



ISSN 0235-9146

5 / 2 0 0 3
HARIDUS

<http://haridus.opleht.ee>



Meediaõpetus kõiki õppeaineid läbiva teemana

MÖÖBEL IGASSE KOOLIRUUMI



AS Jalax on kümneaastase kogemusega kodumaine koolimööbli tootja. Oma tegevusaastate jooksul oleme välja selgitanud koolide põhilised vajadused, mis on aluseks saanud meie konstruktorite, tehnoloogide ja disainerite igapäevatoole. Oleme täiustanud erinevaid tooteid ning tänaseks võime kindlalt väita, et Jalaxil on pakkuda stiilset ja praktilist mööblit igasse kooliruumi.

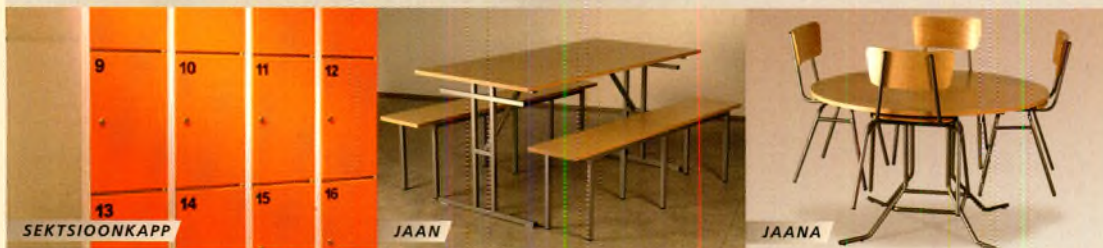
Tavaklassi mööblit soovitame spetsiaalse kõõlumist raskendava toolikonstruktsiooniga **Mallet** ja teisi tugeva konstruktsiooniga komplekte **Juss** ning **Aadu**.

Sööklatesse on meie disainerid loonud kuuekohalise **Jaani** ja neljakohalise ümarlauaga **Jaana**. Mõlemad komplektid on vastupidavad ja kergesti hooldatavad.

Kappe, mille värvi saab vabalt valida, toodame nii garderoobi, võimlasse kui ujulasse.

Lisaks liikuvaid ja statsionaarseid riuleid, toole, laudu, grafoprojektorite aluseid ja palju muud koolieluks vajalikku.

Jalax pakub terviklikke lahendusi kooli interjööri sisustamiseks.



KEVADPAKKUMINE: Kui ostate tavaklassi mööblit märtsist maini vähemalt 35 000 krooni eest, kingime 10 taskusõnastikku! Valida on inglise seletava sõnaraamatu või inglise-vene sõnastiku vahel.



Rohkem infot saate:

www.jalax.ee/kool

Müügijuhid: Andres Münter, tel (0) 6616 260, Alar Meier, tel (038) 38 403

E-post: jalax@jalax.ee

JALAX
K O O L

INFOVAESED, INFORIKKAD**6 Kas passiivne meediatarbija või aktiivne kodanik?**

Epp Lauk

9 Uus väljakutse – visuaalne kirjaoskus

Pertti Pyhtilä

MEEDIAÕPETUS**12 Õppekava läbiv teema**

Epp Lauk, Kadri Ugur

15 Meediaõpetus kui lapitekk

Kadri Ugur

18 Treffneri gümnaasiumi kogemus

Age Salo

TÖÖRIISTAKAST**22 Ajalehe keele analüüs**

Reet Kasik

25 Mis jääb ridade vahele?

Halliki Harro-Loit

28 Müüdid meedias

Katrín Aava

31 Õppematerjal internetist

Kadri Ugur

PRAKTIKA**32 Sõnavabadus koolilehes**

Sigrid Söerunurk

35 Noorte Meediaklubi

Kadri Tonka

37 Kas tõde koolist on olemas?

Viljar Aro

40 Väike märgiatlas

Karl Kello

ABRACADABRA
 ABRACADABR
 ABRACADAB
 ABRACADA
 ABRACAD
 ABRACA
 ABRAC
 ABRA
 ABR
 AB
 A







Seekordne Haridus käsitleb meediat ja meediaõpetust. Erinumbrit aitasid koostada TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna professor Epp Lauk ning Ahja Keskkooli eesti keele ja meedia õpetaja, ajakirjanduse magistrant Kadri Ugur. Erinumbri materjalide ettevalmistamisel oli neile toeks Eesti Teadusfondi grant nr 5237.

Meediata või meediaga, õpetuseta või õpetusega?

Peaaegu kogu meie maailmapilt pärineb meediast. Isegi omaenda presidenti tunneme peamiselt ajakirjanduse kaudu.

Meedia on hea

J. V. Jannsenil oli õigus, kui ta Perno Postimeest avades rahvale teada andis, et pimedas kotis elamise aeg on otsas ning inimesel on ajalehe vahendusel võimalik oma maailmapilti avardama hakata.

Meediat on vaja, et maailmas orienteeruda. Me vajame ning tahame infot ning saame seda täna nii paljudest meediakanalistest, kui soovime.

Meediakanalite paljusus annab meile ka vabaduse nende vahel valida ning seega ise oma maailmapilti kujundada. Meediata pole võimalik – ega vajalik – elada.

Meedia on halb

Tõe sildi all pakub meedia meile vaid maailma moonutatud peegeldust. Meedia valetab.

Meedia tarbimisele kuluva aja võtavad noored aktiivse tegevuse arvelt, liiga rohke telerivaatamine ja arvutikasutamine võib varsti hakata kahjustama lugemisuskust.

Meedia loodav maailmapilt on pinnapealne ja kontrollimatu. Meedia mõjutab meid tegema asju, mida me ise ei teeks. Meedia kujundab massiinimest ning surub alla individuaalsust. Meediaga koos pole võimalik elada.

Meedias tuleb orienteeruda

Me ei saa meediata läbi, aga meediaga hakkama saamiseks tuleb seda tunda. Meediapädevus tuleks vähemalt põhikoolis saavutada mõõdamines, läbiva teemana, niisiis tuleb õpetajal kasutada kõikvõimalikke "õpetlikke momente", mis elu kaasa toob. See tähendab, et õpetaja enese silm peab meedia ja meediakasvatuse suhtes lahti olema.

Seda eesmärki taotleb jõudumööda ka Hariduse erinumber. Esimesed artiklid annavad sissevaate meediakasvatu-

se mõisteteringi. Koolimeedia ja meediaõpetuse senist praktikat käsitlevad artiklid võiksid julgustada oma tee otsinguil ka neid koolijuhte ja õpetajaid, kes seni pole meediaõpetusele õiget kohta leidnud. Viimased lood on mõeldud tööriistakastiks ehk meetoodiliseks sissejuhatuses neile õpetajatele, kes tahavad meediaõpetuses midagi uut proovida.

Meediaõpetus – ega käesolev ajakirjanumber – ei anna vastust küsimusele, kas meedia on hea või halb. Meedia-maailm on osa inimeseks olemise kogemusest, osa igapäevasest elust. Loode-tavasti annab sinne tagasihoidlik valik tekste pisikese panuse selleks, et õpetajad ja õpilased end meediamaastikul veidi kindlamalt tunneksid.

Epp Lauk
Kadri Ugur



Professor Epp Lauk sedastab, et enamik vanemad ei tea, mida nende lapsed internetis teevad või televiisorist vaatavad – see on üks põhjusi, miks koolides on vaja meediaõpetust.

Kas passiivne meediatarbija või aktiivne kodanik?

E p p L a u k

TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna professor

Praegused lapsed sünnivad keskkonda, mis on küllastunud meediavahenditest – nad elavad kodudes, kus isegi arvuti, rääkimata televiisorist või raadiost, on olnud olemas enne nende sündi. Massimeedia ja infotehnoloogia kiire areng on tõstnud päevakorda küsimuse, kuidas suunata ja kasvatada infoühiskonna uue põlvkonna noori nii, et nad ei osutuks pelgalt nn meediaturu segmendiks, tarbijateks, kellele saaks võimalikult kasulikult ja rohkem müüa meelelahutust ja infot ning nende tarbimiseks vajalikku tehnoloogiat. Uurimused on tõestanud, et koos infotehnoloogia arenguga on toimunud teatud muutus ka meediatarbi-

mises: meedia kui objekt on muutunud isegi atraktiivsemaks kui sisu. Meediavahendid on tehnoloogiliselt innovaatilised, sageli ka suhteliselt kallid, nende omamine ja kasutamine on teatud määral staatuse märk. Välismaal tehtud uurimused väidavad, et just lastega perekonnad on aktiivsemad meediakasutajad ning neil on kodus ka rohkem vastavat tehnikat. Seda tõestab näiteks interneti püsiühenduse kiire levik kodudes.

Lapsepõlvesotsioloogia uuemad suunad väidavad, et lapsed on aktiivsed enese ning ümbritseva keskkonna ja suhete kujundajad. Siin on üks võtmekomponent suhtlemine massimeediaga: mil

viisil see toimub, mis ulatuses, millised vahendid on kättesaadavad, millised on valikuvõimalused ja kuidas valikud toimuvad? See on küsimus nn meediakeskkonnast. Meediakeskkonna mitmekesistumine tingib erinevad võimalused meedia kasutamiseks, kuni nn digitaalse lõhe ilmnemiseni välja. Uue meediaga seotud oskused (arvuti kasutamine, internet, programmeerimine jne) mõjutavad kindlasti noorte edaspidiseid töövõimalusi ja valikuid.

Mida me teame noorte meediakasutusest ja kuidas peaksime seda suunama? Millised on ohud ja kuidas neid vältida?

Tartu Ülikooli ajakirjanduse õppetoolis viidi 2001. a sügisel üliõpilaste abiga läbi küsitlus, mille eesmärk oli kaardistada Eesti kooliõpilaste meediakasutust, eriti nn uue meedia (arvuti, internet) kasutamist. Huvi pakkus ka meediumide kasutamise variatiivsus, otstarve ja aktiivsus. Küsitluses uurisime ühtlasi, kui kättesaadavad on Eesti kooliõpilastele elektroonilised vahendid, kas on erinevusi nende kättesaadavuses ning milles need väljenduvad.

Küsitleti 923 õpilast 14 koolist (200 maakoolidest, 723 linnakoolidest; 197 vene ja 725 eesti koolidest). Vastanute hulgas oli 359 kuuendate, 325 üheksandate ja 238 kaheteistkümnendate klasside õpilast.

“Digitaalne lõhe” maa ja linna vahel

Küsitlus näitas, et elektrooniliste kommunikatsioonivahendite kättesaadavus pole üldiselt eriline probleem, sest üks või teine võimalus neid kasutada on pea igas kodus. Järjest rohkem on peresid, kus lastel on teler, raadio või arvuti oma toas. Küsitlusele vastanutest pooltel oli isiklik raadio, veerandil teler, arvuti või muusikakeskus. 43% vastasid, et neil on mobiiltelefon.

Arvuti on olemas ligi poolte õpilaste kodudes (47%). Internetti pääseb kodust 38% vastanutest, kusjuures pooltel neist on kodus püsiühendus. Internetiühendust omavatest kodudest on aga ainult 12% maal. Oma elektronpostiaadress on enamikul küsitletud õpilastest, hoolimata sellest, kus ja kui sageli nad internetti kasutavad. Juba 6. klassis on 71% õpilastest e-posti aadress, vanemates klassides 90%.

Kui võrrelda elektrooniliste vahendite kättesaadavust maal ja linnas, siis teleri ja raadio puhul erinevus praktiliselt ei ole. Samas on linnalaste kodudes muud elektroonikat, mis ei ole nii igapäevane, tunduvalt rohkem kui maalaste kodudes (videomakk, CD-mängija), samuti on linnakodudes rohkem arvuteid (pooltel linnalastest, aga ainult kolmandikul maalastest). Veel suurem on erinevus, kui vaadata, mis on lastel isiklikus kasutuses. Siin on selge erinevus ka mobiiltelefonide puhul (vt tabel 1).

Analoogiline erinevus tuleb nähtavale eriti siis, kui võrrelda linna- ja maalaste

	Maal		Linnas	
	On kodus	On isiklik	On kodus	On isiklik
Televiisor	75	19	76	27
Raadio	78	44	78	58
CD-mängija	29	18	44	27
Videomakk	41	4	62	13
Muusikakeskus	46	18	54	26
Arvuti	35	12	50	29
Playstation	11	8	16	12
Mobiiltelefon		30		47

Tabel 1. Elektrooniliste meediavahendite kättesaadavus maal ja linnas (% vastanutest, 100% = 200 maakooli õpilast, 100% = 723 linnakooli õpilast).

	Iga päev		2–3 x nädalas		1 x nädalas		Harvem		Ei kasuta	
	Maa	Linn	Maa	Linn	Maa	Linn	Maa	Linn	Maa	Linn
Arvuti	21	43	46	26	14	14	13	13	6	6
Internet	10	26	50	31	22	16	13	18	6	10

Tabel 2. Erinevused maa- ja linnalaste vahel arvuti ja interneti kasutamises (% vastanutest).

arvuti ja interneti kasutamise võimalusi (vt tabel 2). Linnalastel on nii arvuti kui ka interneti kasutamiseks praegu kaks korda rohkem võimalusi kui maalastel.

Kirjeldataud erinevused viitavad selgelt ühele sotsiaalse ebavõrdsuse ilmingule – nn potentsiaalselt infovaeste ja infoirikaste perede olemasolule. Osal noortest on juurdepääs meediale tunduvalt suurem kui teistel ning veelahke käib mööda maa ja linna piiri.

“Ekraanimeediumide” suur ülekaal õpilaste ajakasutuses

Televiisor ja arvuti täidavad kõige suurema osa Eesti kooliõpilaste vabast ajast. Üle poole (53%) küsitletuist veedab teleri ees kolm ja rohkem tundi iga päev, arvutile kulub sama palju aega ligi viienädikul (18%) õpilastest. Teisel kohal on teleri järel sport, millele ligi pooled (46%) vastanutest kulutavad päevas 1–2 tundi. Kodusele õppimisele kulub sama palju aega jällegi umbes pooltel õpilastel. Muudele vaba aja tegevustele (raamatute lugemine, harrastused, muusika kuulamine) kulutatakse tunduvalt vähem aega. Poisid on mõnevõrra intensiivsemad arvuti ja interneti kasutajad kui tüdrukud: iga päev või vähemalt kaks korda nädalas kasutab arvutit 76% poistest ja 64% tüdrukutest; interneti nn

heavy user’ite hulgas on poisse kaks ja pool korda rohkem kui tüdrukuid.

Audiovisuaalsete meediumide ülekaal õpilaste vaba aja sisustamisel on tehnoloogiliselt arenenud ühiskondadele iseloomulik. Uurimused Inglismaal, Hollandis, Rootsis, Saksamaal jm viitavad sellele, et teleri, video ja arvuti populaarsus ei sõltu niivõrd kultuurierinevustest kui sotsiaalmajanduslikest teguritest, mis mõjutavad meediavahendite kättesaadavust.

Nii televiisorist kui ka arvutist ja internetist otsivad õpilased eelkõige meelelahutust: üle 90% õpilastest vaatab telerist peamiselt filme. Siin ei ole märkimisväärset erinevust vanuseastmete vahel. Teisel kohal populaarsuselt ei ole seriaalid, vaid uudised ja kolmandal kohal nooremates klassides laste- ja noortesaated ning 12. klassis päevakajalised saated, nagu “Kahvel”, “A4” jt. Ka sporti jälgivad keskeltläbi pooled õpilased üsna pidevalt.

Televiisor tundub suuresti kompenseerivat kino. Kui küsiti, mida õpilased eelistaksid, kui on valida, kas minna kinno, vaadata televiisorit või kasutada internetti, valis üle poole õpilastest kino. Sealjuures 12. klassist koguni 73%. Samas käiakse tegelikult kinos suhteliselt harva: ligi pooled vastanutest käivad

kinos harvem kui kord kuus, kolmandik vastas, et ei käi üldse kinos.

Internet on atraktiivne

Internet kui meelelahutusvahend juba mõnes mõttes konkureerib televiisoriga. Kui küsiti, kust otsiksid igavuse peletamiseks kõigepealt meelelahutust, mainis televiisorit vaid veerand vastanutest, internetti 38%. Kui aga otsitakse midagi põnevat, on internet esikohal 67% õpilaste jaoks!

Ühtlasi on internetist saamas keskkond, mis mingil määral juba asendab tavameediat: üle veerandi vastanutest (27%) on kasutanud internetti raadio-saadete kuulamiseks ja telesaadete vaatamiseks, 42% on lindistanud muusikat, võrgust loetakse ka ajalehti.

Internetis valdavalt suheldakse ja surfatakse: saadetakse ja loetakse e-kirju (83% vastanutest teeb seda vähemalt kord nädalas), osaletakse jututubades (71%), saadetakse mobiililõnumeid (67%). Koolitöökäigus vajalikku otsib internetist aeg-ajalt 83% küsitatud õpilastest, veebilehekülgi vaatab 77% (kusjuures nn täiskasvanute lehekülgi külastab aeg-ajalt 43% vastanutest). Oma arvutioskusi hindavad kõik õpilased valdavalt kas heaks või keskmiseks (77%) või väga heaks (10%).

Ohud ja probleemid

Kuidas õpilased võrgus pakutavat mõistavad ja kasutavad, oleneb suuresti nende teadmistest ja kriitilistest võimetest. Kui sihivõime, teadlik ja valiv aga on veebilehekülgede tegelik kasutus ja mida enim kasutatavad leheküljed pakuvad, selle kohta ei ole Eestis ühtki uurimust tehtud. Niisamuti puuduvad uurimused jututubades osalejate ning seal toimivate mõttevahetuste kohta. Seega on võimatu teha üldistusi, kuidas need mõjutavad noorte maailmanägemist ja käitumist.

Üks küsimus kompas kriitilisust netist saadava info suhtes. Tuli välja, et üle poolte õpilastest (56%) peab sealt saadavat infot usaldusväärseks; 28% vastas, et üldiselt usaldab, kuid kontrollib ka muudest allikatest. Kriitilisus kasvab mõningal määral vanuse kasvades: kui nooremates klassides usaldas netiinfot täiel määral keskmiselt 60%, siis 12. klassis vastas jaatavalt 49%. Arvesta-

des netiinfo mitmekesisuse ja valdavalt kontrollimatute allikatega, tuleb nii suurt usaldamise protsenti võtta kui hoiatavat signaali. Õpilastel on tarvis rohkem teavet selle kohta, kuidas internetist saada-va usaldusväärset hinnata.

Mõtlemata paneb, et vanemad ei tea, mida nende lapsed internetis teevad ja televiisorist vaatavad. 66% kuuenda, 87% üheksanda ja 96% kaheteistkümnenda klassi õpilastest vastasid, et valivad täiesti vabalt, mida ja millal telerist vaadata. Ainus piirang, mille vanemad seadsid, oli unearg. Alla viiendiku kuuenda klassi õpilastest vastas, et neil ei lubata vaadata televiisorit öösel. Samas ei ole seda piirangut vanematel õpilastel ning järelikult võivad nad vabalt vaadata ka nn täiskasvanute öösaateid. Sama kehtib interneti kohta. 65% vastanutest väitis, et vanemad ei tunne üldse huvi, mida nad internetis vaatavad ja teevad. Seda enam on oluline arendada laste enda kriitilisust ja teadmisi meedia pakutava suhtes.

Raamatuid ja ajalehti-ajakirju loetakse kõige selle kõrval suhteliselt vähe, kusjuures raamatute lugemisele kulutatud aeg väheneb vanuse kasvades. Vanemate klasside õpilastest vastas 41%, et pole viimase kahe kuu jooksul lugenud ühtki raamatut, ligi neljandik õpilastest ei loe ajalehti ja need, kes loevad, kulutavad selleks päevas alla tunni. Samas pakub just trükimeedia kõige rohkem ja mitmekesisemat informatsiooni, kommentaare ja analüüse ning vähem meelelahutust kui audiovisuaalne meedia. Trükitud teksti mõistmine ja tõlgendamine eeldab seega teistsugust lähenemist, teatud kogemust ja teadmisi ning rohkem vaimset pingutust. Küsitluse andmed viitavad olulistele lünkadele õpilaste meediatarbimise harjumustes.

Meediaõpetusel on oluline roll

Eesti kooliõpilase meediateadmised on aga palju nigelamad, kui võiks arvata. 2002. a sügisel TÜ ajakirjandustudengite tehtud süvaintervjudest kooliõpilastega, kes olid tegevad kooliõpilastega, selgus, et isegi neil oli üsna udune ettekujutus meedia olemusest, efektidest ja rollist ühiskonnas. Veelgi vähem teati sellest, kellele kuuluvad ajale-

hed-ajakirjad, tele- ja raadiojaamad ning kelle või mille huve nad teenivad. Raskesti oli mõistete defineerimisega (nt kollane ajakirjandus), varjatud reklaami äratundmisega, uudiste tasakaalustatuse hindamisega.

Teadlik ja kriitiline meediatarbimine on osaleva aktiivse kodaniku kujunemise eeldus. Meediapädevus peaks olema suunatud iseseisva, sõltumatu, stambivaba mõtlemise ja mõistmise arendamisele ning tagama suurema nõudlikkuse meedia pakutava suhtes. See tähendab juba uut kvaliteeti meediaga suhtlemises ja selle toodete tarbimises. Selline kvaliteet ei teki iseenesest. Seda saab arendada meediaõpetuse kaudu ja abil.

Meediaõpetuse efektiivsus Eesti koolides sõltub aga vastamisest paljudele praktilistele küsimustele. Üks tõsisemaid töömaid on õpetajate ettevalmistamine ja täienduskoolitus. See vajab omakorda nii organisatsioonilisi kui ka sisulisi lahendusi (aineprogrammide täiendamine, õpikud ja õppevahendid, abimaterjalid õpetajale jm). Meediaõpetus on infoajastu väljakutse, mille tähtsust pole võimalik üle hinnata ei üksikindiviidi ega ühiskonna seisukohast. Teadmised meediast ja oskus meediaga suhelda aitavad noorel kujuneda aktiivseks kodanikuks: ta oskab leida olulist infot, seda kriitiliselt hinnata ning on pädev ja suuteline meedia vahendusel avalikesse aruteludesse sekkuma. Just seda me demokraatliku ühiskonna arenguks aga vajamegi.



Pertti Pyhtilä on Jyväskylän yliopiston multimedia- ja taiteenkasvatusta ja Tampereen yliopiston mediakulttuurin yliopilane, Soome Instituudi Tartu osakonna kultuurisekretär.

Uus väljakutse – visuaalne kirjaoskus

P e r t t i P y h t i l ä

Laste maailm erineb meie omast – enamik õpilasi pole mustvalget televiisorit näinud, nende jaoks on kettaga laua-telefon antiikne, muusikat kuulavad nad internetis mp3-formaadis, mille juurde käivad videoklipid. Ümbrikut näevad nad põhiliselt mobiiltelefoni ekraanil.

Tänapäeva ühiskonnale – ning sellest rääkivale meediale – on omane killustatus, pidev muutumine, ebakindlus.

Noorteajakirjad meenutavad muusikavideosid: need on kirjud, kaootilised ja sisaldavad informatsioonikillukesi paljudest üle maailma tuntud muusikutest.

Killustunud elamuskultuur pole ajaliselt ega ruumiliselt haaratav, see koosneb üksikutest läbielatud hetkedest, inimeste tähelepanu on orienteeritud kiiremale tempole, näiteks filmides ei kannata enam pikki sissejuhatavaid lõike. Globaalne (lääne noorte) kultuur on hek-

tiline nartsissistlik hedonistlik visuaalne spekaakel.

Interneti levikuga on traditsioonilised rollid meedias (tootja–toode–vastuvõtja) muutunud ja kohaliku külaelu asemele on tulnud globaalsed kogukonnad, kes “fännivad” kitsast kultuurilõiku ja toodavad lisamaterjale toetamaks oma (grupi)identiteeti. Sellepärast peaks osa visuaalsest kirjaoskusest olema digitaalne väljendusoskus: joonistus-, fototöötlus- ning www-küljendusprogrammide kasutusoskus.

Kuna uued meediad kasvavad ühte (vaatame mobiiliekraanilt interneti kaudu uudiste otsesaadet, mida parajasti filmitakse ühes, kommenteeritakse arhiivilõikudega teises ja tõlgitakse eri keeltesse kolmandas kohas ning kuhu meil palutakse saata e-postiga oma küsimusi ja arvamusi), on tuleviku üks suuremaid tööstusharusid sisutoodang ning tähtsaim kaup IPR (*intellectual property rights*) ehk autoriõigused.

Ükskõik, kus maailma nurgas me uudiseid vaatame, on nende sisu meie

enda valitud kogum just meid huvitavatel teemadel. Me ei pea enam raiskama oma kallist aega näiteks spordile, kui me seda ei soovi, ning me ei jää ilma Kapa-Kohila meeskonna unistuste väravast ainult seetõttu, et ülemus saatis meid tööreisile Hiinasse. Et selline mitmekülgne ja killustuv sisutoodang oleks majanduslikult võimalik, tuleb maailmasuruda “formaati”: laupäevane lõbus olgu igale maailma “diivanikartulile” (ingl k *coach potato*) kohalik variant saatest “Tähed muusikas” – Bumtsi-bum.

Tänapäeva kultuur on nn simulatsioonikultuur, kus otsitakse elamusi ja enamik neist saadakse meedia kaudu. Sama laadi elamusi arvatakse saavat narkootikumidest, seepärast usun, et meediakriitikat õpetades tehakse ka narkoennetustööd. Noor, kelle identiteeti ei ohusta meedia pakutud ebaratsionaalsed eeskujud (Barbied ja Rambod), oskab näha, et värvikireva, ülevalgustatud, särava ja lärmaka materiaalse pinna all pole midagi, ühiskond tahab maailmast teha lihtsalt suure spekaakli:

muusikavideod, CNN-i uudised, kirjud ajakirjad, filmiefektid konkureerivad ning vaja on järjest tugevamat elamust. Sellise maailma meedia mitte üksnes ei rahulda, vaid ka "toodab" inimeste uusi vajadusi.

Visuaalse kirjaoskuse arendamine

Kooli meediaõpetus võiks alata nii õpilaste kui ka õpetajate meediapäevikuga: milliseid meedia liike ja kui palju keegi kasutab? Õpetaja tööd hõlbustab suuresti, kui ta teab, milline on õpilaste maailmapilt ning kes/mis seda mõjutab.

Koolides tuleks meedia liike kasutada nii õppetöö objekti kui materjalina. Pidevalt on vaja eri meediakanalite analüüsi, sest meediaosavad õpilased kasutavad ajakirjandust ka oma projektide, esseeide ja uurimuste allikana. Lugesoskuse kõrval tuleb pidevalt arendada kirjutamisoskust, näiteks õpetada kunstiopetuses pilditöötlusprogramme, viimistleda emakeelekirjandeid ja loovtöid tekstitöötlusprogrammides ning avaldada parimad netis (vt <http://www.tfg.tartu.ee/virtuaalkass/>). Kirjaoskuse üks osa on arvutiprogrammide kui töövahendite tundmine.

Järgmine samm oleks arutelu, miks üks või teine meediakanal on populaarne, teine aga mitte. Kohe tuleks alustada koostööd oma paikkonna ajalehe ja raadioga ning paluda analüüsimaterjaliks just kohalikku ajakirjandust. Kuna ajaleheväljalõigete koopiaid ei tajuta sageli ajalehe osana, peaks õpilastel olema võimalik koolis kasutada ajalehti tervikuna. Telereklaami analüüsid peab mõtlema kontekstile: milliste saadete vahel näidatakse milliseid reklaame? Unustada ei tohi ajalehtede ja telekanalite võrguvariante: kuidas need erinevad põhimeediast või toetavad seda? Võrgulugesoskuse õpetamine muutub järjest vajalikumaks: navigeerimine võrgus, visuaalsed sümbolid, suhtlus, oma arvamuse avaldamine, usaldatavuse analüüs ning netikett.

Kohaliku ajalehe pilte analüüsid peaks jõudma arutluseni, miks üks või teine inimene kordub (võim?), milliseid hooneid ja mis nurga alt esineb. Kui õpilased valivad pilte kodustest arhiividest, jõutakse avaliku ja privaatselt piirile: miks vanemate pulmapilt tekitab teise tunde



Teravam nauding. Visuaalsed kujundid muutuvad üha agressiivsemaks.

kui sama kiriku katuse parandusest kirjutatud artikli juures olnud pilt? Miks sama artikkel erinevate piltidega mõjub erinevalt nagu sama pilt erinevate tekstidegagi? Kuidas on pilte (ning häält ja teksti) meediasse valitud ja töödeldud? Kõike seda tasub tunnis katsetada. Keeletundides võiksid õpilased tutvustada oma kodukohta ning valida selle juurde sobivaid pilte.

Õpetaja ajaleheväljalõigete arhiivis olgu ainega seotud pilte – eriti lastest, noortest, naistest, vähemustest, meelemürkidest – ning neid teemasid tuleks korduvalt arutada. Mis aastal on tehtud see pulmapilt? Millest räägivad inimeste poosid ja paigutus 19. sajandi lõpus tehtud piltidel? Kuidas näevad välja lapsed? Millised on ajakirjandusfoto eesmärgid ja taotlused? Millistest uudistest siis kirjutati? Kuidas illustreerida vanu piltidega ajalehti? Mis olid siis uudised ning millistel sündmustel on praegu turväärtus? Kus on igapäevaelu ajakirjanduses? Kuidas jagunevad protsentuaalselt head ja halvad uudised?

Ajakirjanduse põhiküsimused – kes? mis? kus? millal? miks? ja kuidas? – aga ka mis siis? tuleb arutada läbi iga pildi puhul. Õpetaja võib viidata, kuidas

otsida piltidele paralleele ja eeskujusid varasematest aegadest. Mõne teise maa sõpruskooliga võiks ajalehti vahetada ning analüüsida võõra kultuuri ja keele materjale, tulemuseks võiks olla kahe riigi ühine võrguväljaanne.

Tunded juhatamas visuaalse kirjaoskuse juurde

Tunded juhivad meediakasutaja valikuid järjest rohkem. Seepärast võiksid eri piltidega seotud tunded olla nende "luge-ma õppimise" alus: miks see või teine pilt mulle meeldib, miks ärritab, miks tõmbab tähelepanu? Ajakirjanduspiltide võrdlemisel reklaampiltidega tõusevad esile erinevad tunded: hirm, rõõm, viha, armastus, ärritus... Milliste vahenditega on see saavutatud ning mis eesmärgil?

Õpetaja peab suutma luua klassis õhkkonna, mis julgustab avaldama erinevaid arvamusi ja tundeid ning kasvatab sallivust. Ka selleks pakub pildi-analüüs häid võimalusi: projekti alguses otsitakse, silmad kinni, õpetaja valitud häälte saatel varaseid mäluilte lapsepõlvest (lastemuusika, ajalehe krabin, vee sulin), hiljem tehakse oma maailmast kollaaž lemmikajakirjandusest ot-

situd fotode abil, siis töödeldakse need fotod ideaal maailma aastasse 2033... Selline projekt haakub mitme õppeaine- ga ning pakub häid võimalusi kodu ja kooli koostöök. See aitab ka lapseva- nematel oma lapsi paremini mõista – ning lastel oma vanemaid, kui nad pä- rast oma meediapäeviku analüüsi tee- vad kasutajauurimuse vanemate mee- diamenüüst ning võrdlevad seda amet- like vaataja- ja lugejastatistikatega. Õpi- laste vabadus meediamaterjali valikul on esmatähtis, kuid selle kõrval tuleks lasta õpilastel tutvuda ka selle osaga meediast, millega nad vabal ajal kokku ei puutu.

Kõigi suurt vaeva nõudnud koolitööde kogumine õpilaste (digi)portfooliosse aitab noortel mõista enda ja koolikaas- laste arengut. Sellise portfoolio korduv osa peaks olema meediapäevik: mis saateid TV-st vaatasin, mis raadiokana- lit ja millist muusikat kuulasin, millistel veebilehekülgedel surfasin, milliseid aja- lehti-ajakirju lugesin, mitu e-kirja või mo- biilsõnumit saatsin ning kui palju aega erinevate meediakanalite jälgimisele kulutasin. Meediapäevikuid rühmatöona analüüsides õpitakse eristama näiteks info- ja ajaviitekanaleid ning arutlema nende eesmärke ja "missioone". Hea oleks varakult arutleda selle üle, mis ohte kätkeb ühekiilne meediamenüü. Kus on sõltuvuse piir? Milline meedia- kanal on kõige kaasakiskuvam?

Klassis võiks kohaliku ajakirjanduse- ga tutvudes otsida reklaamide sõnu- meid, nende tegelaste omadusi, piltide- ga seotud tundeid. Tuleks arutleda pilti- de tõepärasuse üle: millest saad aru, et mõni foto on töödeldud, kas näiteks loo- dusfotosid tohib töödelda? Pärast seda on lihtne analüüsida piltide taha peide- tud väärtusi: kas iga naine peab olema söömishäiretega modellide moodi, kas iga mees tahab olla kiire autoga edukas äriees, kust me leiame meedias pilte luuseritest, kes nad on ja miks?

Reklaam on mitmes õppeaines hea materjal. Korraliku analüüsi aluseks ol- gu suur hulk reklaame, nende asjalik kriitika ning sõnumite väljaotsimine. Ku- na reklaamid räägivad eri tarbijatega erinevalt ning on ideoloogiatest üle kül- lastatud, saab neid mitut viisi lugeda ja nad pakuvad rikkalikult kõneainet. Rek- laame analüüsides võib neid jagada

vähemateks osadeks (pilt, logo, peal- kiri, tekst...); otsida üllatust, lugu, vas- tandeid ning intertekstuaalsust ehk vii- teid teistele tekstidele, näiteks muinas- juttudele.

Fotode analüüsi üks osa on traditsioo- niline pildianalüüs (üldvaade, poolpilt, lähivõte) ning filmianalüüsi lähtepunkt visuaalefektid (valgustus, värvid, süm- bolid), helimaailma mõju filmi meeleolu- le, kaamerakasutus, lõikamine, efektid, graafilised märgid, zoom, panoraam, vaatenurgad, varjud.

Ka filmiajaloo tundmaõppimine aitab eri filmiliikidest aru saada. Enda tund- maõppimine ning arutelu teemal, miks vaadatakse erinevaid filme (draama, te- gevus, armastus, vestern, komöödia) ning milliste märkide abil oskavad õpi- lased filme näiteks nende videokarbi ta- gakaane järgi žanridesse paigutada.

Digitaalkamera võimaldab odavalt valmistada suuri pildiseeriaid. Näiteks kooli kodukorraeeskirjade muutmine fo- tokoomiksiks kooli koduleheküljel uute õpilaste jaoks või Eesti filmikunsti kuld- varamu ("Viimne reliikvia", "Siin me ole- me", "Nimed marmortahvil") taasesitus koos reklaamipausidega õpetab lisaks visuaalsetele oskustele ka palju muud. Hea harjutus on kodukorraeeskirjade muutmine liiklusmärkideks.

Pealkirjade suurus, ajalehtede (esile- he) küljendus, värvide kasutus jne on visuaalse analüüsi osa. Tekstitöötlus- programmide abil on lihtne katsetada, kuidas erinevad fondid mõjuvad. Käsi- tööoskusi õpivad õpilased hindama pä- rast seda, kui on püüdnud teha samasu- guseid fonte hanesulega. Samal moel on digitaalselt lihtne töödelda reklaami- de pilte: kuidas mõjuvad mannekeenid mustade huulte ja roheliste juustega, kui hõrgutav on sinine toit?

Ajalooline aspekt aitab õpilastel näha ja tajuda tänapäeva eripära: nõukogu- deaegne Edasi oma nelja või kaheksa leheküljega pakub hulga vähem täpikesi maailma kontuurkaardile tehtud koha- nimede analüüsiks kui tänane päeva- leht. Aga milliseid täppe pakub samale maailmakaardile näiteks 21. sajandi Eesti venekeelne ajaleht? Millise pildi annab ühe kuu jooksul kogutud materjal mingist maailma riigist? Kuidas muuda- vad diagrammid uudiseid ja artikleid arusaadavamaks? Hea visuaalne harju-

tus (matemaatikatunniks) on artiklis too- dud statistiliste andmete esitamine tulp- või sektordiagrammina.

Piltide põhjal kujunev arvamus, kes võiks olla ajakirja lugejaskond, toob esi- le toimetuste kalkuleeriva suhtumise ning kasutaotluse. Kas osatakse reklaa- mide pilte vaadates lugejaskonna vanus ära arvata? Sama sündmuse kajasta- mine TV eri kanalites, ajalehtedes ning ajakirjades toob õpilaste ette loodeta- vasti kaks probleemi: välismaiste sünd- muste puhul korduvad ühed ja samad pildid; kanalid konkureerivad šokeeri- vate piltide saamises. (Eestis on pari- mad näited selle kohta mõned kohutava toimetajaetikaga politseisaated. Mis õpilased nendest – ja näiteks isiku õigu- sest privaatsusele – arvavad?) Milline oleks rindefotograafi tööpäev aastal 2003?

Lõpetuseks

Visuaalse meediakasvatuse tunnussõ- nad olgu nüüdisaegsus/päevakohasus, kogemuslikkus, koostöö ning uurimus- likkus. Õpilane peab visuaalse materjali puhul õppima tundma ennast nii sõnu- mite vastuvõtja kui ka saatjana – ta peab teadma oma kohta meediakeskkonnas. Eri stiilide, žanride tundmine ning kasu- tama õppimine õpetab olema tulevikus ühiskonna aktiivne liige. Just uusmee- dia kasutamises või mittekasutamises nähakse veelahet aktiivsete ja tõrjutute vahel, sellepärast on tähtis, et õpilased mõtleksid sellele, kes, kus, kuidas ja miks meediat kasutavad.

Autor tänab keelekorrektuuri ja kom- mentaaride eest Tartu Forseliuse Güm- naasiumi õpetajat Helja Kirberit.

Kirjandus

1. Kellner, Douglas: Mediakultuuri (s.k 1998), orig Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern by Douglas Kellner. Publisher, Routledge (March 1995).
2. Reading Images: The Grammar of Visual Design by Gunther R. Kress, Theo Van Leeuwen, Gunther R. Gress. Publisher, Routledge (January 1996).
3. <http://www.sanomalehdet.fi>



Meediaõpetuse kõige tõhusam meetod on oma koolilehe toimetamine. Fotol Tallinna Kuristiku Gümnaasiumi ajalehe Kresku toimetus.

Õppekava läbiv teema

E p p L a u k , K a d r i U g u r

Uskumatult suur osa maailmast jõuab meieni meedia vahendusel. Tänapäeva inimene elab üheaegselt nii reaalses kui ka meedia loodud maailmas, nii igapäevases vahetus kui ka meediakanalite vahendatud suhtlemises. Juba kümnete aastate jooksul on meedia vahendatavat olnud rohkem kui isiklikult kogutut. Paraku on meedia – see meie kolmas silm – sageli nihutatud nägemisvõimega. Mõnikord moonutab meedia meie maailmapilti avaldatavat materjali valides, teinekord on nihkes asjade kujutamise viis.

Enamasti ei teadvusta inimesed endale, kui suurt mõju meedia nende mõteteviisile ja käitumisele avaldab. Meedia käsutuses olevad mõjutamis- ja manipuleerimisvahendid on samavõrd efektiivsed kui varjatud. Et meedia kaudu maailmast enam-vähem adekvaatset

pilti saada, on vaja midagi enam kui kirjaoskust – tuleb mõista meedia siseprotsesse.

Meediaõpetus – milleks?

Teadlased hoiatavad ebavõrdsuse uute ilmingute eest, mis võivad infoühiskonnas tekkida. Need on infovaesus ja nn digitaalne barjäär. Infoühiskonnas kujuneb kergesti eliit ehk "inforikkad", kellele on kättesaadavad moodsad teabe otsimise ja töötlemise tehnoloogilised vahendid ning kes oskavad orienteeruda üha suurenevas infotulvas. Teine osa inimestest jääb "infovaesusse", teisele poole digitaalset lõhet, nad ei oska ega suuda meediamaailmas aktiivselt suhelda ega kasutada seda oma huvides.

21. sajandil on meedia ka "ruum", kus inimesed tegutsevad mitmesugustes

võrgustikes ja kogukondades, mille liikmetena nad reaalelus ei pruugi kunagi kohtuda. Et meediamaailmas toime tulla ja osata seda oma maailma rikastamiseks ja avardamiseks kasutada, on tarvis enam kui lihtsalt kirjaoskust – meediakirjaoskust. Seda õppida ei ole kunagi liiga hilja, sellega alustada ei ole kunagi liiga vara.

Kõige vastuvõtlikumad on meedia kaudu pakutava suhtes need, kelle meedia- ja maailmakogemus on võrdselt napid, nimelt lapsed. Meediakasvatusest ja -õpetusest rääkimist õigustab sageli just vajadus kaitsta lapsi meedia kaudu pakutava kõverpildi eest ning aidata neil leida (näilisest) infoküllusest just neile vajalik.

See äratundmine on toonud meediaõpetuse paljude maade koolide õppe-

kavadesse juba alates 1960. aastatest. Parimate tulemusteni on meediaõpetuses tänaseks jõutud Inglismaal, Jaapanis, Kanadas, USA-s ja Skandinaavia maades – kui nimetada vaid mõnda. Meediat õpetatakse koolides erineval viisil ja ulatuses, alates erialatundidest kuni meedia mitmesuguste tehniliste ja väljendusvahendite kasutamiseni ainetundides. Paljudes maades (Inglismaal, Soomes, Kanadas jm) on loodud meediakasvatuse (või meediapedagoogika) keskused, mis tegelevad nii valdkonna uurimise kui teabe levitamisega.

Kuigi Eestis on koole, kus tegutsevad eriprogrammiga meediaklassid, ja mitmes koolis on võimalik meediat õppida valikainena, pole enamik meie koolilapsi saanud sellealast süstemaatilist õpetust. Ka õpetajad on olnud täielikud iseõppijad. Riigi tasandil jõuti meediaõpetuse probleemini alles nüüd. 2002. aasta veebruaris valitsuse määrusega vastu võetud põhikooli ja gümnaasiumi riiklik õppekava sätestab meediaõpetuse kooliprogrammis ühena neljast läbivast teemast.

Lisaks meediale on läbivad teemad turvalisus, keskkond ja säästev areng ning tööalase karjääri kujundamine. Pealiskaudselgi vaatlusel torkab silma, kui olulised on kõik need teemad tänapäeva maailmas. Vaid väikese liialdusega võib öelda, et ebarproportsionaalselt suur osa ühiskonnas toimimise oskustest tuleb õpilasel saavutada just nende läbivate teemade kaudu, mille õpetamine on hajutatud "päris" õppeainete sisse ning seatud vahest liigagi suurde sõltuvusse konkreetse kooli ja õpetaja prioriteetidest. Eraldi õppetundi riiklik õppekava läbivate teemade käsitlemiseks ei sätesta. Küll aga võib kool selle tunni oma ainejaotuskavasse kirjutada.

Seoses meediaõpetusega seisavad õpetajad kahe suure probleemi ees: kuidas täiendada iseenda teadmisi nii meediast kui selle õpetamisest ning kuidas oma aine kaudu kujundada ja arendada laste meediapädevust. Õpetajad ei tohi nende probleemidega üksi jääda. Vaja on meediat ja kasvatusteadusi õpetavate institutsioonide koostööd ja dialoogi. Seda on aga olnud äärmiselt vähe.

Aastatel 1999–2000 korraldas Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond esimese süstemaatilise

koolituse kooli meediaõpetusest huvitatud õpetajatele. Paralleelselt valmis ka õppematerjal. Teine meediaõpetajate kursus toimus samal ajal Concordia Rahvusvahelises Ülikoolis. Meediapädevust arendavate sammudena võib nimetada ka õppematerjale "Ajaleht koolitunnis" ning mõneski koolis lausa kümnete aastate pikkust koolilehe väljaandmise traditsiooni. Ajakirjandustudengid teevad omal algatusel koolilehtede tegijatele üle-eestilisi õppusi.

Eesti Meediakoolitajate Liit on loomas üldhariduskoolide meediaõpetajate sektiooni ning korraldab koos Tartu Ülikooli ja Concordia Ülikooliga aeg-ajalt lühikesi täienduskursusi. Süstemaatilises meediaalases õpetajakoolitusest riiklikul tasandil pole aga põhjust rääkida. Samas seisab õpetaja silmitsi õpilastelt põhikooli ja gümnaasiumi lõpuks oodatavate meediapädevuste pika loeteluga. Milline on teerada, mida mööda ta võiks liikuma hakata?

Meediaõpetuse eesmärgid

Demokraatliku ühiskonna toimimiseks on tarvis ennekõike aktiivseid ja pädevaid kodanikke. Meediapädevus on sotsiaalse, kultuurilise, kommunikatiivse jt pädevuste kõrval üks olulisemaid sellise kodaniku kvaliteete. Enamik teoreetikuid on üksmeelel, et meediapädevus tähendab eeskätt kriitilist ja teadlikku suhtumist meedia poolt pakutavasse, oskust kasutada meediat vajaliku teabe leidmiseks ja oma eesmärkide saavutamiseks (1, 3, 5, 6).

Meediapädevuse määratlus sisaldab kolme põhikomponenti, mis on ka meediaõpetuse aluseks: kriitiline mõtlemine ja analüüsioskus, info otsimise ja hindamise oskus, meedia kaudu enda väljendamise oskus. Siia tuleb kindlasti lisada oskus käituda meedia huviobjektiks satludes.

Mõistetest ja nende kasutamisest

Kuna meediaõpetust ja -pädevust puudutav diskussioon Eestis on olnud äärmiselt napp (jäädes peamiselt Meediakoolitajate Liidu, TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna ning Eesti Ajalehtede Liidu huvivälja), on ka sellekohane terminoloogia välja kujunemata. Pole selget kokkulepet, mis on täpselt ühe või teise termini sisu ja tähendus. Toetu-



Medium tähendas algselt vahendajat, ka avalikult kättesaadavat sõnumit. Selles mõttes käivad grafitidki meedia alla.

des Põhjamaade ja anglo-ameerika kirjandusele, pakume järgnevas mõningaid meedia sõnavara puudutavaid ideid.

Juba sõna "meedia" ennast kasutatakse väga mitmesugustes, tihti ka valedes seostes ja tähendustes. Sõna tuleb ladinakeelsest sõnast *medium*, mis algupäraselt tähistas vahendajat, samuti laias tähenduses sõnumit, mis oli avalikult kättesaadav, üldsusele määratud. Näiteks võib selles mõttes rääkida teatrist või kirikust kui meediumist juba enne tehniliste teabevahendite leiutamist. Hiljem on hakatud meediumideks nimetama eeskätt massiteabevahendeid, kusjuures inglise keele mõjul on ka eesti keeles rohkem levinud sõnakuju meedia (ka massimeedia). Kuigi see sõna on inglise keeles mitmuslik, tajutakse seda eesti keele kontekstis sageli ainsuslikuna, rääkides näiteks meediakanalist, meediaorganisatsioonist, traditsioonilisest ja uuest meediast jne.

Meediaõpetusega seotud terminoloogia on suuremal määral kultuuripõhine, kui võiksime arvata. Seetõttu ei ole sageli võimalik termineid otse tõlkida, vaid need saavad eri kultuurikontekstides mõnevõrra erineva tähenduse. Briti kultuuris räägitakse meediaõpetusest (*media education*), ameerika ja kanada kultuuris meediakirjaoskusest (*media lite-*

MÕISTE	VASTED	SISU	EESMÄRK
Meediapädevus	<i>media literacy</i> <i>critical viewing skills</i> meediakompetentsus meediakirjaoskus kolmas kirjaoskus	kriitiline ja teadlik suhtumine meedia poolt pakutavasse, oskus kasutada meediat teabe leidmiseks ja oma eesmärkide saavutamiseks	teadmiste, oskuste ja hoiakute kujundamine infoühiskonnas toimetulekuks, aktiivse kodaniku kujundamine
Meediakasvatus	<i>media education</i>	elukestev õppimine meedia kasutamise kaudu, vahetu meediakogemus, õpetamine meedia abil	meediapädevuse saavutamine
Meediaõpetus	<i>media education</i>	teadmiste andmine meedia kohta, analüüsioskuse kujundamine, meedia vahendite kasutamine eneseväljenduseks	meediapädevuse saavutamine ja arendamine
Meediaharidus	<i>professional media education</i> , ajakirjandusharidus	ajakirjandusliku erihariduse andmine	meediaprofessionaalide ettevalmistamine

Tabel. Meediaõpetuses kasutatavad põhimõisted.

racy) või kriitilise jälgimise/vaatamise oskusest (*critical viewing skills*). Saksa keeleruumis kasutatakse terminit meediakompetentsus ja Põhjamaades kõneldakse meediapedagoogikast. Soomes kasutatakse meediapedagoogika mõistet meediakasvatuse sünonüümina. Soome teadlased aga teevad vahet kommunikatsioonikasvatuse ja meediakasvatuse vahel, kusjuures viimane on esimese osa (5). Põhjamaades eristatakse ka meediadidaktikat e õpetust pedagoogilistest eesmärkidest, tööviisidest ja -võtetest. Meediapädevuse sünonüümidena kasutatakse veel meediataju ja meediakirjaoskust.

Samuti on erinev mõistete suhe üks-teisesse. Norras näiteks käsitatakse meediaõpetust kui üht meediapedagoogika (teadus meediakasvatusest) kolmest valdkonnast: 1) õppimine meediakeskkonnas väljaspool kooli, 2) meediaõpetus, 3) õpetamine meedia abil (nt "Ajaleht koolitunnis") (2).

Eesti kontekstis võiks meediakasvatust kõige üldisemalt tähendada kriitilise meediatarbija kasvatamist. Seda tehakse meediaõpetuse kaudu, mis "pakub tervikliku pildi meediamaailma põhitõdedest ja võimaldab kujundada pädevusi, mis loovad õpilasele põhja meedias orienteerumiseks" (4). Meediaõpetus annab ka oskuse infot leida ja kasutada ning meediavahendite abil ennast väljendada (nt ajaleheartikli kirjutamine).

Võimaluse mõistetevaheliste seoste mõistmiseks pakub ülal toodud tabel.

Kelle mure?

Kuigi õppekava lisa loetleb kõik nn osapädevused, mida õpilaste meediapädevus peaks sisaldama, puudub siiski üldine arusaam, mis on ühe või teise pädevuse sisu teatud kooliastmel. Tõlgendus võib olla mitmeid ja õpetajad tõlgendavadki neid erinevalt. Meediakoolitajate Liidu ja Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna koostöös 2002. a augusti lõpul Ahjal korraldatud suvekoolis püüdsid õpetajad lahti mõtestada pädevuste sisu ja tähendust eri vanuses õpilaste jaoks ning hinnata nende pädevuste tähtsust õpilastele. Kõlama jäi mõte, et vaja oleks palju põhjalikumaid kommentaare ja selgitusi. Õpetajad leidsid ka, et nii nõudlikul tasemel on pädevused raskesti saavutatavad, kui meedia ei ole omaette ainena õppekavas. Teiste ainete vahendusel on meediat võimalik küll õpetada, kuid mitte sellises mahus ja nii detailselt, nagu eeldab õppekavas esitatud pädevuste kirjeldus. Õpetajad arvasid veel, et mõned nõutavad pädevused ei olegi õpilasele meedia mõistmiseks tingimata olulised, näiteks ajalehe kujundamise ja küljendamise vahendite tundmine, oskus infot internetti panna, reportaaži või olemuslugu kirjutada.

Õpetajate suurim mure oli meetodi-

liste vahendite puudumine, suurim küsimus: kuidas õpetada?

Meediaõpetuse edukus koolides (kas eraldi tundides või integreerituna teistesse õppeainetesse) eeldab eri kooliastmete meetodikat, didaktilisi materjale, õpetaja abivahendeid ja õpilase töömaterjale. Kust see kõik tuleb? Kes selle teevad? Õpetajad ise? Meediaettevõtted? Ajakirjanikud? Ülikoolid? Erakonnad? Haridusministeerium? Erafirmad? Praegu on õpetajakoolituses aktiivselt tegutsema hakanud erafirmad (kelle pakutud koolituse kvaliteeti keegi paraku ei kontrolli), samuti Meediakoolitajate Liit. Tartu Ülikooli avatud ülikoolis peaks varsti tekkima võimalus võtta meediaõpetuse lühikursusi täiendusõppe raames. Seda kõike on siiski vähe. TÜ ajakirjandusüliõpilaste uurimused õpilaste meediapädevuse kohta tõestavad, et isegi need gümnaasiumiõpilased, kes on koolides mingil määral meediat õppinud, ei ulatu kaugeltki riiklikus õppekavas eeldatud pädevusteni. See kinnitab omakorda, et riiklikul tasemel korraldatud läbimõeldud täienduskoolitusega ei olegi need pädevused saavutatavad.

Kirjandus

1. Buckingham, D. *Watching Media Learning: Making Sense of Media Education*. London, Falmer Press, 1990.
2. Erstad, O. *Mediebruk og medieundervisning: En evaluering av medieundervisning i norsk skole: intensjoner, implementering og læring*. Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon. Universitetet i Oslo. Doktoridissertatsioon, 1997.
3. Fleming, D. *Media Teaching*. Oxford UK & Cambridge USA, Blackwell, 1993.
4. Hennoste, T. Läbiva teema Meediaõpetus õpetamisest. Artiklite kogumik: Õpetajale uuendatud riiklikust õppekavast. Tallinn, Haridusministeerium.
5. Kotilainen, S. *Mediakasvatuksen monet määritelmät. Mediakasvatus*. Toim S. Kotilainen, M. Hankala, U. Kivikuru. Helsinki, Edita, 1999. 31–42.
6. Potter, J. W. *Media Literacy*. 2nd edition. Thousand Oaks, London, New Dehli, Sage Publications, 2001.



Õpetajad tunnevad puudust meediaõpetust tutvustavatest abimaterjalidest ning vastavatest koolituskursustest, märgib Kadri Ugur.

Meediaõpetus kui lapitekk

K a d r i U g u r

Fr. Tuglase nim Ahja Keskkooli õpetaja, TÜ ajakirjanduse magistrant

Käesoleva artikli ajend on põhikooli ja gümnaasiumi õppekava lisa, mis sätestab meediaõpetuse kui läbiva teema peamiselt kolmandas ja neljandas kooliastmes.

Nii looduslikul kui meediamaastikul liikujal on vaja elementaarseid oskusi ja head kaarti. Loodus muutub suhteliselt aeglaselt, meedia aga väga kiiresti. Järelikult on meedias rohkem tarvis oskusi, mida inimene saab rakendada iseseisvalt. Vastavalt sellele on määratletud ka meediaõpetuse eesmärk – kasvata inimest, kes tuleks meediamaastikul iseseisvalt toime.

Ehkki läbivate teemade täielik rakedamine on ette nähtud alles 2004. aastast, on praegu ülim aeg arutleda, millised on meie koolide vajadused ja võimalused meediaõpetuse käivitamiseks. Enamgi veel – väike armuaeg annab mahti rahulikult järele mõelda, kas riikliku õppekava lisas loetletud meediaõpetuse eesmärgid ja taotletavad pädevused on ikka need, mida tulevikus valmistuv koolilaps vajab. Samas on tänaseks selge, et meediaõpetus kujuneb praeguse ettevalmistuse juures sisult ja

tasemelt erinevaks – kirjuks nagu lapitekk.

Kaks õpetajatüüpi

Kirjusus tuleneb juba sellest, et õpetajad on erinevad. Meediaõpetuse aspektist jagunevad nad põhiliselt kaheks. Ühed on üles kasvanud kirjasõna keskel, paberile kirjutatud teksti usaldades ja hinnates. Olles ise saanud peamised intellektuaalsed impulsid kirjutatud sõnast, tahab õpetaja loomulikult, et ka tema õpilased kirjasõnaga aktiivselt ja vabalt suhtleksid. Ta kasutab tundides meeeldi trükiajakirjandust, tunneb end vabalt nn žanrikeskes meediaõpetuses. Tõenäoliselt suudab ta oma õpilastes kujundada harjumuse ajakirjandust lugeda ning sellest parimat leida, kirjutatusse kriitiliselt suhtuda ning seda analüüsida. Väärtuste järjepidevust toetav funktsioon on seega täidetud.

Teine osa õpetajaid arvestab ilmselt

tõsiasjaga, et laps elab meedia mõju sfääris ammu enne seda, kui õpib lugema ja suudab meediamaterjale analüüsida. Muusika, pildid ja sõnumid ümbritsevad last sünnist saati, meedia vahendatud hoiakud ja moraalsed kriteeriumid võivad olla talle isegi kättesaadavamad kui inimlik lähedus. Kuna lapsevanematel pole võimsate visuaalsete ja auditiivsete kujunditega toimetulekuks sageli piisavalt teadmisi ega kogemust, jääb õpilane meedia mõjuvälja suurel määral omapäi. Hüljatuse tunnet võib süvendada seegi, kui laps kuuleb koolis, et popkultuur, reklaamid ja muusika on mingil moel "alam" kui näiteks sajand tagasi kirjutatud raamatud.

Tahtes ületada laste ja noorte sotsiokultuurilist võõrandumist, peaks kool/õpetaja toetama ka meedia selle osa käsitlemist, mis tavapäraste meediatooriate ja žanrikeskse õpetuse alla ei mahu. See tähendab popkultuuri tungi-

Riikliku õppekava sõnastus	Ahja suvekoolis osalenute arvamus
Gümnaasiumilõpetaja oskab kasutada elektroonilist meediat: kommenteerida internetis olevat teavet ja seda ise interneti üles seada.	Igapäevaelus saab noor ilma kommenteerimise oskuseta hakkama. Noorele on vajalik oskus infot hankida ja olulist ebaolulisest eristada.
Gümnaasiumilõpetaja saab aru, milliste vahenditega lehte kujundatakse ja küljendatakse.	See pole õpilasele oluline.
Gümnaasiumilõpetaja saab aru, kes on meedia taga: kes on omanikud, allikad, meediapersoonid jne, oskab seostada meediast saadavat teavet nende persoonidega.	Töörühmale jäi selgusetuks eelkõige selle pädevuse sõnastus, kuid ka tähtsus õpilase jaoks pole selgelt esile toodud.
Gümnaasiumilõpetaja oskab koostada keskeid meediažanre: uudist, kommentaari, portreed, arvustust, reportaaži, olemuslugu, probleemartiklit.	Seda kõike saab koolilõpetaja osata vaid algtasemel, seega muutub küsitavaks sõna "pädevus" kasutamine. Uudise kirjutamine ja struktureerimine on kõige õpitavam.
Põhikoolilõpetaja oskab lugeda, kuulata ja vaadata kõige olulisemaid meediažanre ja leida nende põhisonumit: uudist, arvamuslugusid, meelelahutust, praktilist infot.	Õpetajad soovitasid lihtsamat sõnastust: oskab kasutada tele- ja raadiokava, suudab lastesaate sisu adekvaatselt edasi anda, hoiab meediamaailma ja reaalsust lahus.
Põhikoolilõpetaja oskab kasutada meediat praktilise teabe allikana: eristada reklaami toimetuse materjalist ja leida reklaamist talle vajalikku teavet.	Oskab planeerida oma aega. Leiab meediat infot oma õpiülesannete lahendamiseks ja muudeks vajadusteks.
Põhikoolilõpetaja tunneb meedia põhilisi eetikareegleid ja oskab ära tunda nende rikkumist.	Mõistab, et kõigest ei räägita kõigile. Hoidub solvamast, süüdistamast, laimamast, valetamast.

Tabel. Ahja suvekooli õpetajate hinnagud õppekava meediapädevustele.

mist koolikeskkonda õpetaja selgituste saatel.

Vastuolu kahe lähenemise vahel on õnneks näiline. Mõlemad suunad on olulised, kodanikuühiskonna arengu seisukohalt isegi hädavajalikud.

Meediapädevused õppekavas

Riikliku õppekava lisa sätestab meediaõpetuse kui läbiva teema eesmärgid ja pädevused, mille põhikooli- või gümnaasiumilõpetaja peaks omandama.

2002. aasta augustis kogunesid Ahjale meediaõpetusega tegelevad või sellest huvitatud õpetajad, et taas kord elavdada asjakohast arutelu. Muu hulgas käsitleti detailselt riikliku õppekava lisas loetletud pädevusi. Jõuti järeldusele, et põhikoolis on kirjeldatud meediapädevused omandatavad, seda ka läbiva teemana erinevate ainete tundides; gümnaasiumi meediapädevused on aga selleks liiga laiahaardelised, kohati ülepaisutatud ja õpilase maailmaga haakumatud. Õpetajate arvates on gümnaasiumile pandud ülesande täitmiseks vaja spetsiifilist meediaõpetuse kursust (vähemalt 35 tundi). Ent sama võimalik

on järeldus, et õppekava pädevuste osa nõuab veel veidi läbitöötamist. Küsitavuste kõrval leiti aga ka palju väärtuslikku ja vajalikku. Eesmärgiks polnud ju kriitika, vaid üldisele seadusetekstile liha luudele kasvatamine.

Ilmnes, et õpetajate arvates ei ole mitut õppekavas nimetatud pädevust õpilasele üldse tarvis. Sedalaadi hinnanguid said just gümnaasiumiosa puudutavad pädevused (vt tabel).

Põhikoolilõpetaja pädevusi arutledes püüti Ahjal käsitleda ka eri kooliastmeid – 7-aastane ja 15-aastane on siiski väga erinevad inimesed. Tänu laste vanuse järgi rühmitamisele leiti oma koht ja tähendus kõigile õppekavas loetletud pädevustele. Ainsana tekitas mõningat rahulolematust nõuete liiga ametlik sõnastus, mida püüti siis ise "inimkeelde" tõlkida (vt tabel).

Mis on pädevus?

Igasuguse õpetuse eesmärk on õppijatel teatud pädevuste kujundamine. Mõningatel juhtudel aga võib sõna *pädevus* ise veidi ähmaseks jääda, mis muudab meediaõpetuse üldpildi veelgi

kirjumaks. Näiteks meediaõpetuse pädevustes on punkt, mille kohaselt põhikoolilõpetaja tunneb meedia põhilisi eetikareegleid ja oskab ära tunda nende rikkumist. Lihtne lause sisaldab endas tegelikult kahte erinevat tasandit.

Õpilane teab, et on olemas meediaeetika ja selle reeglid ning et meediaeetikat rikutakse. Teiseks oskab õpilane eetikareeglite rikkumist ära tunda.

Need kaks tasandit jätavad aga katmata õige mitu küsimust, mis õpetajal/õpilasel töö käigus võivad tekkida.

- Miks peab meedia olema eetiline?
- Miks peab õpilane oskama ebaeetilist meediateksti ära tunda?
- Mida peab õpilane tegema, kui ta eetikanormide rikkumise ära tunneb?
- Kas ja millal peab õpilane ise neid reegleid järgima?

Millal on siis vastav pädevus saavutatud? Kas siis, kui õpilasel on teadmised, või siis, kui tal on ka oskused?

Paljud maailmas levinud õppematerjalid kõnelevad iga õppetunni või -teema juures eraldi teadmistest, oskustest ja hoiakutest, mille õpilane peaks saavutama. Taotledes iga õppetunni või -ülesandega neid kolme osaesemärgi (või mõnd nendest), on õpetaja ülesanne konkreetsem ja selgem ning ka õpilasi hinnata on lihtsam.

Eespool näitena toodud meediaeetika pädevus võiks välja näha umbes nii.

Õpilane teab, et on olemas järgmised meediaeetika reeglid (loetelu), et neid reegleid mõnikord rikutakse, et eetikareeglite rikkumist on võimalik ära tunda.

Õpilane oskab ära tunda loetletud eetikareeglite rikkumist, meediateksti luues järgida peamisi eetikareegleid, reageerida meediaeetika reeglite rikkumisele.

Õpilane mõistab, et meediaeetika reeglite järgimine on vajalik, et meediaeetika reeglite rikkumise korral on vaja sekkuda.

Võimalik, et niisugune kolmikjaotus ei tööta kõigi pädevuste ega õpetajate puhul. See on vaid üks võimalus, mida kasutada oma töö paremaks suunamiseks siis, kui eesmärk kipub ähmastuma. Samuti on niisuguse "tükeldamise" korral lihtsam otsustada, millisele osakusele igas konkreetses tunnis rõhk panna.

Õpetus õpetaja näo järgi

Kahtlemata kujuneb iga klassi meediaõpetus erinevaks ja eritasemeliseks – lapitekina kirjuks. Märkimisväärset ühtlustavat abi ei ole senini leida ka õppe-materjalidest, peamiselt seetõttu, et materjali napib. Kuna ka õpetajakoolituses ei ole meediaõpetusest seni veel jälgegi, on iga õpetaja pisut maadeavastaja rollis. Mõni õpetaja avastab visuaalse, mõni žanrikeske, mõni meediakriitilise või kombineeritud õpetuse. See tähendab, et õpilased kuulevad meediast eri õpetajatelt ja vägagi erinevas helistikus. Kord kasutavad õpetajad meediat kui respektseeritavat õppematerjali, kord aga suunatakse õpilasi meediamaterjalisse kriitiliselt suhtuma.

Kriitilise suhtumise suund eeldab õpetaja julgust ja viitsimist tulla välja oma meediakogemusega ja tihedat koostööd õpetajate vahel. Selle lähenemisviisi tugev külg on päevakajalisus ja elav kontakt meediaga, nõrkuseks aga see, et õpetusse võivad jääda augud – juhul, kui koolis pole näiteks ühtegi õpetajat, kes esindaks žanrikesket lähenemisenurka.

Meediaõpetaja vajab oma töös kindlustunnet. Seda aitab saavutada küllaldane kasutusvalmis õppematerjal, mis toetaks õpetaja meediapädevust ja aitaks vältida olukorda, kus õpetaja ise langeb meedia süütute või jõhkramate manipulatsioonide ohvraks.

Meediaõpetuse meetoodilise materjali eripära on selle kiire vananemine. Seetõttu peaks õpetajatele mõeldud abimaterjal pakkuma pigem "tööriistu" ja analüüsipõhimõtteid. Seda tüüpi ammendavate õppematerjalide olemasolu eeldab ka õpetajate meediapädevuse sihikindlat arendamist: uurimusi, täienduskoolitusi ja ka huvi.

Meediaõpetuse arengusuundi

Vaatame järgnevalt kolme suunda, mida tuleks Eesti meediaõpetuses arendada.

Õpetajakoolitus

Võimalikke teoreetilisi tegevussuundi.

- Meediaõpetuse lülitamine õpetajakoolitusse ning laialaualusliku tugimaterjali väljatöötamine.
- Koostöö eri ainete ja kooliastmete õpetajate vahel, leidmaks meediaõpetusele uusi rakendusi.
- Igapäevase meediakogemuse jagamine ja käsitlemine koolitunnis.

Võimalikke tegevusi õpilastega.

- Teemakohased otsingud internetis ja lugemissaalis.
- Meediaviktoriinid stiilis "Kas lugesid/vaatasid/kuulasid?". Küsimuste koostamisel võivad osaleda nii õpilased kui õpetaja, võimalik on rühmatöö.
- Konkreetse meediamaterjali analüüs klassis selle sisust lähtuvalt.
- Ajakirjanduse ülevaated vastavalt igaühe loomulikule meediakasutusele (näiteks nädalati). "Naela" või pärli otsimine nädala lehtedest, selle tutvustamine klassis.

Pölvkondi siduv meediaõpe

Lapse meediapädevus jäetakse sageli kooli mureks nagu ka tema arutamise- või lugemisoskus. Ometi pakub meediakasvatuse võimalusi pere ühistegevuste soodustamiseks ja mõtestamiseks. See aga eeldab väga kiiresti muudetavaid ning ajakohaseid õppematerjale ja ülesandeid, mis eeldavad kogu pere ühistegevust (nt mõne raadio- või telesaate vaatamine ja hindamine, ajalehe või ajakirja uurimine vms).

Võimalikke teoreetilisi töösuundi.

- Vanematele suunatud tugimaterjalide koostamine, koos perega sooritavate ülesannete laialdane tutvustamine.
- Ajakirjanduse ajalugu tutvustavate õppematerjalide populariseerimine.
- Kooli ja kodu tihe koostöö.

Võimalikke tegevusi õpilastega.

- Ülesanded, mis aitavad lapsel mõista meedia arengut ühe-kahe inimpõlve jooksul, nt uurimistööd *à la* "Kust sai vanaisa uudiseid?".
 - Ülesanded, mis nõuavad ühist televaatomist või lehelugemist vanematega: töölehed, millel on küsimused eelistunge, sisu mõistmise, vastusega jäänud küsimuste kohta.
 - Perekonna, maja, tänava, küla, sugu- võsa uudistehe koostamine: kirjutamine, kujundamine, levitamine.
 - Videolood oma lähikonnast, intervjuu isaga, reportaaž vanaema linnaskäigust, portreelugu mõnest pereliikmest.
 - Reisi- või sündmusloo täiendamine laiendatud pildiallkirjadega.
 - Ühe lehenumbriga arutelu perekonnas: piltide ja pealkirjade pingerida, kõige igavama/huivitavama/parema loo leidmine ja oma valikute põhjendamine.
- Õppimine tegevuse kaudu**
Eestis on palju koole, kus ilmub oma

ajaleht, tehakse raadio- või telesaateid ja internetilehekülgi. Viimased on eriti hea näide selle kohta, kuidas õpitakse tehes ja proovides. Probleeme võib tekitada vaid see, et korraliku meediamaterjali loomine ei ole jõukohane kõigile õpilastele ning sageli püütakse imiteerida õpilastele tuntud meediategevusi. Soorituspinge on näiteks kooli ajalehe puhul suur, nii et mõnikord võib trükitud tekstis olla rohkem juhendavat õpetajat kui õpilast. Seetõttu võiks mõnikord kaaluda vähenõudlikumaid variante kui terviklik ajaleht – olgu selleks siis kas või seinaleheartikkel.

Kui õpilane on motiveeritud, on ise tegemine kõige parem õpetaja, ning kui tulemus leiab sooja vastuvõttu, saab õpilane tähtsa eduelamuse.

Võimalikke teoreetilisi töösuundi.

- Koolilehtede, -raadio ja internetilehekülgede uurimine ja toetamine.
 - Õpikutes leiduva žanriõpetuse koondamine ja õpilasele kättesaadavaks muutmine.
 - Juhendavate õpetajate koolitus.
 - Koolide varustamine küljendustarkvara ning isetegemiseks vajaliku "rauga" (videokaamerad, diktofonid vms).
- Võimalikke tegevusi õpilastega.*
- Koolimeedia igakülgne arendamine.

Kokkuvõtteks

Meediaõpetust alustaval õpetajal võib kohati tekkida soov joosta mitmes suunas korraga. Esialgu on see ehk isegi hea – nii saab aimu, "kust maa lahti on" ja kus leidub lahtisi allikaid. On üsna tähtis, et kogemuste vahetamine Eesti Meediakoolitajate Liidu kaudu jätkuks ning et tulevased õpetajad saaksid oma avastusretkedele kaasa ka ükskõik, kui algelise, ükskõik kui kiiresti vananeva, ent siiski põhipunktides paikapidava "kaardi". Kompassiks on ja jääb õpetaja isiklik väärtushinnangute süsteem.



Läbimõeldud, süsteemse ja mitmekülgse meediakoolitusega peaks tegelema iga Eesti kool, arvab Age Salo.

Treffneri gümnaasiumi kogemus

A g e S a l o

Treffneri gümnaasiumi eesti keele ja kirjanduse ning meedia õpetaja

Kui võtta aluseks meediatarbimise suundumused, võib arvata, et ka kümne aasta pärast loetakse kõige rohkem Kroonikat ja SL Õhtulehte ning kvaliteet-ajakirjandusest on vaid ilusad mälestused. Seisame trepil ning tänaste haridusametnike otsustest sõltub, kas liigume alla või üles. Üles minemiseks on vaja õppida ja õpetada, on vaja tingimusi ja tahtmist. On vaja veendumust, et korralik meediaharidus on Eesti noore märk.

Läbimõeldud, süsteemse ja mitmekülgse meediakoolitusega peaks tegelema iga Eesti kool. Igas koolis peaks olema ükski õpetaja, kelle meediapädevus on vähemalt tasemel, mida nõutakse gümnaasiumilõpetajalt. Õpetaja rolli noore inimese maailmapildi kujundamisel tuleb võtta tõsiselt.

Missugune on tänapäeva noore meediakompetentsus, ei tea täpselt keegi. Missugused meediateadmised võiksid aga koolilõpetajal olla – seda püüan järgnevas lahti rääkida, toetudes 35-

tunnise kursuse korraldamise kogemusele Hugo Treffneri Gümnaasiumis.

Eesmärgid

Gümnaasiumiharidusega noor ei ole veel küps alustama ajakirjanikutööd. Nii polegi meediakursuse eesmärk anda spetsiifilisi teadmisi ega arendada välja meediasuunda koolis. Piisab, kui meediat õppinu saab põhja, mis on tänapäeval vajalik igapähele.

Kursuse põhifunktsioonid on lühidalt järgmised: silmaringi laiendamine, meediatekstide mõistmise arendamine, teadliku ning nõudliku ja aktiivse meediatarbija kujundamine, emakeeleõpetuse toetamine, lõimimisoskuste parandamine. Rõhuasetused sõltuvad ka sellest, mis aine õpetaja meediaõpetust annab. Emakeeleõpetajana olen kursuse sidunud oma ainevaldkonnaga ning vaadelnud põhjalikumalt näiteks keeleprobleeme.

Ühe 35-tunnise kursusega palju ei jõua. Õpilasele saavad selgeks massikommunikatsiooni põhimõisted, mee-

diaga suhtlemise põhitõed, meedia eetikanoormid, trükimeedia ja elektroonilise meedia põhiõlemus ja žanrid, meedia roll tänapäeva ühiskonnas ja selle mõju igapäevaelule. Kooli meediakursusel võiks olla baasi funktsioon – kursuse läbimise järel on õpilasel hõlpsam meediamaterjalidega töötada. Sellise tausta loomine eeldab aineõpetajate koostööd ning meediaõpetuse kui õppekava läbi-va teema teadvustatud kasutamist.

Viimastel aastatel on meediakasvatusega hakatud tõsisemalt tegelema ka põhikoolis ning õpilastel on juba mingid teadmised olemas. Põhikoolilõpetaja meediapädevused peaksid teoreetiliselt hõlmama teadmisi meediaväljaannetest ja žanridest, samuti oskust eristada eetilist meediakäitumist ebaetilisest, kasutada meediakanaleid teabeallikate-na. Gümnaasiumis tuleb seniseid teadmisi süvendada ning arvestada õppekava pädevusnõuetega, mida on kommenteerinud Tiit Hennoste ("Õpetajale uuendatud riiklikust õppekavast", lk 109–110).

Otsingute tee

Eesmärkide sõnastamine on tähtis, kuid veelgi olulisem on teadmine, kuidas nendeni jõuda. Algul võib tunduda, et kõik on oluline ning iga teemavaldkonna kohta peaksid õpilased saama maksimaalsed teadmised. Eriti halb on, kui sõna "teadmised" võrdsustatakse sõnaga "päheõppimine". Pigem on teadmised vajalikud selleks, et olla meedia aktiivne kasutaja ja käsutaja.

Meediaõpetuse kursuse väljatöötamine on olnud jalgratta leiutamine, sest mingit valmis eeskujut ei olnud. Esialgse plaani pani 1998. aastal kokku Tiit Hennoste, kui ülikooli ajakirjandusosakonna õppejõud hakkasid koolis loenguid lugema.

Meie 35-tunnise meediakursuse proportsioonid ja rõhud on kujunenud töö käigus. Hea ülevaate saamiseks on aidanud kaasa Treffneri kooli õppesüsteem, kus kursus viiakse läbi seitsme nädala jooksul, nädalas viis tundi. Intensiivne õpe nõuab aja täpset planeerimist ning võimaldab teha ülevaatlilku kokkuvõtet. Teemade käsitlemise mahu on määranud näiteks teema keerukus – olen õpilasi kursuse algul ehmatanud massikommunikatsiooniteooriaga. Keerukate mõistete ning liigse teoreetilise tõttu teema õpilastele ei meeldi. Aukartust need mõisted tekitavad, kuid huvi mitte. Veel olen lähtunud atraktiivsusest – näiteks ajakirjanduse ajaloo põhjalik käsitlemine ei seostu hästi eesmärkidega (meedia roll tänapäeva maailmas), ehk oleks ajaloo teema põnevaks muutmiseks vaja mitmekesisstada õpetusmetoodikat.

Tähtis on ka materjalide olemasolu ja kättesaadavus – ajakirjanduse ajalugu võiks olla n-õ käega katsutav; raadio- ja teleteemat puudutavad audiovisuaalsed võimalused on piiratud, õpetajatel puuduvad korraliku kvaliteediga õppevahendid (kassetid), juurdepääs televisiooni ja raadio arhiivimaterjalidele sõltub sidemetest ja ettevõtlikkusest; kõige suurem puudus on korralikust õpikust (see julgustaks arvatavasti õpetajaid meediat õpetama).

Arvestama peab õpetaja kompetentsusega – senised õpetajatele mõeldud koolituskursused on toetanud põhiliselt trükimeedia õpetamist.

Meediaõpetusega tegelemine eeldab



Hugo Treffneri Gümnaasiumi koolilehe *Milang* toimetuse nõu pidamas.

õpetaja valmisolekut end täiendada, pidevat tööd materjalidega, meediaprotsesside jälgimist. Oskused ei tule üleöö ja haarava tunni läbiviimiseks materjalide leidmine võib võtta päris palju aega.

Kindlasti tulevad kasuks Meediakoolitajate Liidu korraldatavad kursused Tartu Ülikooli juures (infot saab aadressilt www.jrnl.ut.ee/mkl). Õpetajate koolitamisega tegeleb jõudumööda ka Noorte Meediaklubi. Nende hoole all on koolilehtede ja -raadioga seonduv õpetus. Igasugustel kursustel on suur kasu mõtlevahetustest kolleegidega.

Esialgu käivad õpetamine ja õppimine käsikäes. Kõige lihtsam on proovida aine raames siduda tunde meediamaterjalidega. Selleks on juhtnõore ning teemasid ka õpikutes.

Süsteemaatilise ning tervikliku pildi loomiseks on tarvis iseseisvat meediakursust. Õpilastele see meeldib. Pärast esimest kursust on küsitud, millal tuleb teine. Kui õpilastel on huvi, polegi muud võimalust, kui edasi töötada ja panna kokku uus kursus. Parim oleks, kui tekiks n-õ avatud süsteem, kus iga kursus oleks iseseisev tervik ega eeldaks teise kursuse läbimist.

Kooli meediaõpetuse kursus ei ole pelgalt teooria, mille kohta õpilased arvavad, et elus neil seda vaja ei lähe. Olen märganud, et nii mõnigi kursusel

osalenu on haaranud sule ning tema arvamus on ära trükitud ajalehes. Meenub näiteks TV3 spordiuudiste kriitiline analüüs.

Kahtlemata on ka koolilehe väljaandmisel kasu meediakursusel saadud teadmistest. Koolileht võimaldab süvendada kursusel kogutud teadmisi ning panna proovile oma kirjutamisoskust ja ajakirjanikuvõimede. Meediakursus on toeks ka kooliraadio tegijatele.

Kui koolis on meediaga tegelev õpetaja, peaks ta aitama noori isegi siis, kui initsiatiiv on tulnud õpilastelt ja nad juhendamist ei soovi. Noorte isetegemise soov on igati tervitatav, kuid igasugusest juhendamisest loobumine ei aita meediakultuuri arenemisele kindlasti kaasa. Meediaõpetus eeldab dialoogi. Õpetajad on selleks valmis.

Gümnaasiumi meediakursus (35 tundi)

I. MEEDIA ÜLDPILT

Massikommunikatsioon ja meedia. Massiteabelevi. Massiteabevahendid ühiskonnas (2 tundi)

On küll teoreetiline, kuid võimaldab tekitada klassis diskussioone ja viia õpilaseni arusaam iga inimese osalusest meediasüsteemis.

Meedia olemuse tähud. Meedia kui äri. Eesti ajakirjanduse kujunemine (3 t)

Seda materjali on hea siduda ühiskonnaõpetuse, majandusõpetuse ja ajalootundidega. Ajakirjanduse algusaegade käsitlemisel saab kasutada erinevaid lugemisstrateegiaid. Saab kõrvutada maailma ja eesti ajakirjanduse lugu.

Eesti ajalehtede ja ajakirjade süsteem (2 t)

Selle teema käsitlemine muudab elavaks ajakirjade-ajalehtede suur varu. Näitmaterjali süstematiseerimine lubab teooriat ilmentada. Hea on rääkida ajakirjanduspildi muutumisest. Nendest tundidest saab tavaliselt ka tagasisidet õpilaste ajakirjanduslike eelistuste kohta.

II. MEEDIA REGULATSIOON JA EETIKA

Ajakirjandusvabadus, selle piiramine. Huvigrupid. Ajakirjanduseetika (5 t)

Intrigeeriv teema, mille käsitlemisel räägivad õpilased alati aktiivselt kaasa. Võimaldab kasutada materjale ajalehtedest, telesaadetest ja internetist, teha analüüse nii rühmas kui individuaalselt. Hea siduda päevateemadega. Eestikeelsed õppematerjalid toetavad õpetajat.

Meediaga suhtlemise põhitõed. Situaatsiooni analüüs (2 t)

Moodustab eetikateemaga ühtse plokki. Võimaldab rääkida keelekasutuse probleemidest, teha rollimänge.

Reklaam. Manipuleerimine ja demagogia (2 t)

Põhirõhk on õpilaste reklaamikogemuse analüüsil. Reklamateema on hea sissejuhatus meedia keeleprobleemide ning manipulatsioonivõtete käsitlemisele. Demagoogiat võib põhjalikumalt käsitleda ka mõne teise aine (ühiskonnaõpetus, retoorika) raames.

III. TRÜKIMEEDIA PÕHIALUSED

Mida ajaleht sisaldab. Uudise esinemisvormid, liigitus (2 t)

Kuigi leht on tervik, pole kogu materjal otseselt toimetusega seotud. Rubriikide vaatlus ja uudise olemuse määratlemine on põhikoolis õpitu meeldetuletamine. Praktilise töö saab siduda pehmete ja kõvade uudiste teooriaga. Hästi sobivad käsitlemiseks teleuudised. Võib anda ka pikemaajalise vaatlusülesande.

Juhtloik. Uudise struktuur. Uudisväärtuse kriteeriumid. Uudisküsimused (3 t)

Ülevaatlük kursus, uudise kirjutamise harjutamiseks napib aega. Tähtsam on info analüüsimise ja hindamise võime arendamine. Praktikas võib läbi teha üksikuid etappe: määratleda uudisküsimusi, kirjutada juhtloike, analüüsida ajaleheuudiseid jne.

Lugude pealkirjastamine (1 t)

Taas võimalus käsitleda manipuleerimist ning arendada loovust (lugude pealkirjade nuputamine, alapealkirjade sõnastamine). Pealkirjade käsitlemisel saab piisut ka kujundust puudutada.

Olemus- ja arvamslugu. Intervjuu (2 t)

Kõige parem on kasutada näitlugusid ning püüda ühiselt määratleda nende olemust. Kindlasti peab rääkima teemasse süvenemisest ja põhjalikust ettevalmistusest, sest pealiskaudsus kipub olema üks suuremaid probleeme nii ajakirjanduses kui ka õpilaste töödes. Arvamusloo tutvustamise juures on õpilastele abiks teadmised argumenteerimisest ja arutlevale kirjandile esitatavatest nõuetest.

Ajakirjanik ja tema allikad (2 t)

Põhiküsimus on, kes kõneleb ajakirjanduses. Ühe lehenumbri vaatlus võimaldab õpilastel sellele vastuse leida. Allikate käsitlemisel saab uuesti ette võtta eetika ja manipuleerimise teema. Võiks selgitada, kuidas igaühelst võib saada meediale allikas. Oleks hea saada kokku mõne ajakirjanikuga, kes vastaks meediakursuse käigus tekkinud küsimustele.

Ajakirjandusfoto. Ajalehe kujundamise elemendid. Teabegraafika (3 t)

Võib vaadelda foto ja loo haakumist, seda, kuidas visuaalne ja verbaalne infotand teineteist täiendavad. Saab analüüsida fotode kompositsiooni, detaile, mis kõnelema hakkavad, eetikaprobleeme jm. Ühe lehe fotodest jääb siin väheks.

Fotolt on kerge minna lehe muude kujunduselementide juurde, vaadelda saab

nii ühe loo kujundust kui ka kogu lehekülje kujundamise võtteid. Ajalehtede kujundus on viimastel aastatel palju muutunud, variante on huvitav kõrvutada.

Võiks kästileda ka teabegraafikat, sest see teema on mitme aine programmis. Konsulterimine aineõpetajatega (ajalugu, geograafia, ühiskonnaõpetus) on vajalik.

IV. SUULINE MEEDIA

Suulise meedia käsitlemiseks jäävad kursuse lõpus vaid mõned tunnid. Põhieesmärk on juhtida õpilasi jälgima eeskätt raadio- ja teleuudiseid. Mida paremad on tehnilised võimalused, seda huvitavamad on tunnid. Lindistatud materjali ühine vaatamine on parem ja õpetlikum kui iga õpilase individuaalne töö kodus teleri ees või raadiot kuulates. Abiks on kõneõpetuse tundidest saadud teadmised.

Raadiolugude tegemise põhimõtted (2 t)

Alustuseks võiks selgitada õpilaste raadiokuulamise harjumusi ja nende suhtumist raadiosse. Rõhk võiks olla raadiouudisel. Tehniliste võimaluste korral võiks lasta õpilastel uudiseid linti lugeda ning neid analüüsida. Lindistatud raadiouudiseid võiks ühiselt kuulata. Kui aega on rohkem, võib analüüsida mõnd intervjuud.

Televisioon. Ülevaade. Telesaadete žanrid (2 t)

Ülevaate andmisel on hea tugineda õpilaste kogemustele, selgitada programmi ja saatepäeva kokkupaneku põhimõtteid, analüüsida tendentse teleajakirjanduse arengus, rääkida saatejuhtide tööst jne. Telesaadete žanre saab tutvustada käsi käes diskussiooniga. Siingi võiks rääkida eetikareeglitest, keelekasutusest, pildikeelest jm.

Õpimappide analüüs (2 t)

Kursuse lõpuks valmiv õpimapp sisaldab iseseisvaks uurimiseks mõeldud töölehti, mida on kursuse jooksul jagatud. Õpimappide esitus on hea võimalus tundides õpitu kokku võtta. Loodetavasti tekitab see huvi meedia vastu, aitas mõista eri kanalite olemust ja õpetas neid ise oma igapäevaelus kasutama.

Anne V
Abielu peab õppi

TEST!
Kas on teil
ARMASTAD
või
KARNE!

Kõlas
Üngari
tähtsust

Maako

Roheline Kodu

Supiroheline rõdult

Pöösas tahab niigamist

10 lk rohkem! LIIGIKOOLITUS • TÕDE • TEE • SEKS • PSÜHHOLOOGIA

TERVIS PLUS

APRIL • 2003 • HIND 27 KROON

Jooksupiga kerjekel!

Jooksupuga joonistamiseks on ettevalmistatud

Nõu Victoria Anuša Sustani

Naba julgelt välkuma

Kodukiri

IDEED SINU KODUS

Kevadtööd roosiaias

ЭСТОНИЯ

Сегодня в номере:

Эстония - ЕС - НАТО: сделка на покровительство

Парламентар за смягчение

Таллин на валете

Tallegg

Молодежь Эстонии

Праздник

Эстония

Office

Ettevõtte arendamine kasutamisel

Nädal

Ainus korralik telekava

Eve Kallaste Moskvast

Lennuki kapten saab

HESS RUS

Olga Lauris

ESTIISI LAHUKATE KATSISES - LOLLID M

HESS RUS

Olga Lauris

ESTIISI LAHUKATE KATSISES - LOLLID M

EBS soetab Kinnisvara

Maaleht

SIRP

eata

THE BALTIC Times

Expansion dream comm

Õpetajate Leht



Analüüsiks sobivad tekstid võib õpetaja ajalehtedest ise välja valida. Soovitav on anda õpilastele ainult üks ülesanne korraga.

Ajalehe keele analüüs

R e e t K a s i k

Tartu Ülikooli dotsent

Ajalehekeelt analüüsid võiks tähelepanu pöörata sõnavarale, lauseehitusele, keelelistele valikutele ja teksti terviklikkusele. Lauseehitust ja teksti terviklikkust võiks analüüsida uudistekstidest, sõnavara ja hoiakuid juhtkirjadest ja arvamuskirjutistest, umbisikulist tegumoodi ja iseenesest toimuvaid asju majandus- ja keskkonnateemalistest kirjutistest.

Sõnavaraliselt erineb tänane ajalehekeel kümne aasta tagusest eeskätt kolmest aspektist. Esiteks, ajalehes on palju tsitaatsõnu ja toorlaene. Koolis võiks analüüsida tsitaatsõnade temaatilist jagunemist, nende tähendust, vajalikkust ja kirjutusviisi eestikeelses tekstis. Teiseks, lehekeel on muutunud argisemaks ja meelelahutuslikumaks. Võiks arutleda slängi, kõnekeelsete ja madalstiilsete väljendite, vandesõnade jms esinemise ja sobivuse üle neut-

raalses ajakirjandustekstis. Kolmandaks, piltlike väljendite taust on muutunud: need ei pärine enam traditsioonilisest agraarkultuurist, vaid kujundite ja võrdluste allikas on linnakultuuri alad (sport, teater jne).

Lauseehitus on ajalehtedes tihti keeruline, sageli ka ühekülgne. Näiteks uudiste laused koosnevad peamiselt refereeringutest ja tsitaatidest, mistõttu valdav osa pealauseid esineb vormis *NN ütles, et...* või *NN-i sõnul...* Uurige, millises vormis esitatakse muu vajalik teave (täienditena, kõrvallauses, lauselühendis jne). Veel võiks vaadelda, missuguste täiendite ja lisanditega iseloomustatakse lehetekstides esinevaid inimesi. Kelle puhul nimetatakse tema ametid ja tegevusi, kelle puhul isiklike omadusi (vanus, elukoht, sugu, rahvus jne)?

Keeleliste valikute puhul vaadake, kuidas nende kaudu kujundatakse tähendusi. Missuguseid tegevusi väljendatakse umbisikulises tegumoes ja iseenesest toimuvatena, nii et tegija jääb varju? Mida teevad tekstis nimetatud

isikud (mis on lauses öeldis)? Võrrelge uudise pealkirja ja sisu: kas need räägivad samast asjast või on nende vahel vastuolusid? Kas alati on selge, mida esitatakse tõena, mida arvamuse või oletusena?

Suhtumist ja hoiakuid väljendavaid sõnu ja väljendeid võib otsida näiteks juhtkirjadest.

Teksti terviklikkuse aspektist võib analüüsida kordusi ja paljusõnalisust ning üritada teksti tihendada; tekstis olevaid vastuolusid ning kas ja kuidas kirjutaja on neile tähelepanu pööranud; teksti mõistmiseks vajaliku teabe vähesust või puudumist.

Ajalehe sõnavara

1.1 Tsitaatsõnad ja võõrsõnad (EPL-i pealkiri "Paint-ball Moskvast").

1.2 Allkeeled meedias: släng, vandumine, muud argikeelsed väljendid (*penskarid, laste tegemine, jalaga munadesse, kurat, fuck*).

1.3 Piltlikud väljendid ja nende allikad: endise talukultuuri asemel (*rehale astuma, atra seadma, vägikaikavedu jms*) on tulnud linnakultuur (*kulissidetagused vaidlused, peaosa mängima, statisti roll, konflikte lavastama*) ja sport (*stardijoonetele asuma, võidujooks, lõpusirge, valitsus heitis palli opositsioonile tagasi, eelsoojenduseks vaieldi*).

Lauseehitus

2.1. Info jagamine: mis on pealauses, mis sisestatud (pealauses rääkimine, muu sisestatud).

Peaminister Siim Kallas, kes eile samuti eelhääletusel käis, nimetas Rütüti seisukohamuutust "Seitsmestele uudistele" kaalumist väärt ideeks.

Pealause: Siim Kallas nimetas seisukohamuutust ideeks. Kõrvallause: Siim Kallas käis eile samuti eelhääletusel.

Kaks kuud kirjameeste kujusid fotode eeskujul modelleerinud Kirsipuu ütles, et...

Kolm aastat vallalt silma riivava Lajavangu prügimäe sulgemist nõudnud Erastvere metsaülem Priit Kask ütles et...

Maanteeameti peaspetsialist Helve Lõhmus, kes sai hiljuti valmis viie viimase aasta septembrikuude võrdluse Eesti liikluses, ütles, et...

Nädala vältel rahvusraamatukogu alla 16aastaseid külastajaid jälginud lugemissaalide töötajad kinnitasid, et...

Koos kolleegide Liisa Pakosta ja Heiki Kivimaaga sadamaala konkursi žüriis olnud Tallinna abilinnapea Priit Vilba sõnul...

2.2. Lisandi funktsioon: keda iseloomustatakse töö järgi, keda isiklike omaduste alusel.

a) Riigikogus Koonderakonna fraktsiooni juhtiv **Siimann** ütles, et...

Peaminister **Siim Kallas** teatas, et...

b) "Õnn, et poistel kaelad terveks jäid," ütles **Järvamaal**

Ambas õnnetuspaiga läheduses elav naine, kes ei soovinud oma nime ajalehes avaldada.

Sügise tänaval elav 40-aastane Rita Laur ütles, et...

Pensionäripõlve pidav naisterahvas rääkis, et luges tol õöl kella kaheni raamatut.

Tähendused

3.1 Iseenesest toimuvad tegevused: hinnad tõusevad, muutused toimuvad, liikluskindlustus kallineb, sisseränne suureneb, tagajärjed ilmnevad, tööpuudus taandub, väljaminekute kasv jätkub, reformid edenevad.

3.2 Ebaisikud tegijana: majanduskriis kõigutab, maksutüli peletab, konsensus nõuab, konkurents alandab hindu, turumajandus nõuab, ühinemine sunnib, suured liikluskahjud tõstavad kindlustustariife.

3.3 Massid ja üksikisikud: massid tegutsevad, üksikisikud räägivad. Valitsus keerutab, opositsioon ründab, Reformierakond jagab raha, politsei kavandab, teadlased hoiatavad, komisjon süüdistab, statistikaamet maksis, Austria venitab maksimisega, USA plaanib.

Hoiakud

Kelle vaatepunktist asja vaadatakse? Keda fokuseeritakse (kelle sõnum jõuab pealkirja ja juhtlõiku)? Mis järjekorras ja kui palju keegi sõna saab? Kes ründab, kes peab ennast kaitsma, kelle sõna jääb viimaseks? Missugune on pealkirja ja teksti informatsiooni seos?

4.1 Kirjutaja esineb tuleviku asjade teadjana: parlamentivalimiste kirglikuks teemaks tõusevad 168 000 koda-kondsuseta Eesti elanikku, kes ise valimisõigusetä vaatavad pealt, kuidas politseinikud löövad lahinguid neile koda-kondsuse andmise lihtsustamise üle. Kohustuslik elektri-kontroll läheb lähiajal odavamaks.

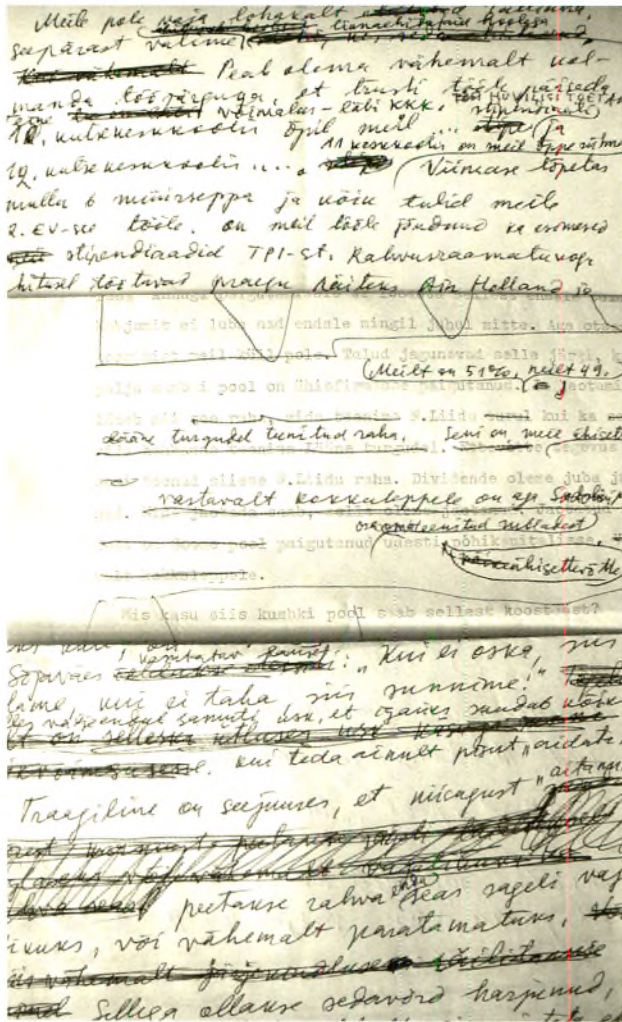
4.2. Vastuolu pealkirja ja sisu vahel: FIS võttis eestlastelt dopingukahtluse maha (artiklis kinnitab FIS-i esindaja, et ta pole andnud meediale mingit infot).

4.3. Arvamuse esitamine faktina: Eesti tööstus jääb ülejäänud Euroopale tunduvalt alla (artiklist selgub, et see on kellegi arvamus, keda artiklis refereeritakse).

Teksti terviklikkus

5.1 Tekstis on vastuolusid: Kui Põhja-Eesti on tänavu suurema sademete hulga tõttu oodata head kartulisaaki, siis Lõuna-Eestis jääb saak kesiseks. Eesti eri piirkondades on tänavu kartuli saagikus erinev, kuid asjatundjate hinnangul ei jää saak kuskil kehvaks.

5.2 Tekstiosade kordamine: Tallinna eelarves puudub 5000 krooni lubadus sünnitajatele. Volikogule üles antud Tallinna eelarve eelnõus ei sisaldu ühte koalitsioonilepingus antud lubadust – maksta iga lapse sünni korral 5000 krooni; linnavalitsuse kinnitusel makstakse see raha siiski välja. See tähendaks hinnanguliselt 20 miljoni krooni suurus lisakulu aastast.



Alles kümnekond aastat tagasi tehti keelelisi parandusi paberil. Kui lihtsaks on teinud teksti korrigeerimise arvuti tekstiredaktorid!

Eelmisel reedel linnavalitsuse poolt volikogule esitatud 4,56 miljardi kroonises eelarve eelnõus seda toetuseliiki aga ei ole. Tallinna abilinnapea Andres Tsahkna sõnul makstakse see toetus "kindlasti kas või tagasiulatavalt" välja ning seda kas siis eelarvemenetluse käigus eelnõu muutes või järgmisel aastal selleks lisaeelarvet kasutades.

Vene Balti Erakonna Eestis (VBEE) nimekirjas oleva Tallinna politseinspektori FA avalduse parteisse astumiseks täitis tema abikaasa ning polnud mehega seda kooskõlastanud, ütles eile VBEE sekretariaadi töötaja. "Abikaasa täitis mehe eest ankeedi ja polnud seda temaga kooskõlastanud," ütles Postimehele eile erakonna töötaja VS pärast seda, kui partei oli asjasse selguse toomiseks võtnud ühendust A. avalduse toonud erakonna liikmega. "Ilmselt ta ei teadnud, et politseinikud ei saa osaleda parteis. Loomulikult me tühistame mehe liikmeks olemise." Vene Balti Erakonna poolt avalikustatud liikmete nimekirja järgi liitus Tallinna politseiperfektuuri avalike kuritegude talituse vaneminspektor A. erakonnaga 2000. aasta 29. juunil,

kuid politseiteenistuse seaduse kohaselt ei või politsei-ametnik olla erakonna liige.

5.3 Lugejale pakutakse liiga vähe infot: kirjutaja lähtub oma teadmistest, ei arvesta lugeja teadmisi.

"Rask: Jämejalal võib tekkida hõlmikpuu sündroom." Justiitsminister Rask süüdistab vanglahaiгла ja uue vangla vastaseid hõlmikpuu sündroomi tekitamises.

Harjutusi

Tekstianalüüsiks sobivad tekstid võib õpetaja ise ajalehtedest välja valida. Soovitav on anda õpilastele ainult üks ülesanne korraga.

- Otsida artiklist mitteneutraalseid sõnu ja väljendeid, põhjendada nende kasutust või sobimatust.
- Otsida väljendeid, võrdlusi, metafoore jm kujundeid ning vaadata, mis alalt need pärinevad (sport, teater jne).
- Analüüsida uudisartikli pealkirja ja teksti vastuolu, selgitada, miks nii on tehtud.
- Otsida lehest välja kõik isikud koos nende iseloomustustega (lisandid). Arutleda, millised isikud ajalehte pääsevad ja kuidas neid iseloomustatakse. Keda nimetatakse funktsiooni (elukutse, tegevus), keda isiklike omaduste järgi (vanus, rahvus, elukoht, välimus).
- Analüüsida mõne majandusartikli maailma (mis toimub iseenesest, millal on tegija ebaisik, missugused tegevused seostuvad üksikisikuga, mida teevad massid).
- Selgitada mõne uudisartikli hoiakuid. (Kelle vaatepunktist asja vaadatakse? Kelle sõnum jõuab pealkirja ja juhtlõiku? Kes ründab, kes peab ennast kaitsma, kelle sõna jääb viimaseks? Missugune on pealkirja ja teksti informatsiooni seos?)
- Analüüsida mõne uudisartikli terviklikkust.

Kirjandus

1. Kasik, Reet. Keel tekstidena. Oma Keel, 2001, 1. 14–20.
2. Kasik, Reet. Uudiste süntaks. Tähendusepüüdja. TÜ üldkeeleteaduse õppetooli toimetised, 3. Tartu, 2001. 200–218.
3. Kasik, Reet. Tekstianalüüs ja tekstihoole. Keel ja Kirjandus, 2002. 7.



Alati on põhjust mõelda, kas keegi ei kasuta meediat võimu haaramiseks või selle tugevdamiseks, märgib Halliki Harro-Loit.

Mis jääb ridade vahele?

Halliki Harro-Loit

TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna juhataja

Jagades informatsiooni valikuliselt, rääkides vaid teatud tegelastest ja jättes olulisi tõsiasi varju, konstrueerib ajakirjandus uut, teatud huvigruppidele meelepärast tegelikust. Olukorras aitab selgust luua tähelepanelik tekstianalüüs.

Kõigepealt mõned küsimused, millele tekstianalüüsi käigus tähelepanu osutada.

- Kas tekst on neutraalne (informatiivne, igakülgne ja tõepärane) või kallutatud?
- Milliseid ideoloogilisi hoiakuid tekst sisaldab?
- Kuidas konstrueeritakse pikemaajaline protsess või üksikündmus uudiseks: milline aspekt ületab uudiskünnise, mida rõhutatakse ja milliseid ajakirjanduslikke võtteid kasutatakse?
- Keda ja kuidas meedia esitleb (sh kangelasena): kes on need, kes meedias kõnelevad, kelle eest kõneldakse ja kellest räägitakse, kes on täiesti esindamata, kes on esindatud moonutatult?
- Kes kasutab meediat võimu haaramiseks või tugevdamiseks?

Järgnevalt ühe Postimehe uudise näitlik analüüs. (Artikli lõigud on analüüsi lihtsustamiseks nummerdatud.)

Riigiametnikul lasub altkäemaksukahtlus

(Postimees, neljapäev, 27.03.2003)

1. Politsei arreteeris siseministeeriumi ametniku Marko Jaani, keda kahtlustatakse altkäemaksu vahendamises rahapesuritegusid uurinud politseinikule.
2. Postimehe andmetel vahendas siseministeeriumi õigusosakonna peaspetsialist Marko Jaani (23) altkäemaksu politseiameti rahapesu andmebüroo ühele ametnikule.
3. Väidetavalt oleks politseinik pidanud rahapaki eest vastutasuks taasavama ühe pangaarve, mille büroo oli seoses ühe rahapesujuhtumi uurimisega arestinud.
4. Neid andmeid keeldusid aga kinnitamast või kommenteerimast nii mitu politseiameti kui ka siseministeeriumi ametnikku, keda Postimees usutles.
5. Siseministeeriumi pressinõunik Anu Adra täpsustas õhtul vaid seda, et politseiameti sisekontrolli osakond kahtlustab Jaanit kolmes kuriteos: lisaks altkäemaksu vahendamisele ka altkäemaksu võtmises ja ametiseisundi kuritarvitamises.
6. "Uurimise huvides ei ole võimalik rohkem informatsiooni käimasolevast uurimisest anda," lisas Adra, kelle



Kelle huvisid meedia esindab, seda arutavad ka ajakirjanikud ise. Fotol hetk Eesti Ajalehtede Liidu (EALL) seminarist (24.10.02), kus TÜ professor Rein Veidemann esitas oma visiooni võimust ja vaimust meedias.

teatel algatas politsei ameti sisekontrolli osakond Jaani suhtes kriminaalmenetluse juba 10. märtsil.

7. Politsei ameti pressiesindaja Kadri Palta ütles vaid seda, et nimetatud süüteo kahtlused on lähedalt seotud Jaani tegevusvaldkonnaga siseministeeriumi õigusosakonnas. Ent millega täpsemalt, keeldus Palta ütlema.

8. Postimehe andmetel kuulus Jaani tööühma, mis töötas välja rahapesu tõkestamise seaduse, finantsinspeksiooni seaduse, karistusseadustiku, krediitiasutuste seaduse, kriminaalmenetluse koodeksi ja väärtipaberituruseaduse muutmise seaduse eelnõu.

9. Just Jaani koostas 3. märtsil sellele eelnõule seletuskirja, kus ta selgitab muudatuste vajalikkust, et tõhustada rahapesuvastast võitlust Eestis ning viia seni kehtiv seadus kooskõlla Euroopa parlamendi direktiividega.

10. Siseministeerium peatas eile Marko Jaaniga teenistussuhte. Süüdimõistmisel võib möödunud aasta oktoobrist siseministeeriumi tööle asunud Jaanit ähvardada kuni viieaastane vangistus.

11. Esialgu peab ta 4. aprillini arestimajas istuma, sest kohus pidas vajalikuks ta vahi alla jätta.

ANALÜÜS

Uudise mõned struktuurielemendid: põhisündmus, taust, uudisväärtus.

■ Uudise põhisündmus on siseministeeriumi ametniku arreteerimine (tavaliselt esitatakse kõige kõrgema uudisväärtusega faktid uudise esimeses ehk juhtlõigus). Pealkiri rõhutab küll veidi teist uudisväärtuslikku aspekti: võimalik-

ku altkäemaksuritegu. Tekib küsimus: kas suur uudisväärtus antakse seigale, et kahtlustatav on arreteeritud, või sellele, et riigiametnikku kahtlustatakse altkäemaksu (andmises/võtmises/vahendamises)?

■ Ajalooline taust ehk uudisele eelnev sündmus on oletuslik altkäemaksu vahendamine konkreetse ametniku poolt (lõigud 2, 3, 8, 9).

■ Lugejale antakse artikli esimeses lauses ideoloogiline eeldus: politsei arreteerib kahtlustatavad. Uudises nimelt ei selgitata arreteerimise asjaolusid ega seda, miks pidas kohus vajalikuks inimene vahi alla jätta (lõik 11). Seega ei saa lugeja põhilise uudisväärtusliku sündmuse – arreteerimise asjaolude ja põhjuste – kohta praktiliselt mitte midagi teada. Niisugune uudis peaks ka õigustundlikus õpilaslikus tekitama küsimuse: “Kui politsei kuulutab mind kahtlustatavaks, kas see tähendab, et ka mind võib vahi alla võtta? Kas meil on politseiiriik?”

Sündmuse või protsessi konstrueerimine uudiseks. Tasakaalustatuse hindamine.

■ Nn originaalsündmus (tegu, kuriteo kahtlus, süüdistus, õigusemõistmine) on pikemaajaline protsess, mille üks etapp – arreteerimine – on konstrueeritud uudiseks. Sündmus on kahtlustuse faasis, süüdistust pole esitatud, süüdistatu ei saa end veel kaitsta. Uudises kasutatakse sõnu “kahtlus” ja “väidetavalt” just seetõttu, et uurimisfaas ei võimalda veel rääkida tõendatud altkäemaksu faktidest. Ometi, domineerima jääb kahtlustuse ja süüdistuse diskursus, mis konstrueeritakse peamiselt kahe võttega.

1. Suurem osa uudisest on üles ehitatud näiliselt erinevate allikate refereerimisele, kelle sõnumis korduvad sõ-

nad "kahtlustus", "kuritegu", "kriminaalmenetlus" ja "alkäemaks".

2. Lõigus 10 lisandub "süüdimõistmisel võib ... ähvardada kuni viieaastane vangistus".

Enne kui juhtum on jõudnud kohtusse, oletab ajaleht juba süüdimõistmist ja karistust. Pealiskaudsel lugemisel võib uudisest jääda mulje, et ametnik ongi juba süüdi mõistetud. Samas ei märgita loos seda, mis juhtub siis, kui ametnik mõistetakse õigeks. Näiteks, kas talle kompenseeritakse vahi all oldud aeg.

1. ALLIKAD JA TEGELASED

Kellele antakse uudises rohkem või vähem võimu, selgub tegelaste ja allikate identifitseerimise abil.

Uudises võivad olla otsesed ja kaudsed (varjatud) allikad, kõnelevad allikad, keda tsiteeritakse või refereeritakse, ning viited dokumentidele.

Lisaks kõnelejatele on uudises alati tegelased: aktiivsed tegelased, kes kõnelevad enese eest, aktiivsed tegelased, kes kõnelevad kellegi teise eest, passiivsed tegelased, kellest kõneldakse või kelle tegudest on juttu, kuid kes ei saa ise sõna. Mõnikord on kõnelejate ja tegutsejate analüüsid abi ka "meie" ja "nemad" konstruktsioonide leidmisel.

Allikad

Postimehe kõnealuses uudises on kasutatud näiliselt erinevaid allikaid.

■ Räägivad siseministeeriumi pressinõunik (sellest, mida teeb politsei ameti sisekontrolli osakond, lõik 5) ja politsei ameti pressiesindaja. Mõlemad kõnelevad allikad esindavad antud loo kontekstis uurimispoolt.

■ Korduvalt viidatud allikas on Postimees, mitte ajakirjanik ega ajakirjanikud. Reporterile kui allikale viitamine viiks vastutuse indiviidi tasandile. Viide ajalehele (kollektiiv, organisatsioon, tuntud kaubamärk) seevastu tõstab allika autoriteeti. Tõenäoliselt on ajalehele viitamist kasutatud ka selleks, et varjata konfidentsiaalseid või informatsioonid mitte väga kindlaid allikaid.

■ Lõik 4 ei anna uudisväärtustatud sündmuse kohta üldse informatsiooni: "Politsei ja siseministeeriumi ametnikud keelduvad andmeid kinnitamast ja ütlevad "vaid seda ...". Lõikudes 4, 5, 6, 7 arendatakse kõrvalteemana välja siseministeeriumi ja politsei ameti napsõnalisuse kriitika ja Postimehe ajakirjaniku järjekindlus info hankimisel.

Sellega tekitab autor "meie" ja "nemad" vastasseisu: "nemad" (lõigud 4, 5, 6) on napsõnalisel ega avalikustatud, "meie" (Postimees) teame ja teatame... ("Postimehe andmetel..." lõigud 2 ja 7).

Et süüdistatu on arreteeritud, on ka võimatu täita hea ajakirjandustava nõuet ja anda talle sõna. Ajakirjanik ei pääsekski tema juurde, küll aga võinuks rääkida kahtlustatava esindaja (advokaat).

Tegelased

Tegutsevad: Postimees, "kes" usutles ametnikke (lõik 4), politsei, "kes" arreteeris kahtlustatava (lõik 1), politsei sisekontrolli osakond kahtlustab (lõik 5) ja algatas kriminaalmenetluse ametniku suhtes (lõik 6), siseministeerium (lõik 10) peatas teenistussuhte (lõik 11) ja kohus pidas vajalikuks ametnik vahi alla jätta.

Selles uudises on suurem osa otseseid sündmusega seotud "tegutsejaid" organisatsioonid, mille varjus tegelikult võtavad otsuseid vastu vägagi konkreetsed inimesed. Seega ei püütagi jõustruktuurides töötavate inimeste tegevust kriitiliselt jälgida. Arreteeritu on samas konkreetne ametnik, kes on identifitseeritud ees- ja perekonnanime, vanuse ning ametikoha kaudu – enne kohtumõistmise algust.

Tegelikult ei jälgita ka ametniku alkaemaksujuhtumit, sest uudisväärtus omistatakse eeskätt jõudemonstratsioonile: arreteerimisele ning kriminaalmenetluse alustamise ja jätkumise faktile. Alkaemaksu sündmuse kohta saab lugeja teada vaid oletusi.

(Märkus: uudistes võib sageli märgata, et kui kohus vahi alla jätmist heaks ei kiida, märgitakse vastava otsuse teinud kohtunikku nimepidi.)

Taustinformatsioonis on tegutsejad veel rahapesukuritegusid uurinud politseinik (lõik 1) või ametnik (lõik 2); töörühm (lõik 8).

2. IDENTIFITSEERITAVUS ja ANONÜÜMSUS

Umbisikulise kõneviisi kasutamine uudises varjab tegutsejat, otsustajat, ütlejat.

Lõik 1 jätab selgusetuks, kes arreteeritud ametnikku kahtlustavad. See on oluline, sest tavainimene võiks ju küsida: kas politsei saab meie riigis arreteerida inimese seetõttu, et keegi kuskil kahtlustab teda? Alles lõigus 5 saab lugeja teada, et kahtlustaja on politsei sisekontrolli osakond (mitte konkreetsed isikud).

3. IDEOLOOGILISED EELDUSED

Nagu mainitud, esitatakse ideoloogiliste eeldustena kahtlustatava arreteerimine ja vahi all hoidmine; lõigus 6 teatatakse, et kriminaalmenetlus algatati "juba" 10. märtsil.

4. INTERTEKSTUAALSUS

Tekstid on omavahel seotud nagu võrk. Kuna valdavalt on uudise aluseks oleva info loonud politsei (teisisõnu, esmane info on loodud politseidiskursuses, kus on spetsiifiline keelekasutus ja formaat), siis politseidiskursuse "tõlkimisel" uudise formaati ja keelde jäävad "originaaldiskursuse jäljed" teksti sisse. Näiteks 7. lõigus sõna "süüteo-kahtlused".



Eri huvigrupid püüavad kas otse või varjatult paigutada meediasõnumitesse oma ideesid ja kujundada selle kaudu endale meelepäraseid sotsiaalseid suhteid, osundab Katrin Aava.

Müüdid meedias

Katrin Aava

Tallinna Pedagoogikaülikooli kommunikatsioonieriala õppejõud

Lisaks ideede vahendamisele on ajakirjandus olulisel määral ka ideoloogiate kindlustamise ning kehtestamise koht. Eri huvigrupid püüavad kas otse või varjatult paigutada meediasõnumitesse oma ideesid ja kujundada selle kaudu endale meelepäraseid sotsiaalseid suhteid.

Meediaõpetuse peamine eesmärk koolis on seega kriitilise meediatarbija kasvatamine. Tuleb õpetada oskust meedia mõjutamist läbi näha. Gümnaasiumiõpilase puhul eeldatakse, et tänu meediaõpetusele tunneb ta meedia põhilisi demagoogia- ja manipuleerimistehnikaid; oskab neid tekstis näha.

Gümnaasiumi tekstiõpetuse osas on seetõttu aktuaalne pöörata piisavalt tähelepanu meediatekstile – väljale, kus kehtestatakse sotsiaalsed suhted. Õpilased peaksid märkama, kuidas väärtushinnanguid tekstidesse paigutatakse. Nad peaksid nägema, missuguseid sotsiaalseid grupe meedia eelistab, kelle

huvides sõnastab reaalsust, kes ja mis jäetakse kõrvale. Võiks jälgida sedagi, kas meedia edastab meile maailmas toimuvat või loob uue tegelikkuse.

Huvigrupid

Ettekujutus sellest, mis on meie ümber, sünnib meedia vahendusel. Meedial on võim valida, mida avalikkus kuuleb ja näeb. Selle valikuga loobki meedia uue reaalsuse. Saate tegijad valivad, mida, kui kaua ning missuguses valguses näidata. Lehetegijad valivad, kes, kellest või millest kirjutab, missuguseid hinnanguid annab jne. Selles mõttes pole objektiivset meediat olemas. Meedia võib aidata toota ja taastoota ebavõrdseid võimsuhteid sotsiaalsete klasside või rühmade vahel, samuti etnilise või kultuurilise enamuse ja vähemuse ning naiste ja meeste vahel selle kaudu, kuidas ta neid kujutab ja millistele positsioonidele nad rühmitab, kui palju ta eri rühmade esindajatele sõna annab. Üks poliitilise

võitluse põhitrumpe on võimalus suruda teistele peale oma maailmanägemise printsiipe, millega maailma vaadeldakse vastavalt teatud jaotustele (vanad ja noored, kohalikud ja muulased, vasak- ja parempoolsed, mehed ja naised jne).

Meedia on muutumas aina rohkem ühesuunaliseks kommunikatsiooniks. Telesaateid ja artikleid luuakse, pidades silmas inimeste ostuvõimet, sest reklaamipakkujad soovivad tutvustada oma kaupu eelkõige ostujõulistele meediatarbijatele. Just seepärast on päevalehtedes palju juttu uutest automarkidest, mobiiltelefonidest, arvutitest. Samal põhjusel eelistatakse televisioonis näidata noori ja keskealisi huvitavaid seriaale.

Demokraatlik meedia

Demokraatia saab edukalt toimida siis, kui meediakanalid on avatud väitlusele, erinevate vaatepunktide ja ideoloogiate esitamisele. Meedia peab esindama kõigi ühiskonnagruppide arvamust.

Paraku ei kajasta meedia kõigi ühiskonnagruppide elu ja tegevust ühtviisi võrdselt, ühed on eelistatud. Kelle probleemidest on meedias kõige rohkem jututu, nende huvisid on poliitikutud sunnitud kõige rohkem silmas pidama.

Meedias kasutatavad müüdid

Tänapäeva meedias on hakatud ratsionaalse argumenteerimise asemel uusi müüte looma. On aru saadud, et inimestele meeldivad emotsionaalsed jutustused rohkem kui kiretu ning erapooletu infoedastus. Müütide poeetiline ja kujundirikas maailmapilt ning realistlike kujutelmade põimumine üleloomulikega on pälvinud erilise soosingu ratsionalismile järgnenud ajastutel. See on vastukaal ühekülgsel mõistuslikkusele, sest igatsus müütilise maailmamõttestuse järele pole kuhugi kadunud.

Igasugune maailmaseletus on paratamatult tinglik, sest suuremat osa oma teadmistest pole me võimelised rahuldaval moel tõestama ega kontrollima. Teaduslik seletus jõuab tavakasutajani õpikute või ajakirjanduse vahendusel lihtsustatult ning võetakse omaks pigem usu ja veendumuse kui argumentatsiooni kaudu. Nii on lood inimese põlvnemisest või maailma tekkest oma loomult tavainimesele endiselt müütilise iseloomuga, "religioosne" narratiiv on välja vahetanud "teadusliku" narratiivi. Kuna tänapäeva inimese tunnetatu tuginneb suuresti usule, ootame ka meedia kanalitest lugusid, mis meie usku toetaksid ja tugevdaksid – inimesel on vaja teadmist, et ta orienteerub maailmas.

Inimesed on loomult lugude jutustajad, inimkommunikatsioon on eelkõige jutustus. Sümbolse konvergentsi teooria (1) ning narratiivse paradigma teooria (5) järgi ei võta inimesed otsuseid vastu ega hakka tegutsema ratsionaalsete argumentide põhjal, käivitavaks jõuks on pigem lugu. Ühiskond vajab siduvat lugu, mis rahvast koos hoiab ja tegutseda aitab. Kõigil suurtel religioonidel on oma mõistujutud, mis annavad edasi religioosseid väärtusi, ning igal rahvusriigil on oma lugu, mis õigustab riigi teket ja olemist. Iga inimgrupp vajab siduvat lugu ning tulevikuvisiooni.

Kangelane. Meedia vahendusel luuakse ja võimendatakse müüte, mis täidavad inimeste ootusi, kroonivad

nende pingutusi ja kannatusi. Hea meedialugu meenutab vana muinasjuttu, kus valitsejaks saab kangelane, kes võitleb rahvast tabanud hädadega, päästab inimesed koletise käest. Paljude lugude autorid kirjeldavad meile loo alguses tõsiseid probleeme ning pakuvad siis lihtsaid lahendusi. Selle malli järgi on kirjutatud hulk artikleid terrorismivastases võitlusest. Saksa poliitikud püüdsid ennast kangelase müüti sobitada, kui külastasid valimiskampaania ajal üleujutuste all kannatavaid piirkondi ning lubasid inimestele hädadest pääsemist. Sellistele kangelastele kuulub rahva armastus.

Töötatud maa. Kangelase kõrval on meedias laialdaselt kasutusel töötatud maa müüt. Kuigi teekond sinna on raske ja ohvriterikas, saadab rahvast edu, kui ei pöörduta ära oma juhust ja usust. Eesti ajakirjanduses on töötatud maaks kuulumine Euroopa Liitu ja NATO-sse ning poliitiline eliit kasutab seda müüti oma otsuste ja tegude õigustamiseks.

Igal müüdil on oma kangelased ja kurja kehastajad, tegevuskäik ning koht. Müüdid moodustavad rühma või rahva ühisteadvuse ning sisaldavad selgitusi selle kohta, milline on maailm: millised on head ja halvad jõud, mis vallandab kaose ning mis loob tasakaalu ja korra. Müüdi eelduseks on uskumus kõrgemasse jõusse.

Kõrgem jõud müüdis võib olla jumal, aga ka konstitutsioon, mingi nähtamatu ebamäärane jõud, nt tuumaohut, kliima soojenemine, globaliseerumine, rahvuse hävimine jm. Kuid kõrgemaks jõuks võivad olla ka abstraktsed demokraatlikud väärtused. Näiteks Bagdadi kiire vallutamise 2003. a Iraagi sõjas ning teletelvisiooni kajastatud iraaklaste rõõm teatasid jõuliselt ideed, et hea võitis kurja ning demokraatlikud väärtused kui paremad ja õiglasemad murdsid totalitaarse terrorirežiimi. Ratsionaalselt arutledes aga võitsid tugevamad sõjalised jõud ülekaalukalt nõrgemad.

Ka teadussaavutused ja tehnikauuendused võivad olla nüüdisaegsete müütide materjali: inimkond on uskunud ja usub kosmosetehnoloogia, arvutite, geenitehnoloogia lunastavasse jõusse. Kõrgem võim mõtestab tegevuse, seab eesmärgid, annab loole müüdi mõõtme. Müüt pakub turvatunnet, sest kõrgem

võim tagab lõpuks tasakaalu ja õigluse võidulepääsemise.

Retooriline visioon on müüdis peituv draama, mis koondab suuri inimhulki ühtsesse sümbolilisse ruumi, andes kogukonnale pildi maailmast ja selle toimimispõhimõtetest, tegutsemise eesmärkidest. Visiooni vajab perekond, firma, riik ja rahvas. Kuulsad kõned on enamasti uue visiooni sõnastused. Näiteks sõnastas Winston Churchill oma kõnedes raudsest eesriidest külma sõja visiooni, Martin Luther King aga sõnastas loo maailmast, kus puudub rassidiskrimineerimine. George Bushi kõned kurjuse telje riikidest ning maailmarahust ja demokraatlike väärtuste kaitsmise vajadusest sõnastavad visiooni maailmas valitsevatest uutest jõujoontest.

Vaenlane. Müütide kesksed peategelased on kangelane ja tema vaenlane ning nende vastandamine ja võitlus. Nagu müütiline Kalevipoeg võitles Sarviku ja raudmeestega, nii võitles president George Bush oma vaenlaste Osama bin Ladeni ja Saddam Husseiniga, president Vladimir Putini vaenlased on Tšetšeeni terroristid, Juhan Partsil korruptsioon jne.

Inetu pardipoeg. Naisteajakirjades jutustatakse inetu pardipoja lugu: tüse hakkab kaalujälgijaks ja muutub ilusaks. Tuhkatriinu loo kaasaegne variant on lugu printsess Dianast. Metsas redutanud vendade Voitkade asemele on meedia-kangelasena astunud Teine Arnold, kelles võib ära tunda keskaegse narri arhetüübi. Arhetüüp aitab inimesel paigutada keerulise maailma tegelased kiiresti vanade väärtushinnangute süsteemis oma kohale.

Vandenõu. Igihaljas müüt on vandenõuteooria – leitakse süüdlane. See kõigi totalitaarsete riikide propagandas kasutatud võte on aktuaalne ka tänapäeval. Iga süsteem vajab eneseõigustuseks vaenlase kuju. Mida ohtlikum on vaenlane, seda radikaalsemad võtted on võitluses lubatud, seda suuremad on kangelasele antud volitused ja seda populaarsemaks kangelane muutub. Nii saidki 11. septembri sündmused alguseks uuele müüdlile, mis õigustab uut, agressiivsemat tegutsemist oma ideede nimel, võimaldades jõulisemalt kujundada maailma poliitikat.



Kas noorte valijatega manipuleerimine? Foto meenutab pigem meeldivat poisteansamblit kui uue poliitika esindajaid. Noorte hulgas populaarse filmi "Äraostmatu" mainimisega juhitakse samuti tähelepanu poliitikalt kõrvale.

Meie ja nemad. Ka poliitilistes kampaaniates pakutakse argumentide asemel lugusid. Ratsionaalselt arutledes saab uue poliitika valija küll aru, et tegemist on kõigest loosungiga, aga vanades tegijates pettunu tahab uskuda müüti, osaleda ühises fantaseerimises paremast tulevikust.

Müüt pakub lihtsustatud maailmapilti, kus on head ja halvad, ohtlikud vaenlased ja nende vastu võitlevad kangelased. Vastandatakse meie ja nemad, meid kirjeldatakse meeldivate ja neid ebameeldivatena, võetakse kasutusele tugeva emotsionaalse laenguga sõnad, mis seostuvad oluliste väärtustega ega vaja tõestamist. Seetõttu on meedia kanalid muutunud sõnamängude esitamise kohaks, kus nähtused sõnastatakse ümber või sildistatakse. Nii on kommunismivastase võitluse asemele tulnud terrorismivastane võitlus, nende poole tähistamiseks on võetud kasutusele kurjuse telje mõiste, sõdimine on asendatud demokraatlike väärtuste kaitsmisega jne.

2003. a valimiskampaanias võttis Siim Kallas endale jõuliselt Savisaare-

vastase rolli. Müüdle omase skeemi kohaselt on võimsal tegijal vaja tugevat vastasmängijat, sest selge vastasseisu olemasolul orienteeruvad valijad poliitilisel maastikul paremini. Kallas hoiatas, et kui "vene rahvusest kodanikud ja kõik pensionärid hääletavad Keskerakonna poolt, on Eesti määratud astmelisele allakäigule". Selline kampaania lõhestab ühiskonda, aga tõmbab valijaid emotsionaalselt kaasa.

Vastandades end "vanale poliitikale", jättis Res Publica endast väga tugeva erakonna mulje. Valimiskampaania kulminatsiooniks tuletati valijatele meelde keskтуру erastamist. Nii suunati valijate hirmu- ja vihatunne hääletustulemuseks. Sellega suudeti vali-kord-või-korralagedus-konflikt muuta kogu valimiste konfliktiks ning kõhklejad, keda oli 14%, kallutada uue poliitika toetajateks.

Mida keerulisemaks ja vastuolulisemaks muutub maailm, seda primitiivsemalt kajastatakse seda massiteabekanaalis. Meedia võimendab seda, mis niigi tundub võimsana. Mustvalge pildi esitamine aitab inimesel maailmas

orienteeruda. Meedia lihtsustab ning mütologiseerib maailma, andes meediatarbijale võimaluse tunda end kinokülastajana ning vaadata hoogsat lugu sellest, kuidas kangelased oma vaenlastega õilsate ideede nimel võitlevad.

Vanad ja väsinud lood vahetatakse välja uute ja huvitavamate vastu. Kui EL-i ja NATO-ga liitumine on ennast Eesti poliitikas lugudena ammendanud, tulevad värskemad. Pärast liitlaste võitu Iraagis tulevad lood uutest vaenlastest, kellega demokraatia ja rahu kaitsjatel on vaja võitlusesse asuda.

Kirjandus

1. Bormann, E. G. The symbolic convergence theory of communication and the creation, raising and sustaining of public consciousness. In J. I. Sisco (Ed.), The Jensen lectures: Contemporary communication studies (pp. 71–90). Tampa, FL: Department of Communication, University of South Florida, 1983.
2. Bourdieu, P. Televisioonist. Tallinn, Perioodika AS, 1999.
3. Cragan, J. C., Childs, D. C. Understanding communication theory. The communicative forces for human action. Boston. London. Toronto. Sydney. Tokyo. Singapore, Allyn and Bacon, 1998.
4. Fairclough, N. Language and power. London, Longman, 1989.
5. Fisher, W. R. Narration as a human communication paradigm: The case of public moral argument. Communication Monographs, 51, 1984. 1–22.
6. Fowler, R. Linguistic criticism. Oxford, University Press, 1996.
7. Fowler, R., Hodge, R., Kress, R., Trew, T. Language and Control. London, Routledge & Kegan Paul, 1979.
8. Sarapik, V. Kunstnik ja müüt. Keel ja kunst, 1999. 87–108.
9. Volt, M. Kriitiline diskursianalüüs. Kasutamismõeldus teksti ja kultuuri uurimisel. Kultuur ja analüüs, 1998. 53–63.

Õppematerjal internetist

K a d r i U g u r

Tutvustan mõningaid viimase aja ehedamaid leide. Mõningaid neist olen juba tundides kasutanud, teised ootavad veel järge.

<http://scriptorium.lib.duke.edu>

See on Duke'i ülikooli haruldaste raamatute, käsikirjade ja erikollektsioonide kodulehekül, mis pakub üsna paeluvat materjali küllalt mitmekesistel teemadel. Digitaliseeritud (seega kõigile kättesaadavate) kollektsioonide hulgast võib leida materjali reklaami ajaloo, fotograafia, muusika ja muidugi paljude Ameerika Ühendriikide ajaloo tähtsündmuste kohta. Meediaõpetuse tundides on kasu olnud reklaami ajalugu käsitlevate fondide uurimisest, kuid torkas silma, et sama hästi võinuks neid materjale vaadata ka inglise keele tunnis – kohati vajavad nooremad õpilased tõlkeabi. Ajaloolastel soovitan tutvuda näiteks papüüruste koguga, muusikaõpetajale võivad huvi pakkuda stiilide ja žanride kaupa süstematiseeritud muusikanäited koos esmatrüki nootide ja tantsude puhul ka tantsukirjeldustega. Kollektiooni Ameerika-keskus võib kohati segada, ent sedasama võib ju öelda paljude teistegi materjalide kohta.

<http://www.mediahistory.umn.edu>

See lehekül peaks sobima ajalooõpetajale, kes tahab leida lisamaterjali meedia ajaloo kohta, ning arvatavasti igale meediaõpetajale. Pildimaterjaliga pole selle lehekülje peatükkides koonerdatud ning pilte täiendab üpris asjalik tekst. Märksõnakataloogi sõandan lausa heaks nimetada, samuti ajajoont ja viidete süsteemi. Meediaajaloo õpetamist üldhariduskoolis ei ole vist keegi Eestis veel erilisel väärtustanud, see lehekül aga pakub küllalt materjali neile, kelle meelest ajalugu ei pea igavalt õpetama. Lehekül on valminud 1996 ning seda täiendatakse täiesti rahuldavas tempos.

<http://www.justthink.org>

Mõtle ainult! See küllaltki tabava pealkirjaga lehekül annab uurimist nii õpilastele, õpetajatele kui vanematele. Vanemate jaoks on TV-juht, mis aitab valida oma lastele sobilikke telesaateid ja õpetab, kuidas neid koos lastega vaadata, õpetaja leiab siit üsna palju korralikke tunnikonspekte – kui neid ka otse kasutada ei õnnestu, siis ideid saab ometi.



Häid võimalusi meediaõppeks pakub internet. Iga aine õpetaja leiab maailmavõrgust just selle, mida vaja.

<http://www.med.sc.edu/medialit>

Peamiselt Lõuna-Carolina (USA) osariigi õpetajatele mõeldud tohutu andmekogu väärrib lähemat uurimist, kui otsite näiteid meediaõpetuse teemade illustreerimiseks. Kui õpilased vähegi inglise keeles lugeda oskavad, tasub lehekülge soovitada ka iseseisvaks tutvumiseks, seda enam, et materjalid on varustatud meediaanalüüsi toetavate töölehtedega. Kui lapsed inglise keelt ei valda või näitematerjalid õpetajat ei rahulda, saab töölehtedelt siiski piisavalt ideid, et meid ümbritsevat meediat analüüsida.

Loomulikult ei saa anda garantiid, et siin viidatud leheküljed on parimad võimalikud. Igaüks otsib ja leiab ise, kuid mõnikord on hea leitud pärleist ka teistele teada anda. Meediapädevuse kohta on internetis lugematu hulk materjali ning mitte kõik pole võrdsest hea. Hoopis omaette teema on, mis Eestis "töötab" ja mis mitte. Seetõttu oleks tore, kui õpetajad oma leide teistega jagaksid, näiteks meediakoolitajate listis, mille aadress on

meediakoolitajad@saba.jrnl.ut.ee.



Noored suudavad end juba maksma panna. Koolisiseseid probleeme avalikustatakse ka siis, kui suhted õpetajate või direktoriga on pingelised, märgib Sigrid Söerunurk.

Sõnavabadus koolilehes

Sigrid Söerunurk

TÜ ajakirjanduse ja suhtekorralduse üliõpilane

Koolileht on ajakirjanduse ning omaloomingulise meelelahutuse iselaadi hübriid, mis annab õpilastele hindamatu kogemuse sõna- ja ajakirjandusvabadusest.

Koolilehti ei tunnista päris ajakirjanduseks mõnigi koolijuht ja professionaalne ajakirjanik. Sellegipoolest ilmub mitmekümnes keskkoolis üle Eesti lehti, mida teevad õpilased ise. Ja kvaliteetselt. Tänavusel Noorte Meediaklubi ja Eesti Ekspressi korraldatud konkursil tödes algajatele lehe- neegritele auhindu välja jaganud EE ajakirjanik Madis Jürgen ohkega, et häid lugusid oli hulгим ning auhinnalise kohaga oleksid äramärkimist väärinud veel paljud. Ürituse projektijuht Liina Vahemets nentis, et paari aasta tagust lahmivat stiili kohtab praegu harva. Põhjendamatu kriitika ning kontrollimata faktid on nüüd erandlikud.

Mis sunnib õpilast oma põhitöö – õppimise – kõrvalt magamata öid leheveergude täitmiseks ohverdama? Selle aasta parima koolilehe Lähte Ühisgümnaasiumi Sapientia Sat peatoimetaja abiturient Mihkel Ulgi sõnul on selleks võimalus ise midagi ära teha. Kui nende viimane number

esikülje looga poiste WC varisevast laest direktsiooni näppu jõudis, leidis probleemne olukord lahenduse. Must-valgelt paberile trükituna mõjub igasugune arvamus või fakt julmemalt kui suusõnalisel edastusel.

Koolileht on informaator ja sanitar

Nii seisis mullu ühe Tartu gümnaasiumi abiturient silmitsi nutva pedagoogiga, olles eelnevalt üllitanud lehes kriitilise arvamusloo, kuidas mõnes tunnis pole mõtet käia. Nimesid ta ei maininud, kuid paar õpetajat olid kindlad, et jutt käib neist. Vaevalt peidaks näo kättesse peaminister, luges Postimehe arvamuste rubriigist teda kritiseerivat kirja. Kuid kooli kui miniühiskonna puhul ei kehti alati samad reeglid, mis "päris" ühiskonnas, ka ei lange ajakirjandusvabaduse definitsioonid kokku. Demokraatlikkustki kohtab veidi teisenenud mõistes. Ei ole harjutud tegema vahet

koolilehe reporteri ja kooliõpilase rollidel. Noor ajakirjanik, kartes talle rakenduda võivaid sanktsioone, jätab nii mõnegi kriitilise loo kirjutamata.

Ulgi sõnul on ajalehe kohustus koolis lisaks informatoori rollile ka sanitari mängida. Kui suusõnaline tähelepanu juhtimine mingile kitsaskohale tulemust ei anna, siis selle serveerimine trükisõnas paneb rattad käima. Takistusi probleemloo üllitamisele võib kerkida koolis sellest, et ei taheta oma vigadega silmitsi seista.

Ulgi sõnul nende koolilehes hirmust direktsiooni ees midagi kajastamata ei ole jäänud.

“Alati leidub keegi, kes appi tuleb,” ütleb ta ning toob ühe võimaliku vastumeetmena pressiteate saatmise teistele meediakanalitele.

Mõne aasta eest oli takistusi rohkem. Praegu panevad noored leheneegrid end juba maksma, rääkides probleemidest, mis neile tõsisena tunduvad. Koolilehtede võistlustulle saadetud Tallinna Inglise Kolledži lehe esikülj näiteks jutustas oma välimuse pärast kooli vahetama pidanud tüdrukust. Artikkel ilmus täies pikkuses ka Eesti Ekspressis.

Toimetus läks “põranda alla”

Koolisiseseid probleeme avalikustavad lood ilmuvad lehtedes ka siis, kui suhted õpetajate või direktoriga on pingelised. Sapienti Sati meeskond sattus oma kooli juhtkonnaga konflikti eelmise õppeaasta septembris, kui mõned juhtkonna liikmed otsustasid kontrolli koolilehe üle tugevdada. Peatoimetaja meenutab, kuidas ta plaanitavast koosolekust huvijuhilt möödaminnes kuulis. Õhk särtsus elektrist ning Sapienti Sat kolis “põranda alla”, et jätkata tegevust Lähte Ühisgümnaasiumi mitteametliku häälekandjana. Paralleelselt hakkas ilmuma ka ametlik kooliajaleht. Ulk tunnistab, et juhtkonna ebasoosiv suhtumine neisse oligi lahkarvamuste põhjustaja.

“Direktor määras lehe juhendaja, meiega midagi kokku ei lepitud, me ei teadnud, mida lehega teha taheti,” jutustab Ulk. Samas on just praeguse toimetuse seltskond see, kes lehe paar aastat tagasi varjusurmast välja tõi.

“Algul oli lihtsalt huvitav kirjutada, hiljem tahtsime midagi olulisemat korda saata,” jutustab Sapienti toimetuse liige Triin Kalter. Esimeses mitteametlikus numbris avaldasid noored rahulolematust kooli juhtidega.

“Karjusime välja, mida neist arvame,” ütleb Ulk ja täpsustab, et nad jäid siiski ajakirjanduseetika piiridesse. Koolilehtede võistluse autasustamisel käis ahinnalaua juures kõige rohkem just Sapienti meeskond, korjates nii üldvõitja, parimate uudiste treiali kui ka probleemloo tiitlid. Võidurõõmsad naeratused nägudel, kinnitasid nad sellega kirjutamata reeglit, et kui kuidagi ei saa, siis kuidagi ikka saab. Tahtmist ning motivatsiooni peab jaguma.

Kuid just õpilaste vähene motiveeritus koolilehte teha

paneab Tartu Hugo Treffneri Gümnaasiumi häälekandja Miilangu juhendaja Age Salo aeg-ajalt muretsema. Seetõttu peab ta juhendajat vajalikuks.

Juhendamise plussid ja miinused

“Õpilased genereerivad ideid vähe,” kurdab ta. Nii kardab Salo, et mõni lehenumber on liigagi tema nägu. Samas on iga koolileht omapärane ning peegeldab oma kooli vaimu. Salo hindab HTG-s valitsevat õhkkonda asjalikuks ja akadeemiliseks, nagu see Miilangusti läbi kumab. Pehmete uudiste või skandaalimaiguliste lugude treimine pole trefferistidele omane. Võib-olla oleks koolileht sisult lõbusam, kui õpilased seda ainult enda initsiatiivil teeksid?

Salo nendib, et omapäi on lehe tegemine kahtlemata lustlikum ja vabam, kuid vanema inimese näpunäited tagavad väljaande kvaliteetsuse ja järjepidevuse.

“Mida iseseisvam koolileht on, seda parem, kuid juhendaja hoolitseb, et igal õppeaastal leiduks noori, keda ajakirjandus huvitab,” täpsustab ta. Kui aktivistid-lehetegijad kooli lõpetavad, leiab väljaanne end tihti madalseisust.

Lähte Ühisgümnaasiumi abituriendi staatuses Mihkel Ulk kinnitab aga, et nende toimetus koolitab juba praegu järelkasvu. “Peatoimetaja on valitud,” sõnab noormees ilmse uhkustooniga hääles.

Kujundus olgu heal tasemel

Peatoimetaja pole aga ainuke, keda lehe ellujäämise nimel koolitada tuleb. Sisu ei pääse domineerima, kui seda takistab vorm. Lehte kätte võttes märkab õpilane eelkõige kujundust. Kui väljaanne on halvasti küljendatud-kujundatud, kannatab lugude väärtuski. Hea koolileht eeldab head kujundajat.

“Lehe vorm ei tohi liiga väljapakkuv olla,” ütleb Tajo Oja, koos Rocca al Mare Kooli häälekandjaga esikohta jagama jäänud Tartu Miina Härma Gümnaasiumi ajalehe Tabula Rasa kujundaja. Kujundus peab aitama artiklitel esile tõusta. Auhinnalise lehe disaini töötas Oja eelmisel suvevaheajal välja terve kuu. Ta ei ole aga kitsi tunnustamast teistegi lehtede kujunduse professionaalset taset. Koolilehtedest tuleb tulevikus häid kujundajaid, usub Oja, kes isegi tahaks samal alal jätkata.

Samamoodi on koolileht hüppelauaks professionaalsesse ajakirjandusse. Julgus, sihikindlus ja laveerimisoskus on vaid väike valim omadusi, mida kooliajakirjanik endas arendama peab. Erinevalt “päris” ühiskonnast on koolileht oma miniühikonnas teine, mitte neljas võim. Kolm esimest on gümnaasiumis koondunud ühte. Kes noortest lehetegijatest seda märganud on, tabab kolm kärbest ühe hoobiga ning saadab oma koolielu edendamisel märkimisväärsed tegusid korda. Koolilehe tegijate entusiasm on omadus, millela väljaanne hinge heidaks.



Kommentaar

LEMBIT JAKOBSON,
Lähte Ühisgümnaasiumi
meediaõpetaja

Negatiivne müüb – ka koolilehes. Oleks žürii hinnanud kooliajalehtede sisu, mitte teemade müüdavust, võinuks Sapienti Sati asemel saada esikoha mõni teine, näiteks koolielu probleemidesse tõsiselt süvenev leht.

Negatiivne müüb. Sapienti Sati noored tegijad on selle ära tabanud. Möödunud aastal oli Lähte koor enne kooli-kooride võistlust laululaagris Pangodi järve ääres. Uudis selle kohta ilmus Sapienti Satis umbes sellise pealkirjaga: "Laululaagrist osavõtjaid niitis kõhugripp". Uudises polnud ridagi sellest, mis oli laagri eesmärk ja kuidas asi osavõtjate arvates õnnestus. (Laager läks hästi korda ja meeldis enamikule.) Uudise naelaks tehti 3–4 haigestunut 25-st. Muu ei pakkunud lehetegijatele huvi, sest see nende arvates ei müü. Eks nii PM kui EPL kolletumine nakata ka koolide ajalehti.

Viie tegutsemisaasta jooksul pole Sapienti Sati kordagi tsenseeritud, lehetegijatel on olnud lehe sisu kokkupanemisel vabad käed. Konfliktsete lugude puhul on aga nii direktsoon kui ka mina meediaõpetajana juhtinud noorte ajakirjanike tähelepanu sellele, et lood peavad olema tasakaalustatud. Sõna tuleb anda konflikti kõigile osalistele. Lugu ei tohi olla kallutatud. Koolilehtede puhul ongi tähtis leida tasakaal kõmulisuse ja tõsise materjali vahel. Viimane ei müü, sest huvitava ja isikupärase loo tegemiseks peab nägema hoopis rohkem vaeva.

Lähte kooli ajaleht Sapienti Sat ei ole kunagi olnud pörranda all. Siin Mihkel Ulk lehe toimetajana lihtsalt kergitab oma hinda, lisades asjasse põnevust. Noortele inimestele on omane epateerimine, tahtmine midagi teisiti teha, kui tehakse tavaliselt. Küll aga on leht otsinud SL Õhtulehele omaseid teemasid, mis kooli juhtkonda mitte et just eriti "kotiks", kuid ka ei rõõmusta, panevad õlgu kehitama. Nagu SL Õhtuleheski teeb ka Sapienti Sat mõnest pisifaktist pörrutava uudise, "paneb ära". Kellele? Pole nagu eriti aru saada.

Koolielu tegelikke kitsaskohti pole Sapienti Sat kunagi viitsinud vaagida ega analüüsida. See nõuaks liiga palju professionaalset ajakirjanduslikku argitööd, milleks meelelahutusele orienteeritud noored pole valmis. Omasuguste keskel saab "tegijateks" ka pulli tehes. Mitte et see oleks



Lähte Ühisgümnaasiumil on koguni kaks koolilehte – Elluastuja ning Sapienti Sat.

üidini halb, kuid pullitegemise kõrval võiks olla ka midagi, mis aitaks kooliprobleemide lahendamisele kaasa. Muidu võib koolilehe tegijatel ja lugejatel jääda mulje, et õige ajaleht peabki koosnema SL Õhtulehe ja Kroonika artiklitega sarnasest materjalist.

Noored on taibanud, et Madis Jürgeni (kes ise on hea ajakirjanik, olgugi et patustab üsna tihti meediaeetika vastu) taoliste ajakirjanike meediamaailmas ei hinnata mitte analüüsi ning probleemide avastamist ja neile lahenduste otsimist, vaid seda, kuidas kellelegi "ära teha" või eimillestki meediamull luua. Minule on Tartu Karlova Gümnaasiumi ajaleht Postipoiss hoopis huvitavam kui Sapienti Sat.

Lähte Ühisgümnaasiumi teine koolileht on Elluastuja. Ühel koolil kaks lehte – iseenesest on see ju hea. Õpetajad ostavad mõlemat. Kuid ka Elluastujal on arenguruumi, sest selle toimetuse liikmetel on veel vähe kirjutamise kogemust. Loodetavasti aitab võistlusmoment mõlemal koolilehel paremaks muutuda.

Kas meediaõpetust saab alustada oma ajalehe tegemisest? Kindlasti. Kui aga kirjutajaid klassis ja koolis piisavalt pole, tuleb peaarõhk pörrata kriitilise lugeja, vaataja ja kuulaja kasvatamisele. See on peamine. Ainult nii on lootust, et kogu ajakirjandus ei kolletu. Ühiskonnas tekib nn kriitiline mass lugejaid, vaatajaid, kuulajaid, kes suudavad mõjutada nii trükiajakirjandust, raadiot kui ka televisiooni.



Kui neli aastat tagasi oli koolilehtedes palju lahmivat kriitikat, siis nüüd on see tasapisi hakanud asenduma tasakaalustatuma ja objektiivsema informatsiooniga, tõdeb Kadri Tonka.

Noorte Meediaklubi

K a d r i T o n k a

TÜ ajakirjandusüliõpilane, Noorte Meediaklubi asutajaliige

On palju võimalusi, kuidas kooliõpilasele ajakirjandust ja meediat tutvustada. Kõige tõhusamad on kindlasti koolimeedia ehk siis kooliajalehed, -raadio, -televisioon.

Koolimeedia annab noorele inimesele esimese pildi demokraatliku ühiskonna toimimispõhimõtetest pisendatud ühiskonnamudelisis, koolisis. Või vähemasti ideaalis võiks see nii olla.

Koolileht või mõni muu koolimeedium peaks õpilasele olema veel üks sõber koolis, üks põhjus, miks igal hommikul vara tõusta ja haridust omandama tõtata, sest see loob ja toetab kooli vaimu.

Paraku napib õpilastel teadmisi, kuidas teha lehte nii, et seda oleks mõnus lugeda ning et see vastaks üldistele ajakirjandustavadele. Noorte Meediaklubi (NMK) peamine eesmärk ongi jagada praktilisi teadmisi ja oskusi.

Ajalugu

NMK ajalugu ulatub aastasse 1999, mil loodi esimene sellelaadne organisatsioon. Tookord kandis see nime Koolinoorte Ajakirjanduse Tugikeskus. Toonane juhatus leidis, et mugavam nimi oleks Koolimeedia Keskus. Organisatsioonisisestest lahkumistest tõttu eraldusid 2001. aastal aktiivliikmed ja võtsid endale uueks nimeks Noorte Meediaklubi.

NMK liikmed on valdavalt Tartu Ülikooli ajakirjandustudengid. Kõik nad on koolilehtedest välja kasvanud ja just

sealtkaudu ajakirjandusse jõudnud, mistõttu neil on ilmselt ka lihtsam koolilehtede tegijaid mõista ja muredele lahendusi pakkuda.

Kuna organisatsioon on üsna suureks arenenud ja nii liikmete kui ka korraldavate ürituste arv igal aastal kasvab, teeb NMK kõvasti tööd, et iseseisvuda ja saada sõltumatuks mittetulundusühinguks. Praegu töötab NMK koostöös Omanäolise Kooli Arenduskeskusega.

Koolilehtede laagrid

Esimene üritus oli koolilehtede laager 1999. aastal Raplas. Tookord oli kõik veel katsetamise järgus ja ajakirjandusteadmisi jagati kahel päeval 50 kesk-koolinoorele. Aja jooksul on koolilehtede laagrist kujunenud aasta suursündmus, mis toimub igal sügisel koolivaheaja lõpul. Osalejate arv on kasvanud 150-ni ja laager kestab kolm päeva.

Laager on toimunud juba neljal aastal, paljud korra käinud tulevad uuesti. 2002. aasta sügisel loodi selliste jaoks edasijõudnute rühm. Samas on igal aastal kesk-kooliõpilaste kõrval üha enam põhikoolilapsi. Seekord otsustasime korraldada neile eraldi laagri, kus ajakirjandusele lähenetakse natuke teist-

moodi, kergemini mõistetavalt. Esimene põhikoolide laager toimus tänava veebruaris.

Sügisene laager on alati hõlmanud loenguid ja praktilist kirjutamist. Parematest tekstidest pannakse laagri lõpuks kokku laagrileht, mida üritatakse enne lahkuminekut kõigile paljundada.

Laagrit on alati külastanud mõni tuntud ajakirjanik. Külal on käinud Madis Jürgen, Mihkel Kärmas, Kiur Aarma ja Indrek Treufeldt.

Laagrit on saatnud suur populaarsus, tahtjaid on sinna alati rohkem, kui vastu võtta suudetakse. Sellest tulenevalt on muidugi ka etteheiteid tehtud. "Artiklite kirjutamine võiks olla väiksemates gruppides või individuaalne," on kirjutatud laagri tagasisidelehel. Enamasti on osalised aga laagriga rahule jäänud.

Koolilehtede võistlus

Igal aastal on olnud koolilehtede võistlus, et selgitada kategooriate kaupa välja Eesti parimad. Konkurss on toimunud koostöös Eesti Ekspressiga, kus on pandud parematest lugudest kokku vaheleht Vedur.

Aastatega on osavõtt suurenenud. Kui esimesel aastal osales 15 kooli ja

kahel järgmisel 18, siis tänavu tuli läbi lugeda 35 koolist saadetud lehed.

Kooliilehtede võistluse projektijuht Liina Vahemets leiab, et kuigi esitatud tööde tase on erinev, on tänased lehed varasemaga võrreldes kõvasti arenenud. "Seda ei anna isegi võrrelda. Kui neli aastat tagasi oli üksikutel parematel kerge silma paista, siis nüüd väga madalal tasemel lehti naljalt ei leia," kommenteerib Vahemets.

Lisaks sellele, et huvitavamad lood avaldatakse Eesti Ekspressis, premeeritakse paremaid kirjutajaid reisiga mõnda naaberriiki. "Põhimõtteks on alati olnud saata pigem võimalikult palju noori kuhugi lähedale kui mõni üksik kaugemale," seletab Vahemets.

Reisiprogramm on koostatud nii, et see hõlmaks ka meediakanaliekursiooni. Käidud on Rootsis, Lätis ja Venemaal, tänavu tutvuti Leedu meediaga.

Ühekordsed projektid

NMK on korraldanud ka ühekordseid koolitusprojekte. Kui selgub, et selliseid koolitusi oleks veel vaja, muudetakse need iga-aastasteks kordusprojektideks. Aastal 2002 oli selleks kooliilehtede juhendajate koolitus, tänavu põhikoolide laager ja märtsi lõpus kooliraadiotele mõeldud õppepäev.

Põhikoolide laager. Kuna tundus, et väga vähe on tegeldud vene õppekeele koolidega, ühendas NMK põhikoolide laagriga ka keskkoolis õppivate venelaste koolituse.

"Algul muretsesime natuke, kuidas eesti ja vene lapsed ühes laagris hakkama saavad. Tegime eraldi venekeelse grupi, mida juhendasid vene ajakirjandustudengid. Simulatsioonimäng ja vaba aeg olid koos, kogu laagris räägitav jutt tõlgiti vene keelde," räägib laagri projektijuht Karin Palo. Lõpuks pandi õpilaste kirjutatud uudistest kokku laagri leht, kus olid nii eesti- kui ka venekeelsed lood.

Laager tõestas, et põhikoolide huvi kooliilehe tegemise vastu on tohutu – osaleda sai 50 last 25 eesti koolist ja 20 last kümnest vene koolist, lisaks 20 õpetajat. Ukse taha jäid aga veel kümned koolid, mis tähendab, et põhikoolide suunal võiks koolitus jätkuda.

Kooliraadiote õppepäev. Viimase üritusena korraldati märtsi lõpus kooli-

raadiote toimetajate õppepäev. Mitmes Eesti koolis on tehnilised võimalused raadio tegemiseks. Kuidas neid aga hästi kasutada, sellest paraku paljudel aimu polnud. Raadiopäeva eesmärk oligi ühelt poolt pakkuda ja teiselt poolt koguda mõtteid ja ideid ning uurida, mida kooliraadio tänapäeval endast kujutab.

Väiksemad koolitused. NMK töötab ka siis, kui ühtegi mainitud projekti parajasti käimas pole. NMK koolitajaid on võimalik kutsuda väiksemaid koolitusi pidama või ka ainult mingist konkreetsest asjast rääkima. On tehtud lühemaid õppepäevi Tartu kooliilehtedele, Saaremaa koolidele, Järvamaa noortele, Ida-Viru õpilasmavalitsustele, Tallinna Tehnikaülikooli ajalehele, Tallinna Pedagoogilise Seminari õpilasmavalitsusele ja teistele.

"Nii saavad teadmisi ka need, kellel pole mingil põhjusel suurematesse laagritesse võimalik tulla, lastega tekib ka lähedasem kontakt," jutustab Saaremaa koolitust korraldanud NMK liige Sergo Selder, kes ise Saaremaal koolis käinuna teab, kui hädasti selliseid üritusi vaja on.

Tasuks osalejate aitäh

Küsimusele, miks vabal ajal veel keskkoolinoortega tegelda, ei oska ükski NMK liige selget vastust anda, sest sisetulekuallikaks klubi küll pidada ei saa.

"Pigem nagu maksaks peale, et teha saaks," arwab sügisel NMK-ga liitunud Taavi Linnamäe.

"Kui ise kunagi lehte sai tehtud, oleks teinekord küll küsinud, kuidas teha, aga polnud sellist kohta, kuhu murega joosta. Tahaks, et täna noortel oleks," leiab laagrite projektijuht Kajar Kase.

"Eks see rohkem selline fanatism ole," nõustub ka Liis Kängsepp ja lisab, et suurim tasu on südamest tulnud aitäh.

Kõik tänu- ja murekirjad võivad noored ajakirjanikud lähetada kooliilehtede tegijate meililisti, kuhu kord rohkem, kord vähem küsimusi ja ettepanekuid ka saadetakse. Listi eesmärk ongi, et tegijad ise üksteisele nõu annaksid ja kogemusi vahetaksid. NMK liikmed saavad selle kaudu kogu aeg kooliilehti vaevavatel probleemidel silma peal hoida. Kooliilehtede sagedased mured on läbisaamine õpetajate/juhtkonnaga ja

eetikaküsimused, kuidas ühele või teisele teemale kedagi solvamata läheneda.

Eesti Õpilasmavalitsuste Liidu (EÕOL) esimees Mikk Tamme leiab, et kas või see, et NMK loob noortele uue võimaluse ja põhjuse millegagi tegelda, on äärmiselt tänuväärne. "Üks teadmiste omandamise alus on ka üksteise kogemustest õppimine, mida võimaldab laagrites saadud tutvuste kasutamine," arwab Tamme.

Kaks korda laagris käinud Palmi Liivrand Tondiraba Keskkoolist leiab, et NMK on igati õnnestunud asi. Kuna ta töötab EÕOL-i avalike suhete esindajana, on NMK-lt saadud teadmised talle palju andud. "Nii mõnegi artikli ja kirjutise juures oskan nüüd paremini näha, kuidas oluline on läbimõeldult esile tõstetud. Lisaks on hea tunne märgata meile õpetatud jooni uudise, olemusloo või muu juures. Algas oli siiski raske. Esimeste pressiteadete kirjutamisel istus Martin Smutov minuga koos poole ööni üleval, kommenteeris ja aitas," jutustab Liivrand.

Pikemas perspektiivis tahab NMK tegelda edasi ka vene noorte ja põhikoolide õpilastega, sest kui keskkooli osas on täheldatav juba edasimineku, siis mujal on veel palju tööd teha.

NMK-l on hea meel, et senine tegevus hakkab vilja kandma ja kooliilehed on oma sisult parememaks muutunud. Vähemalt mingil määral on NMK suutnud vähendada suuremaid prohmakaid kooliilehtedes. Kui neli aastat tagasi oli lehtedes palju lahmivat kriitikat, siis nüüd on see tasapisi hakanud asenduma tasakaalustatuma ja objektiivsema informatsiooniga.



Pole mõtet viriseda, et ajakirjandus koolide mustas pesus sorib. Pahandamise asemel tuleb ajakirjandusega koostööd teha, arvab Viljar Aro.

Kas tõde koolist on olemas?

Viljar Aro

Saaremaa Ühisgümnaasiumi direktor

Paar aastat tagasi kurtis tuttav ajakirjanik, et peab vist elukutset vahetama. Lihtsalt ei suutvat enam ainult "verrest" kirjutada, aga ilma selleta ei võetavat jutulegi. Raha makstavat eelkõige mahategemise eest, vahel sunnitavat mustust ja pori lausa välja mõtlema, tühjast-tähjast probleemi tekitama, kõike läbi mustade prillide vaatama.

Teine ajakirjanik ütles, et koolid on pahased, et ta nende saavutustest ei kirjuta. Meie teeme nii tublit tööd, aga ükski ajakirjanik ei tule meist kirjutama! Ja kui tuleb, kirjutab ainult halbadest asjadest. Selline olevat koolide süüdistus. See ajakirjanik aga ei kujutanud ette, miks ta peaks koolide PR-töö oma toimetuse palga eest ära tegema.

Meedia tõde ehk Probleemid on meie sõbrad

Lihtne on mõlemale ajakirjanikule etteheiteid teha. Aga kas lugejad-vaatajad on ise paremad? Mõni aeg tagasi tehtud statistika näitas, et TV-saadete esikümnes olid peale "Miljonimängu" vaid politseisaated, isegi esikohal olev

"Pealtnägija" oli seekord politsei teemal. Paljud minu eakamad tuttavad loevad lehest eelkõige politseiveerge. Kas rahvas on loonud oma ajakirjanduse või on ajakirjandus kujundanud oma rahva? Kas tellija määrab pakkumise või vastupidi? Kumb on muna ja kumb kana?

Pole ime, et loeme eelkõige õpilaste ahistamisest, rumalatest õpetajatest, halvast haridusest, tänavalastest, narkootikumidest jne. Saame seda, mida tellitakse. Aga kas see on tõde?

Nõukogude ajal oli meie mina-pilt ajakirjanduses ilus ja valge, nüüd räpane ja must. Kas ka elu oli siis ilus ja nüüd inetu? Ja mis on kollane ajakirjandus – kas jälgede segamine, tõdede varjamine näivtõdede taha, poolvalede upitamine pooltõdedeks?

Mis on sellise ajakirjanduse ja sellise ühiskonna koos eksisteerimise eesmärk? Kuni Kroonikat ostetakse rohkem kui Sirpi, tuleb ajakirjanik meie juurde alati konflikti otsima, on öelnud Aune Past.

Pole vist mõtet viriseda, et ajakirjandus koolide mustas pesus sorib. Pahandamise asemel tuleb ajakirjandusega koostööd teha. On iga kooli asi oma tõde kuulutada ja vajadusel vaielda-põhjendada-veenda.

PR ehk *public relations* on suhted avalikkuse esindajatega, kellest sõltub kooli edu või edutus. Eesmärk on veenda inimesi oma organisatsiooni tõekspidamiste ja tegevuse õigsuses, avalikkust enda suhtes soodsalt häälestada.

Ärimaailm on PR-i ammu leidnud, ka koolidel võiks sellest kasu olla, sest see võimaldab meedias ringlevatele pooltõdedele-poolvaledele oma tõe vastu seada. PR selleks loodud ongi. Kui kool endast ise ei räägi, jäävad kõlama kas meedia "vere" häääl, lapsevanema "lapse õiguste" nõue või õpetajate "miks meist küll aru ei saada" küsimus.

Kooli tõde ehk Vaikimine pole kuld

Avalike suhete kujundamine algab kooli seesmiste suhete korrastamisest, probleemide ühtmoodi mõistmisest. Ühesuguste arusaamiste baasilt kujundatakse välja oma kooli häääl – see on õpetajate, koolijuhtide, õpilaste ja kooli hoolekogu häääl, mis annab kooli tegevuse adekvaatse ja usaldusväärse peegelduse. On lausa kuritegu, kui kool vaikib ja avalikkusse jõuab tema kohta ainult "verd" ihkavate ajakirjanike arusaam. See on kuritegu oma õpilaste, õpetajate, lapsevanemate, kohaliku rahva suhtes.

Toon vaid mõned näited, mis on minu arvates edendanud meie koolis üksteisemõistmist ja koostööd ning aidanud kujundada oma hääält.

- ◆ Iga tööpäeva hommikul kl 9.45 toimuvad õpetajate toas nn pedagoogilised kõnelused, st keegi õpetajatest annab teistele 10-minutilise ülevaate kas koolituskogemusest, loetust, uuritust või mingist reisist.
- ◆ SÜG-i eelkool õpetab nii eelkooliealisi lapsi kui ka nende vanemaid.
- ◆ Õpilased saavad tohutu organiseerimistöökogemuse Saaremaa miniteatripäevade ning üleriigilise solistide ja duettide festivali korraldamisel.
- ◆ Mittepedagoogilist personali kutsutakse meil abiõpetajateks, neile korraldatakse õppepäevi ja neil on ühine vormiriietus.
- ◆ Suurim ühisüritus Kuressaare Gümnaasiumiga on iga-aastane õppepäev, mille põhisisu on õpetajate mitukümme meetodilis-pedagoogilist ettekannet.
- ◆ Koostöös linnavalitsusega on loodud SÜG-i sihtasutus, mis majandab nüüd kogu kooli.
- ◆ Iga-aastased vilistlasõhtud.
- ◆ Igal algklassiõpetajal on kureerida oma lasteaed.
- ◆ Koostöölepingud eri kõrgkoolide teaduskondadega.
- ◆ Nn viie kooli uurimistöökongress.

Tänu sellistele ühistele ettevõtmistele on meil kujunenud enam-vähem ühesugune arusaam oma kooli ülesannetest ja võimalustest.

Kooli meediaplaan ehk Kõik algab kliendi rahulolust

Et ajakirjanikud ei ole koolidele tasuta PR-töö tegemises huvitatud, jääb üle võimalus kirjutada ise.

Paljudel organisatsioonidel on meediaplaan, kus on täpselt kirjas, millest ja millal meediale kirjutatakse. On koostatud ajakava ja seatud sisse kontaktid elektroonilise ja trükitud pressiga. Kooli esindaja võiks olla eelkõige kohaliku raadio ja ajalehe toimetuses hea tuttav, sest kohalikud väljaanded võtavad koolisõnumeid vastu meelega.

Meediale võib pakkuda ka uudiseid õppetöö taseme kohta (aineolümpiaadide ja riigieksamite tulemused, kõrgkoolidesse sissesaamine), võib tutvustada taidluskonkurside laureaate, spordivõistluste võitjaid. Koolile on tähtis, et pressis kirjutaksid hoolekogu liikmed, lapsevanemad, õpetajad, õpilased ning et leitaks positiivne atraktiivsus. See kõik tuleks meediaplaani kirja panna.

Meie koolil veel nii põhjalikku meediaplaani pole ja peamegi tõdema, et kohalikus pressis kajastatakse küll enam-vähem olümpiaadide ja võistluste tulemusi, kuid liiga vähe huvitavaid üritusi. Ise oleme süüdi, et praktiliselt üldse ei kajastata koolide ühiseid seisukohti, ei avaldata mõtteid pedagoogikast ja metoodikast, ei võeta sõna kultuuri- ja noorsooteemadel. (Positiivselt on mõjunud Kuressaare üldhariduskoolide õpetajate atesteerimiskomisjoni nõue, et vanemõpetajaks pürgijal peab olema ilmunud artikkel meedias.)

Üleriigilise ja maakonna meedia kõrval ei tohi alahinnata koolilehte. Meie peame väga tähtsaks oma ebaregulaarselt ilmuva lehe SÜG-Pressi igapäevast lisa SÜG-Info, mille trükiarv on 950 ja mis jõuab kõigi õpilaste kodusse. Laps räägib kodus koolist nii, nagu temale tundub, sageli ennast õigustades. Kui objektiivne info kooli kohta ei liigu, materdatakse kooli kodus koos vanematega. Paratamatult lepitakse pooltõdedega, sest info on ühekülgne. SÜG-Info on aidanud olukorda muuta. Abi on olnud ka arenguevestlustest, sisukatest lastevanemate koosolekustest, kooli hoolekogu aktiivsest tööst jms. Muide, pooltõdede maailmast aitab eemalduda seegi, kui õpilaste päevikutesse kirjutatakse märkuste kõrval kiitusi.

SÜG-i koostööpartnerid ehk Mida rohkem sõpru, seda parem

Suurt rõhku oleme pannud kooli koduleheküljele (www.syg.edu.ee), et see oleks piisavalt informatiivne ja täieneks pidevalt värskete andmetega.

Lähemad partnerid: õpetajad, lapsevanemad, õpilased,

muu personal, pensionärid-koolitöötajad, hoolekogu, Kuressaare Gümnaasium, linnavalitsus, haridusosakond, viistlased, linna lasteaiad, maakonna koolid.

Kaugemad partnerid: toetajad firmad, lapsevanemad, koolitusfirmad, linna huvikoolid, tervisekaitsetalitus, päästeamet, politseiprefektuur, haridusministeerium, haridusfoorumid, fondid, kõrgkoolid, sõpruskoolid Eestis ja välismaal, Eesti gümnaasiumid.

PR-töö abil püütakse hoida asjalikke koostöösuhteid eelkõige oma partnerorganisatsioonidega. Seda tehakse kas meediavahendite kaudu või otse.

PR ja uus kool ehk

Tähtis on inimene, mitte tulemus

Vastupidiselt levinud arvamusele, et kool on ühiskonna peegel, usun ma, et kool on hoopis olevikuühiskonna suurendusklaas ja tulevikuühiskonna hääl. Seda tuleks ka meediale selgitada, tutvustades oma kooli visiooni, missiooni, põhiväärtusi ja -eesmärke, strateegiat ja taktikat.

Klassijuhatajana korraldasin kaks aastat tagasi 11. klassi ajurünnaku tuleviku kooli teemal. Õpilased ootasid kooliit palju üritusi, klassitaitumuse vähenemist, uusi sõpru, häid õppevahendeid, võimetele vastavaid õppetükke, eneseteostusvõimalust, sidemeid naaberkoolidega. Nad rõhutasid, et lapsele peaks meeldima koolis käia, ning rääkisid hea koolipäeva "vabatahtlikust meenutamisest". Viimane pidavat seisnema õhinas, millega vanematele kõigest koolis toimunud räägitakse.

Et selline kool saaks tekkida, peaksime suunduma kvaliteedist rääkimiselt selle mõõtmisele; kvaliteedist unistamiselt kvaliteetsele tegutsemisele; igapäevasest pisiasjandusest terviku tajumisele.

Vana majanduse vabrikud suurendavad standardtoodangut. Uue majanduse bürood toodavad individuaalset loovust, milleks on vaja osata luua kontakti inimestega, saavutada empaatia suhetes kolleegidega ja oskus kuulata, taluda ja teha konstruktiivset kriitikat, võime levitada rõõmu ja head tuju.

Uus kool algab koolist endast – seestpoolt. Samas peab see olema avatud ja tegutsema ka väljapoole. Kuni kool tahab olla konservatiivne, on ta määratud ühiskonna ripatsiks, sest praegune aeg ei vaata tagasi. Kui kool tahab kujundada ühiskonna nägu, peab ta olema kõige ees.

Hiljaaegu Leedus käies olin üllatunud, kui paljud õpetajad õpivad seal magistrantuuris. Leedulased ütlesid, et see on hädavajalik, sest lapsevanemad on üha haritumad.

Koolid peaksid tagajalgadele tõusma ja tekitama korraliku revolutsiooni – ehk siis tekib ka hariduskontseptsioon, arusaam põhjuse-tagajärje seostest, maailmapilt, mis viiks meid pikkade sammudega edasi.

PR ja koolijuht ehk

Kõik algab iseenda muutmisest

Kooli meediaplaani väljatöötamisel on keskne koht direktoril. Omanäolise Kooli projekti materjalides "Koolijuhid meie muutuv maailmas" antakse ülevaade sellest, mida koolijuht peaks PR-vallas suutma: koostada oma koolile PR-plaani; määratleda PR-objektid ja kavandada sõnumid; kasutada massi- ja interpersonaalset kommunikatsiooni, et mõjutada inimeste hoiakuid ja suhtumist; kasutada üht või enam tehnoloogiat, et hinnata huvigruppide arusaamist üldsusele olulistest küsimustest; määratleda iga grupi jaoks kõige õigema info edastamise strateegia; eristada üldarusaadavat keelt erialakeelest; informeerida kooli personali ürituste toimumisest, pakkudes kõigile kaasalöömise võimalust; määrata kindlaks tähtsamad avaliku arvamuse kujundajad oma piirkonnas ja teha nendega koostööd; äratada oma kooli vastu pressi huvi ja vastata läbimõeldult reporterite küsimustele; mõista üldsuse informeerimise eripära kriisilukorras.

Seda kõike on palju, aga kui tahame ühiskonda muuta, peame muutmisprotsessides aktiivselt osalema – see aga tähendab enamasti kirjutamist, rääkimist ja esinemist. Ei pea kartma ebateaduslikkust, muutuste jumalad on hoopis intuitsioon, inspiratsioon ja improviseerimine. See kõik aga nõuab julgust: hallist hiirekesest peaks saama hall kardinal – nii õpetajast kui ka koolijuhist.

Kirjandus

1. Aro, V. PR ja kool. Takkis, T. (Toim). Koolijuhtimine demokraatlikus ühiskonnas. Kuressaare, Tormikiri OÜ. 1999. 57–64.
2. Belasco, J. A., Stayer, R.C. Piisoni lend. Tallinn, OÜ A. Y. Goldratt Baltic. 248 lk.
3. Goldratt, Eliyahu M. Kriitiline ahel. Romaan projekti-juhtimisest ja haridusest. Tallinn, OÜ A. Y. Goldratt Baltic, 1999. 256 lk.
4. Jensen, R. Unelmate ühiskond. Tartu, OÜ Fontese Kirjastus, 2000. 240 lk.
5. Peterson, M. Suhtekorraldus. Tallinn, Külim, 1998. 88 lk.

ABRACADABRA
 ABRACADABR
 ABRACADAB
 ABRACADA
 ABRACAD
 ABRACA
 ABRAC
 ABRA
 ABR
 AB
 A

Abrakadabra, tähenduseta sõna.

S	A	T	O	R
A	R	E	P	O
T	E	N	E	T
O	P	E	R	A
R	O	T	A	S

Maagiline formel Sator-Arepo.



Looja on saanud valmis valguseallikad. 12. sajand.



Jumal piiritleb Kaose, kõrval inimsilmale tabamatu tarkus kui lemmiklaps. 13. sajand.

Väike märgiatlas

Karl Kello

SÕNA

Sõna on märk – mõiste märk. Märk aga ühendavat inimeste kõrgemat teadust.

Sõna on Jumal. Apostel Johannes kirjutab: "Alguses oli sõna, ja Sõna oli Jumala juures, ja Sõna oli Jumal" (Jh 1,1). Et alguses oli Sõna, on lähedane vana kreeka sõnatarkade ettekujutusele mõttest kui kõige puhtamast ja peenemast ürgollusest, millest kõik olevat tekkinud ja milleks kõik lõpuks suubub. Johannes jätkab: "Ja Sõna sai lihaks ja elas meie keskel, ja me nägime tema au kui Isast ainusündinud Poja au, täis armu ja tõde" (Jh 1,14).

Märksõna tähendab väga palju või mitte midagi, olenevalt kasutajast.

Vanasõna, tarkusesõna

Vanasõna on tarkusesõna. Tarkus väljendub sõna kaudu. Tarkus räägib tõe sõnu. Tarkus oli juba kohal ja seisis kõrval, kui Looja joonistas esimese ringi kõiksuse kõikuvale pinnale. Tarkus ütleb, et Jehoova lõi ta muistsel ajal esimesena oma tööd: "Igavikust alates on mind eraldatud, ürgajast peale, enne maailma algust! Ma olen sündinud enne sügavusi, ennegu puhkesid allikad! /---/ Kui Tema valmistas taevad, olin mina seal, siis kui Ta joonistas sõõri sügavuse pinnale, kui Ta kinnitas pilved ülal, tegi võimsaks sügavuse allikad /---/, kinnitas maa alused, siis olin mina Tema kõrval kui lemmiklaps" (Õp 8, 22–30).

Sõnal pole saba taga

On olemas sõnu, mida loe kas edas- või tagaspidi, tähendus on ikka üks, nimetatakse neid palindroomideks. On olemas mitmetähenduslikke sõnu ning tähenduseta sõnu, näiteks abrakadabra – vanal ajal omistati sellele maagilist mõju.

Suust lennanud sõna enam kätte ei saa. Sõnal ei ole saba taga, et teda tagasi võtta.

Teiselt poolt – ega sõna ole lind, et keele pealt pääsnuna kaob ei tea kuhu, endast õiget jälgegi järele jätmata. Sõna püsib kaua meeles ja käib suust suhu. Sõna, mis

tahab väljaütlemist, saab ka välja öeldud, kas või endamisi. Vanasõna ütleb, et ei suured sõnad suhu mädane.

Sõna peetakse ja sõna murtakse. Sõna saab võtta ja sõna saab anda. Sõna tagasivõtmist nimetatakse sõna söömiseks. Sõna saab viia ja tuua. Sõna väljendab inimese hingejõudu. Sõnum on teatud määral osa inimesest. Sõnumitooja toob hinge kaasa. Surmasõnumitooja lind võib kergesti olla surnu hing ise.

Kui teada kõike ja kõige sündi, saab võimu nende üle. Teadmata näiteks raua või tule sünnisõnu, ollakse nende ees võimeetu. Sõna võim aitavat surmaga vastu, kui osata talle vastata. Sõna ravib. Sõna võib väidetavasti tappa. Räägitakse sõnamisest ja ärasõnumisest.

Kelle sõna maksab

Ühe inimese sõna kaalub rohkem kui teise oma. Sõnujale tuleb ande anda, s.o ohverdada, et ta ei kaotaks oma väge. Ohvriannita võivad parandussõnad otse vastupidiselt mõjuda. Lausuja kaotab oma väe koos sõnade edasiandmisega. Sõnu ei või hauda kaasa võtta – see saaks hirmus surm olema. Surivoodil tuleb need kellelegi edasi anda. Kui ei leidu kedagi, kellele sõnad jätta, tuleb võtta peerg ja lausuda oma sõnad pիրրupuule – las põlevad lõpuni, teab läti rahvatarkus, 1832. Vanad lausujad annavad oma võlusõnad edasi kas vanimale või noorimale lapsele, keskmistele lastele jäetud sõnad polevat nii tugevad.

Sõnajalaõis

Sõnajalaõis avaneb jaaniööil kell 12 ja teeb selle, kes ta kätte saab, nähtamatuks ja sammud kuuldamatuks, täidab kõik tema soovid, aitab kõiki lukkusi avada, varandust ja raha leida. Sõnajalaõie omanik teab kõiki maailma asju, näeb tulevikku ette. Lätlaste arvates võib seegi, kes juhtub sõnajalaõit nägema, vaid ühe soovi soovida – see täitub.

Et sõnajalg õitseb, seda on kuulnud kuulnud inglise etnoloog James Frazeri, kes toob ära haruldase legendi, mille järgi Sa-

voias öitsevad mägisõnjalad ainult jaani-ööl – imeilusate punaste õitega, otsekui tähed metsa all. Kuid kurat murrab need kohemaid. Igaühel, kes tahab õit endale saada, seisab ees kohutav kahevõitlus. See aga, kes sõnajalaõie või kas või seemnete omanikuks saab, võib iga moment oma soovi kohaselt muutuda nägematuks. Vrd: "Jaanipääva ööse peab sõnjalalg õitsema. Kui selle õie kätte saab, siis võib inimene selle õiega ennast nägematuks teha kõige inimeste silma ees" (Jõhvi).

Mehesõna

Tänasel asisel ajal usaldatakse kõnekate ajalooliste tõetunnistajatena üksnes juhuslikult meieni kandunud materiaalse kultuuri jäänukeid, mis pole kuidagi mõeldud infokandjateks. Mis põhjust on arvata, et näiteks hauapanused said nimelt meieaegsete hauarüüstajate jaoks kaasa pandud või et jäätmehunnikute koostamisel mõeldi järeltulevatele põlvedele? Millegipärast ei võeta eriti tõsiselt seda ehedat sõna, mis aastatuhandete jooksul põlvkonniti edasi antud ja otseselt mõeldud informatsiooni kandma. See kauasettinud ja selginud sõna on tihtilugu sadades üleskirjutatud rahvalauluteisendites aegade põhjatusest meieni kandunud ja seega ajale vastupidavam kõige kõvemast rauast. "Kivi on kova, rauta luja, / vaan miehen sana on lujempi" (R I-4, 122), ütleb soome sõnatark.

Sõna jõud

Kaugel kiviajal loodi maailm lauldes, nii toimis näiteks soome Väinämöinen. Selles ilmneb usk sõna jõusse. Mees mängis kannelt nii, et ilm ilotses – mängis kuu kumama ja päeva paistma. Väinämöinen teeb laulu saateks järelikult kosmilist muusikat. Kosmoloog Jaan Einasto on poeetiliselt rääkinud universumi orelist. Universumit moodustavas gaasis levinud helilainetest pidi üks teatud lainepikkusega heli olema eriti tugev, nagu üürgav orelivile. Arusaadav siis, et Väinämöise laul põhjustab ka hävingut. "Väinämöisen laulaessa" pragunevad rannal kivid ja kaljumäes pauguvad paed, taevas tahab rebeneda, ilma kaas katkeda (R XV, 61).

Kristlaste Jumal aga ütles: "Saagu valgus!" Ja valgus sai. Ja Jumal nägi, et valgus oli hea, ja Jumal lahutas valguse pimedusest. Ja Jumal nimetas valguse päevaks ja pimeduse nimetas ta ööks" (1 Ms 1, 3–5). Usk sõna jõusse oli omal ajal vää-

ramata. Nüüd on ausse tõusnud pigem labane sõnamulin.

Vaikuse vägi

Sõna jõud ja vaikuse vägi on kumbki väga tõhus maagiline vahend, millega saab usutavasti tegelikkust soovitavas suunas mõjutada. Vaikuse väe mõju ilmneb eriti piiripealse seisundis, kui vastandlikud võimalused on veel avatud ja esineb oht ettevaatamatu sõnaga kallutada kaalukaussi soovimatus suunas. Kardetuim moment on talvise päevapööramise ajal, kui päike usuti sündivat taas. Iga inimese kohus on päikese uuesti ilmutamisele jõudumööda kaasa aidata. Kes julgeks võtta endale vastutuse, et nimelt tema ettevaatamatu sõna võiks saada takistuseks?

Jaan Puhvel kirjutab talvise pööripäeva aegse valguse ahistuse kohta, et mitte talvine liturgiline sõnatulv, vaid nimelt vaikus pakub kosmilise kriisi leevendust (tuntuim jõululaul on tänapäevalgi "Vaikne öö, püha öö"). Puhvel mainib samas kontekstis ka veda traditsiooni neljandat vormelit, mis päästab päikese pimeduse varjust. See müstiline "neljas" olnud vaikuse võim, vastandina sõnajõule (2, lk 158).

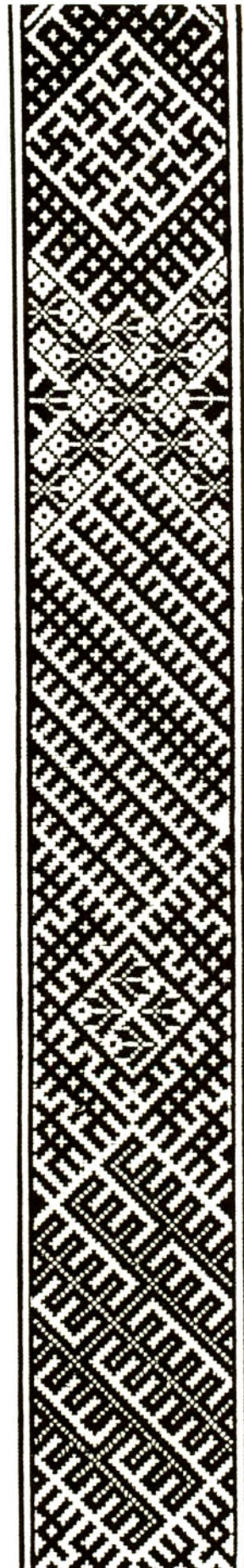
Neljandast võimust räägitakse tänapäevalgi, iseloomustab seda aga hoopis vahav ja teinekord süüdimatu sõnadetegevmine. Neljandaks võimuks peab ennast ajakirjandus, kes võimu ise usurpeerinud ja enda jaoks reserveerinud.

Kirjandus

1. Eesti rahvakalender, 1–7. Tallinn, 1970–1995.
2. Puhvel, J. Võrdlev mütoloogia. Tartu, 1996.
3. Suomen kansan vanhat runot, 1–14. Helsinki, 1908–1948.
4. Vint, T. Liivimaa – muistse keldi kõrgkultuuri viimane keskus. Ehituskunst, 12/1995.

Liivi kirivöö – Lielvārdes josta (läti 'suure sõna vöö').

Tõnis Vint loeb mitme meetri pikkuste liivi vööde pealt välja lausa kosmilist informatsiooni. Tema arvates talletub neis vöökirjades tarkus kogu maailmakõiksusest, mis meile alles aegade jooksul selgeks peab saama. Märgid tähistavat protsesse, vastavalt mõistmise tasandile on neil mitmeid tähendusi. Üksikelemendid võivad iseseisvalt omada võtmeplatsiooni.



HARIDUS

Education No. 5, 2003

Journal for Estonian Educational Publications

This issue is dedicated to problems that have cropped up with media studies implementation as an integrating theme in school curriculum. In addition to general analyses practical advice is offered, how to assess media and how to develop cooperation with media.

Epp Lauk. Passive media consumers or active citizens? Professor of Tartu University gives an overview of the study on students' media consumption. TV and computers turned out to be the most used means used for spending free time. 65% of students claimed their parents had no interest in their media consumption. A solution could be to use media studies as an integrating theme for all school subjects, which makes students develop critical approach to media.

Pertti Pyhtilä. New challenge – visual literacy. The author analyses specific features of visual culture (eclecticism, constant change) and offers advice how to introduce new principles and make them understandable for students.

Epp Lauk, Kadri Ugur. An integrating theme in curriculum. The authors explain the essence of media studies, its aims and course-related concepts. They have observed a new type of stratification in society according to which there are groups provided with information and those not provided. Media studies at school should help to improve access to information.

Kadri Ugur. Media studies as patchwork. A media teacher at Ahja Secondary School and MA media student at Tartu University characterises present situation of media studies at Estonian schools. Teachers have no unifying instructions, how to use media in subject lessons and there are no relevant in-service training courses available. Accordingly, the content and level of media studies differ greatly from school to school. In the opinion of the author, it looks like a patchwork, in which she suggests to specify three directions for further development: teachers media courses, cooperation between students and parents at analysing and assessment of media materials, students' practical activities (school magazines and papers, -TV, -radio).

Age Salo. Experience we gained at Treffner Gymnasium. A media teacher introduces the 35 hour media course implemented at that school. Studies of that kind cannot make anyone a reporter but provides school leavers with an overview about the essence of media every citizen in a democratic society should know about.

Reet Kasik. An analysis of the language used in media. A linguist at Tartu University points out the phenomena attention should be paid to when analysing the language of an article.

Halliki Harro-Loit. What can be read between the lines? A media lecturer at Tartu University offers an analysis of an articles which recently appeared in Postimees. The article looks neutral but considering its content, it tries to support power aspiration of a particular pressure group in society.

Katrin Aava. Myths in media. A lecturer at Pedagogical University gives an overview about the most typical myths used in media: a hero, a promised land, force major, an enemy, an ugly duckling, a plot, a rhetoric vision, we as goodies and others as baddies.

Kadri Ugur. Learning materials in the Internet. The author offers a list of the Internet addresses where teachers of history, foreign languages, geography and arts can find material for making lessons more interesting. There also some addresses offering material for media studies.

Sigrid Söerunurk. Freedom of expression in school newspapers. A media student at Tartu University summarises the results of school newspapers competition and concludes that the use of free expression has improved as compared to the use a few years ago. She also gives a special analysis of the winner "Sapientia Sat" – a schoolpaper of Lääte Gymnasium.

Kadri Tonka. A media club for young people. A media student at Tartu University offers information about the students' voluntary society that organises courses for school newspaper editors and competitions.

Viljar Aro. Is there some truth about school life? Headmaster of Saaremaa Gymnasium recommends not to accuse reporters for being superficial and biased when writing about school. Instead, good cooperation and relevant PR plans could be developed. He also analyses PR activities at his school and gives instructions how such plans could be compiled.

Karl Kello. Words as signs denoting phenomena.

Toimetuse Vastutav toimetaja Tiia Penjam. Toimetajad Raivo Juurak ja Karl Kello. Fotod Raivo Juurak. Turundusjuht Priit Penjam. Toimetuse aadress: Voorimehe 9, 10146 Tallinn. E-post: haridus@opleht.ee. Internetiaadress: http://haridus.opleht.ee. **Telefonid:** (0) 644 3311, (0) 644 0528, (0) 644 0587. **Väljaandja:** Perioodika AS, Voorimehe 9, 10146 Tallinn, tel (0) 644 5767. **Trükkikoda:** Tallinna Raamatutrükikoja OÜ, Laki 26, Tallinn. Trükkimisele antud 5.05.03. Praaakeksemplarid vahetab välja Tallinna Raamatutrükikoja OÜ, tel (0) 650 9990. © Perioodika AS "Haridus" 2003. Tellimishind aastaks 125 kr, 6 kuuks 78 kr. Üksiknumbri hind 15 kr. Tellimisindeks 78189.

Kirjastus J. SARAPUU soovitab:

MAAILMAKIRJANDUSE ÕPIK. MODERNISMIST POSTMODERNISMINI

Kogemustega kirjandusõpetaja Alli Lunter on koostanud õppekavast lähtuvalt uue vajaliku õpiku. On arvestatud tuntud kirjandusteadlaste Tiina Aunini ja Tiit Hennoste nõuandeid.

Õpilane saab siit hea ülevaate **modernistliku** ja **postmodernistliku** kirjanduse (luule, proosa, draama) olemusest, väljapaistvatest autoritest ja nende loomingu paremikust.

Käsitletakse ka autoreid, keda seni ei ole kirjandusõpikutes olnud, nagu Salinger, Remarque, Saint-Exupéry, Vonnegut, Calvino, McEwan, Ishiguro, Roy, Brookner jt.

Iga autori peateosest (luuletusest) on õpikus **näitena rohkesti katkendeid**. Näidete põhjal on koostatud tööülesandedki. Õpiku juurde kuulub ka töövihik.

Hind 69 krooni.

Kes ei ole veel tellinud, võib tellida!

71010 VILJANDI, Männimäe side, postkast 26 (J. SARAPUU).
Info tel 051 48 709.



**TPÜ töö- ja tehnoloogiaõpetuse didaktika
lektoraat korraldab**

rahvusvahelise suvekonverentsi

UUS JA HUVITAV TÖÖ- JA TEHNOLOOGIAÕPETUSES

Pärnumaal, Lapanina hotellikompleksis

2.–4. juunini 2003

**Info ja eelregistreerimine kuni 22. maini,
Mart Soobik: tel 056 499 135;
e-post msoobik@tpu.ee.**

*Konverentsi kavaga saab tutvuda aadressil
<http://www.tpu.ee/taienduskoolitus.html>
(valida tööõpetus ja suvekonverents)*



ROOSTEVABAD TOIDU TRANSPORDINÕUD

LAHENDAVAD TEIE PROBLEEMID, KUI KOOLI SÖÖKLA
JA KÖÖK EI ASU SAMAS HOONES. Mõõdud 6,5-98L
(RV transpordinõud, termosid, potid, söelad, kopsikud,
pannid, jne)

PORTSELANIPOOD OÜ Tel 0-6756289, 050-48623

Fax 0-6485442 E-mail: info@portselan.ee

Pildid: <http://www.portselan.ee>

RAR(6)



Ameerika saatkond kutsub kandideerima Eesti ja Ameerika õpetajate vahetusprogrammile 2004/2005. õppeaastal

Ameerika Ühendriikide Välisministeerium koordineerib Fulbright'i-nimelist programmi, mille raames on alates 1994. aastast Eesti keskkooliõpetajatel olnud võimalus terveks õppeaastaks vahetada oma töökoht ameerika kolleegiga.

Kandidaadil peab olema:

- hea keeleoskus, mis võimaldab õpetada oma ainet inglise keeles (inglise keele test sooritatakse saatkonnas),
- Eesti kodakondsus,
- kõrgharidus,
- vähemalt kolm aastat pedagoogilist töökogemust ja täiskoormusega koht üldharidus- või kutseõppeasutuses,
- kooli juhtkonna nõusolek vahetusprogrammis osalemiseks ja luba palgaliseks puhkuseks,
- hea kohanemisvõime ja tugev tervis.

Eesti koolidest võivad kandideerida 7.–12. klassi inglise keele, reaalinete, loodus- ja ühiskonnateaduste või muude ainete õpetajad, v.a teiste võõrkeelte õpetajad peale inglise keele.

Vahetusprogrammi õnnestumiseks on vajalik nii kooli juhtkonna kui kaasõpetajate toetus. Lisakulutusi programmis osalemine koolile ei too, kuna vahetusõpetaja sõidukulud (mitte aga pereliikmete sõidukulud) tasub Fulbright'i programm ja nii Eesti kui ka ameerika õpetaja säilitavad oma kodumaal makstava palga. Eesti õpetajale maksab Fulbright'i programm elamiskulude katteks stipendiumi.

Õpetatakse üldjuhul sama programmi järgi, mida vahetuspartner oleks ise õpetanud. Traditsiooniliselt on Eestisse saabuvad ameerika õpetajad saanud võimaluse lisaks oma erialale ka inglise keelt õpetada.

**Eestimaa õpetajate avaldusi ootame 22. novembriks 2003 aadressil
"Fulbright Teacher Exchange", Ameerika saatkond,
Kentmanni 20, 15099 Tallinn.**

Avalduse vormi ja lisainfot leiab saatkonna kodulehelt aadressil
<http://www.usemb.ee/fulbright2.php3>

Teavet ettevalmistusest vahetusprogrammiks saab küsida telefonil (0) 668 8158
või e-posti teel tiuu@usemb.ee, Tiiu Vitsut.



9 770235 914014