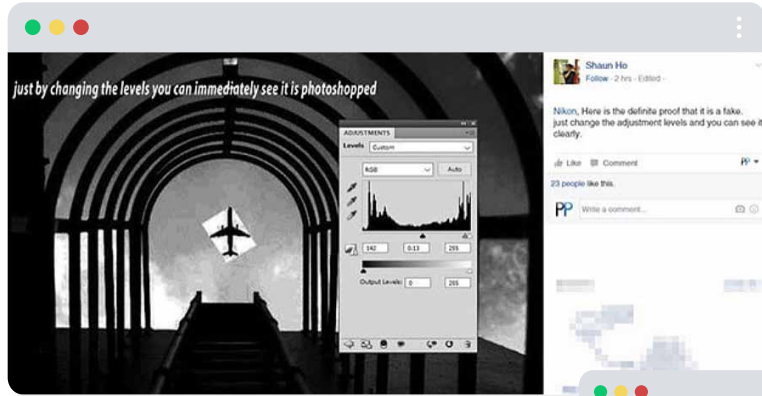
Yu Wei chanced upon a set of ladders while on a photowalk with his friends in Chinatown, and thought the view above would make an interesting perspective. Little did he expect to catch an airplane in mid-air. We'll try looking up too, Yu Wei, your shot has won you a Nikon trolley bag. Congratulations!

Photo Credit: Chay Yu Wei using the Nikon D90
Shutter Speed: 1/1600"
Aperture: F2.8

**JUTUPUNKTID**

Lähem vaatlus (see on isegi silmaga näha), näitab, et tegemist on võltsinguga. Ometi andis Nikon algself selle foto eest välja

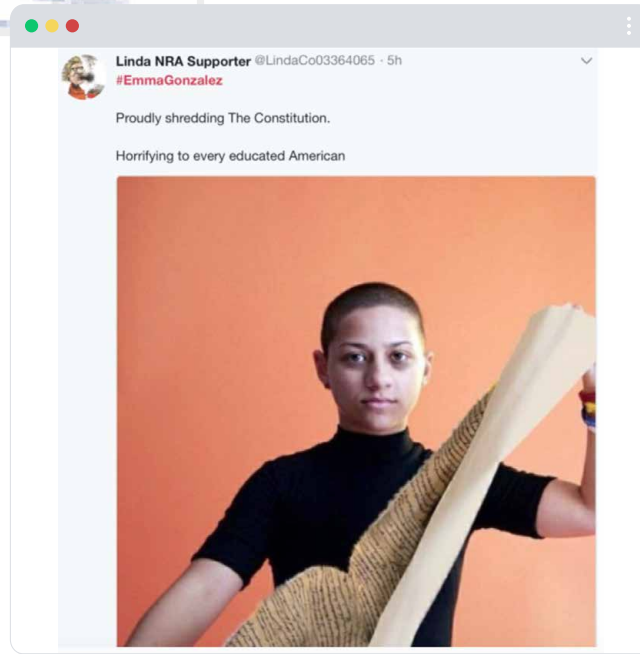
auhinna. Nikoni Facebooki lehe jälgijad tõid esile, et tegemist on võltsinguga. Alles siis sai asjast aru ka Nikon.*



2. Veel üks valdkond, kus võltsitud fotosid kasutatakse palju, on ühiskond ja poliitilised vastuolud.

Küsi osalejatelt

- Kas sa näed põhjust selle foto tõesuses kahtlemiseks?
- Miks?
- Miks mitte?



* <https://www.digitaltrends.com/photography/nikon-photo-contest-fail/>



JUTUPUNKTID

Osalejad peaksid nimetama Name It to Tame It vastuseid, kuidas millegi nii šokeeriva suhtes tuleks olla skeptiline.

“Nimeta, et ohjeldada” (*Name It to Tame It*) sammud:

1. **Pea pausi:** pööra pilk ekraanilt või paberilt eemale.

2. **Küsi:** mida ma tunnen?

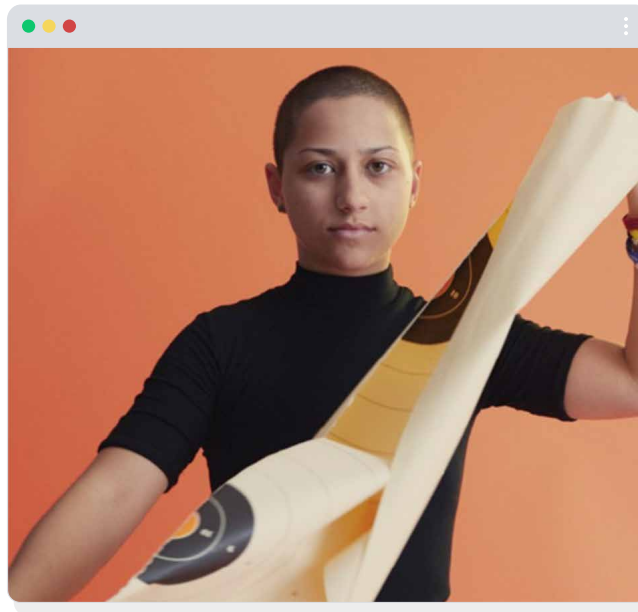
3. **Vasta iseendale:** millist emotsiooni sa tunned.

TEGEVUS 2

10 minutit ⌚

Lase osalejatel teha sellele fotole *reverse image search* ülesandega leida originaal. Abiks on TinEye.

Nad peaksid leidma sellise foto



TEGEVUS 3

15 minutit ⌚

Eraldi laadi fotovõltsingud on sellised, mis puudutavad tekstipõhiseid meeme. Nende osas tuleb olla eriti ettevaatlik. Igaüks

võib võtta foto ning panna selle paari täiesti väljamõeldud fotoga või vähemasti sõnadega, mida kõnealune isik ealeski ei öelnud.

Kuidas selliseid asju kontrollida?

Meetod A: ajalooliste tsitaatide kontrollimiseks

Proovi Quote Investigatorit. See on veebileht, mille taga on sõltumatu teadur, kes on lugematu hulga aega kulutanud sellele, et kontrollida tsitaatide algupära.

Meetod B: uudissündmuste kontrollimiseks

Igat avaliku elu tegelase tsitaati, mis tundub tähelepanuväärse või üllatavana, on kajastanud ajakirjandusväljaanded, mis järgivad ajakirjanduslikke põhimõtteid.

Palu osalejatel kasutada oma telefone või arvuteid. Näita slaidil erinevaid tsitaate ja palu neil kiiresti uurida ning otsustada, kas tegemist on õige või vale tsitaadiga.

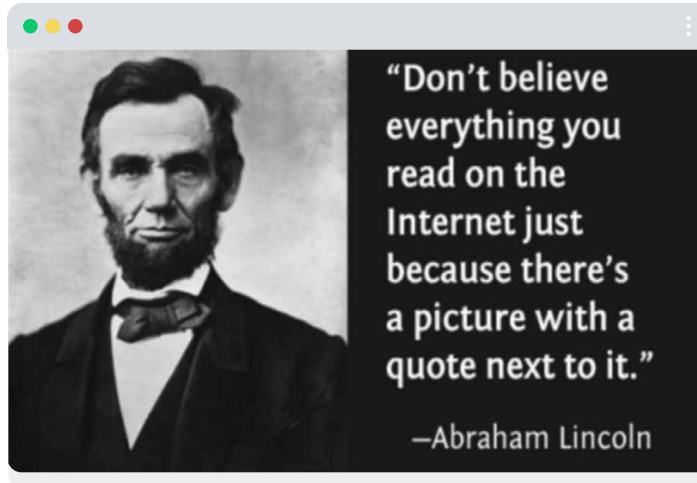
1. Guugelda tsitaati ja vaata, kes seda kajastanud on. Kasuta Osas A, tunnis 8 õpitud ajakirjanduslikke standardeid, et otsustada, kas see uudiskanali on usaldusväärne.
2. Kirjuta tsitaat Google'isse ning lisa sellele järel "site:[domeeninimi]", kus domeeninimi on usaldusväärne ajakirjandusväljaanne. Näiteks "ära usu kõike, mida sa

Tsitaadid (soovitav on enne tundi otsida värskemaid ühiskondlikke näiteid):

Mart Helme: "Külmetushaigus on nüüd siis ümber ristitud koroonaviiruseks. Soojad sokid jalga, hanerasv rinna peale, sinepiilastrid, kõik muu niisugune tore asi, ja nädala ajaga möödab."

Andrus Ansip: "Kui see on kriis ja krahh, et siis ainult sellises kriisis ja krahhis ma tahaksingi elada."

Taavi Rõivas: "Eesti on jõudnud peenhäälestuse ajajärku."



internetist loed" site:delfi.ee. Kui selles väljaandes on seda tsitaati kasutatud, saad ka vastava tulemuse. Abiks on ka lihtsalt guugeldamine, pannes sõnade vahele + märk, näiteks ära+usu+kõike+mis+sa+internetist+loed. Väga täpse sõnastuse puhul aitavad jutumärgid, otsing "ära usu kõike, mis sa internetist loed".

KOKKUVÕTE

5 minutit

Fotode ja isegi videote muutmine nii, et nad näitaksid täielikult midagi muud kui nende algne tähendus, on üllatavalt lihtne. Nagu alati, peaks "nimeta, et ohjeldada" - Name It to Tame It - olema teie esimene kaitseliin. Fotode tagurpidi otsimine aitab

aru saada, kas fotot on muudetud. Ja ära unusta "hoolda, enne kui jagad". Just teie olete viimased väravavalvurid, kes saavad valeinfo levikut tõkestada.

3. TUND. PILTIDE VALIMINE

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Osalejad:

- Õpivad küsima, mis on jäetud fotolt või videolt välja ja kuidas see võib muuta nende arusaama selle foto või video tähendusest
- Õpivad mõtlema kriitiliselt selle üle, kuidas foto valik võib suunata konkreetsest teemast mõtlema kas positiivselt või negatiivselt

KASULIKUD MATERJALID

- Fotod, mida klassiga jagada. Need võivad olla kas ekraanil või trükituna.

PLANEERITUD AEG

40 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Täna räägime erinevat tüüpi foto- ja videomanipulatsioonist: *croppimine* (kärpimine) ja valikuline esitamine (*selection*). Fotosid võib valikuselt lõigata ning videoid võib samamoodi valikuliselt monteerida. Sellise tegevuse eesmärk võib olla teadvalt vale

mulje jätmine. Teadvalt just kindlate fotode näitamiseks valimine ning teiste kõrvale jätmine võib samuti aidata jätta tegelikkusest erinevat muljet.

SOOJENDUS

5 minutit ⌚

Palu osalejatel vaadata seda fotot USA president Donald Trumpist ja Kanada peaminister Justin Trudeau'lt. Mis nende meelest sellel fotol toimub? Mis on teised võimalikud selgitused?



JUTUPUNKTID

Paljud inimesed, kes seda fotot nägid, vaatasid Trumpi väljasirutatud kätt ja Trudeau ilmet ning otsustasid, et Trudeau ei soovi Trumpi kätt suruda. Tegevuse keskel olevate inimeste pildistamise probleem on aga selles, et need fotod jäädvustavad vaid murdosa sekundi pikkuse hetke. See võib jätta tegelikkusest

hoopis vale mulje. Võibolla olete tähele pannud sama nähtust, kui panete video või filmi pausile: vestluse keskel olevast inimesel võib olla väga kentsakas näoilme, mida sa muidu eales ei näeks. Ka praegusel juhul oli tegelik olukord hoopis teine, kui algul tundub. Seda näeb videost.



TEGEVUS 1

10 minutit

Mitte ainult üksikud fotod ei või meis tekitada valesid järeldusi. Sellele võivad kaasa aidata ka pealkirjad ning fotoallkirjad.

Küsi osalejatelt

- Vaata seda fotot Donald Trumpist ja Jaapani peaminister Shinzo Abest kalatiigi ääres. Mis järeldusele te fotolt nähtu osas jõuate?





JUTUPUNKTID

Paljud inimesed, kes seda fotot nägid, tegid sel nähtu kohta eelduse. Need eeldused jagunesid sõltuvalt vaataja poliitilisest maailmavaatest. Inimesed, kes pidasid Trumpi rumalaks ning olid tema suhtes varasemalt kriitilised, arvasid, et kogu kalatoidu korruga vette kallamine oli kohatu. Neile tundus, et Abe vaatas toimuvat uskumatu pilguga. Isegi mõne usaldusväärse väljaande

ajakirjanikud (näiteks the Guardian) läksid sama narratiivi lõksu. See näitab, kui oluline on meil kõigil, sealhulgas ajakirjanikel, tähele panna oma eelarvamusi. Sellised pealkirjad süvendasid ja kinnistasid avalikkuses arvamusi, mis sobitusid nende inimeste varasemate hoiakutega. Nüüd näita osalejatele videot **tegelikult toimunust**.

Series of horizontal dotted lines for taking notes.

Küsimused aruteluks

- Mis tegelikult juhtus?
- Milline oli Jaapani peaministri reaktsioon?
- Kuidas foto valikuline kasutamine moonutas seda, mis tegelikult juhtus?

TEGEVUS 2

15 minutit ⌚

Näita osalejatele fotot Mart Helmest näomaski kandmas.

Küsi, mis tundeid see foto neis tekitab? Milline mulje neil Mart Helmest tekib?

Nüüd palu neil leida video, mis näitab kogu olukorda täispikkuses. Nad saavad selleks kasutada foto tagurpidi otsimist ning ka tavapärasest guugeldamist. Vihjena saad öelda, et video on leitav muuhulgas nii valitsuse kodulehelt kui YouTube'ist.

Nüüd vaadake, kuidas nägi välja **tegelik olukord**.



Küsimused aruteluks

- Mis tegelikult juhtus?
- Kas algne foto jättis toimunust õige pildi?
- Kui palju mõjutab meie arvamust toimunust see, mida me arvame Mart Helmest juba varasemalt?

4. TUND. FOTODE PÄRITOLU LEIDMINE

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Osalejad:

- Kinnistavad teadmisi manipuleeritud konteksti ja sisuga fotodest ning valikulistest kaadritest.
- Kinnistavad fotode uurimise oskuseid.

KASULIKUD MATERJALID

- Vimplid võistluse võitjatele
- Arvutid, kuhu on eelnevalt laetud kontrollimist ootavad fotod

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Viimaste tundide jooksul oleme õppinud palju selle kohta, millist laadi fotomanipulatsioone internetis on. Paneme nüüd õpitu kontrolli!

TEGEVUS 1

30-40 minutit ⌚

Jaga osalejad kahe- kuni kolme-liikmelisteks gruppideks. Anna kõikidele gruppidele sama foto, mida ümber lükata või tõestada. Mõõda, kui kaua neil läheb tulemuseni jõudmiseni aega ning kes tuleb õige vastusega välja esimesena. Fotod leiab slaidiesitlusest. Korda seda protseduuri iga järgmise ülesande puhul.

Tee iga grupi minivõistluse kohta edetabel. Võistluse lõpus liida kokku iga grupi tulemuses (esimene, teine, kolmas koht jne). Kõige madalama numbri saanud grupp on võitja ning nende liikmed saavad vimplid.

JUTUPUNKTID

Kui osalejatele peab meelde tuletama, kuidas fotode tagurpidi otsimine käib, siis tee seda:

Reverse image search on kõige lihtsam, kui kasutad Google Chrome'i brauserit. Seejuures tuleb arvestada, et seda meetodit kasutades ei anta sulle tulemusi ajalise järjekorras. Seetõttu on mõnikord TinEye kasutamine mõttekam (vaata altpoolt).

Sammud:

1. Tee fotol parem klikk. (Telefonis vajuta fotol, et avada see üle ekraani.)
2. Kliki "Search Google for image." (Mobiilis hoi a sõrme ekraanil ja vali sama.) või "Search Yandex for image" (töötas sageli paremini inimeste piltidega).
3. Keri ekraanil alla, kuni näed sektsiooni "Pages that include matching images".
4. Otsi kõige varasemat kuupäeva, mida näed (tulemused ei ole ajalise järjekorras) ning samuti hoi silmad lahti hinnatud ajakirjandusväljaannete osas.



Meetod B: TinEye

Seda meetodit saab kasutada hoolimata sellest, millist brauserit sa kasutad. See näitab ka foto kasutamise varajaseimat kuupäeva.

1. Salvesta foto, mida tahad kontrollida. (Telefonis hoia sõrme fotol senikaua kuni näed võimalust see salvestada.)
2. Mine brauseris lehele tineye.com
3. Vali "upload image" ja vali salvestatud foto, mida kontrollida. Kui klikid ühelt fotodest, mida otsingutulemus annab, saad võrrelda seda enda esitatud algse fotoga.
4. Rippmenüüst vali "Oldest".

KOKKUVÕTE

5 minutit

Paljud fotod, mida te sotsiaalmeedias näete, on korduvkasutatud. Mõnikord on seda tehtud nii, et fotode esialgne tähendus on muutunud. Pilte muudetakse ka teadlikult selleks, et levitada valeinfot. Sageli saad sa kasutada fotode tagurpidi otsimist, et saada aru, kas selline manipuleerimine on toimunud. Isegi kui sul

pole selleks aega või kui otsing ei anna kindlat tulemust, tasub meeles pidada, et pildilise materjali osas tuleb olla ettevaatlik. Kõike, mida näed, ei tasu automaatselt uskuda! Oma silm ei pruugi olla kuningas.

Näited:

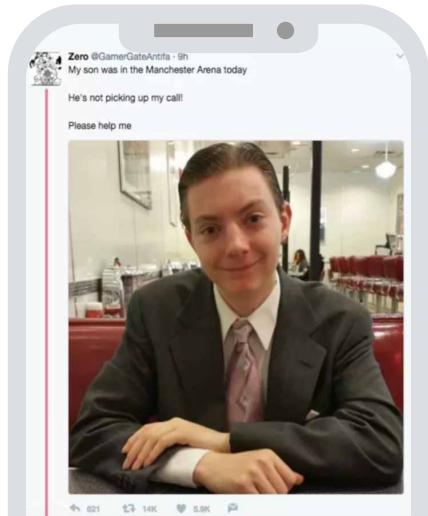


1. Kas tegemist on Eesti kinnisvarabüroo maakleriga?
<https://www.facebook.com/thomas.mikkov.1>



2. Vastus: see foto on nii korduvkasutatud kui ka muudetud sisuga.

Vastus: fotot on kasutatud korduvalt ja eri riikides erineva nimega inimeste puhul. Arvatavasti on tegelikult fotol hoopiski keegi **Conor Sweeney** San Franciscost.

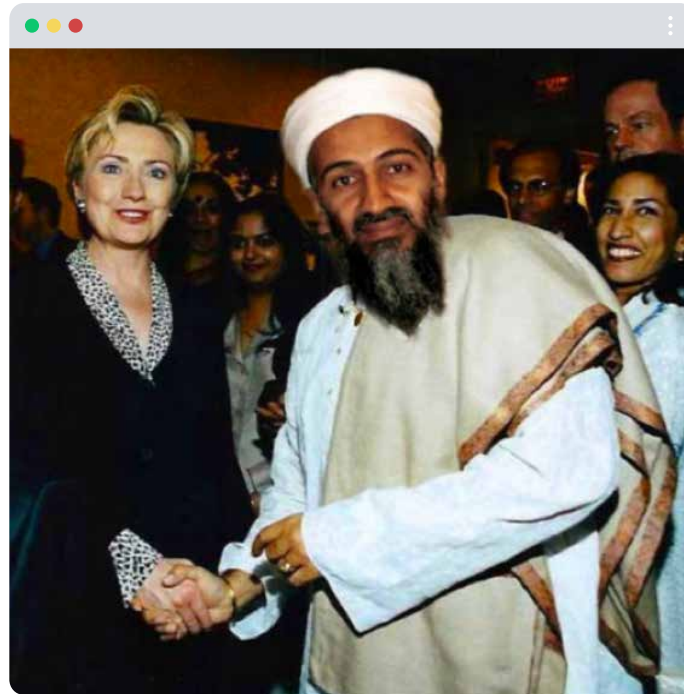


3. Kas see poiss on Manchesteri terrorirünnaku ohver?

Vastus: Kahtluseks on palju põhjuseid. Kui alustada postituse teinud Twitteri kasutajast, siis tasub tähele panna, et see viitab nii GamerGate'ile kui Antifale. Mõlemad nimed on internetitrollide lemmikud. Kui seda fotot internetist otsida, leiad, et tegemist on **youtuberiga**. Ka see viitab, et tegemist võib olla pettusega.

4.

Vastus: Tegemist on muudetud sisu ja kontekstiga fotoga, mis loodi ühe võistluse käigus. Kui sa ei taha tugineda **Snopesi** kontrollile, otsi fotot TinEye-st. Kõige varasemalt kasutuses olnud fotol on tempel kirjaga FreakingNews.com. Kui teha uus otsing ning filtreerida tulemused vaid sel saidil avaldatuga, leiab ka teksti algse võistluse kohta.



5. TUND. VÕLTSITUD SOTSIAALMEEDIAPROFIILID

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Osalejad oskavad hinnata sotsiaalmeedia kontode tõsiseltvõetavust ja teavad, milliste tunnuste alusel on võimalik libakontod ära tunda.

KASULIKUD MATERJALID

arvuti ning suur ekraan slaidide ja videote näitamiseks (oleneb näidete valikust)

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK (VÕIB KOHANDADA VASTAVALT SIHTRÜHMALE)

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

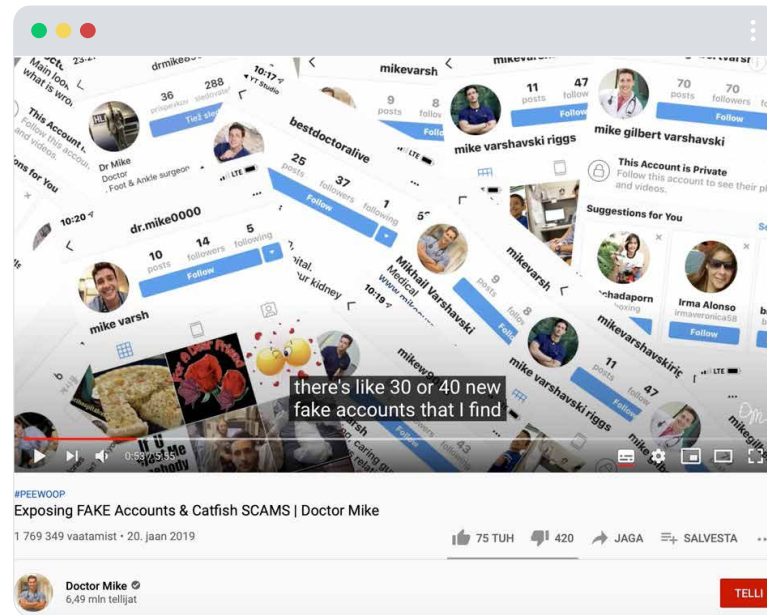
tänapäeva sotsiaalmeedia on üks keskkondi, kus väärinfo tootmine ja levimine toimub väga suure kiirusega. Olulist rolli selles mängivad nn libakontod ehk siis need profiilid mille taga ei ole tegelikult õiged inimesed vaid pahatihti petturid, mõjuagendid,

ebaasad poliitikud, mingid äärmuslikud huvigrupid või koguni botid ehk automatiseeritud tekstirobotid.

Mis te arvate, miks just sotsiaalmeedias luuakse palju libakontosisid ja mis eesmärgil?

Seejärel näidata järgmist lühivideot:

<https://www.youtube.com/watch?v=L5Q-PkQ9ERA>



Libakontode avastamiseks on olemas mitu kasulikku nippi. Alusta tuleb kõigepealt enda esmase emotsiooni analüüsimisega. Selleks kasutame järgmist taktikat:

Nimeta ja taltsuta!

- Suuna pilk ekraanilt või paberil eemale, ära enam pilti vaata
- Küsi endalt, mida ma nüüd tunnen?
- Ütle välja, mis on hetkel su tugevaim emotsioon, nimeta seda.

Seejärel uurime kahtlast kontot lähemalt.

Nimi – ekspertide sõnul kasutavad valekontod tihti väga tavalisi ja kõige populaarsemaid nimesid ning see kehtib nii eesnimede kui ka perekonnanimede puhul (nt Martin Tamm, Siim Kaasik jne). Teiseks võimaluseks on, et kasutatakse kuulsate inimeste, eriti poliitikute nimesid või mingeid variatsioone nendest (nt Edward Obama).

Profilipilt - enamasti kujutatakse valekontode profilipiltidel nägusaid modelle. Valdavalt on modell fotol üksi ning tegemist on profifotoga. Üldiselt tõdetakse, et valekontodel pole näha pilte, mis oleks tehtud igapäevaolukordades või näiteks puhkusel.

Praegused arvutiprogrammid suudavad genereerida väga usutavaid unikaalseid portreepilte. Sel juhul tuleb uurida, kas pildil on mingeid ebakorrapärasid (kõrvarõngad, kõrvad, juuksepiir, jne).

Konto loomise aeg ja jagatud sisu - valdav osa varikontodest on loodud võrdlemisi hiljuti ning seda on ka nende profiilil näha. Veel on tavapärane, et kontod pole mingisuguseid postitusi jaganud või on üritanud jagada paari kultuuriruumi kuuluvat kõige tüüpilisemat postitust.

Sõprade hulk ja ühised sõbrad - sisuliselt jagunevad võltskontod kahte lehte. Neil on kas väga palju sõpru ning nad lisavad sõbraks igaühe (mis võib tingida ka selle, et teil on ühiseid sõpru), või on neil väga väike hulk sõpru, kes tihti on mingisuguse ühe omaduse põhjal seotud (käinud samas koolis, sama grupi liikmed vms). Igal juhul tasub uurida ühiseid sõpru ning võimalusel nende käest järgi uurida, kellega on tegu.

TEGEVUS 1

kuni 25 minutit ⌚

Palun osalejail enda nutiseadmetes lugeda tähelepanelikult järgmist artiklit:
<https://www.err.ee/647828/ben-nimmo-kaksteist-viisi-kuidas-tunda-ara-bot-i>

Seejärel küsida kas mingi osa jäi arusaamatuks ja vajadusel kommenteerida seda. Pärast anda kõigile ülesanne leida avatud sotsiaalvõrgustikest vähemalt üks konto, mille puhul võib kahtlustada, et tegemist on libakontoga. Arutada tulemusi grupisiselt.

Ben Nimmo: kaksteist viisi, kuidas tunda ära bot'i

ARVAMUS
11.12.2017 08:00

Author/allikas: Arthur Caranta / Creative Commons

Bot'id olemas selleks, et mõjutada inimesi. Selle artikli eesmärk on aidata inimestel tunda ära *bot*'e, et need ei saaks inimesi mõjutada, kirjutab Atlantic Councili vanemteadur Ben Nimmo.

NBI!

Nipp: leht <https://botometer.osome.iu.edu/> aitab tuvastada bote. Sellised tööriistad aitavad analüüsida kontosid, ent ei ole

lollikindlad - võivad boti "diagnoosi" anda ka kontole, mis ei ole bot. Enamasti tuvastab see siiski bote.



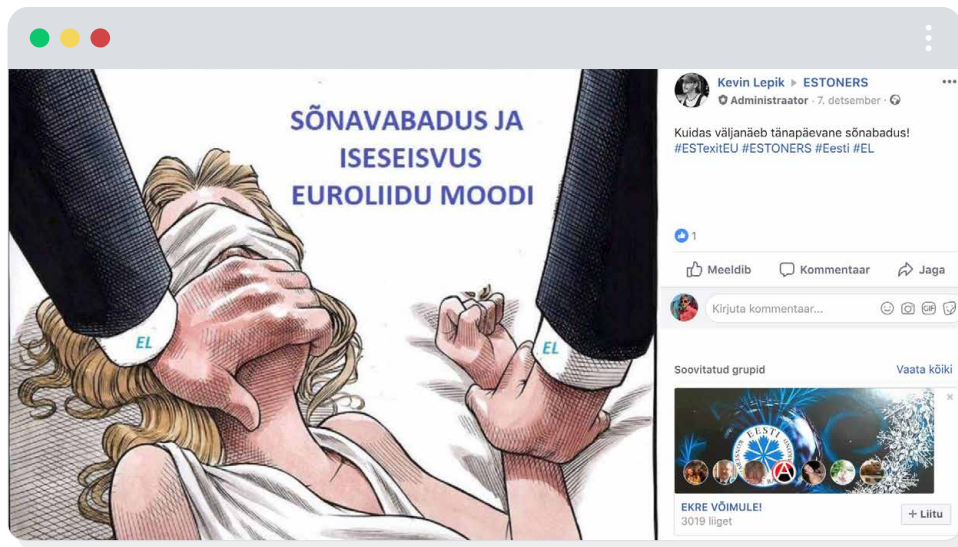
KOOLITUSE LÕPETAMINE / JÄRELDUSED

5 minutit

Pädev meediatarbija on teadlik, et sotsiaalmeedias levib palju väärinfot, mille taga on libakontod ja nende võrgustikud. Seda võidakse kasutada meedias poliitiliseks mõjutamiseks, toetava „enamuse“ fooni loomiseks, massiline vastuargumentide

esitamiseks, positiivse voost välja surumiseks, isiklikeks rünnakuteks ning naeruvääristamiseks, solvamiseks ja tasalülitamiseks. On oluline, et haritud meediatarbija oskab libakontod ära tunda ega jaga kontrollimata informatsiooni.

Lisalugemiseks võib koolitusel osalenuile soovitada seda artiklit: <https://arvamus.postimees.ee/6486770/kas-kevin-oskar-ja-oksana-tahavad-mojutada-meie-valimisi>



6. TUND. VÕLTSITUD KIRJAVAHETUSED

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Osalejad on teadlikud digivõltsingutest ning oskavad rakendada tervet mõistust ja olla skeptilised veebis nähtu suhtes.

KASULIKUD MATERJALID

arvuti ning suur ekraan slaidide ja videote näitamiseks (oleneb näidete valikust)

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK (VÕIB KOHANDADA VASTAVALT SIHTRÜHMALE)

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

See ei ole kellelegi uudis, et veebis levib palju valeinfot. Üheks näiteks on meelega moondatud pildid. On ka teisigi digivõltsinguid, nt ekraanitõmmised väljamõeldud sisuga suhtlusest, võltsitud mobiilisõnumid ja ebaehtsad hinnangud. Mingeid asju tehakse meelelahutusliku eesmärgiga, mõningaid aga kavatsusega rahaliselt petta või tekitada negatiivseid emotsioone. Meenutagem, et kahtlust tekitava teabesisu puhul kasutame kõigepealt järgmist taktikat:

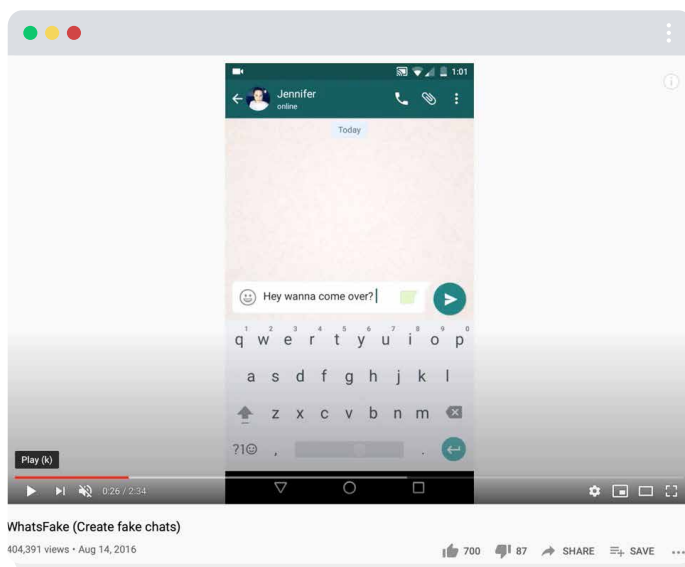
Seejärel näidata järgmist lühivideot
<https://www.youtube.com/watch?v=ah5tFyWHrvE>

...ja paluda kommenteerida nähtut ja üheskoos arutada, kuidas olla skeptiline veebist leitud info suhtes.

Teine viis manipuleerida meediatarbijaga on võltsitud hinnangud, arvutused ja kommentaarid. Selle ebaausa tegevuse eesmärgiks on kas rahaline pettus või kliendi arvamuse mõjutamine ja valiku kallutamine konkreetse teenuse või toote suhtes.

Nimeta ja taltsuta!

- Suuna pilk ekraanilt või paberil eemale, ära enam pilti vaata
- Küsi endalt, mida ma nüüd tunnen?
- Ütle välja, mis on hetkel su tugevaim emotsioon, nimeta seda. Igas suhtluskeskkonnas tuleb veenduda, et vahetad sõnumeid reaalse inimesega, keda sa tunned ja usaldad. Kuigi sõnumeid saab ekraanitõmmise abil lihtsalt voltida, tasub muretseda eelkõige enda nutiseadme privaatsuse pärast ega avaldada kuskil sellist infot, mis ei ole mõeldud kolmandatele silmadele.

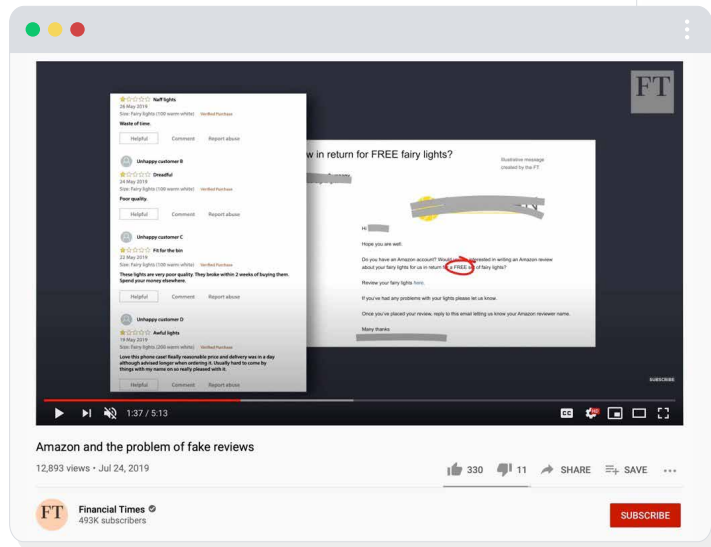


TEGEVUS 1

kuni 20 minutit

Paluda osalejail tutvuda oma nutiseadmetes järgmise artikliga: <https://raha.geenius.ee/rubriik/uudis/erik-aru-internetiarvustusi-voltsitakse-raha-eest-mis-nuud-kull-saab/>

Seejärel pärida, kuivõrd sageli hindavad koolitusel osalejad mingisugust teenust või jätavad kommentaari, kirjututavad arvutusi? Millistel veebilehtedel nad seda teevad?



Näidata järgmist lühivideot: <https://www.youtube.com/watch?v=eDrK7qKFU1Y>

Järgnevalt tutvustada rida kasulikke nippe ja paluda osalejail kommenteerida neid:

Võltsitud hinnangute või arvutuste puhul tuleb:

- Vaadata ülevaatuste kuupäeva. Kas hulk positiivseid ülevaateid ülejutas toodet näiliselt korraga? Kui jah, siis tegemist on ilmselt võltsitud kommentaaridega.

- mõelda keelekasutusele. Võltsitud retsensendid ei ole sageli konkreetse keele kõnelejad. Sel põhjusel võib võltsitud arvutustes märgata imelikke keelevalikuid ja/või -vigu.
- Kontrollida hindaja profiili. Tavaliselt saab seda teha, klõpsates kasutaja nimele. Kas antud ülevaatus näib ainult positiivseid kommentaare? Kas nad kalduvad keskendumata

Handwriting practice area with a pencil icon and horizontal dashed lines.

vähetuntud ettevõtete toodetele? See on kahtlane ja võib olla märk sellest, et tegemist on võltshindajaga.

- Otsida Google abil. Kas nimeotsingu tulemused sobivad tegeliku inimese ja tema kontoga sotsiaalmeedias?
- Kontrollida avataripilti. Paljud võltshindajad kasutavad pilte blogidest või teiste inimeste sotsiaalmeedia profiilidest, et

need näeksid välja nagu tegelik isik. Pildi algallika leidmiseks saab kasutada tagasipööratud pildiotsingut.

- Võrrelda hinnanguid. Kui kasutatakse ainult ekstreemseid hindeid (1-10), siis tegemist võib olla ostetud hinnangute ja arvutustega.



Soovitus koolitajale: loe artiklit <https://epl.delfi.ee/eesti/pead-tostavad-tinderi-pettused-eksperiment-tinderis-valjapressijate-jaoks-valjas?id=78132150> ja tutvusta selle sisu. Arutlege: milliste pettustega olete kokku puutunud?

KOOLITUSE LÕPETAMINE / JÄRELDUSED

5 minutit

Tuleb meeles pidada, et digivõltsingud muutuvad aja jooksul keerukamaks. Lihtsalt tuleb vaadata ja hinnata pilte, hinnanguid ja arvutusi tervisliku skeptitsismiga ega eeldada, et kõik on

pärit heatahtlikkusest. Teadlik meediatarbija oskab rakendada meetmeid analüüsivaks veebis nähtu usaldusvärsust ja langetada teadlikke otsuseid erinevates veebikeskkondades.



1. TUND. TERVIS JA TEADUS

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Osalejad:

- Õpivad, kuidas paremini hakkama saada teadusliku ebamäärasusega
- Õpivad, kuidas hinnata teaduslikke väiteid selle põhjal, kui tugevad on nende väidete aluseks olevad tõendid

KASULIKUD MATERJALID

- Paber
- Pastakas või pliiats
- Arvuti ja projektor

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Selles tunnis räägime, kuidas kajastatakse teadusteemasid meedias. Proovime ka järgi, kuidas on ise teha teadust: samm-sammult kasvatada oma teadmisi millestki konkreetsest. Vaatame

ka, mis teeb teadus- ja meditsiiniuudistest kvaliteetse uudise ning kuidas ära tunda need artiklid, mille osas tasub jääda ettevaatlikuks.

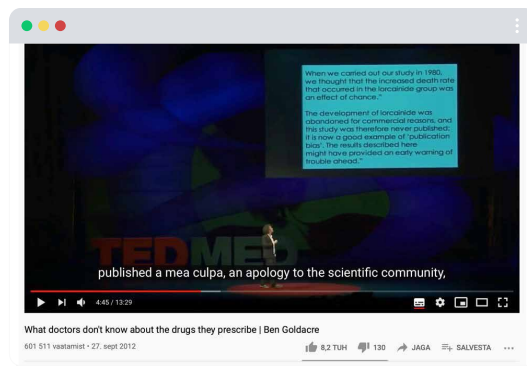
SOOJENDUS

5 minutit ⌚

Küsimused vestluse arendamiseks

- Kas olete ka ise täheldanud sama asja, millest Goldacre räägib?
- Mida te sellest arvate ja kuidas selliste pealkirjade nägemine teid end tundma paneb?

Vaadake videot (algusest kuni 1.15) -
<https://www.youtube.com/watch?v=h4MhbkWJzKk>



MILLEST RÄÄKIDA

5 minutit

Teinekord tundub, et iga päev ütlevad meediaväljaanded tervise kohta midagi erinevat. See võib ajada segadusse ja frustreerida. Osaliselt on selles "süüdi" teaduse kui sellise olemus. Teadus ongi pidevas muutumises ja oma olemuselt ebakindel. Samas

tuleb mees pidada, et kui millegi kohta on väga palju tõendeid, siis on see väga tõenäoliselt ka tõene. Väljaanded ei tee alati just parimat tööd, et selgitada, kuidas teadus muutub ja areneb või milles praegune teaduslik konsensus seisneb.

MILLEST RÄÄKIDA

10 minutit

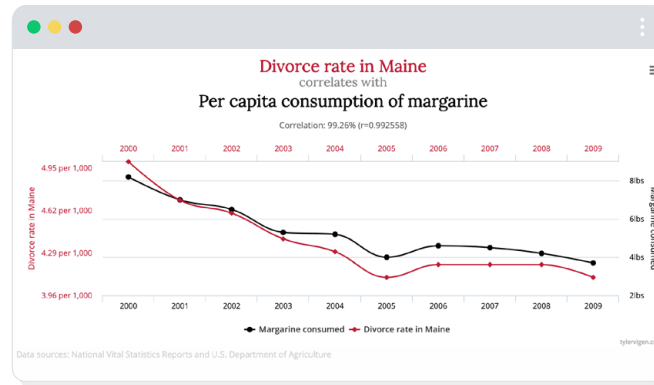
Räägime lähemalt kümnest põhimõttest, mida teadus- ja meditsiiniuudiseid lugedes mees pidada tasub. Enamus neist põhineb Health News Review ja Africa Checki soovitusel.

Jaga osalejatele välja meditsiiniuudiste tööpaber ning kasuta järgevat juttu, et seda laiendada.

Meditsiiniuudiste tip sheet:

1. Kas artiklis kasutatakse ülepaisutatud sõnastust? Väga harva kasutavad teadusuuringud selliseid termineid nagu "lääbimurre", "revolutsiooniline" ja kindlasti ei räägi nad "imedest". Enamasti astuvad teadlased edasi väikeste sammudena, kasvatades teadmiste pagasit järk-järgult.
2. Milliseid uuringuid on veel tehtud? Teadus ei ela vaakumis. Ühestki üksikust uuringust ei piisa, et millegi kohta lõplikke järeldusi teha. Hea teadusartikkel ajakirjanduses asetab uue uuringu varasemaga seotud konteksti. Hea teadusajakirjanik küsib ka teistelt teadlastelt, kes uue uuringuga otseselt seotud ei olnud, mida nemad järeldustest arvavad.
3. Mis oli valimi suurus? Kui tegemist oli meditsiinilise uuringuga, siis kui palju inimesi uuringus osales? Sajad või tuhanded on alati parim kui 15 osalejat. Väikse osalejate arvuga uuringud on tihti pilootuuringud, mille ainus eesmärk on leida tuge taotlusele teha põhjalikum uuring.
4. Hiired või inimesed? Suur osa uuringutest tehakse kõigepealt näriliste peal. See annab aluspõhja, et edaspidi uurida sama asja inimeste peal. Kuid kui mingi asi annab tulemuse hiirtel, ei tähenda see veel sugugi, et sama tulemus avalduks ka inimestel.
5. Kas see näitab põhjuslikku seost või korrelatsiooni? Kaks asja võivad olla korrelatsioonis, kuid teineteist mitte mõjutada. Näiteks on leitud, et kui jäätisemüük kasvab, tõuseb ka uppumissurmade arv. Kas see tähendab, et jäätisemüük põhjustab uppumisi? Ei, see korrelatsioon tekib sellest, et nii jäätisemüügi kui uppumissurmade tippaeg on soojadel

suvekuudel. Mõnikord on omavahel korrelatsioonis ka täiesti seotud teemad nagu näiteks see:



6. Kas artiklis räägitakse hinnast ja saadavusest? Paljud uued ravimid ning ravimeetodid on "paljulubavad". Kui aga see ravi on enamusele inimestest liiga kallis, pole sellest abi. Tihti haibitakse artiklites uusi ravivõimalusi nii vara, et tegelikult läheb veel aastaid, enne kui need saadavaks muutuvad. Kas artikkel räägib lihtsalt uuringutest või on selle taga tegelikud plaanid, kuidas avastus saadavaks teha ja kasutusse võtta?
7. Kas artikkel räägib nii kasust kui kõrvalmõjudest? Kui efektiivne uus ravi(m) on? Kas see on arvuliselt välja toodud? Vaid vähesed ravimid on ilma kõrvalnähtudeta. Mis need on? Kui kõrvalnähtudest ei räägita, ei ole artikkel eriti usaldusväärne.
8. Kas artiklis külvatakse mõne haiguse osas paanikat? Mõnikord paisutatakse haiguste tõsidusega üle või muudetakse tavapärane tervislik seisund haiguseks.

9. Kas tegemist on päris ajakirjaga? Kui sind konkreetne artikkel rohkem huvitab, uuri seda teadusajakirja, kus uuring avaldati. On see niiõelda päris?
10. Kes uuringut rahastas? Kas teadlastel võis olla huvide konflikt? Teadusuuringute läbi viimine võtab palju raha ja keegi peab

seda rahastama. Tihti on rahastajaks riikide valitsused, kuid teinekord erasektor. Selles pole midagi imelikku, küll aga tasub silmas pidada, millist kasu saab sellest uuringust seesama ettevõtte või valdkond. (Näiteks suhkru kõrvalmõjude uuring, mille tellija on Coca-Cola.)



TEGEVUS 1

15 minutit ⌚

Jaga osalejad väikestesse gruppidesse. Anna igale grupile analüüsimiseks üks meditsiiniuudis. Nad peaksid kasutama meditsiiniuudiste tip *sheeti* ning hindama, kui adekvaatse artikliga

on tegemist. Seejärel esitab iga rühm oma leidudest lühikese ülevaate.

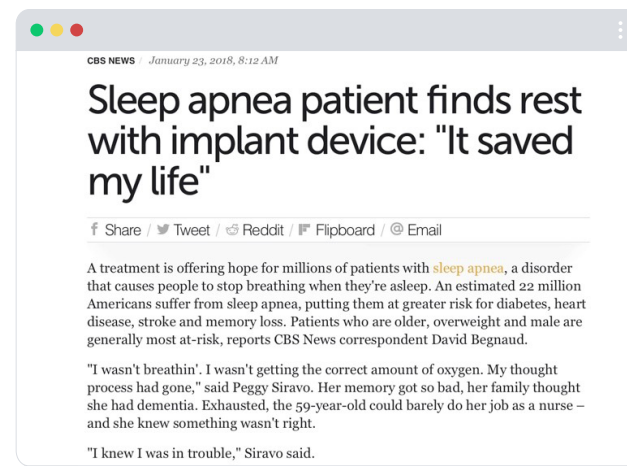
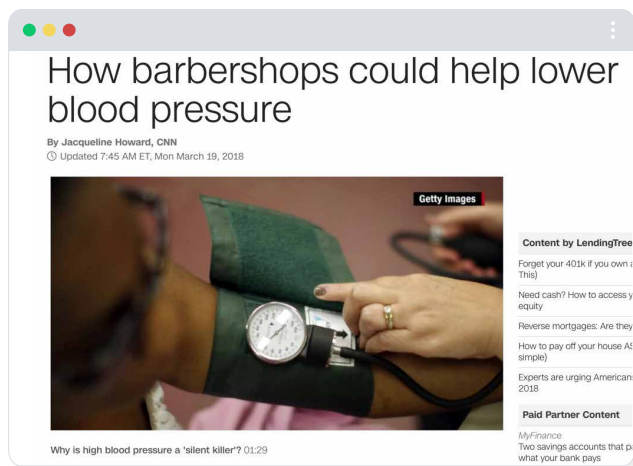
Küsimused aruteluks

- Mis teile sellest artiklist silma jäi - nii head kui halba?
- Mis on teie üldhinnang sellele?

- Miks?

1. <https://web.archive.org/web/20180701001813/https://www.cnn.com/2018/03/12/health/blood-pressure-barbershop-study/index.html>
2. <https://consumer.healthday.com/circulatory-system-information-7/blood-pressure-news-70/three-in-one-pill-shows-promise-in-beating-high-blood-pressure-731890.html>

3. <https://web.archive.org/web/20180701002354/https://www.npr.org/sections/health-shots/2018/01/18/578620342/scientists-edge-closer-to-a-blood-test-to-detect-cancers>
4. <https://web.archive.org/web/20180701004813/https://www.cbsnews.com/news/sleep-apnea-inspire-implant-revolutionary/>



Osalistele võib anda uurimiseks ka eestikeelseid teadusuudiseid, et aidata tunni sisu lähedasemaks muuta. Soovitav on otsida värskeid näiteid (või paluda osalejatel endil leida ja analüüsida. Näiteks võib neid otsida aadressidelt:

- 1) <https://novaator.err.ee/>
- 2) <https://forte.delfi.ee/>
- 3) <https://heureka.postimees.ee/>
- 4) <https://www.imelineteadus.ee/>
- 5) Aga ka muudest rubriikidest, mis aeg-ajalt pealiskaudsemaid teadusuudiseid avaldavad



KOKKUVÖTE

5 minutit

Teadusartiklite hindamine võib olla keeruline, kuid täna õpitud vihjetest on kindlasti abi. Pea meeles, et üksikjuhtumitel põhinevad üldistused ei ole enamasti tõsiseltvõetavad. Teadusuuringud tuleb

ajakirjanikel asetada konteksti, mis näitab, mida teadlased on samal teemal juba varem avastanud.

Meditsiiniuudiste hindamise abimaterjal

- Viited teistele uuringutele
- Valimi suurus
- Hiired või inimesed
- Korrelatsioon või põhjuslikkus
- Hind ja saadavus
- Kasutegurid ja kõrvalmõjud
- Kas see on uus ja on see hea
- Haigusega hirmutamine
- Päris teadusajakiri
- Kes rahastas

2. TUND. TEABELLIKAD TERVISE JA MEDITSIINI KOHTA

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Osalejad:

- Õpivad tervist puuduvat informatsiooni kontrollima mitmest adekvaatsest allikast
- Saavad aru, miks toidulisandite müüjad pääsevad sageli valeväidete esitamisest puhtalt

KASULIKUD MATERJALID

- Arvuti ja projektor
- Klepppaperid ja koht, kuhu neid üles panna

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Kuna kuuleme nii palju tervise teemasid puudutavaid väiteid - uudistest, sotsiaalmeediast, sõpradelt ja perekonnalt - tahame sageli ise järgi kontrollida, kas see info on õige või mitte. Kui sa

aga ei kasutada adekvaatseid allikaid, kust seda infot kontrollida, võid jääda valesti informeerituks. Täna tunnis räägime, millistest allikatest saada kvaliteetset infot tervise teemade kohta.

SOOJENDUS

5 minutit ⌚

Küsi osalejatelt

- Kust te leiaste tervist ja teadust puuduvat informatsiooni?
- Kui sa ise või mõni lähedane inimene kannatab teatud

- haiguse või sümptomite käes, siis kuhu sa lähed, et leida täpset infot?

Osalejad kirjutavad vastused klepppaperite peale. Iga vastus tuleb kirjutada eraldi märkmepaber-ile. Palu neil kleppida vastused ühele suurele lehele. Kui nad seda teevad, palu neil

paberil olev valju häälega ette lugeda. Kõikide osalejate sarnased vastused tuleks paigutada ühele paberile ja moodustada üks grupp. Käige läbi kõik vastused.

Küsimused vestluse arendamiseks

- Millised neist allikatest on teie hinnangul usaldatavad ja millised mitte?

- Kas googeldamine on sellist laadi info leidmiseks alati parim vahend?

**JUTUPUNKTID**

10 minutit

Tervist puudutavatel teemadel on internetis palju valeinfot. Osaliselt on see seotud samade põhjustega, miks üldse on meie ümber rohkelt valeinfot. Kuid on ka teisi faktoreid. Inimestele meeldib jagada infot sellest, "mis töötas minu puhul", vaatamata kõigile võimalikele ohtudele, mis nende meetoditega kaasneb. Tervist puudutava valeinfo levikust teenivad paljud inimesed ka ra-ha. Näiteks müüvad nad toidulisandeid, mille kasutegur pole üldse tõestatud. Kahjuks on selliseid halbu allikaid palju rohkem kui häid allikaid. Sellegipoolest leidub ka väga kõrge usaldusväärsusega keskkondi, mida saame teile soovitada.

- **Cochrane Library:** Ülevaade tuhandetest teadusuuringutest, mis puudutavad tervist. Kokkuvõtted on esitatud lihtsasti arusaadavas sõnastuses.
- **Webmd ja Mayo Clinic:** Haiguseid ja terviserikkeid puudutavat infot käsitlevad usaldusväärsed allikad. Neis räägitakse nii sümptomitest, ennetusest kui ravist.
- **World Health Organization:** Nakkushaiguste leviku monitoorimine üle maailma.
- **Terviseamet:** nakkushaiguste levikut ja veel palju muud tervist puudutavat infot edastav asutus.
- **Veterinaar- ja toiduamet:** toiduainete ohutust puudutav info
- **FDA ja USDA:** Terviseameti ja veterinaar- ja toiduameti analoogid USA-s, mis annavad rahvusvaheliselt tunnustatud infot.

Vestluse arendamiseks

15 minutit

- Kuidas võime olla kindla, et need on usaldusväärsed allikad?

TEGEVUS 1

15 minutit ⌚

Jaga osalejad väikestesse rühmadesse. Anna igale grupile üks juhtumiuuring. Palu neil leida juhtumites esitatud küsimustele vastused. Esmalt peaksid nad leidma vastused kasutada oma algseid instinkte - kasutame neid allikaid, mida nad tõid ise välja tunni alguses. Seejärel peaksid nad ülal esitatud nimekirjast valima kõige sobivamad allikad ning võrdlema, kuidas seal leitud info esineb esimesena leitud. Kui nad on ülesandega valmis saanud, peaksid nad leitud ning kogetud jagama grupi sees ning teiste gruppidega.

Juhtumiuuring number 1

Sinu sõber Karin on depressioonis. Sugulane soovitas tal kasutada naistepuna (inglise keeles St John's Wort). Karin küsib sinu käest nõu. Mida sa talle soovitaks?

Adekvaatse allika lahendus: Kasuta näiteks Cochrane Library't. Keri ekraani allaserva "Plain language summary" pealkirjani. See ütleb, et naistepuna puudutavad uuringud on leidnud, et selle mõju on sarnane tavalistele antidepressantidele, kuid uuringutes võib esineda vigu. Turul võib olla ka erinevaid naistepuna

sisaldavaid tooteid ning need võivad koosmõjus teiste ravimitega tuua kõrvalnähte. Cochrane soovitab, et enne naistepuna kasutamist tuleks konsulteerida arstiga.

Juhtumiuuring number 2

Sinu külmkapis olev piim lõhnab natuke imelikult, ent "kõlblik kuni" kuupäev ei ole veel kätte jõudnud. Kas seda võiks juua? Adekvaatse allika lahendus: võib guugeldada näiteks järgmiselt: "kõlblik kuni" site:vet.agri.ee

See annab Veterinaar- ja Toiduameti leheküljel, mis seda valdkonda Eestis reguleerib, saada olevad vasted. Nendest juhenditest leiab ka info.

Guugeldades näiteks "expiration dates FDA" saab vasted ka USA kohta. Kui sa arvad, et piim lõhnab imelikult, ära joo seda!

Juhtumiuuring number 3

Üks su Facebooki sõpradest ütleb, et linnugriip on tagasi ja levib nii Eesti kui naaberriikides hoogsalt. On see õige? Adekvaatse allika lahendus: parim allikas sellise info

kontrollimiseks on Terviseameti veebileht Eestis ning WHO. Guugelda "avian influenza WHO" ja sa leiad koroonat puudutava lehe WHO saidil.

Juhtumiuuring number 4

Sõber Martin tahab teada, millised sümptomid kinnitaksid, et tal on infarkt.

Adekvaatse allika lahendus: otsi "heart attack" koos terminiga WebMD või "Mayo Clinic" või tee otsing "site:adress" käsuga.



TEGEVUS 2

7 minutit ⌚



Näita järgnevat videot:
<https://www.youtube.com/watch?v=WA0wKeokWUU&t=2s>

Kui pikalt näidata, sõltub sellest, kui palju aega tunni lõpuni on. Piisab umbest 1,5 minutist.

Küsimused

- Kas teie meelest võib Dr Ozi soovitatavaid toidulisandeid usaldada?
- Kas olete täheldanud analoogseid vasteid ka Eestis?
- Kus, milliseid?
- Kuidas saab olla veendunud, et toidulisandid on ohutud ja reklaamitud mõjuga?

**JUTUPUNKTID**

Toidulisandeid puudutav regulatsioon on palju nõrgem ja leebem kui retseptiravimeid puudutav. Ka Eestis käivad need Veterinaar- ja

Toiduameti alla. Ravimid aga Raviameti alla. Kas toiduli-sandid on registreeritud, saab otsida [siit](#).

KOKKUVÕTE

3 minutit

Tänases tunnis õppisime, millistest allikatest saada usaldusväärset informatsiooni tervise ning ravimite kohta. Need allikad tasub meeles hoida, et ka meditsiiniteemalisi artikleid lugedes

kontrollida, kas esitatav info on adekvaatne või seda ei tasuks uskuda. Tasub ka üle rõhutada, et kõikvõimalike toidulisandite osas tasub olla väga ettevaatlik.

**TURN OFF
YOUR AUTOPILOT**

3. osa. Desinformatsiooni vastu võitlemine. C. Teadusuudised ja terviseuudised

3. TUND. MEDIAHARJUMUSTE MÕJU INIMESE HEAOLULE

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Osalejad on teadlikud sotsiaalmeedia liigtarbimisega seotud ohtudest ja teavad viise sotsiaalmeedia kasutamiseks.

KASULIKUD MATERJALID

arvuti ning suur ekraan slaidide ja videote näitamiseks (oleneb näidete valikust).

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

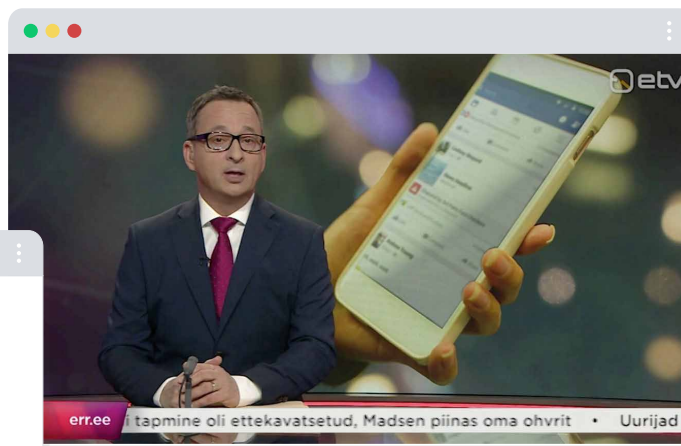
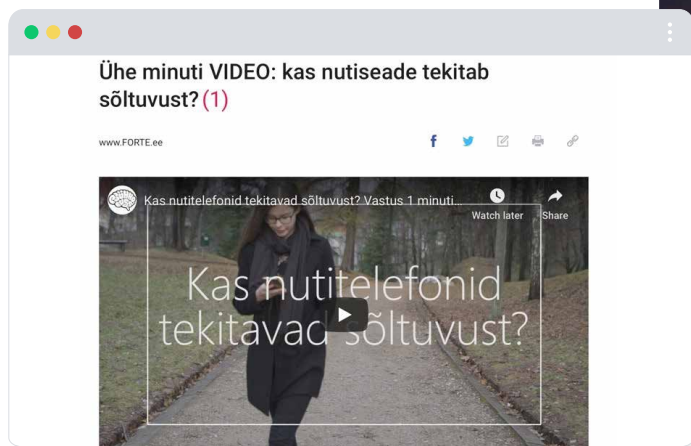
KOOLITUSE KÄIK (VÕIB KOHANDADA VASTAVALT SIHTRÜHMALE)

Sissejuhatus 5 minutit ⌚

Peale selle et tänapäeva sotsiaalmeedias levib palju väärinfot, on selle virtuaalse keskkonnaga kasutamise seotud mitmed ohud, millest pädev meediatarbija peab olema teadlik. Mitmed

ekspertid on uurinud sotsiaalmeedia liigtarbimise mõju noorte vaimsele tervisele ja on jõudnud olulistele tulemustele.

Näidata osalejaile 2 järgmist videot:
<https://novaator.err.ee/media/video/819491?contentId=676904>



<https://forte.delfi.ee/news/tarkvara/uhe-minuti-video-kas-nutiseade-tekitab-soltuvust?id=76458557>

...ja seejärel tekitada arutelu teemal, kuidas vähendada sotsiaalmeedia liigtarbimisega seotud riske. Suunavate küsimustena võib kasutada järgmisi: kas olete enda või sõprade juures tähendanud mõningaid kahjulikke harjumusi sotsiaalmeedia osas? Kellega olete sellest rääkinud?

Selle alateema lõpetuseks näidata järgmist lühivideot:
<https://www.youtube.com/watch?v=gTAVzX8cLv8>

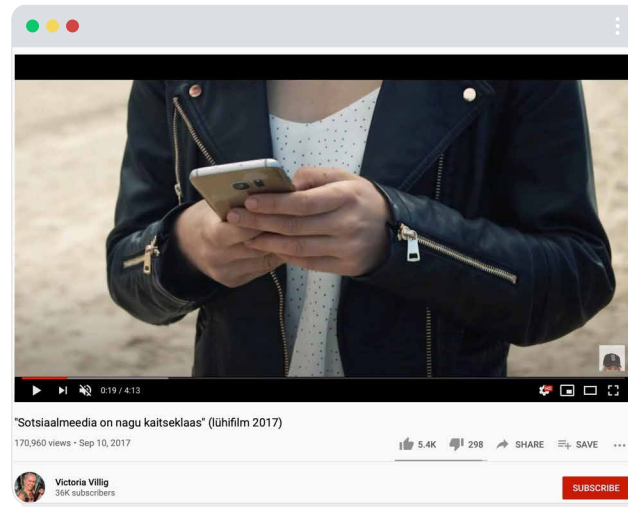
Järgmise alateemana käsitleme sotsiaalmeedia kui infokanaliga seotud ohtusid.

Näidata osalejatele kolm järgmist lühivideot:

<https://youtu.be/JXC5v9MmEec>

<https://youtu.be/GZCFgyPmNxU>

https://youtu.be/Q0XNi9n_qb8



... ja seejärel tekitada gripis arutelu sotsiaalmeedias levinud petuskeemidest (*kasutada võib ka ettevalmistatud slaide*). Sellised manipulatsioonid rõhuvad inimeste omadustele nagu heatahtlikkus, uudishimu ja kasupüüdlikkus. Nende abil hajutatakse tähelepanu või kiirustatakse inimest tagant, et ta ei jõuaks

langetada ratsionaalseid otsuseid. Selleks et kasutada interneti ja sotsiaalmeediat turvaliselt, tuleb meeles pidada kolm põhireeglit:

- Mõttele oma postituste sisu peale!
- Mõttele oma internetikontaktide peale!
- Mõttele, kuidas end veebis kaitsta!



Handwriting practice lines consisting of a solid top line, a dashed middle line, and a solid bottom line.

MÕTLE/ARUTLE

Mida teha, kui sinu sõber on sotsiaalmeediasõltuvuses?

- Peaasi.ee
- noortenõuandlad
- perearst (suunab psühholoogi juurde)
- psühholoog/terapeut



KOOLITUSE LÕPETAMINE / JÄRELDUSED

5 minutit

Petuskeemide eest internetis ja sotsiaalmeedias kaitseb tähelepanelikkus ja kriitiline mõtlemine. Need on kasulikud omandused, mida pädev meediatarbija harjutab igapäevaselt.

Samuti peab teadvustama, et sotsiaalmeedia liigtarbimine võib olla kahjulik ja seetõttu tuleb seda piirata, järgides nutiseadme kasutamise hügieeni.

CARE BEFORE
YOU SHARE

1. TUND. TULEVIK: SINA NÄITAD TEED

TAOTLETAV ÕPITULEMUS

Osalejad:

- Saavad aru, et valeinfo alased meetodid ja tehnoloogiad muutuvad ja arenevad järjepidevalt.
- Tunned end enesekindlalt, kuna on kursuselt saanud kaasa piisavad teadmised ja oskused, mis kaitseb neid suure osa valeinfo eest.

KASULIKUD MATERJALID

- interneti ligipääsuga arvutid või telefonid
- paber ja pastakad

PLANEERITUD AEG

45 minutit ⌚

KOOLITUSE KÄIK

Sissejuhatus

5 minutit ⌚

Tänases tunnis vaatame, kuhu suunas valeinfo areneb. Uued tehnoloogiad, mida valeinfo loomisel ja levitamisel kasutatakse,

võivad tekitada musta masendust, aga siit kursuselt saadud oskused aitavad ka selle osas olla piisavalt ettevaatlikud.

SOOJENDUS

5 minutit ⌚

Vaadake esimesed 30 sekundit sellest videost. Paljudele võib see video juba tuttav olla, ent sellest pole hullu.

Küsimused

- Kas midagi tundub selle video juures paigast ära olema?
- Mis?
- Miks?

Seejärel vaadake video lõpuni.

JUTUPUNKTID

5 minutit

Et mitte keegi valesi aru ei saaks: sellel videol ei rääkinud tegelikult Barack Obama. Rääkis hoopis koomik Jordan Peele. See on vaid üks näide, kuidas valeinfo areneb. See kasutab kõiki võimalusi, mida tehnoloogia pakub. BuzzFeed Newsil võttis selle video tegemine küll üksjagu aega, ent kõik kasutatud tööriistad on avalikult saadaval. Üsna pea ei ole

selliste petuvideote, *deep fake*'ide, tegemine enam üldse keeruline, vaid seda teeb tarkvara meie eest. Võltsvideote ja võltsaudio loomine ei ole enam keeruline. Mõned eksperdid ennustavad, et peatselt hakatakse valeinfot levitama ka *augmented reality* (liitreaalsus) abil.

Küsimused

- Arvestades kõike, mida me oleme õppinud, siis milline on parim käitumisviis selliste valeinfo asjadega kokku puutumisel?
- Kas tõstame lihtsalt käed üles ja anname alla?
- Mis tundeid see video teie tekitab?
- Kas te usute, et teil on piisavalt oskuseid, et suurema osa valeinfo hakkama saada?
- Mida saate teha, et tehnoloogia selliseks arenguks valmis olla?



JUTUPUNKTID

Loodetavasti tunnete ennast praeguseks piisavalt enesekindlalt ja usute, et suudate valeinfot läbi hammustada. Oluline on meeles pidada "Care before you share" (Hooli, enne kui jagad) põhimõtet. Tehnoloogia areneb ja see on vältimatut. Kuid nüüd olete ka teie tervisliku informatsiooni levitamise saadikud. Teie saate jagada uut meediakirjaoskuse kultuuri. Te

teate, kuidas seista vastu, kui teie tunnetega manipuleeritakse meedias. Selle tööriista nimi on "Name It to Tame It" (Nimeta, et ohjeldada emotsiooni). Te oskate ka märgata, kui hakatakse levitama uut tüüpi valeinfot ning harida iseennast, kui kasutusse võetakse uued tehnoloogiad.

HARJUTUS 1

25 minutit

Palu kõikidel osalejatel võtta paber ja pastakas ning kirjutada mõned laused või mõtted, mis algavad järgnevalt.

"Üks asi, mis ma avastasin iseenda varasema infotarbimisharjumuse kohta, on..."

"Tulevikus jagan ja levitan meediasisu ning tarbin informatsiooni teistmoodi, sest ma..."

Palu kas mõnel vabatahtlikul või kõigil osalejatel kordamööda lugeda ette, mida nad kirja panid. Vajadusel arutage neid vastuseid grupis.

Küsimused

- Kas võtad kasutusele mõne mõtetest, mida keegi su kaaslastest siin väljendas?
- Mida neist on lihtne teha ja mida keeruline?
- Mis võiks keerulisi samme teha lihtsamaks?
- Kas praeguse vestluse järel tunned, et hakkad midagi kindlasti tegema teisiti kui varem?



KOKKUVÕTE

5 minutit



Igäühel meist on valikuvabadus otsustada, millist meediat me
tarbime ja millist sisu ise jagame. Teadlike otsuste tegemine
oma meediaharjumuste kujundamisel muudab meid püsivalt

meediakirjaoskajaks. Peame jälgima, et tarbime, toetame ja
jagame vaid kvaliteetset ning usaldusväärset meediat.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

