

Tallinna Õismäe Gümnaasiumi kursusekava

<p><b><u>Kursuse nimetus:</u></b> 1) Meedia ja mõjutamine</p>	<p><b><u>Kursuse järjenumbr:</u></b> <u>III</u></p>
<p><b><u>Õppeaine:</u></b> eesti keel</p>	<p><b><u>Klass:</u></b> 11</p>
<p><b><u>Eesmärgid:</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) valdab eesti kirjakeelt ning kasutab seda korrektselt kõnes ja kirjas;</li> <li>2) on keeleteadlik, tajub keelt oma identiteedi osana, analüüsib ning hindab kriitiliselt keele muutumise tendentse ja nüüdisolukorda;</li> <li>3) tunneb tüüpilisi suhtlusolukordi, oskab valida suhtluskanalit ning suhtleb eesmärgipäraselt, kasutades konteksti sobivat suulist ja kirjalikku keelt;</li> <li>4) tunneb tekstiliikide erinevusi ning oskab eri liiki tekste lugeda, analüüsida ja koostada;</li> <li>5) rakendab oma suhtlus- ja tekstitööoskusi nii tekstide vastuvõtja kui ka loojana;</li> <li>6) arendab loovat ja kriitilist mõtlemist;</li> <li>7) valib, hindab kriitiliselt ja kasutab sihipäraselt teabeallikaid.</li> </ol>	
<p><b><u>Õppesisu ja -tegevus:</u></b></p> <p>Teksti üldtunnused: sobivus suhtlusolukorda, üldine sidusus ja sisuosade seostamine; keeleline loovus ja õigekeelsus. Tekstide tõlgendamine, retseptiooni erinevuse põhjused: teadmised, isiklik kogemus, kultuuritaust. Teksti adressaat ja vastuvõetavus. Tekstide liigitamine ja analüüs. Olulisemad meediažanrid (uudis, reportaaž, intervjuu, arvamus). Meediatekstide seostamine: viited ja vihjed, vahendamise ulatus ja eesmärgid. Keel info ja suhteloome teenistuses. Meediakanalid. Tähtsamad meediakanalid Eestis, eriala- ja üldhuviajakirjad, raadio- ja telekanalid, internet, paber- ja on-line-väljaanded, kvaliteetajakirjanduse ja meelelahutusajakirjanduse erinevused. Kirjutatud teksti, kuuldeteksti ja audiovisuaalse teksti esitusviisid ning vahendid. Eri tüüpi meediatekstide vastuvõtu spetsiifika; verbaalse teksti tajuheli ja pildi kontekstis. Meediatekstide usaldusväärsus. Suhtlus internetiportaalis. Meedia ja mõjutamine. Verbaalne ja visuaalne mõjutamine. Manipuleerimine, meediaetika ja meediakriitika. Oma seisukoha eetiline ja asjakohane sõnastamine. Autoripositsioon, info allikad ja nende usaldusväärsus. Kriitiline ja teadlik lugemine. Fakti ja arvamus eristamine. Meedia retoorika ja argumendid. Sotsiaalsete tunnuste ja müütide konstrueerimine meediatekstis. Reklaam (kommertsreklaam, poliitiline reklaam, sotsiaalreklaam). Reklaami sihtrühmad ja kanalid. Reklaam mainekujundusvahendina. Erandlikud keele ja tähelepanu äratamise võtted. Reklaami mõjus. Kriitilise reklaamitarbija kujundamine.</p>	
<p><b><u>Õppetulemused:</u></b></p> <p>Kursuse lõpetanu :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) tunneb meediakanaleid, trükimeedia, raadio, televisiooni ja elektroonilise meedia erijooni ning</li> </ol>	

olulisi tekstiliike;

2) teab teksti üldtunnuseid ning eri tekstide vastuvõtu iseärasusi;

3) on teadlik meediateksti vastuvõtu eripäradest ja selle põhjustest;

4) on omandanud tekstianalüüsi põhivõtted; analüüsib verbaalset teksti visuaalses ja audiovisuaalses kontekstis;

5) tajub teksti autori eesmärke ning motiive; leiab viiteid ja vihjeid teistele tekstidele, tõlgendab teksti seostuvate tekstide kontekstis;

6) eristab fakti arvamusest ning usaldusväärset infot küsitavast;

7) tunneb meediatekstis ära argumendid ja põhilised mõjutamisvõtted;

8) analüüsib kriitiliselt reklaami ning arutleb reklaami ja mainekujunduse teemadel;

9) oskab väljendada oma seisukohta loetu ja kuuldu kohta ning valida selleks sobivaid keelevahendeid.

**Hindamine:**

Hindamine toimub vastavalt kooli hindamisjuhendile.

**Õppematerjalid (õpikud, töövihikud, ülesannete kogud, CD-d, DVD-d, õppeprogrammid jt):**

Õppevahendid hetkel puuduvad