

Meedia funktsioonid

AINED: emakeel

KLASSID: 9-12

SEOS AINEKAVADEGA

Meedia, keel, mõjutamine. Meedia konstrueerib reaalsus ja mõjutab seda, kuidas maailma nähakse.

TUNNI EESMÄRK

Õpilased oskavad kirjeldada meedia funktsioone

SISSEJUHATUS

Raadiomäng: õpilased ütlevad etteantud lause vabalt valitud stiilis.
5 min

TUNNI KAVA

Tegevus 1: Õpilased töötavad individuaalselt töölehtedega (lisa 1).
Tegevus 2: Ühine arutelu mõttekaaslaste rühmas – milline on meedia kõige olulisem funktsioon?
Tegevus 3: Kokkuvõtte rühmatöödest.
25 min

Refleksioon/kokkuvõte: Valitud õpilased esitavad 1 minuti pikkuse kõne konverentsil „Elu aastal 2050“.
5 min

KAS ÕPILASED JÕUDSID EESMÄRGINI?

Iga õpilane täidab töölehe.

PÕHIKONTSEPTSIOONID

Media funktsioonid

VAJALIKUD VAHENDID

Töölehed, kirjutusvahendid



Developed by Knowledge Economy Forum and DW Akademie and funded by the Foreign Office of the Federal Republic of Germany.

Huvi äratamine / evokatsioon (5 minutit):

1. Kutsu seitse õpilast klassi ette – igaüks neist on üks raadiojaam. Iga raadiojaam saab õpetajalt ühe lause (sosinal või paberil), mis tuleb eetrisse anda.

Raadiojaamadele antakse sellised laused:

- Ma annan sulle infot.
- Ma lahutan su meelt.
- Ma õpetan sind.
- Ma veenan sind.
- Ma annan sulle tunda, et sa oled osake ühiskonnast.
- Ma vahendan kultuuri.

2. Õpilane valib, mis stiilis raadiojaam ta tahab olla – klassikaline, rockilik, pop, uudistepoliitikaprogramm või midagi muud. Valitud stiil mõjutab seda, kuidas oma lause eetrisse läheb – lauldes, sosistades, tõsisel toonil vms.

3. Õpetaja paneb raadiojaamad ükshaaval käima, sätib helitugevust – raadiojaamad järgivad õpetaja tegevust ja kohandavad ennast vastavalt sellele. Ülejäänud õpilased kuulavad kõigi raadiojaamade sõnumeid ja panevad need kirja.

4. Kui kõik sõnumid on kuulatud, pannakse raadio kinni. Klass arutleb kuulatud lausete üle ja mõtleb, mis võiks olla tänase tunni teema. Õige vastus on meedia erinevad eesmärgid ja funktsioonid.

Tunnikava (25 min.):

5. Õpilased loevad töölehel olevat teksti ja täidavad tühjad veerud (15 min). Pärast individuaalset tööd valib iga õpilane ühe enda meelest olulise meedia funktsiooni ja moodustab rühma koos nendega, kes valisid samamoodi. Rühmana arutatakse kirjapandut ja sõnastatakse koos üks lause iga veeru kohta.

6. Iga rühma esindaja loeb oma laused ette ja jagab kõige olulisemaid punkte arutelust.

Refleksioon ja kokkuvõte (5 min.):

7. Kujutle, et on aasta 2050. Inimkond on silmitsi seisnud suurte probleemidega - inimesed on rumalaks jäänud ja tahavad üksnes meelelahutust ega oska kriitiliselt mõelda, tehisintellekt valitseb, inimesed elavad meediamullides, kõikjal on valeinfo ja süvavõltsingud, ühiskond on jagunenud vaenulikeks gruppideks, ühised väärtused on ohus. Mida oleks pidanud tegema aastal 2023, et elu oleks aastal 2050 parem? Kas kõiges on süüdi massimeedia? Milline on meedia roll selles situatsioonis? Põhiküsimus:

mida tuleks meedias põhjalikult muuta aastal 2023, et niisugust tulevikustsenaariumi ära hoida?

8. Viis õpilast saavad loosiga rolli, et osaleda 1 minuti pikkuse loenguga konverentsil "Elu aastal 2050": meediaomanik, poliitik-propagandist, president, uuriv ajakirjanik, moeblogija (soovi korral loo rohkem rolle). Õpilased püüavad küsimusele vastata oma rollist lähtuvalt.

9. Iga osaleja saab ühe minuti aega. Teised kuulavad ja valivad, kelle pakutud lahendus oleks maailma päästmiseks kõige parem. Lõpuks hääletatakse, kellest saab MAAILMA PÄÄSTJA.

TÖÖLEHT

Meedia eesmärgid ja funktsioonid	Näide meedia-sõnumist, kus see eesmärk on juhtival kohal	Isiklik hinnang - kui tähtis see funktsioon minu jaoks on, kui palju ma sedalaadi sisu kasutan	Mis riske toob endaga kaasa see, kui seda meedia funktsiooni ei mõisteta, ei tunta ära, ei teata	Minu hinnang selle kohta, kuidas Eesti meedia seda funktsiooni täidab
<p>Informeerimist kui meedia tuumfunktsiooni täidab meediasisu, mida nimetatakse uudisteks. Hea meedia püüab edastada täpset, objektiivset ja täielikku teavet, kuna erapoolikud või mittetäielikud teated peletavad publiku meediast eemale.</p>				
<p>Hariduslik eesmärk on massimeedia jaoks väga oluline. See on teadlikkuse loomine teabe läbimõeldud tõlgendamise kaudu. Massikommunikatsioon pakub platvormi, kus on palju võimalusi erinevate uudiste, vaadete, ülevaadete, intervjuude, eelvaadete ja lahenduste, mitmete probleemide, probleemide mudelite ja keskkonnaalgatuste esitamiseks. Analüüsid neid küsimusi ja probleeme päevast päeva, on</p>				

<p>massimeediaagentuurid sellistes küsimustes kogenud ja asjatundlikud. Haridus- ja teadusartiklid, erinevate ajalehtede, harivate televisiooni- ja raadiokanalite hariduslikud lisad on näide massimeedia haridusteenustest.</p>				
<p>Sotsialiseerumine tähendab inimeste võimet omandada grupi kui terviku norme ja kogemusi, säilitada kultuurilist konsensust ja kogukondlikku harmooniat. Just massimeedia kaudu teame meie ühiskonna erinevate rühmade kultuurilisi ja sotsiaalseid norme. Selle teabe põhjal austavad inimesed teisi ja käituvad vastavalt ühiste väärtustele ning loovad seeläbi integreeritud ühiskonna.</p>				
<p>Meedias on rohkesti meelelahutuslikku sisu. Ajalehed avaldavad karikatuure, koomikseid, spetsiaalseid nädalavahetuse lisasid. Televisioon ja raadio keskenduvad peamiselt meelelahutusfunktsioonidele, edastades sporti, filme, seriaale, muusikat,</p>				

<p>tantsu, komöödiat, animatsiooni ja moeetendusi..</p>				
<p>Seega on massimeedial võtmeroll kogu poliitilise süsteemi ja poliitika kujundamisel ning avaliku arvamuse suunamisel. Seda protsessi nimetatakse agenda seadmiseks. Massimeedia teeb seda, tuues mõned probleemid esile ja vältides teisi.</p>				
<p>Massimeedia on sild mineviku ja oleviku vahel. Nad edastavad kultuuri ja pärandit põlvest põlve. Meie kultuuri hoidmisel on meedial ülitähtis roll – kultuuriväärtuste tutvustamisel ja levitamisel ühiskonna erinevates osades. See keskendub kultuuri ehtsatele külgedele ja toob välja ebasoovitavad suundumused.</p>				
<p>Massimeedia veenab – muudab inimese meelt, isiksust ja iseloomu. See on meedia võime veenda sihtrühma kvalitatiivselt ja kvantitatiivselt muutuma. Tegelikult on veenmine iga massimeedia</p>				

lõppeesmärk: inimeste teavitamise, harimise ja meelelahutuse kaudu kutsutakse esile muutusi. Selle funktsiooni suur väljakutse on valeinformatsiooni ja võltsuudiste levitamine.

--	--	--	--	--