

# Inimene nüüdisaegses teabekeskonnas

## Valikkursus gümnaasiumile

### Sisukord

Valikkursuse kirjeldus.....	2
Õppesisu .....	3
1. Teabekeskond ja selle osalised.....	3
1.1. Meediamajanduse alused .....	3
1.2. Algoritmid ja personaliseeritud sisu .....	4
1.3. Integreeritud turunduskommunikatsioon .....	4
1.4. Inimene sotsiaalmeedias, meedias ja väljaspool meediat .....	5
2. Mõjutustegevus.....	7
2.1. Võitlus tähelepanu pärast, tähelepanumajandus.....	7
2.2. Kommunikatiivsed eesmärgid ja taotlused .....	7
2.3. <i>Influencerid, youtuuberid, mikrokuulsused</i> .....	8
2.4. Propaganda- ja mõjutusvõtted sotsiaalmeedias .....	9
3. Andmed, faktid ja nende kontrollimine.....	10
3.1. Internet ja selle erinevad osad .....	10
3.2. Faktikontrolli võtted.....	10
3.3. Otsingutehnika .....	11
3.4. Kodanikuajakirjanduse eri vormid ja võimalused, veendumusmeedia, avalikest allikatest pärinev info. Kuidas info tekib? .....	12
4. Info ja selle kaitse .....	13
4.1. Avaliku info olemus, poolavalik ja privaatne sfäär .....	13
4.2. Internet näeb ja mäletab kõike!.....	13
4.3. Igal teol on tagajärjed.....	14
4.4. Oma andmete kaitsmine, edastamine, kasutamine .....	15
Õppekeskkond .....	16
Õppetegevuse kirjeldus.....	17
Hindamise alused .....	18

## Valikkursuse kirjeldus

Valikkursus haakub tihedalt niihästi sotsiaalainete valdkonna kui ka keele ja kirjanduse valdkonna eesmärkidega, kuid omab tihedat kokkupuudet ka teiste valdkondade, üldpädevuste ja läbivate teemadega. Kursus "Inimene nüüdisaegses teabekeskkonnas" integreerib õppija igapäevase meediakasutuse tema teadmistega ühiskonnast, meediast, poliitikast, esteetikast ja inimeste omavahelisest suhtlemisest. Aktiivõppemeetoditel ja koosõppimisel (peamiselt ümberpööratud klassiruumil) põhinev kursus aitab õppijal paremini mõista nüüdisühiskonnas toimuvaid infoprotsesse ning enda osa nendes, arendades ka nende praktilisi oskusi teadlike otsuste tegemiseks. Arvestades kursuse sisu kiiret muutumist, peab õpetaja olema valmis olukorraks, kus uus informatsioon jõuab temani samal ajal kui õpilasteni. See eeldab õpetajalt valmisolekut juhtumipõhiseks kaalutlemiseks, ühiseks infootsinguks ning kriitilise mõtlemise baasoskuste rakendamiseks kiiresti muutuv olukorras.

Valikkursuse aluseks on gümnaasiumi riikliku õppekava üldised sihiseaded. Erilist tähelepanu pööratakse järgmistele **eesmärkidele**:

- Õpilane kujuneb teabeteadlikuks inimeseks, kes tajub ja teadvustab ümbritsevat teabekeskkonda, suudab seda analüüsida ning toimida selles oma eesmärkide ja ühiskonnas omaks võetud kommunikatsioonieetika kohaselt.
- Õpilasel kujunevad välja teabe ja teabeallikate kriitilise hindamise oskused ning harjumus neid rakendada igapäevaste otsuste tegemisel.

Kursuse käigus saavutab õppija järgmised **õpitulemused**:

- tunneb tänapäevast teabekeskkonda ja selle arengut kujundavaid tehnoloogilisi, õiguslikke, poliitika- ja majandusprotsesse;
- teeb iseseisvalt motiveeritud valikuid tänapäevases teabekeskkonnas;
- leiab oma teabevajaduse kohaselt eritüübilist informatsiooni ja hindab seda kriitiliselt;
- suudab oma valikuid põhjendada ja nende üle arutleda;
- tajub ja sõnastab infoprotsessis osalejate kommunikatiivseid taotlusi;
- mõistab oma infokäitumise võimalikku mõju endale, suhtluspartneritele ja ühiskondlikele protsessidele.

# Õppesisu

## 1. Teabekeskond ja selle osalised

### 1.1. Meediamajanduse alused

#### Õpitulemused

##### Õpilane

- omab ülevaadet meediakeskkonnast ja selle osadest;
- on tutvunud meediamajanduse põhiprotsessidega ja mõistab oma osa neis;
- nimetab faktoreid, mis võivad mõjutada meediakanali sisu;
- on kursis meediaprotsesse reguleeriva seadusandluse ja eneseregulatsiooni mehhanismidega.

#### Õpisisu

Internetis leidub suur valik erinevad infokanaleid ja kommunikatsiooniplatvorme. Digikanalite sisu reguleerib valik erinevaid regulatsioone, kokkuleppeid ja piiranguid ning ennekõike eneseregulatsioon ja eetiline taust. Nendest lähtumine varieerub kanalite lõikes oluliselt ning silmas tuleb pidada ka meedia jätkuvat hübriidiseerimist ning auditooriumi segmenteerumist.

Üha enam mõjutab sisu ka muutuv ajakirjanduse majandusmudel ning arenevad tehnilised lahendused ning auditooriumi ootused ajakirjandusele.

Infokanaleid saab sisu ja formaadi koosmõju põhjal jagada mitmetesse kategooriatesse. Üks võimalik näide:

- traditsionaalsete ajakirjandusväljaannete uudisteportaalid (ERR, Postimees, Delfi, Õhtuleht jne);
- hobilehed;
- maailmavaate portaalid (Objektiiv, Rahvuslane, feministeerium);
- erakondade uudistesaidid (uueduudised, eesti uudised, vabaduudised, kesknädal);
- erialaekspertide blogid (poliitika.guru, propastop, rahajutud);
- üksikisiku blogid (poliitikute blogid, ekspertide blogid, moe ja ilu blogid jne);
- propagandaväljaanded (Sputnik, Baltnews, Baltija);
- nalja ja pilalehed (lugejakiri, pilkaja, torkaja);
- sotsiaalmeedia platvormid.

#### Kasulikud viited:

<http://eall.ee/eetikakoodeks.html>

<https://www.riigiteataja.ee/akt/109012018008?leiaKehtiv>

## 1.2. Algoritmid ja personaliseeritud sisu

### Õpitulemus

- Õpilane teab profileerimise põhialuseid ja nende mõju kuvatavale sisule; toob näiteid personaliseeritud otsingutulemuste ja turundussõnumite kohta.

### Õpisisu

Inimese digitaalne jalajälg.

Inimeste digitaalsest käitumis- ja tarbimisharjumisest on huvitatud suures plaanis kõik internetis tegutsejad, olgu selleks siis digiväljaanded, e-poed, meelelahutuskeskkonnad, aga ka avaliku sektori asutused.

Käitumisharjumuse jälgimise eesmärgid varieeruvad keskkondade funktsioonidest lähtuvalt ning andmeid kogutakse alates keskkonna enda funktsionaalsuse parandamisest, kaubandusliku tarbijakäitumise paremast mõistmisest, kuni poliitilise profileerimiseni eesmärgini välja.

Andmete kogumise tehnikad – isikustatud ja isikustamata andmed, küpsised, kasutajate registreerimine, sotsiaalmeediakeskkondade kasutajaprofiili andmed, nende riskasutus, kliendikaardid kaubanduses, nutikellad, spordiäpid jne.

Informatsioonitulv ja seda ohjav algoritm. Algoritmid ei ole iseenesest ei halvad ega head. Tegemist on tehnilise vahendiga, et kaitsta oma kasutajaid infoüleülluse eest.

Suurandmed, algoritmid ja ennustav analüüs.

### Kasulikud viited:

<https://tehnika.postimees.ee/4446025/facebooki-andmeskandaal-koik-mida-me-sellest-praeguseks-teame>

[https://en.wikipedia.org/wiki/Cambridge\\_Analytica](https://en.wikipedia.org/wiki/Cambridge_Analytica)

[https://en.wikipedia.org/wiki/Predictive\\_analytics](https://en.wikipedia.org/wiki/Predictive_analytics)

<https://digi.geenius.ee/teemad/algoritm/>

## 1.3. Integreeritud turunduskommunikatsioon

### Õpitulemus

- Oskab märgata kommerts/makstud sisu, saab aru selle toimimise põhimõtetest ja taotlustest ning leiab selle kuvamise põhjused.

## Õpisisu

Mida kogenum on inimene, seda raskem on tema käitumist mõjutada. Tulemuse saavutamiseks läheb vaja järjest keerukamaid võtteid inimeste tarbimisharjumuste suunamiseks ning üha laiaulatuslikumat kohalolu kõikvõimalikes kanalites.

Valik samaaegselt ja kihiti kasutatavaid mõjutustehnikaid, mille kaudu püütakse inimeste tarbimisharjumusi suunata:

- reklaam massimeedias ja avalikus ruumis;
- sisuturundus meediakanalites;
- suhtekorraldus;
- üritusturundus;
- tootepaigutus;
- sponsorlus;
- tarbijamängud;
- lojaalsusgrupid ja -programmid;
- mõjuisikud.

### Kasulikud viited:

<https://novaator.err.ee/861390/teadlane-selgitab-miks-ajakirjanduse-pahe-roomuga-reklaami-loetakse>

<https://www.err.ee/654762/kas-sein-aripaeva-toimetuse-ja-reklaamimeeste-vahel-peab>

[https://en.wikipedia.org/wiki/Product\\_placement](https://en.wikipedia.org/wiki/Product_placement)

<https://www.err.ee/580695/pullerits-sisuturundus-ei-rikasta-ajakirjandust>

<https://www.err.ee/580643/tv3-muub-seitsmestesse-uudistesse-hinnakirja-alusel-uudislugusid>

<https://www.err.ee/614649/kaarel-talvoja-mis-on-estli-sisuturunduses-valesti>

## 1.4. Inimene sotsiaalmeedias, meedias ja väljaspool meediat

### Õpitulemus

#### Õpilane

- oskab kirjeldada vahetu ja vahendatud suhtlemise eripärasid;
- on kursis tehnoloogilise determineerituse põhimõttega,
- analüüsib kriitiliselt oma meediakäitumist ja kohandab seda vastavalt olukorrale

## **Õpisisu**

Igapäevane suhtluskontaktide arv üha kasvab, kuid vahetu suhtluse osakaal järjest kahaneb. Suhtluskanalid ja nende iseärasused kommunikatsiooni kujundamisel. Avatud, suletud ja varjatud netikogukonnad.

Sõbrad, tuttavad ja võhivõõrad sotsiaalmeedia igapäevasuhtluses. Sotsiaalmeedia grupid, persoonid ja libapersoonid.

Ühepoolne suhtlus, dialoog ning näiline kahekõne. Suhtlusmullid, nendes valitsev maailmavaateline piiratus ja ühetaolisuse kontsentreerumine. Päri ja vastuvoolu sõnumite vastuvõtt, mõju inimesele ja maailmatunnetusele.

Sotsiaalmeedia kaaskondsete mõju maailmavaate ja tõekspidamiste kujunemisele, nende roll ja personaalsus.

Trollimine, vaenamine, vihakõne, laetud teemad ning reaktsioon nendele. Stereotüübid.

Vahetu ja vahendatud suhtluse kombineerimine, suhtlusmodaalsuste arv ja osakaal.

## **Kasulikud viited:**

<https://www.postimees.ee/6500404/sinise-aratuse-esimees-ruuben-kaalep-tunnistab-sotsiaalmeedias-trollimist-mina-olengi-bert-valter>

<https://arvamus.postimees.ee/6486770/kas-kevin-oskar-ja-oksana-tahavad-mojutada-meie-valimisi>

<https://novaator.err.ee/256972/facebooki-vaadete-kajakambri-taga-on-kasutajad>

<https://www.err.ee/647828/ben-nimmo-kaksteist-viisi-kuidas-tunda-ara-bot-i>

## 2. Mõjutustegevus

### 2.1. Võitlus tähelepanu pärast, tähelepanumajandus

#### Õpitulemus

- Õpilane märkab erinevaid tähelepanu taotlejaid, teab nende erinevusi

#### Õpisisu

Infokülluse nõiaring – mida rohkem on infot, seda rohkem on vaja selle seest eristuda.

Praeguseks on ringi jagatud senine tähelepanu reserv. Suhtluskanalite arvu kasvuga killustub tähelepanu hulk ning piseneb “tähelepanuühik”.

Tähelepanu saavutamisest on saanud ellujäämisvõitlus, millest võtavad osa kõik ühiskonna osad, alates kaupmeestest ning lõpetades riigiga.

Tekkinud on tähelepanumajandus. Kõik, kellele langeb kasvõi hetkeks suurema hulga inimeste tähelepanu, saab seda “edasi müüa” tähelepanunäljas olijatele, olgu nendeks siis mingi kindla toote müüjad või riigiametid. Sotsiaalse aja kiirenemine.

#### Kasulikud viited:

<https://novaator.err.ee/257645/100-sekundi-video-aja-kiirenemine-infouhiskonnas>

Näidiskampaaniad:

<https://www.mnt.ee/et/liikleja/ennetuskampaaniad>

<https://www.tegijad.ee/>

<https://www.sm.ee/et/uudised/kampaania-mul-koik-ok-julgustab-noori-oma-muredest-raakima>

<https://www.siseministeerium.ee/et/siseturvalisuse-valdkond/ennetustegevus/ennetuskampaaniad-ja-programmid>

<https://www.terviseamet.ee/et/uudised/algab-terviseameti-kampaania-tervis-pole-naljaasi>

### 2.2. Kommunikatiivsed eesmärgid ja taotlused

#### Õpitulemus

Õpilane

- mõistab, et kommunikatsiooniprotsessis osalejatel on oma avalikud ja varjatud eesmärgid;
- on võimeline tegema lihtsamaid taustauuringuid avalikes andmebaasides;
- analüüsib vahetu ja vahendatud kommunikatsiooni episoodide osalejate taotlustest lähtuvalt.

## Õpisisu

Kommunikatsioon mõjutab inimese käitumist.

Tähelepanu killustumisega ja tähelepanu taotlejate arvu kasvu ning igapäevaste suhtlussündmuste hulga pideva suurenemisega on vaja üha põhjalikumalt ja täpsemalt tuvastada kommunikatsiooni eesmärk ja motivatsioon.

Eeldusel, et tähelepanul on järjest kasvav väärtus, tasub alati küsida, miks ma seda infot saan ning kes ja miks minuga suhtleb.

Kas minu käest tahetakse midagi saada?

On selleks raha, hääli valimistel, kodaniku toetus mõne huvigrupi projektile, minu tutvusringkond ja nende tähelepanu.

### Kasulikud viited:

<https://www.ohtuleht.ee/863033/7000-inimest-protestib-tartu-tselluloositehase-vastu>

<https://tartu.postimees.ee/6512750/erakondade-tanavune-valimisnann-palju-lihtsat-padi-padi-vaid-napuotsaga-haid-ullatusi>

<https://www.ohtuleht.ee/276140/oru-kodu-kaunistab-nooruki-otsaesist-koigest-moni-aasta>

<https://poliitika.postimees.ee/6462211/galerii-ja-video-ekre-piketil-runnnati-indrek-tarandit>

## 2.3. *Influencerid, youtuuberid, mikrokuulsused*

### Õpitulemus

Õpilane

- tunneb ära tähelepanu püüdmise võtted ning mõistab, miks need talle mõjuvad;
- tunneb mikrokuulsuste ja nende loodud materjali vahendajate ärimudelit ja mõistab nende taotlusi;
- analüüsib mikrokuulsuste kommunikatiivseid eesmärke.

### Õpisisu

Sotsiaalmeedia erinevate formaatide tekkimisega on igaühele antud võimalus panna püsti oma tähelepanumüügi „kiosk“. Ligipääs miljarditele silmapaaridele ning konkurents nende pärast tekitab vajaduse olla silmapaistev, märgatud ja jälgitud.

Seda on asunud realiseerima nii need, kelle igapäevatöö on seda lihtsam, mida rohkem paistavad nad ühiskonnas silma (näiteks poliitikud, sportlased, meelelahutustähed), kui ka need, kes on märganud selles võimalust teenida igapäevast sissetulekut.

Vahendid on üsna võrdselt ligipääsetavad kõigile ning see on tekitanud enneolematu konkurentsi auditooriumini jõudmisel.

**Kasulikud viited:**

<https://www.aripaev.ee/uudised/2018/01/12/amet-blogija-palk-ule-keskmise>

<https://www.instagram.com/paksbasilio/>

<https://www.facebook.com/otttanakfanpage/>

<https://www.facebook.com/paljasporgand/>

<https://www.youtube.com/user/victoriavillig>

<https://digi.geenius.ee/rubriik/uudis/edetabel-eesti-suurimad-youtubei-kanalid/>

## 2.4. Propaganda- ja mõjutusvõtted sotsiaalmeedias

### Õpitulemus

Õpilane

- eristab mõjutusvõtteid sotsiaalmeedia keskkonnades;
- kirjeldab nende toimimispõhimõtteid ning tuua näiteid igapäevaelust.

### Õpisisu

Sotsiaalmeedia algoritmide üldistest põhimõtetest lähtuvad tehnilised võtted – võimendavad libakontod, suhtlusgrupid ja nende liikmeskonna sissetõmme, botid, sisu levimine gruppides.

Avalik propaganda – pooltõed, emotsioonidel mängimine, infograafikud, meemid, eksitavad pealkirjad, artiklid kahtlastest kanalitest, libakontode valepostituste jagamine.

Tegevused libavõrgustikega – toetava „enamuse“ fooni loomine, massiline vastuargumentide esitamine, floodimine postituse voost välja surumiseks, isiklikud rünnakud ja naeruvääristamine, solvamine ja tasalülitamine kommentaariumides.

**Kasulikud viited:**

[www.propastop.org](http://www.propastop.org)

## 3. Andmed, faktid ja nende kontrollimine

### 3.1. Internet ja selle erinevad osad

#### Õpitulemus

- Õpilane kirjeldab interneti erinevaid osasid, selgitada nende olemust ning tuua näiteid.

#### Õpisisu

Interneti jagunemine – avalik internet, süvaveeb, tumeveeb.

Avalik veeb, indekseerimine ja otsingusüsteemid

Süvaveeb, registrid, indekseerimata pildipangad, andmebaasid, open data andmekogud, repostitooriumid jne

Tumeveeb, TOR lehitseja.

#### Kasulikud viited:

[https://en.wikipedia.org/wiki/Deep\\_web](https://en.wikipedia.org/wiki/Deep_web)

[https://www.riigiteataja.ee/kohtulahendid/koik\\_menetlused.html](https://www.riigiteataja.ee/kohtulahendid/koik_menetlused.html)

<http://dspace.ut.ee/>

### 3.2. Faktikontrolli võtted

#### Õpitulemus

- Õpilane kontrollib infoühiku sisu tõesust.

#### Õpisisu

Uudise või muu ajakirjandusliku materjali õigsuse tuvastamine klassikalise skeemi järgi:

- Tuvasta allikas
- Loe kogu materjal läbi
- Tuvasta autor ja tema taust
- Otsi toetavaid fakte mujalt kanalitest
- Kontrolli materjali avaldamise aega
- Kas tegemist võib olla naljaga?
- Jälgi oma eelhäälestust/kallutatust
- Küsi ekspertide arvamust.

Lisateemad:

- allikapesu;
- libadomeenid;
- pealkirjade morfoloogia;
- *astroturfing*;
- teaduspesu
- Faktikontroll poliitilise ja teadusinfo puhul
- Faktikontrolli algatused teistes Euroopa Liidu riikides

**Kasulikud viited:**

<https://www.ifla.org/publications/node/11174>

<https://www.propastop.org/2017/09/07/propagandakuu-august/>

<https://www.propastop.org/2016/11/21/propagandasonastik-allikapesu/>

<https://www.propastop.org/2017/11/20/propagandasonastik-astroturfing/>

<https://sirp.ee/s1-artiklid/c21-teadus/teaduspesu/>

### 3.3. Otsingutehnika

#### Õpitulemus

- Õpilane kasutab erinevaid tehnilisi lahendusi internetist info leidmiseks.

#### Õpisisu

Avalikest allikatest info otsimine. Avalik veeb vs süvaveeb. Erinevad otsingumootorid.

Tagurpidi pildiotsing (Google, Yandex, Reveye, Tineye jne).

Failid ja nende metadata.

Google *dorking* (häkkimine) + Yandex, Bing, DuckDuckGo, Twitter jne.

Geolokatsioon – Instagram, Twitter, Echosec

Kohtulahendite register

OSINT;

PAI.

Avalikest allikatest info otsimise meistrikläss:

Bellingcat;

Atlantic Council DFRLab;

Re:Baltica;

Amnesty International

**Kasulikud viited:**

<https://www.bellingcat.com/>

<https://medium.com/dfrlab>

<https://en.rebaltica.lv/>

### 3.4. Kodanikuajakirjanduse eri vormid ja võimalused, veendumusmeedia, avalikest allikatest pärinev info. Kuidas info tekib?

**Õpitulemus**

Õpilane

- teab toimetusliku protsessi põhilisi elemente (andmete otsimine, kontrollimine, sidustamine, vormistamine, levitamine);
- eristab toimetusliku protsessi läbinud materjali sellisest, kus toimetuslik protsess puudub.

**Õpisisu**

Traditsioonilise ajakirjanduse tööpõhimõtted – toimetuse, meediaorganisatsiooni ja peatoimetaja vastutus.

Kodanikuajakirjanduse väljaanded Eestis.

Populaarsemad blogikeskkonnad

Uudiste agregatorid; RSS; Google *alerts*, Google *Ads*.

**Kasulikud viited:**

<http://eestiblogid.ee/>

<http://stilst.ee/eesti-blogid/>

<http://www.poliitika.guru/>

<https://innojairja.blogspot.com/>

## 4. Info ja selle kaitse

### 4.1. Avaliku info olemus, poolavalik ja privaatne sfäär

#### Õpitulemused

##### Õpilane

- mõistab info avaldamise erinevaid võimalusi ja tagajärgi;
- on teadlik info avaldamise piirangutest ja nende põhjustest (nt kolmandate isikute kohta käiv informatsioon, süütuse presumpatsioon jne);
- eristab privaatset ja avalikku informatsiooni.

#### Õpisisu

Avalik, privaatne ja poolavalik teave. Pildistamise, filmimise ja materjali avaldamise regulatsioon ja eetika. Privaatsus ja avalik internetiühendus. Näotuvastus ja avalik sfäär. Videovalve ja selle analüüs.

#### Kasulikud viited:

[https://www.aki.ee/sites/www.aki.ee/files/elfinder/article\\_files/kaamerate%20juhis%20\(01.07.2016\).pdf](https://www.aki.ee/sites/www.aki.ee/files/elfinder/article_files/kaamerate%20juhis%20(01.07.2016).pdf)

<https://digi.geenius.ee/rubriik/uudis/paris-inimeste-kusimused-mis-asi-see-elisa-naotuvastus-on-ja-kas-ma-peaks-seda-kartma/>

<https://novaator.err.ee/821097/hiina-170-miljonit-kaamerasilma-muudavad-suure-venna-naljanumbriks>

<https://forte.delfi.ee/news/tarkvara/suur-vend-naeb-koike-hiinas-pages-tagaotsitav-tuhandete-kontserdikulastajate-sekka-naotuvastussüsteem-leidis-ta-ruttu-ules?id=81779721>

<https://innovatiiv.ee/mis-juhtub-kui-auto-tualett-ja-valgusfoor-sind-nagupidi-ara-tunnevad/>

### 4.2. Internet näeb ja mäletab kõike!

#### Õpitulemus

- Õpilane teab, millised tagajärjed on isikut puudutava info avaldamisel.

#### Õpisisu

Tea, mida internet sinu kohta sisaldab! Personaalne info on nii sotsiaalmeediasse postitamine, kommenteerimine kui ka *laikimine* ja jagamine.

Õigus olla unustatud. Surnud kontod. Info kustutamise võimalused.

Interneti arhiiv (Google, web.archive.org).

Kestev audio jälgimine ja analüüs sotsiaalmeediakanalite poolt.

**Kasulikud viited:**

<https://yandex.ru/images/>

<https://www.google.ee/imghp?hl=en&tab=wi>

<https://www.aki.ee/et/uudised/uudiste-arhiiv/oigus-andmete-kustutamisele>

<https://www.aki.ee/et/kuidas-oma-andmeid-googleist-bingist-voi-yahoost-maha-saada>

[https://www.aki.ee/sites/www.aki.ee/files/elfinder/article\\_files/Suhtlusportaali%20kasutaja%20meelespea.pdf](https://www.aki.ee/sites/www.aki.ee/files/elfinder/article_files/Suhtlusportaali%20kasutaja%20meelespea.pdf)

<https://www.err.ee/692581/wylie-facebook-saab-kuulata-inimesi-pealt-nii-kodus-tool-kui-ka-tanaval>

<https://kuuuriija.postimees.ee/6523216/kuuuriija-hooaja-teine-saade-laostatud-elu-suutust-facebooki-otseulekandest>

## 4.3. Igal teol on tagajärjed

### Õpitulemus

Teab põhilisi õiguslikke aluseid info kaitsmiseks, reguleerimata ja reguleeritud aspekte

### Õpisisu

Autoriõigused ja internet; vihakõne, laimamine; identiteedivargus; sõnavabadus vs solvamine.

Kust saada abi? Veebikonstaabel; AKI juhendmaterjalid.

**Kasulikud viited:**

<https://heakodanik.ee/uudised/mis-on-vihakone/>

<http://www.inimoigustegiid.ee/ee/teemad/valjendusvabadus-ja-meedia/valjendusvabadus/laim>

<https://www2.politsei.ee/et/nouanded/it-kuriteod/identiteedivargus/>

<https://entk.ee/noorsootoo/noorsootoo/tooriistakarp-nutikatele/2-urituse-korraldamise-juhtnoore/2-4-kuidas-kasutada-pilte-ja-muid-materjale-autorioigusi-rikkumata/>

<https://www.err.ee/865520/marika-korolev-pani-anonuumsed-monitajad-oma-sonade-eest-vastutama>

## 4.4. Oma andmete kaitsmine, edastamine, kasutamine

### Õpitulemus

Õpilane

- kasutab tehnilisi lahendusi oma andmete kaitsmiseks ja informatsioonilise enesemääramise õiguse teostamiseks;
- austab enda ja teiste privaatsust.

### Õpisisu

Informatsioonilise enesemääramise õigus.

Privaatsusseaded sotsiaalmeediakeskkondades.

Pildid ja videod internetis.

Kust ilmuvad reklaamid veebikeskkondadesse.

Panopticklick. Erinevate veebilehitsejate omapärad (Chrome, Firefox, IE).

IP aadress ja VPN.

Uus valdkond – IOT. 2FA.

### Kasulikud viited:

<https://www.targaltinternetis.ee/lapsevanematele/sotsiaalmeedia-privaatsusatete-seadistamine/>

<https://www.politsei.ee/et/veebikonstaablid>

<https://panopticklick.eff.org/>

## Õppekeskkond

Kool korraldab õpet lähtuvalt ainekavas seatud eesmärkidest, kasutades soovitatud meetodeid ning tegevusi. Kui “Inimene nüüdisaegses teabekeskkonnas” on kursus, kus õpilastel ja õpetajatel on suur valikuvabadus nii õppe sisu kui meetodite osas, tuleb planeerides arvestada ka kooli üldiste meediakasutuspõhimõtete ja praktikatega. Valikkursuse edukaks korraldamiseks on vaja hoolikalt kaalutada järgmisi aspekte.

1. Kasutatav klassiruum peab võimaldama audiovisuaalse meediasisu esitamist. Soovituslik oleks ka dokumendikaamera olemasolu (trükitud materjalide keskkonnasäästlikuks esitamiseks).
2. Kui koolis on lubatud/toetatud oma nutiseadmete kasutamine õppetöös, siis tuleb enne kursuse algust veenduda, et kooli WIFI võimaldab kõiki kursusel vajalikke toiminguid (sh sotsiaalmeedia kasutamist) ning kannatab välja piisavalt koormust. Ehkki paljudel õpilastel on võimalus kasutada ka mobiilset internetti, ei saa selle kasutamist kulukuse tõttu õppijatelt eeldada. Samuti peab kool valmistuma selleks, et kõigil õppijatelt ei ole internetivõimekusega seadet ning neil on õigus eeldada kooli seadme kasutamist.
3. Oma seadme kasutamise pluss on asjaolu, et õpilane tunneb oma seadet, ent tähelepanu hajumine on samuti tõenäoline. Kooli seadmete või arvutiklassi kasutamisel peab õpetaja veenduma, et seaded võimaldavad kõiki kursuse spetsiifikale vastavaid toiminguid.

Grupitööde ja arutelude läbiviimiseks on soovitav, et klassi sisustus võimaldaks mõningast ümberpaigutamist. Väga soovituslik on turvalise digimaterjalide jagamise ja grupisuhtluse platvormi olemasolu kas kooli olemasolevatel digiplatvormidel või ainult seda kursust silmas pidades. Oluline on jälgida, et kursuse materjalid (sh õpilaste loodud sisu) ei oleks avalikult ligipääsetav, kuna õpiprotsessi huvides on teatav kaitstus ja eksimisvõimalus hädavajalik.

## Õppetegevuse kirjeldus

Kursuse sisus on palju teemasid, milles õpetaja võib enda tunda ebakindlalt, kuivõrd tegu on väga uute nähtustega teabeväljal. Seetõttu on väga soovitatav kaasata nii kursuse planeerimisse kui sisustamisse ka õpilaste kogemus ja teadmised. Soovitatav on kasutada überpööratud klassiruumi põhimõtet, mille puhul õpilastega arutatakse läbi järgmise tunni teema ja alateemad, mis õpilastele võiksid huvi pakkuda. Õpilaste kodune ülesanne seisneb ühele konkreetsele alateemale vastuse leidmine ning selle esitamine kaasõpilastele. Õpetaja äranägemise kohaselt võib see olla teema, milles õppija on juba kaastest pädevam, või siis innustada teda oma mugavustsoonist väljuma. Õpetaja roll valikkursusel peaks olema pigem küsimuste ja probleemide sõnastamine ja kriitilise mõtlemise toetamine, kuivõrd esmatähtis ei ole mitte praegusel hetkel toimivate teabeprotsesside “teadmine”, vaid õpilaste oskus iseseisvaid otsuseid teha. “Inimene nüüdisaegses teabekeskkonnas” võiks olla kursus, kus õpetaja on valmis ka õpilastelt õppima või koos nendega informatsiooni otsima ja hindama.

Lisaks überpööratud klassiruumi põhimõttele on soovitatav kasutada õpilasi kaasavaid, kriitilist mõtlemist arendavaid õpistrateegiaid nagu arutelud, juhtumipõhine kaalutlemine, projektid, iseseisvad pisiuurimused, väitlus, verbaalne ja audiovisuaalne sisuloome jms.

Valikkursuse kava on koostatud arvestusega, et õpetaja ja õpilased kasutavad seda raamistikuna, milles teha oma rõhuasetused. Seetõttu on ka teemade ajaline maht täpselt määratlemata. Teabekeskkonna kiireid muutusi arvestades võivad ühel aastal rohkem tähelepanu nõuda ühed, teisel aastal teised teemad. Seetõttu on soovitatav kasutada võimalikult ajakohast ja värsket meediamaterjali.

Kuivõrd valikkursuse eesmärk on vastata võimalikult täpselt teabekeskkonnas toimuvatele ajakohastele protsessidele, kooli eripäradele ja õppija vajadustele, siis on mõistlik kaasata kursuse läbiviimisse ka teiste õppeainete õpetajaid. Integreeritud õpiprotsess annab õppijale parema ettevalmistuse vaadelda ühiskonnas toimuvaid protsesse tervikuna. Ühiskonnaõpetuse, ajaloo, muusika jt õpetajaid võib õppetöösse kaasata ekspertide ja külalistena, kui nende vaateviis võimaldab õpilastel käsitletavatest teemadest paremini aru saada.

Võimaluse korral tasub õppetöösse kaasata eksperte, nagu näiteks kohaliku omavalitsuse esindaja, kooli info- ja huvijuht, IT-õpetaja, kohaliku meediaväljaande või sotsiaalmeedia haldaja, sisuturundus- ja kommunikatsioonifirmade esindajad jne.

<https://sisu.ut.ee/auditoorium/%C3%BCmberp%C3%B6%C3%B6ratud-klassiruum>

## Hindamise alused

Riiklikust ja kooli õppekavast lähtuvalt võib valikkursust hinnata nii eristavalt kui mitte-eristavalt. Kursuse “Inimene nüüdisaegses teabekeskkonnas” puhul on soovitatav rakendada mitte-eristavat hindamist, mida toetatakse tugeva eneserefleksiooniga. Teabeteadlik inimene peaks omama adekvaatset arusaamist sellest, mida ta teab, aga ka sellest, mida ta ei tea või ei saagi teada. Rakendada võib ka vastastikust või enesehindamist, samuti kirjeldavat ja edasiviivat tagasisidet, loomaks õppijais valmisolekut ka tulevikus oma oskusi arendada.