



**Co-funded by the
European Union**



MITRA FRANCE



Estonia



BE SMART ON SOCIAL MEDIA: DIGITAL SKILLS FOR CRITICAL MINDS

Erasmus+ strategic partnership project
2021-1-LT02-KA220-YOU-000028814

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

SISU

Olge sotsiaalmeedias targad: digitaalsed oskused kriitiliste meelte jaoks	3	ChatGPT tegevus	99
KOMMUNIKATSIOONI LÕPMATUS	9	Netikett	101
MEEDIA JA KUJUTLUSVÕIME	11	Netikett tegevus	111
Kriitiline otsing	13	Sotsiaalmeedia hiiglaste võrdlev analüüs	113
Meedia uurija	16	Digitaalne kirjaoskus ja identiteet	116
Küberjulgeoleku simulatsioon	20	Sotsiaalmeedia hiiglased tegevus	117
Meediakirjaoskuse aardejaht	24	Kes on sotsiaalmeedia hiiglased?	119
ThinkQuest: Navigatsioon kriitilise mõtlemise valdkonnas	28	Projekti video	126
Loogiliste eksituste äratundmine ja emotsioonide äratamine nii internetis kui ka väljaspool	32		
Võltsimisalane tegevus	51		
EKSLIKUD EMOTSIONAALSED ÜLESKUTSED	59		
Emotsionaalne kaebuse tegevus	76		
VAHEND VEEBISISU KRIITILISEKS HINDAMISEKS	87		
ChatGPT	98		



SELLE PROJEKTI EESMÄRGID

Erasmus+ koostööprojekt on pühendatud eeskujulike tavade kogumisele ning noorsootöötajatele suunatud huvitavate ja inno- vatiivsete tegevuste väljatöötamisele. See e-käsiraamat on väärtuslik abivahend, milles rõhutatakse digitaalset kirjaoskust ning meedia ja sotsiaalmeedia sisu kriitilist analüüsi.

■ Selle projekti eesmärgid on järgmised:

- Varustada noorsootöötajad ja noored süstemaatilise digitaalse ja meediapädevuse oskustega, edendades kriitilist mõtlemist.
- Anda e-käsiraamatu raames põhjalikud koolitusmaterjalid, et edendada meedia sisuanalüüsi pädevust.
- Uurida desinformatsiooni nähtust, sealhulgas valeuudiste dekonstrueerimist ja autentse teabe mõistmist.
- Edendada mitteformaalset haridust ja tugevdada süstemaatiliselt koostööd noorsootöö valdkonnas ELi programmiriikidega.



MEEDIAPÄDEVUS: OLULINE OSKUS

Euroopa Komisjoni loodud meediapädevuse eksperdirühma sõnul:

“Meediakirjaoskus on katusmõiste, mis hõlmab kõiki tehnilisi, kognitiivseid, sotsiaalseid, kodanikalaseid ja loomingulisi võimeid, mis võimaldavad kodanikul meediale ligi pääseda, seda kriitiliselt mõista ja sellega suhelda. See viitab igasugusele meediale, igasuguste kanalite kaudu (traditsiooniline, internet, sotsiaalmeedia) ja kõikidele vanusegruppidele. Meediapädevus tähendab eri riikide ja sidusrühmade jaoks erinevaid asju. Samuti on see dünaamiline mõiste, mis areneb samaaegselt tehnoloogia ja ühiskonnaga. Kuid kõigi võimalike meediakirjaoskuse määratluste võtmekiviks on kasutaja kriitilise mõtlemise arendamine.” (Allikas: (E02541), CNECT- kommunikatsioonivõrkude, sisu ja tehnoloogia peadirektoraat).

OLLA SOTSIAALMEEDIAS ARUKAS

Sotsiaalmeedias arukaks olemine nõuab intelligent-sust, kriitilist pilku, vastutustunnet ja teadlikkust. See tähendab, et tuleb mõista oma (või noorte) tegevuse mõju internetis, olla tähelepanelik oma digitaalse jalajälje suhtes ja järgida head veebietetiketti. See hõlmab positiivse suhtluse edendamist, isikuandmete kaitsmist ja kohtunud teabe kahtluse alla seadmist, et vältida valeinformatsiooni või pettusi. Targad sotsiaalmeedia kasutajad tasakaalustavad oma veebipõhist kohalolekut ka oma offline-eluga, kasutades oma platvorme pigem isiklikuks ja professionaalseks arenguks kui negatiivsuseks.

DIGITAALNE KIRJAOSKUS JA KRIITILINE MÕTLEMINE

Digitaalne kirjaoskus on oskus kasutada tõhusalt digitaaltehnooloogiat ja -vahendeid, sealhulgas mõista, kuidas liikuda ja suhelda digitaalsete seadmete, tarkvara ja veebiplatvormidega. See hõlmab oskusi, mis on seotud Interneti kasutamise, põhilise kodeerimise ja digitaalsete ressursside vastutustundliku kasutamisega. Kriitiline mõtlemine seevastu hõlmab teabe hindamist, usaldusväärsete allikate eristamist ebausaldusväärsetest, veebisisu kehtivuse kahtluse alla seadmist ning väärinfo ja valeuudiste mõju tuvastamist ja leevendamist.

MEEDIAPÄDEVUS: OLULINE OSKUS

Selles projektis tunnistame, et digitaalne kirjaoskus ja kriitiline mõtlemine on meie missiooni alus. Nende pädevuste ühendamine ei ole tänapäeva teabe-kske maailma jaoks mitte ainult hädavajalik, vaid annab inimestele ka võimaluse teha internetis hästi informeeritud, läbimõeldud ja vastutustundlikke otsuseid. Need pädevused moodustavad meie projekti eesmärkide tuuma, mängides olulist rolli meie püüdlustes parandada noorsootöö kvaliteeti, võidelda väär- ja desinformatsiooni vastu ning suunata noori vastutustundliku digitaalse käitumise poole.

E-KÄSIRAAMATU VÄLJATÖÖTAMINE

Meie partnerid Leedust, Eestist, Soomest, Prantsusmaalt ja Itaaliast tegid koostööd, et luua see E-käsiraamat, mis keskendub noorsootöötajate toetamisele. Parandades noorsootöötajate pädevust, eelkõige väär- ja desinformatsiooni käsitlemisel, püüame parandada noorteorganisatsioonide võimekust, tõstes lõppkokkuvõttes noorsootöö kvaliteeti.

Arendusprotsess hõlmas materjalide kogumist ja loomist ning ranget testimist, mis hõlmas noorte osalejate väärtuslikku tagasisidet. E-käsiraamatu kureerimisega julgustame partnerorganisatsioone integreerima seda E-käsiraamatut oma igapäevatoösse, varustades eesliini töötajaid kriitilise mõtlemise ja meediapädevuse töötubade korraldamiseks. See e-käsiraamat ei paku mitte ainult terviklikku perspektiivi kriitilise mõtlemise ja meediapädevuse kohta, vaid annab noorsootöötajatele ka olulised digitaalsed oskused meedia sisu tõhusaks analüüsiks ja teadmiste edasiandmiseks.

TEGEVUSE KIRJELDUS (sisukord)

Avastage mitmesuguseid huvitavaid tegevusi, mis edendavad kriitilist mõtlemist, meediapädevust ja veebioskusi, andes osalejatele vahendid, et nad saaksid kindlalt ja arukalt digitaalses maailmas navigeerida.

1. Kommunikatsiooni lõpmatus

See hõlmab interaktiivseid arutelusid, juhtumiuuringute analüüsi ja usaldusväärseid viiteid, et edendada olulisi kriitilise mõtlemise oskusi.

2. Meedia ja kujutlusvõime tegevus

See tegevus keskendub kommunikatsiooni lõpmatusetele ja uurib, kuidas individuaalsed kogemused kujundavad meie arusaama kommunikatsioonist, pöörates suurt tähelepanu kriitilise mõtlemise arendamisele ja oskuse lihvimisele filtreerida teavet tõhusalt sotsiaalmeedia valdkonnas.

3. Kriitiline otsingu tegevus

Selle tegevuse eesmärk on arendada osalejate kriitilist mõtlemist, koostööd ja loovust. See pakub väljakutseid, mõistatusi ja mõistatusi, mis nõuavad, et osalejad treeniks oma kriitilist mõtlemist, analüüsiks keerulisi olukordi ja teeks teadlikke otsuseid.

4. Meedia uurija

Selle tegevuse eesmärk on edendada kriitilist mõtlemist, meeskonnatööd ja loomingulist probleemide lahendamist. Osalejad lahendavad mitmesuguseid ülesandeid, mõistatusi ja mõistatusi, lihvides oma kriitilise mõtlemise oskusi, analüüsides keerulisi stsenaariume ja tehes teadlikke otsuseid.

5. Küberjulgeoleku simulatsioon

See tegevus põhineb kogemuslikul õppimisel ja annab osalejatele võimaluse teha teadlikke otsuseid interneti-turvalisuse kohta.

6. Meediakirjaoskuse aardejaht

See tegevus parandab meediapädevust, analüüsides erinevaid allikaid ja lihvides oskusi, et tuvastada eelarvamusi, valeinfot ja veenvaid tehnikaid meeskonnas.

7. ThinkQuest: Navigatsioon kriitilise mõtlemise valdkonnas

See tegevus hõlmab interaktiivseid arutelusid, juhtumianalüüsi analüüsi ja mainekaid viiteid, et saavutada teraviklik lähenemine kriitilise mõtlemise oskuste arendamiseks.

8. Eksituste tuvastamine Tegevus

Selles tegevuses uuritakse veenmisvõtteid mitteformaalse loogika abil, mis võimaldab õpilastel dekodeerida igapäevaseid sõnumeid. Tutvustatakse erinevaid loogilisi eksimusi, mis võimaldab osalejatel tuvastada ja analüüsida eelarvamuslikku meediasisu.

9. Emotsioonide äratundmine

Selles tegevuses uuritakse tõejärgseid nähtusi, mille puhul on avalikkuse arvamuse kujundamisel rohkem mõju emotsioonidele ja isiklikele veendumustele kui objektiivsetele faktidele. Õpilased tegelevad erinevate emotsionaalsete apelleerimisega ja õpivad tundma meelitamistehnikaid.

10. Veebi sisu kriitiline hindamine

Selle tegevuse eesmärk on aidata õpilastel hinnata veebisaidi sisu usaldusväärsust. Nad õpivad kontrollima teabe õigsust ja võrdlema erinevaid teabeallikaid.

11. ChatGPT

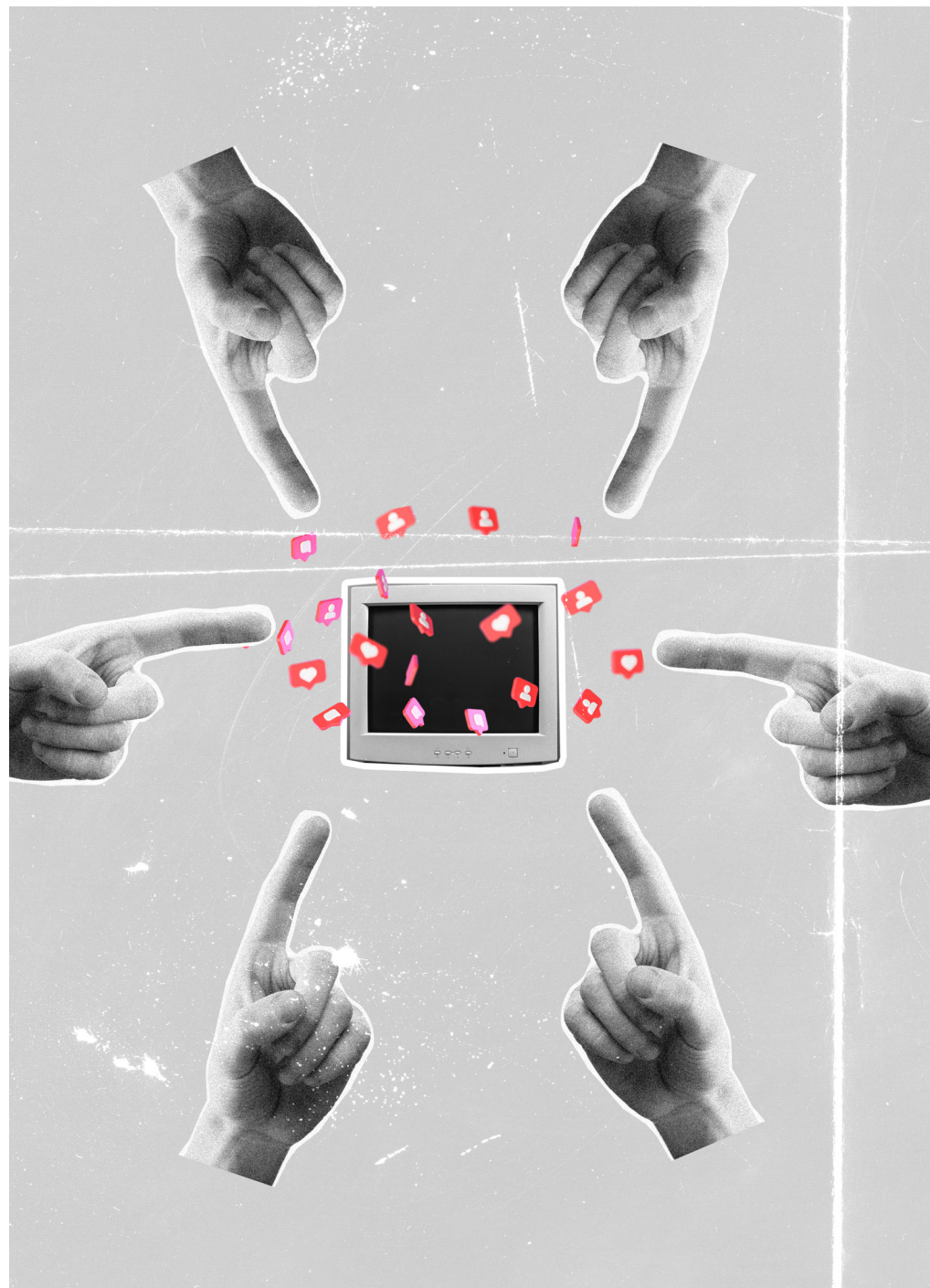
Interaktiivne ülesanne kriitilise meediapädevuse parandamiseks, mis võimaldab osalejatel harjutada ChatGPT vastuste hindamist ja tõlgendamist, et arendada kriitilist mõtlemist ja oskust eristada usaldusväärset teavet ebausaldusväärsetest allikatest.

12. Netikett

Selle tegevuse käigus tutvustatakse õpilastele võrgukombe reegleid, et tagada sujuv virtuaalne suhtlus.

13. Sotsiaalmeedia hiiglased

Õpilased uurivad peamisi sotsiaalmeedia hiiglast ja saavad ülevaate sellest, miks need platvormid koguvad ja salvestavad hulgaliselt kasutajaandmeid. Tegevuses tuuakse näiteid kogutud andmete konkreetsete liikide kohta, tuues esile erinevusi platvormide vahel.



KOMMUNIKATSIOONI LÕPMATUS

EESMÄRGID

Teadvustada praktilise tegevuse kaudu verbaalse suhtluse subjektiivset interpretatsiooni.

TEGEVUSE AADRESSID

Noorsootöötajad, noored. Vanus: 18 kuni 70

ÕPITUD PÄDEVUSED (TEADMISED, OSKUSED, HOIAKUD, KÄITUMINE)

Suhtluse lõpmatus: suhtlus kulgeb läbi iga inimese kogemuste ja objektiivide. Igaüks näeb sõna mõistet seoses oma kogemustega nii üksikisiku kui ka ühiskonnas (vastavalt vanusele, soole jne.) Arendada kriitilist mõtlemist. Õppige, kuidas filtreerida teavet sotsiaalmeedias.

AEG

Umbes 1 tund

SETTING

Tuba, mitte liiga suur

MATERJALID

Paberid ja markerid

TEGEVUSE KIRJELDUS

OSA A: Osalejad peavad sulgema silmad ja koolitaja ütleb sõna. Seejärel palutakse osalejatel avada silmad ja joonistada, mida nad selle sõna kuuldes ette kujutasid. Nad saavad aru, et igaüks on kujutanud ette midagi erinevat. Näiteks sõna “kingitus” puhul joonistab keegi karbi, keegi teine jõulukingituse jõulupuu alla ja teine kingituspaela või lennupileti.
Arutelu: rääkige sellest, miks igaüks on teinud erineva joonistuse.

KOMMUNIKATSIOONI LÕPMATUS

PEDAGOOGILISED SOOVITUSED

Tänage osalejaid nende aktiivse osalemise ja kaasamise eest. Koguge tagasidet tegevuse kohta, sealhulgas seda, mida osalejad pidasid väärtuslikuks ja mis tahes parandusettepanekuid.

PEEGELDUSED JA VALIDEERIMISMEETODID

Mõtisklus keskendub “lõpmatuse” tõlgendamisele teatistes. Igaüks meist tajub asju oma mõttemaailmas oma elukogemuste ja selle rolli ühiskonnas sõltuvalt.

VIITED/ BIBLIOGRAAFIA

STEPHEN R. COVEI “7 rolli, et olla edukas”



MEEDIA JA KUJUTLUSVÕIME

EESMÄRGID

Arendada kriitilist mõtlemist. Õppige, kuidas filtreerida teavet sotsiaalmeedias.

TEGEVUSE AADRESSID

Noorsootöötajad, noored. Vanus: 18 kuni 70

ÕPITUD PÄDEVUSED (TEADMISED, OSKUSED, HOIAKUD, KÄITUMINE)

Suhtluse lõpmatus: suhtlus kulgeb läbi iga inimese kogemuste ja objektiivide. Igaüks näeb sõna mõistet seoses oma kogemustega nii üksikisiku kui ka ühiskonnas (vastavalt vanusele, soole jne.) Arendada kriitilist mõtlemist. Õppige, kuidas filtreerida teavet sotsiaalmeedias.

AEG

Umbes 1 tund

SETTING

Tuba, mitte liiga suur

MATERJALID

Paberid koos lausete ja pliiatsitega. Näide lausete kohta:

1. Joo mahl hommikul ja sa muutud ilusamaks
2. Kasutage tahket šampooni ja te muutute vastupandamatuks
3. Telli uudiskiri ja saad ilusa kingituse
4. Reisimine meiega on parim kogemus, mida te võite ette kujutada.
5. Hoidke ohutu lennata koos meiega
6. Teie keha on tempel
7. Kui sa kannad seda parfüümi, siis kõik, keda sa tahad, armuvad sinusse.

MEEDIA JA KUJUTLUSVÕIME

MATERJALID

8. Kuna ma hakkasin seda kreemi kasutama, muutus mu nahk fantastiliseks.
9. Kui sa tahad olla õnnelik, peaksid sa iga päev laulma ühe laulu.
10. Igaüks võib kaalust alla võtta, kui sööb ühe õuna päevas

TEGEVUSE KIRJELDUS

Osalejad saavad paberi, millel on mõned sotsiaalmeediast ja reklaamidest võetud laused/laused (vt I lisa). Nad peavad alla kriipsutama sõnad, mida nad peavad erinevalt tõlgendatavaks.

Arutelu: milliseid publikut/elamusi/emotsioone nad tar- saavad veenda sind milleski?

PEDAGOOGILISED SOOVITUSED

Tänage osalejaid nende aktiivse osalemise ja kaasamise eest. Koguge tagasisidet tegevuse kohta, sealhulgas seda, mida osalejad pidasid väärtuslikuks ja mis tahes parandusettepanekuid.

PEEGELDUSED JA VALIDERIMISMEETODID

Mõtisklus keskendub sellele, kuidas ja kelle poolt saab kasutada publikut/elamusi/emotsioone, et veenda teid milleski.

VIITED/BIBLIOGRAAFIA

STEPHEN R. COVEI "7 rolli, et olla edukas"

KRIITILINE OTSING

EESMÄRGID

Eesmärgiks on arendada osalejate kriitilist mõtlemist, koostöövõimet ja loovust. Osalejatel on võimalus lahendada mõistatusi ja mõistatusi ning selleks peavad nad treenima oma kriitilist mõtlemist, analüüsima keerulisi olukordi ja tegema teadlikke otsuseid.

TEGEVUSE AADRESSID

Noorsootöötajad, noored. Vanus: 18 kuni 70

ÕPITUD PÄDEVUSED (TEADMISED, OSKUSED, HOIAKUD, KÄITUMINE)

- Kriitilise mõtlemise oskuse arendamine ja võime neid reaalses olukorras rakendada.
- Oppimine, kuidas teha koostööd teistega probleemide lahendamiseks.
- Oppimine, kuidas lahendada väljakutseid loovusega

AEG

Umbes 2 tundi

SETTING

Tuba, mitte liiga suur

MATERJALID

Mängureeglid:

1. Jagage osalejad 4-6-liikmelistesse meeskondadesse.
2. Otsustage, kes on jutuvestja, kes juhib meeskondi.
3. Igal meeskonnal on juurdepääs kaardile, mõistatuste päevikule ja vihjete kogumile.

KRIITILINE OTSING

MATERJALID

- Algusstsenaarium: Jutustaja tutvustab seikluse konteksti. Meeskonnad leiavad end iidsest lossist, mis on täis aardeid. Nende meeskondadel on vaja jõuda Tarkuse tuppa, kus asub kõrgeim tarkus, kuid selleks peavad nad lahendama rea salapäraseid ülesandeid.
- Mõistatused ja väljakutsed: Jutustaja esitab erinevaid keerulisi olukordi mõistatuste, mõistatuste või dilemmade kujul. Meeskonnad peavad hoolikalt analüüsima esitatud vihjeid ja arutama võimalikke lahendusi, kasutades kriitilist mõtlemist.
- Näide mõistatus: “Te olete leidnud kolme uksega toa. Iga ukse kohal on sisse kirjutatud lause: “Ainult üks uks viib sind edasi, vaja on kriitilist meelt, kuid iga ukse kohta on ainult üks sõna tõsi. ‘ Need sõnad on järgmised: ‘Tõde’, ‘Valetaja’ ja ‘Juhuslik’. Millise ukse te peaksite valima ja miks?”
- Meeskonnad arutavad ja teevad rühmaotsuse, mis põhineb tõendusmaterjalil, tugevatel argumentidel ja kriitilisel arutlusel. Juht hindab vastuseid ja annab tagasisidet.
- Edutamine ja preemiad: Meeskonnad liiguvad lossi kaudu edasi, lahendades edukalt mõistatusi. Nad saavad auhindu, näiteks maagilisi esemeid või täiendavaid vihjeid, mis aitavad neid järgmistes ülesannetes.
- Meeskond, kes jõuab Tarkuse tuppa, peab viimast väljakutset, kus nad rakendavad kõiki seikluse käigus õpitud kriitilise mõtlemise oskusi. Õige lahendus avab kambri ja paljastab ülima tarkuse.

KRIITILINE OTSING

PEDAGOOGILISED SOOVITUSED

Tänage osalejaid nende aktiivse osalemise ja kaasamise eest. Koguge tagasidet tegevuse kohta, sealhulgas seda, mida osalejad pidasid väärtuslikuks ja mis tahes parandusettepanekuid.

PEEGELDUSED JA VALIDEERIMISMEETODID

Võtke hetkeks aega, et mõtiskleda tegevuse üle ja jagada tundeid, mida osalejad töötoa ajal kogesid.

VIITED/ BIBLIOGRAAFIA

Consortium of Media Literacy, MediaLit Moments, 2018, retrived from:
https://www.consortiumformedialiteracy.org/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=12&Itemid=24



MEEDIA UURIJA

EESMÄRGID

“Media Investigator” on mitteformaalne õppetegevus, mille eesmärk on õpetada kriitilist mõtlemist ja meediateadlikkust. Selles rühmategevuses töötavad osalejad koos, et analüüsida ja hinnata erinevat meediasisu, tuvas-tada eelarvamusi ning teha vahet usaldusväärsetel ja ebatõenäolistel allikatel. Eesmärgiks on anda neile võimalus muutuda meedia maailmas eristusvõime-liseks teabetarbijaks.

TEGEVUSE AADRESSID

Noorsootöötajad, noored. Vanus: 18 kuni 70

ÕPITUD PÄDEVUSED (TEADMISED, OSKUSED, HOIAKUD, KÄITUMINE)

- Kriitilise mõtlemise oskuse arendamine meediaallikate usaldusväärseuse hindamiseks.
- Teadlikkuse suurendamine meedia eelarvamustest ja võimalikest manipu-latsioonimeetoditest.
- Osalejate võimestamine, et nad saaksid teha teadlikke meediavalikuid. Parandada võimet märgata valeinformatsiooni ja valeuudiseid.

AEG

Umbes 1,5 kuni 2 tundi

SETTING

Tuba

MEEDIA UURIJA

MATERJALID

- Mõned näited meediast (artiklid, pildid, videod, sotsiaalmeediapostitused jne).
- Projektor või ekraan meedia näidete kuvamiseks (valikuline).
- Flipchart-paber ja markerid.
- Meedia hindamiskriteeriumide käsiraamatud (eelnevalt koostatud).

TEGEVUSE KIRJELDUS

1. Tutvustage osalejatele valik meedia näiteid. Need näited peaksid esindama erinevaid žanre ja allikaid, sealhulgas nii usaldusväärseid kui ka ebausaldusväärseid.

Võimaluse korral kasutage reaalseid näiteid, mis on seotud praeguste sündmuste või osalejatele huvipakkuvate teemadega. Näidake meediaeksameid ekraanil või andke osalejatele füüsilised koopiad, et nad saaksid neid uurida.

2. Jagage osalejad väiksematesse rühmadesse (3-5 liiget rühma kohta).

- Andke igale rühmale konkreetne meedianäide, mida analüüsida ja hinnata, kasutades meedia hindamiskriteeriumide käsiraamatuid; juhendage rühmi kriitiliselt arutama ja tuvastama võimalikke eelarvamusi, usaldusväärsust ja sisu täpsust.

MEEDIA UURIJA

DESCRIPTION OF THE ACTIVITY

3. Paluge igal rühmal esitada oma järeldused ja analüüs ülejäänud osalejatele.

- Julgustage küsimusi ja arutelusid iga ettekande ajal ja pärast seda, et edendada kriitilist mõtlemist ja meediateadlikkust.

4. Korraldage rühmaarutelu meediaanalüüsi käigus saadud probleemide ja arusaamade üle. Rõhutage, et enne järelduste tegemist on oluline kontrollida mitmest allikast saadud teavet. Arutlege strateegiate üle, kuidas jääda teadlikuks meediateadlikuks ja vastutustundlikuks teabetarbijaks. Selgitage kriitilise mõtlemise ja meediateadlikkuse tähtsust tänapäeva digiajastul; arutage väärinfo levikut ja selle mõju.

See võib mõjuda üksikisikutele ja ühiskonnale; kehtestage põhireeglid lugupidavaks aruteluks ja julgustage avatud lähenemist.

5. Kokkuvõte: võtke kokku tegevuse peamised järeldused. Andke täiendavaid vahendeid või näpunäiteid meediapädevuse ja kriitilise mõtlemise oskuste edasiseks arendamiseks.

PEDAGOOGILISED SOOVITUSED

Tänage osalejaid nende aktiivse osalemise ja kaasamise eest. Koguge tagasisidet tegevuse kohta, sealhulgas seda, mida osalejad pidasid väärtuslikuks ja mis tahes parandusettepanekuid.

MEEDIA UURIJA

PEEGELDUSED JA VALIDEERIMISMEETODID

Võtke hetkeks aega, et mõtiskleda tegevuse üle ja jagada tundeid, mida osalejad töötoa ajal kogesid.

VIITED/BIBLIOGRAAFIA

Consortium of Media Literacy, MediaLit Moments, 2018, retrived from: https://www.consortiumformedialiteracy.org/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=12&Itemid=24



KÜBERJULGEOLEKU SIMULATSIOON

EESMÄRGID

Selle tegevuse eesmärk on suurendada osalejate arusaamist küberohtudest, haavatavustest ja parimatest tavadest kaasahaarava simulatsiooni abil.

TEGEVUSE AADRESSID

Noorsootöötajad, noored. Vanus: 18 kuni 70

ÕPITUD PÄDEVUSED (TEADMISED, OSKUSED, HOIAKUD, KÄITUMINE)

See mitteformaalne haridus põhineb kogemusliku õppimise ja interaktiivse kaasamise väljakujunenud põhimõtetel. Stsenariumipõhise lähenemisviisi eesmärk on simuleerida reaalseid küberintsidente ning julgustab osalejaid tegema koostööd, lahendama probleeme ja mõtlema oma kogemuste üle. Tegevuse eesmärk on pakkuda kaasahaaravat ja meeldejäätavat õpikogemust, mis annab osalejatele võimaluse teha teadlikke otsuseid oma veebiturvalisuse kohta.

AEG

Umbes 90 min

SETTING

Tuba

KÜBERJULGEOLEKU SIMULATSIOON

MATERJALID

- Sülearvutid või tahvelarvutid osalejatele (kui on olemas)
- Projektor ja ekraan
- Tahvel ja markerid
- Väljatrükitud stsenaariumid ja rollikaardid
- Kleeplokid ja markerid

TEGEVUSE KIRJELDUS

10 minutit:

Tervitage osalejaid ja tutvustage tegevuse eesmärki: uurida küberturvalisuse mõisteid simuleeritud stsenaariumi abil. Selgitage, et osalejad võtavad erinevaid rolle ja teevad koostööd, et reageerida küberintsidentidele.

15 minutit:

Esitage väljamõeldud stsenaarium (nt väikeettevõtte, mille vastu on suunatud andmepüügi rünnak või mille sotsiaalmeediakonto on ohustatud). Kirjeldage lühidalt tegelasi ja rolle, mida osalejad simulatsiooni käigus täidavad (nt IT-juht, töötaja, tellija), ja jagage osalejatele välja trükitud rollikaardid, määrates neile stsenaariumi raames konkreetset rollid. Iga osaleja peaks oma rolli läbi lugema ja mõistma oma kohustusi.

40 minutit:

Jagage osalejad väikestesse rühmadesse, kusjuures iga rühm koosneb erinevatest rollipidajatest. Juhendage igale rühmale, et nad töötaksid koos, et reageerida stsenaariumile, arutades ja otsustades sobivaid tegevusi. Julgustage osalejaid kaaluma oma otsuste võimalikke tagajärgi.

KÜBERJULGEOLEKU SIMULATSIOON

TEGEVUSE KIRJELDUS

20 minutit:

Paluge igal rühmal esitada oma otsused ja tegevused suuremale rühmale. Aidake kaasa arutelule erinevate lähenemisviiside ja nende tulemuste üle. Arutelu kommunikatsiooni, koostöö ja kiire otsustamise tähtsusest küberintsi-identidele reageerimisel.

Küberturvalisuse arutelu - 15 minutit:

Paluge osalejatel mõtiskleda selle üle, mida nad simulatsioonist õppisid. Kasutage tahvlit või suurt paberit, et loetleda tegevuse peamised järeldused ja vaatamisväärsused.

Kokkuvõte ja tagasiside (10 minutit)

PEDAGOOGILISED SOOVITUSED

Tänage osalejaid nende aktiivse osalemise ja kaasamise eest. Koguge tagasisidet simulatsiooni kohta, sealhulgas seda, mida osalejad pidasid väärtuslikuks ja mis tahes parandusettepanekuid.

PEEGELDUSED JA VALIDEERIMISMEETODID

Võtke hetkeks aega, et mõtiskleda tegevuse üle ja jagada tundeid, mida osalejad töötoa ajal kogesid.

KÜBERJULGEOLEKU SIMULATSIOON

VIITED/BIBLIOGRAAFIA

Küberturvalisuse haridus: Principles and Policies, Greg Austin, Routledge,
Jul 30, 2020



MEEDIAKIRJAOSKUSE AARDEJAHT

EESMÄRGID

Selle tegevuse eesmärk on parandada osalejate meediapädevust, analüüsides ja dekonstrueerides kriitiliselt erinevaid meediaallikaid. Osalejad töötavad meeskondadena, et leida ja hinnata erinevat tüüpi meediasisu, tuvastades võimalikke eelarvamusi, valeinformatsiooni ja veenvaid tehnikaid.

TEGEVUSE AADRESSID

Noorsootöötajad, noored. Vanus: 18 kuni 70

ÕPITUD PÄDEVUSED (TEADMISED, OSKUSED, HOIAKUD, KÄITUMINE)

Kriitiline mõtlemine, meediapädevus, võimalike eelarvamuste, väärinfo ja veenmisvõtete tuvastamise õppimine.

AEG

Umbes 90 min

SETTING

Tuba

MATERJALID

Seadmed, millel on internetiühendus (nutitelefonid, tahvelarvutid, sülearvutid)
Meediakirjaoskuse lehe trükitud või digitaalsed koopiad (vt allpool).
Pliiatsid või pliiatsid

MEEDIAKIRJAOSKUSE AARDEJAHT

TEGEVUSE KIRJELDUS

Alustage meediapädevuse tähtsuse selgitamisega tänapäeva infoküllastunud maailmas. Arutlege väärteabe, eelarvamuste ja meedias kasutatavate veenvõtetete leviku üle. Tutvustage lühidalt luuremängu kontseptsiooni ja selle eesmäärke.

Jagage osalejad väikesteks 3-5-liikmelisteks meeskondadeks. Soodustage meeskonnasisest mitmekesisust, et edendada erinevaid vaatenurki.

Andke igale meeskonnale meediakirjaoskuse aardejaht tööleht. Selgitage, et meeskonnad otsivad ja analüüsivad erinevaid meediakontente töölehe üleskutsete alusel. Määrake tegevusele ajaline piirang (30-40 minutit, sõltuvalt sisu keerukusest).

Koguge kõik osalejad kokku ja hõlbustage rühmaarutelu nende leidude ja kogemuste üle. Julgustage meeskondi jagama oma tähelepanekuid, probleeme ja avastusi meediasisu hindamisel. arutage konkreetseid näiteid tuvastatud eelarvamuste, väärinfo ja veenvõtetete kohta.

Paluge osalejatel individuaalselt mõtiskleda selle üle, mida nad tegevusest õppisid.

Arutelu peamiste õppetundide ja strateegiate üle, kuidas olla oma igapäe-

MEEDIAKIRJAOSKUSE AARDEJAHT

TEGEVUSE KIRJELDUS

vaelus meediakirjaosklikumad.

Tänage osalejaid nende osalemise eest ja julgustage neid jätkama meediapädevuse harjutamist. Andke täiendavaid vahendeid (veebisaidid, raamatud, veebikursused) meediapädevuse edasiseks õppimiseks.

Meediakirjaoskuse aardejaht tööleht:

Märkus: kohandage üleskutseid vastavalt praegustele meediatrendidele ja olemasolevatele ressurssidele.

Leia uudisartikkel:

- Nimetage uudisartikli allikas.
- Kas allikas on tuntud oma usaldusväärsuse poolest? Miks või miks mitte?
- Analüüsige kasutatud keelt: Kas see on neutraalne või erapoolik? Otsige koormatud sõnu.

Sotsiaalmeedia postitus:

- Leia sotsiaalmeedia postitus (nt säuts, Facebooki postitus).
- Kes on autor? Mis on nende kavatsus?
- Kas te saate postituses esitatud teavet kontrollida? Kuidas?

Reklaam:

- Avastage veebireklaam (bänner, video, sponsoreeritud sisu).
- Millistele emotsioonidele või soovidele reklaami üleskutse tugineb?
- Kas teave on esitatud objektiivselt või veenvalt?

MEEDIAKIRJAOSKUSE AARDEJAHT

TEGEVUSE KIRJELDUS

Kasutajate loodud sisu:

- Leidke kasutaja loodud video või blogipostitus.
- Kas looja on selle teema ekspert? Kuidas seda kindlaks teha?
- Kas on märke valeinformatsioonist või erapoolikust?

PEDAGOOGILISED SOOVITUSED

Tänage osalejaid nende aktiivse osalemise ja kaasamise eest. Koguge tagasisidet simulatsiooni kohta, sealhulgas seda, mida osalejad pidasid väärtuslikuks ja mis tahes parandusettepanekuid.

PEEGELDUSED JA VALIDEERIMISMEETODID

Võtke hetkeks aega, et mõtiskleda tegevuse üle ja jagada tundeid, mida osalejad töötoa ajal kogesid.

VIITED/BIBLIOGRAAFIA

Hobbs, R. (2018). "Kohusetundlikkuse oskus: The essential role of questions in media literacy education." *Journal of Media Literacy Education*, 10(3), 70-77.

Meediakirjaoskuse keskus. (n.d.). "Viis võtmeküsimust, mis võivad muuta maailma".

MediaSmarts. (n.d.). "Digitaalse ja meediapädevuse alused".

THINKQUEST: NAVIGATSIOON KRIITILISE MÕTLEMISE VALDKONNAS

EESMÄRGID

Kriitilise mõtlemise oskuse arendamine interaktiivsete arutelude, juhtumiuuringute ja juhendatud analüüsi abil.

TEGEVUSE AADRESSID

Noorsootöötajad, noored. Vanus: 18 kuni 70

ÕPITUD PÄDEVUSED (TEADMISED, OSKUSED, HOIAKUD, KÄITUMINE)

Interaktiivsete arutelude, juhtumianalüüsi analüüsi ja viidete abil usaldusväärsetele allikatele pakub see tegevus terviklikku kogemust kriitilise mõtlemise oskuste arendamiseks.

AEG

Umbes 90-120 min

SETTING

Tuba

MATERJALID

Markerid ja kleepsud
Väljatrükitud juhtumianalüüsid või stsenaariumid (3-4)
Ajamõõtja
Kriitilise mõtlemise juhised
Viited edasiseks lugemiseks

THINKQUEST: NAVIGATSIOON KRIITILISE MÕTLEMISE VALDKONNAS

TEGEVUSE KIRJELDUS

Alustage põhjaliku ülevaatega kriitilisest mõtlemisest, selle tähtsusest ja rollist otsuste tegemisel, probleemide lahendamisel ja tõhusas suhtlemises.

Esitage rühmale rida mõtlemapanevaid küsimusi “Mis oleks, kui...?”. Julgustage osalejaid jagama oma esialgset reaktsiooni, stimuleerides kriitilist mõtlemist kohe alguses.

Jagage käsiraamatud oluliste kriitilise mõtlemise suunistega, nagu eelduste analüüs, tõendite hindamine ja alternatiivsete vaatenurkade kaalumine. Jagage osalejad väikestesse rühmadesse ja andke igale rühmale reaalne probleem, näiteks ühiskondlik probleem või päevakajaline uudisteema. Paluge rühmadel arutleda probleemi üle, selgitada välja eeldused ja teha ajurünnak võimalike lahenduste üle.

Juhtumiuuringu analüüs (30-45 minutit): esitada trükitud juhtumiuuringud või stsenaariumid, mis nõuavad kriitilist mõtlemist keeruliste probleemide lahendamiseks. Iga rühm saab erineva juhtumiuuringu, mida analüüsida, hinnata ja arutada.

Juhendage rühmi analüüsima oma juhtumiuuringut, kasutades kriitilise mõtlemise suuniseid. Paluge igal rühmal esitada oma analüüs, tuues esile oma

THINKQUEST: NAVIGATSIOON KRIITILISE MÕTLEMISE VALDKONNAS

TEGEVUSE KIRJELDUS

lähenemisviisi ja järelduste põhjendused.

Aidake kaasa arutelule esitatud lahenduste mitmekesisuse ja kasutatud erinevate kriitilise mõtlemise strateegiate üle. Julgustage osalejaid mõtisklema selle üle, mida nad üksteiselt õppisid. Esitage rida igapäevaseid stsenaariume (nt isiklike otsuste tegemine, teabe hindamine internetis) ja arutage, kuidas saab kriitilist mõtlemist rakendada otsuste tegemise parandamiseks.

Jagage loetelu soovitatud raamatutest, artiklitest või veebiressurssidest, mida osalejad saavad uurida, et süvendada oma arusaamist kriitilisest mõtlemisest. Lõpetage tegevus, tehes kokkuvõtte istungil saadud peamistest arusaamadest ja julgustades osalejaid kasutama kriitilist mõtlemist oma igapäevaelus.

PEDAGOOGLISED SOOVITUSED

Tänage osalejaid nende aktiivse osalemise ja kaasamise eest. Koguge tagasisidet simulatsiooni kohta, sealhulgas seda, mida osalejad pidasid väärtuslikuks ja mis tahes parandusettepanekuid.

THINKQUEST: NAVIGATSIOON KRIITILISE MÕTLEMISE VALDKONNAS

PEEGELDUSED JA VALIDEERIMISMEETODID

Võtke hetkeks aega, et mõtiskleda tegevuse üle ja jagada tundeid, mida osalejad töötoa ajal kogesid.

VIITED/BIBLIOGRAAFIA

Halpern, D. F. (2014). Mõtlemine ja teadmised: An Introduction to Critical Thinking. Psychology Press.

Paul, R., & Elder, L. (2006). Kriitiline mõtlemine: The Nature of Critical and Creative Thought. *Journal of Developmental Education*, 31(2), 34-35.

Kriitilise mõtlemise alus. (2021). Kriitilise mõtlemise mõistete ja vahendite minijuhend. Kriitilise Mõtlemise Sihtasutus.

Facione, P. A. (2015). Kriitiline mõtlemine: What It Is and Why It Counts. Measured Reasons LLC.

LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

Infotehnoloogia areng ja sotsiaalmeediaplatformide levik viimase paari aastakümne jooksul on viinud veebikeskkonna tekkimiseni, kus harva analüüsitakse rangelt teabe päritolu, eesmärke ja faktilisust. Sotsiaalmeedias puudub ruumi ulatuslikeks selgitusteks, mis viib sageli liigselt lihtsustatud argumentideni, mis ei toeta tõendeid ja põhinevad vigasel loogikal. See kehtib eriti sellistel platformidel nagu Twitter, kus lühidus on kohustuslik (Uol, 2022). Mis puutub massimeediasse, nagu televisioon ja ajalehed, siis muutub olukord veelgi keerulisemaks, kui võtta arvesse nende omandivormi ja nende meediumide juhtide kavatsusi.

Kuigi peavoolumeedia näib esmapilgul olevat rohkem reguleeritud tänu koolitatud ajakirjanike, faktikontrollijate ja toimetajate töölevõtmisele, paljastas nn tõejärgne ajastu suuresti selle mõtteviisi muutuse, mida Al-Rodhan (2017) on hästi defineerinud: “piiritu virtuaalse kommunikatsiooni ajastu, kus poliitika õitseb faktide ja terve mõistuse eitamisest”. Seega väljendub tõejärgne poliitika väidetes, mis ahvatlevad inimese emotsioonidele ja sisetundele, selle asemel et tugi-

neda empiirilistele tõenditele ja kehtivale teabele (Al-Rodhan, 2017). Nagu väidab ka Keyes (2004), loob tõejärgne ajastu eetilise hämarustsooni, kus valetamisega seotud stigma on kadunud ja valetada võib ilma häbita ja ilma tagajärgedeta oma mainele. Selle tulemuseks on kuulujuttude, desinformatsiooni, “võltsuudiste” ja vandenõuteooriate teke, mis võivad lühikese ajaga levida ja anda tõeke valetõdedele ning teenida propaganda eesmärke (Al-Rodhan, 2017).

See on koht, kus loogiliste eksituste arutamine ja äratundmine muutub kriitiliseks, et tuvastada desinformatsiooni ja propagandat. Mõiste “loogiline eksitus” võeti esmakordselt kasutusele Aristotelese teoses “De Sophisticis Elenchis” (nt “Sofistilistest refleksioonidest”) (SEP, 2020). Kuigi Aristoteles ja hiljem paljud teised filosoofid ja teadlased on teinud ulatuslikku analüüsi ja loogilise eksituse mõiste lahtiseletamist, kasutame käesoleva töö jaoks järgmist määratlust: argumentid, mis põhinevad vigastel põhjendustel, kehtetutel eeldustel või teevad valesid järeldusi, mis lõpuks

LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

tunduvad veenvad kui seni, kuni viga ei ole tuvastatud. Mõnel juhul kasutatakse loogilisi eksimusi tahtlikult, et eksitada ja eksitada kuulajaid või lugejaid, mõnel juhul aga eksitakse teadmatuses või argumenteerija kognitiivsetest eelarvamustest tingitud eksimuse tõttu.

Eksituste uurimisel eristatakse tavaliselt formaalseid ja mitteformaalseid eksimusi. Mitteformaalne eksitus on vigane nii oma loogilise struktuuri kui ka sisu tõttu, samas kui formaalne eksitus leitakse ekslikuks ainult oma struktuuri tõttu (Dowden, n.d.). Slippery Slope on näide mitteformaalsest eksitusest, mille vorm on järgmine: Samm 1 viib sammu 2 juurde. Samm 2 viib seejärel sammu 3 juurde ja nii edasi, kuni jõuame selgelt ebasobiva sammuni, seega samm 1 ei ole lubatud (ibid). Selline argument tugineb suuresti tõenäosusele, et ühest etapist järgmisse liigutakse. Seega põhinevad tõenäosused argumendi sisul, mitte ainult selle vormil (ibid). Seevastu argumendi “argument teadmatuses” eksitus tugineb eeldusele, et kui keegi ei tea (või ei saa kontrollida), kas väide on tõene või vale, siis peab see

tingimata vale olema või tingimata tõene (sõltuvalt argumentatsioonist). Seega põhineb argumendi kvaliteet selle sisul.

Eksimusi võib veel liigitada deduktiivseteks või induktiivseteks, lähtudes sellest, kas vigast argumenti on kõige parem hinnata induktiivsete või deduktiivsete kriteeriumide alusel (ibid). Induktiivne arutlus kasutab vaatlust, et teha üldpõhimõtte. Induktiivsete argumentide puhul on järeldused sõltuvalt tõenditest tõenäolised; seevastu deduktiivse arutluse puhul on järeldused kindlad.

LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

Kuigi erinevaid eksimusi on sadu, uurime järgnevas jaotises ainult peamisi neist. Lisaks sellele käsitletakse ka emotsioonidele tuginevaid apelleerimisi. Püüdlust tekitada lugejas/kuulajas teatud emotsiooni argumenteerija nimel, et veenda viimast oma seisukohas, nimetatakse emotsioonile apelleerimiseks. Iga loetletud eksituse ja emotsioonile apelleerimise kohta esitatakse määratlus koos seda illustreeriva näitega.

AD HOMINEM

Määratlus: autor ründab oponenti isiklikult (isiku iseloomu, tegevust jne), selle asemel et käsitleda tema tegelikke seisukohti.

Näide: See autor on kirjutanud mitu raamatut, milles väidab, et pornograafia kahjustab naisi. Aga ta on lihtsalt kibestunud pärast oma viimast lahutust, muidugi ütleb ta seda.

VÕIMALUSE VÕITMINE

Määratlus: Hirmutamistaktika kasutamine; ähvarduste rõhutamine või võimalike ohtude liialdamine.

Näide: Nägemise kaotamine on kohutav asi. Miks riskida? Miks usaldada oma väärtuslikku nägemist kellelegi muule kui Viva Visionile?

KAEBUS TAEVASSE

Määratlus: Väite esitaja väidab, et ta teab Jumala (või kõrgema võimu) meelt, kes on väidetavalt käskinud või määranud, toetab või kiidab heaks oma riigi, seisukoha või tegevuse, nii et edasist põhjendust ei ole vaja ja tõsine vaidlustamine ei ole võimalik.

Näide: See on Jumala tahe, et meie rahvas tapab uskmatud.

LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

PÖÖRDUMINE LOODUSE POOLE

Määratlus: Mõni asi on väidetavalt hea, sest seda peetakse loomulikuks, või halb, sest seda peetakse ebaloomulikuks

Näide: Homoseksuaalsus on halb, sest see on vastuolus loodusseadustega.

PALJUTAMINE ARMASTUSELE

Määratlus: Püüab esile kutsuda emotsionaalset reaktsiooni, mis paneks publikut käituma kaastundlikult isegi siis, kui see tähendab, et ta ei hooli antud küsimusest.

Näide: Ma tean, et ma jätsin ülesanded täitmata, kuid kui sa mind läbi kukutad, kaotan ma oma rahalise abi ja pean välja langema.

KAEBUS STAATUSE SAAMISEKS

Määratlus: Staatuse apellatsioon räägib üksikisikutele, kes soovivad end kõrgemasse klassi liigitada.

Näide: Star Line kruis ei ole mõeldud tavalistele reisijatele. Broneeri kruis paradiisi ja jäta tavaline seljataha.

PÖÖRDUMINE TRADITSIOONI POOLE

Määratlus: See on iidne eksitus, et mingi seisukoht, olukord või tegevus on õige, asjakohane ja õige lihtsalt seetõttu, et see on “alati” olnud nii, et inimesed on “alati” nii mõelnud või et see oli nii juba ammu.

Näide: Miks peaks see äkki muutuma?

LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

ARGUMENTUM AD BACULUM

Määratlus: Vägivallaga, terrorismiga, ülekaaluka jõuga või toore sõjalise võimsusega ähvardamise abil “tõestada, et kellelgi on õigus”.

Näide: Kui te ei taha igavesti põrgus põleda, siis põlvitage ja võtke meie religioon vastu juba täna, kui te ei taha igavesti põrgus põleda.

ARGUMENT KORDAMISE TEEL EHK ARGUMENTUM AD NAUSEAM

Määratlus: Argumendi või eelduse korduv kordamine paremate tõendite asemel.

Näide: See film “Titanic” väärrib parima filmi Oscari. On ka teisi häid filme, aga mitte selliseid nagu see. Teised võivad küll teenida aunimetust, kuid mitte Oscari, sest “Titanic” väärrib Oscari.

VALE AUTORITEEDI ARGUMENT

Määratlus: Tuginemine väidetavale asjatundlikkusele, kui väidetaval eksperdil a) puudub piisav taust/krediteering asjaomases valdkonnas, b) erineb olulisel määral valdkonna konsensusest või c) on erapoolik, nt on tal isiklik huvi tulemuste suhtes.

Näide: David Beckham väitis Maailma Terviseorganisatsiooni tippkohtumise raames antud intervjuus, et sportimine on parim ennetus kõhunäärmevähi vastu.

ARGUMENT TEADMATUSEST

Määratlus: Kui keegi ei tea (või ei saa kontrollida), kas väide on tõene või vale, peab see olema tingimata vale või tingimata tõene (sõltuvalt argumentatsioonist).

Näide: Seega on meil nüüd täiesti ohutu selle tamme juures varjuda.

LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

MOTIIVIDEST LÄHTUV ARGUMENT

Määratlus: See on eksitus, mis seisundi või argumendi kehtetuks kuulutamine üksnes väite esitaja kurjade, korrumppeerunud või küsitavate motiivide tõttu. Selle eksituse teine pool on kurja või pahatahtliku tegevuse ekslik õigustamine või vabandamine selle toimepanija motiivide ilmse puhtuse või pahatahtlikkuse puudumise tõttu.

Näide: Osama Bin Laden tahtis, et me lõpetaksime Afganistani tsiviilelanike tapmise, seega peame jätkama võitlust!

BANDWAGON

Määratlus: See eksitus tähendab, et kuna kõik teised teevad midagi või usuvad millessegi, peaksid ka teised seda tegema.

Näide: Mcdonalds on teenindanud 100 miljardit inimest maailmas. Te peaksite seda ka proovima

RINGKÄIGULINE ARUTLUSKÄIK

Määratlus: Autor läheb ringiratast, kui ta kordab argumenti või järeldust, selle asemel et pakkuda asjakohast tuge.

Näide: Teise inimese kodutööde kopeerimine on ebaeetiline, sest see on ebaaus.

EITHER-OR

Määratlus: Autor paigutab kõik ühte kahest teineteist välistavast kategooriast, jättes mulje, et nende kahe positsiooni vahel ei ole midagi muud ega midagi vahepealset.

Näide: Kas lõpetada kool või ootab ees mitterahuldav elu ja madalapalgaline töö.

LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

EQUIVOCATION

Määratlus: See tähendab, et ühes argumenti osas kasutatakse ühte mõistet ja teises osas teist tähendust.

Näide: Ma ei saa aru, kuidas sa saad öelda, et sa oled eetiline inimene. Teid on nii raske millekski panna, teie tööeetika on nii halb.

GAASIVALGUSTUS

Määratlus: Isiku enda teadmiste ja kogemuste eitamine või kehtetuks tunnistamine, väänates või moonutades teadlikult teadaolevaid fakte, mälestusi, stseene, sündmusi ja tõendeid, et hajutada haavatavat vastast ja panna teda kahtlema oma mõistuses.

Näide: Te väidate, et leidsite mind koos temaga voodis? Mõttele uuesti! Sa oled hullu! Sa pead tõsiselt arsti juurde minema.

LÕPETA TÖÖ / LIHTSALT TÖÖ

Määratlus: Väide, et mingit tegevust või seisukohta ei tohi kahtluse alla seada või arutada, sest on “töö, mida tuleb teha”, või et see on lihtsalt “oma töö”, eeldades ekslikult, et “tööd” ei tohi kunagi kahtluse alla seada.

Näide: Kuidas kannatavad piinajad end peeglist vaadata? Aga ma arvan, et see on okei, sest nende jaoks on see lihtsalt töö nagu iga teine, töö, mille eest nad saavad palka.

GENEETILINE EKSITUS

Määratlus: Järeldus põhineb väitel, et isiku, idee, instituudi või teooria päritolu määrab selle iseloomu, olemuse või väärtuse.

Näide: Kuna isik X on ise miljonär, siis võime julgelt jätta kõrvale kõik tema arvamused majandusliku ebavõrdsuse kohta, sest ta on ise miljonär.

LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

SÜÜTUNNE ASSOTSIEERUMISE TÕTTU

Määratlus: Ad Hominem fallacy variant. Eksitus, millega püütakse kummutada või hukka mõista kellegi seisukohti, väiteid või tegusid, viidates nende negatiivsele eetosele, kellega kõneleja samastub, või rühma, partei, religiooni või rassi kohta, kuhu ta kuulub või millega ta kunagi oli seotud.

Näide: Minu vastaskandidaat sai äsja vabariiklaste partei toetuse. Kas te tahaksite sellise inimese poolt hääletada?



HÜPNOOTILINE PEIBUTUS JA VAHETUS

Määratlus: Mitme vaieldamatu tõese väite esitamine üksteise järel, millele järgneb väide, mida argumenterija tahab, et kuulajad aktsepteeriks tõena. See on propagandatehnika, kuid ka eksitus, kui publik annab viimasele väitele rohkem usutavust, sest sellele eelnesid tõesed väited.

Näide: Kas on õige, et nii väike protsent ameeriklastest kontrollib valdavalt osa rikkusest? Kas on õige, et peate tegema ületunde, et lihtsalt ots otsaga kokku saada? Kas on õige, et te ei saa endale lubada isegi riigist lahkumist puhkusele? Kas te tõesti tahate hääletada John Smithi poolt?

LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

IDENTITEEDIVIGA

Määratlus: Argumentide põhjendatus sõltub väite esitaja identiteedist.

Näide: Sellega tõestas ta lõplikult, et kõik valged on oma südames tigidalt rassistlikud ja et afroameriklased peavad tegema iseenda eest ja mitte kunagi usaldama kedagi neist, isegi mitte neid, kes väidavad end olevat liitlased, ja et nad ei tohi kunagi usaldada kedagi neist, isegi mitte neid, kes väidavad end olevat liitlased.

SOOVIN, ET MUL OLEKS VÕLUKEPP

Määratlus: See on eksitus, kui inimene kahetsusväärset (ja ekslikult) kuulutab end võimetuks muutma halba või ebameeldivat olukorda, mille üle ta tegelikult omab võimu.

Näide: Mida me saame teha gaasi hinna osas? Energiaministrina soovin, et mul oleks võlukepp, aga mul ei ole [õlgu kehitades] .

MCNAMARA FALLACY (tuntud ka kui: kvantitatiivne eksitus)

Määratlus: Kui otsus põhineb ainult kvantitatiivsetel vaatlustel (st mõõdikud, kõvad andmed, statistika) ja kõik kvalitatiivsed tegurid jäetakse tähelepanuta.

Näide: Donald Trump Jr: “Kui mul oleks kausitäis keeksid ja ma ütleksin sulle, et vaid kolm tapaks sind. Kas sa võtaksid käputäie? See on meie Süüria pagulaste probleem.”

MORAALNE LITSENTSIMINE

Määratlus: See on eksitus, mis väidab, et inimese järjekindlalt moraalne elu, hea käitumine või hiljutised äärmuslikud kannatused või ohvrid annavad talle õiguse sooritada ebamoraalne tegu ilma tagasilöökideta, tagajärgedeta või karistusteta.

Näide: Need, kes kritiseerivad repressioone ja Gulagi endises NSV Liidus, unustavad, milliseid erakordseid kannatusi venelased II maailmasõjas läbi elasid ja milliseid miljoneid hukkusid.

LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

NIMEKIRJUTUS:

Määratlus: Oponendi sildistamine negatiivse tähendusega sõnadega, et kahjustada tema usaldusväarsust.

Näide: Minu seisukoht abordi suhtes on ainus õige. Minuga eriarvamusele jäämine näitab vaid seda, milline siga sa tegelikult oled.

NON SEQUITUR

Määratlus: Tõendite, põhjenduste või järelduste esitamine, millel puudub loogiline seos käsitletava argumentiga.

Näide: Pitbull ründas kedagi uudistes. Minu naabrile kuulub chihuahua. Minu elu on ohus.

PASSIIVSE HÄÄLE EKSITUS

Määratlus: Aktiivse inimtegevuse varjamine grammatilise passiivi eesriide taha.

Näide: Jackson Katz märgib (2017): “Me räägime sellest, kui palju naisi eelmisel aastal vägistati, mitte sellest, kui palju mehi vägistas naisi. Me räägime sellest, kui palju tüdrukuid koolipiirkonnas eelmisel aastal ahistati, mitte sellest, kui palju poisid tüdrukuid ahistasid.”

PATERNALISM

Määratlus: Üleolev suhtumine vastandlike seisukohtade või oponentide endi suhtes.

Näide: Teie argument sõja vastu on nii lapsik. Proovige vahelduseks läheneda teemale nagu täiskasvanud inimene.

LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

PLAIN FOLKS

Määratlus: Propaganda vorm ja loogiline eksitus. Tavaline rahvaargument on argument, milles kõneleja esitleb end kui tavalist inimest, kes mõistab ja tunneb kaasa kuulaja muredele.

Näide: Bill Clintonile meeldis süüa McDonald'sis. George Bush Sr. armastas kalal käia. Ronald Reaganit pildistati sageli puiduhakkamisel ja Jimmy Carter esitles end kui tagasihoidlikku maapähklifarmerit Gruusiast.

KAEVU MÜRGITAMINE

Määratlus: Vastase usaldusväärseuse õõnestamine enne, kui ta saab sõna.

Näide: Prokuratuur toob täna siia tunnistuste andmiseks välja terve rea nn eksperte, kes saavad palju raha.

POST HOC ARGUMENT (tuntud ka kui False Cause)

Määratlus: Juhuslikele kokkusattumustele kujuteldava põhjuslikkuse omistamine, järeldades, et ainult seetõttu, et miski juhtub millegi teise lähedal, samal ajal või vahetult pärast seda, on esimene asi põhjustatud teisest.

Näide: See on liiga suur kokkusattumus: See tõestab, et Hiina immigrandid põhjustasid AIDSi!

PUNANE RING

Määratlus: Autor toob sisse mitteseotud, ebaolulise teabe, et juhtida tähelepanu tegelikust teemast kõrvale.

Näide: Miks me peaksime muretsema raha kulutamise pärast rahvatervisele selles riigis, kui terrorism ähvardab meid kõiki?

LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

REDUKTSIONISM

Määratlus: See on eksitus, mis seisneb publiku eksitamises, andes keerulistele küsimustele lihtsaid vastuseid või kõlavaid loosungeid, eriti kui sellega pöörduakse vähem haritud või harimatu publiku poole.

Näide: Ehita, tagasi, parem!

REIFIKATSIOON

Määratlus: See on mitmetähenduslik eksitus, kui abstraktsiooni (abstraktne uskumus või hüpoteetiline konstruktsioon) käsitletakse nii, nagu oleks tegemist konkreetse reaalse sündmuse või füüsilise olendiga.

Näide: Terrorismivastane sõda on vaid üks peatükk igavikulises võitluses vabaduse ja absoluutse kurjuse vahel kuni surmani!

ROMANTILINE REBEL (tuntud ka kui Conspiracy Fallacy)

Määratlus: Oma seisukoha tõesuse või kehtivuse väide üksnes või peamiselt seetõttu, et väidetavalt astutakse heroiliselt vastu valitsevale “ortodoksiale”.

Näide: See oli nii, kuni Kolumbus tõestas, et nad eksisid! Nüüd tahavad nad, et teid vaktsineeritaks, ilma et avalikustataks kõiki haigusi, mida need vaktsiinid kannavad, ja raha, mida need inimesed nendega teenivad!

VALE SÕNUMI SAATMINE

Määratlus: Rünnak teatud väite, argumendi või tegevuse vastu, ükskõik kui hea, õige või vajalik see on, sest see “saadab vale sõnumi”.

Näide: Prostituuptide süüdimõistmine ei aita absoluutselt midagi seksuaalse eksploateerimise ja seksikaubanduse vastu, sest nad on ise ohvrid, kuid me ei saa neid lihtsalt vabaks lasta. Inimesed arvavad, et meil on sellega kõik korras.

LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

TÕENDAMISKOHUSTUSE ÜMBERPAIGUTAMINE

Määratlus: Väljakutse vastasmängijale, et ta lükkaks väite ümber, selle asemel, et paluda väite esitajal oma argumenti kaitsta.

Näide: Te tunnistate, et massiline märkamata valijapettus on meie praeguse süsteemi raames tõepoolest võimalik ja võis selles riigis vähemalt teoreetiliselt juhtuda, kuid te ei suuda esitada vähimatki tõendit selle kohta, et seda ei ole tegelikult juhtunud! Ha-ha! Ma lõpetan oma jutu.

SHOEHORNING

Määratlus: mõne päevakajalise juhtumi jõuga sobitamine oma isikliku, poliitilise või usulise päevakorraga, et toetada oma argumente.

Näide: Pärast terrorirünnakuid Maailma Kaubanduskeskusele ja Pentagonile 11. septembril 2001 tutvustasid fundamentalistlikud kristlikud evangelistid Jerry Falwell ja Pat Robertson neid sündmusi oma päevakorras.

Nad väitsid, et “kodanikuvabaduse rühmitused, feministid, homoseksuaalid ja abordiõiguste toetajad kannavad osalist vastutust... sest nende tegevus on olnud pööras Jumala viha Ameerika vastu.” Falwelli sõnul lubas Jumal “Ameerika vaenlastel... anda meile ilmselt seda, mida me väärime”. Robertson nõustus sellega. Ameerika Kodanikuvabaduste Liit “peab selles palju süüdi võtma,” ütles Falwell ja Robertson nõustus. Ka föderaalsed kohtud kannavad osa süüd, ütles Falwell, sest nad on “visanud Jumala avalikust platsist välja”. Samuti “peavad abortide tegijad selle eest osa koormat kandma, sest Jumalat ei lasta pilkata,” ütles Falwell ja Robertson nõustus.

LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

SHOPPING NÄLJANE EKSITUS

Määratlus: Ebamõistlike, kuid oluliste otsuste tegemine (või “vabalt” avalike või eraeluliste otsuste tegemine, mida võib hiljem kahetseda, kuid mida on raske tagasi pöörata) “hetke tuhinas” tugevate emotsioonide mõjul.

Näide: Kriminaalvastutuse vanuse alandamine Ühendkuningriigis 10 aastani pärast seda, kui kaks 10-aastast last tapsid James Bulgeri.

SLIPPERY SLOPE

Määratlus: Autor väidab, et ühe sammu astumine toob paratamatult kaasa teisi samme, mida ei saa peatada, kuni see lõpeb katastroofiga.

Näide: Kui lubate ühel inimesel oma autot laenata, siis hakkavad kõik küsima. Lõpuks lööb keegi selle puruks ja siis ei ole teil enam autot.

STRAW MAN

Määratlus: Kui keegi võtab teise inimese argumendi või seisukoha, moonutab seda või liialdab seda mingil äärmuslikul viisil ja seejärel ründab seda äärmuslikku moonutust, nagu oleks see tõesti esimese inimese väide.

Näide: Minu ülemus ei ole nõus suurendama puhkusepäevade arvu, mida me igal aastal saame. See tähendab, et ta ei hooli meie tervisest. On vale mitte hoolida töötajate tervisest. Ta tuleks asendada kellegagi, kes hoolib töötajate tervisest.

LAI AULATUSLIK ÜLDISTUS

Määratlus: Autor läheb esitatud toetusest või tõenditest kaugemale ja teeb liiga laiaulatuslikke, kõikehõlmavaid väiteid (“Kõik on “).

Näide: Kõik moslemid on äärmuslikes veendumustes.

LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

TRANSFER

Määratlus: Autor nihutab omadusi (häid või halbu) ühelt isikult või teemalt teisele, et mõjutada lugeja arusaama algsest isikust või teemast.

Näide: Seetõttu peaksime teda auhinnale kandideerima.

TU QUOQUE

Määratlus: Kaitsmine ebakindla või vale seisukoha kaitsmine või enda halva tegevuse vabandamine, osutades, et ka vastase teod, ideoloogia või isiklik iseloom on küsitav või ehk isegi hullemad kui enda oma.

Näide: Muidugi, me võime piinata vange, kuid me ei löika pead maha nagu nemad!

KAHESUUNALINE EKSITUS

Määratlus: See on teema esitamine, mis tekitab mulje, et sellel on kaks võrdse kaaluga või võrdse tähtsusega poolt, kuigi tegelikult toetab konsensus või palju tugevam argument ainult ühte poolt.

Näide: Teadlased väidavad, et Maa on kerakujuline, samas kui teised usuvad, et see on lame, nii et ilmselgelt on kaks poolt.

NÕRK ANALOOGIA

Määratlus: Vale järelduse tegemiseks võrreldakse ühte asja valesti teise asjaga.

Näide: Elu on nagu šokolaadikarp.

LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

KUS ON SUITSU, SEAL ON KA TULEKAHJU

Määratlus: Teadmatus, millega tehakse esmapilgul järeldusi ja/või võetakse meetmeid ilma piisavate tõenditeta.

Näide: Härra politseinik, seal istuv mees kannab turbanit ja räägib imelikku keelt, ta peab olema terrorist. Te peate sellega midagi ette võtma!

Kuigi eespool kasutatud näited on väga lihtsustatud ja neid on lihtne märgata, tuleb meeles pidada, et tegelikes vestlustes on falla- katsioonid põimitud väga pikadesse aruteludesse, mis muudab nende äratundmise keeruliseks.

Eksituste ja emotsioonide äratundmine on oluline vahend väärinfo, valeuudiste ja vandenõuteooriate vastu võitlemisel nii internetis kui ka väljaspool seda. Need on osa nn meediapädevuse ja infokirjaoskuse strateegiast. Infokirjaoskust määratletakse kui võimet leida,

analüüsida, organiseerida, kasutada ja edastada teavet kõigis selle vormides, eriti olukorras, mis nõuab otsuste tegemist, probleemide lahendamist või teadmiste omandamist (Skyline College, n.d.). See hõlmab uurimistöö, kriitilise mõtlemise, arvutitehnoloogia ja suhtlemisuskuste kombinatsiooni (ibid). Meediakirjaoskus seevastu tähistab oskust tuvastada erinevaid meedi aliike ning hinnata neid kriitiliselt ja analüütiliselt seoses sõnumiga, mida nad püüavad edastada, ja nende autentsusega. Hobbsi (2010) väitel hõlmab digi- ja meediapädevus “kõiki kognitiivseid, emotsionaalseid ja sotsiaalseid pädevusi, mis hõlmavad teksti, vahendite ja tehnoloogiate kasutamist, kriitilise mõtlemise ja analüüsi oskusi, sõnumi koostamise ja loovuse praktikat, oskust reflekteerida ja eetilist mõtlemist ning aktiivset osalemist meeskonnatöö ja koostöö kaudu” (lk 17).

LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

KOKKUVÕTE

Kriitilisele sotsiaalmeedia ja peavoolumeedia sisuanalüüsile tuleks suuremat rõhku panna, et suurendada noorte kognitiivseid kaitsemehhanisme väärinfo, võltsitud uudiste, vandenõuteooriate ja propaganda vastu. Loogiliste eksituste ja emotsioonidele apelleerimise äratundmisel on eriline roll noorte kriitiliste meelte kujundamisel.



LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

BIBLIOGRAAFIA

- Al-Rodhan, N. (2017). Tõejärgne poliitika, viies võim ja võltsitud uudiste väärt-paberistamine. Global Policy. Dowden, B. (n.d.) Fallacies. Internet Encyclopedia of Philosophy. Kättesaadav aadressil: <https://iep.utm.edu/fallacy/>
- Fallacy In Logic (2021) Fallacy In Logic - mõtle kriitiliselt ja tee paremaid otsuseid. Kättesaadav aadressil: <https://fallacyinlogic.com>
- Hobbs, R. (2010). Digitaalne ja meediapädevus: A Plan of Action. Valge raamat digitaalse ja meediapädevuse soovitude kohta, mille esitas Knight'i komisjon kogukondade infovajaduste kohta demokraatias (Knight Commission on the Information Needs of Communities in a Democracy). Aspeni Instituut. 1 Dupont Circle NW Suite 700, Washington, DC 20036.
- Keyes, R. (2004). Tõejärgne ajastu: Ebaausus ja pettus tänapäeva elus. Macmillan.
- Filosoofia eetika (n.d.) Fallacious Reasoning (eksliku arutluse tuvastamine). Kättesaadav aadressil: <https://viva.pressbooks.pub/phi220ethics/chapter/identification-fallacious-reasoning/>
- Skyline College (n.d.) Information Literacy. Kättesaadav aadressil: <https://skylinecollege.edu/library/informationliteracy/>
- Stanford Encyclopedia of Philosophy (2020) Fallacies. Kättesaadav aadressil: https://plato.stanford.edu/entries/fallacies/?fbclid=I-wAR2tUH4lpfe3N6n-vEQ7KsDN9co_XQFe83ewllrykI3nAPHOUTH3XVZSSLA8

LOOGILISTE EKSITUSTE ÄRATUNDMINE JA EMOTSIOONIDE ÄRATAMINE NII INTERNETIS KUI KA VÄLJASPOOL

BIBLIOGRAAFIA

Iowa Ülikooli raamatukogud (2022) Loogilised eksimused sotsiaalmeedias. Kättesaadav aadressil: <https://guides.lib.uiowa.edu/c.php?g=849536&p=6077643&fbclid=IwAR24cDt29UnJA3WnbKOR-DO17wkFFSmaO3drrnb7Yaj-sUcARqFosEyLw-CQg>

University of North Carolina at Chapel Hill (2021) Fallacies. Kättesaadav aadressil: <https://writingcenter.unc.edu/tips-and-tools/fallacies/?fbclid=IwAR3WCbE7Razc-w96kJXI9L8oNU95TAAB8SwZBPZLBeFRchhhaLgV6tpwtwA>

University of Texas at El Paso (n.d.) Master List of Logical Fallacies. Kättesaadav aadressil: https://utminers.utep.edu/omwilliamson/ENGL1311/fallacies.htm?fbclid=IwAR2DCdeUQ3_8Zhv0-WQgmK6WmXPaboEZ4aujQoeYs-rOZMLMPahkC3xqG9Y



VÕLTSIMISALANE TEGEVUS

KAEBUS TEADMATUSELE

Keegi esitab “apelleerimise teadmatusetele”, mida mõnikord nimetatakse ka “teadmatuselähtuvaks argumendiks”, kui ta argumenteerib mingi seisukoha poolt või vastu, tuginedes teadmiste puudumisele antud teema kohta.

Teadmatus ehk teadmiste või teabe puudumine on selle loogilise vea peamine alus. Sisuliselt põhineb see ideel, et tõendite puudumine on tõend. Kui inimesed usuvad mõnda argumenti ainult sell-epärast, et seda ei ole ümber lükatud, siis teevad nad selle loogilise vea.

APELLEERIMINE TEADMATUSE EKSITUSELE

Te võite kasutada teadmatusetele apelleerimist positiivses või negatiivses vormis. Kui väite vastu ei esitata mingeid tõendeid, järeldatakse jaatavas vormis, et väide on tõene; kui väite toetuseks ei esitata mingeid tõendeid, järeldatakse negatiivses vormis, et väide on vale.

On loogiline viga eeldada, et teie järeldus on õige, sest puuduvad vastupidised tõendid. See loogiline viga asetab tõendamiskohustuse ebaõigesti kostjale, mitte hagejale.

Argumentatsiooniline eksitus, mida tuntakse kui “apelleerimist teadmatusetele”, esineb siis, kui väide esitatakse ilma igasuguste tõenditeta. Selle asemel väidetakse, et vastaspoolel on tõendamiskohustus, nagu tõestaks nende väite ümberlükkamise tõendite puudumine selle tõesust.

VÕLTSIMISALANE TEGEVUS

See, kes esitab väite, peab kandma vastutust selle tõepärasuse tõestamise eest. Seda ideed kasutatakse nii kriminaal- kui ka tsiviilõiguses. Kriminaalõiguses eeldatakse süüdistatava isiku süütust, kui tema süü ei ole tõendatud. Neil, kes süüdistavad kedagi kuriteos, on kohustus tõestada tema süüd. Tsiviilkohtumenetluses lasub tõendamiskohustus isikul, kes kaebab kinnisvaraomaniku hooletuse eest kohtusse, sest ta sai ruumides vigastada ohtlike tingimuste tõttu.

Sarnased tõendamiskohustuse reeglid kehtivad ka suulise arutamise puhul. Teie vastaspool ei ole kohustatud teie väiteid ümber lükkama, vaid teie olete kohustatud neid tõenditega toetama.



VÕLTSIMISALANE TEGEVUS

1. Ma ei ole kunagi varem jalgrattalt maha kukkunud, nii et mul ei ole mingit põhjust hakata sõitmisel kiivrit kandma.

a. Apellatsioon populaarsusele

b. Apelleerimine emotsioonidele

c. Pöördumine teadmatusse poole

d. Viisakuse üleskutse

2. Kuigi ma olin ainus töötaja, kes pidi siin olema, ei saa me välistada, et keegi teine sisenes hoonesse eile õhtul ja sõi kõik küpsised ära.

a. Apelleerimine emotsioonidele

b. Pöördumine teadmatusse poole

c. Apellatsioon populaarsusele

d. Viisakuse üleskutse

3. Te ei saa ümber lükata, et inglise keele õppijatest saavad kõige edukamad advokaadid.

a. Apellatsioon populaarsusele

b. Apelleerimine emotsioonidele

c. Pöördumine teadmatusse poole

d. Apellatsioon tarkusele

4. Kuna te ei ole suutnud oma süütust tõestada, Ma pean eeldama, et sa oled süüdi

a. Apellatsioon populaarsusele

b. Apellatsioon emotsioonidele

c. Pöördumine teadmatusse poole

d. Apellatsioon tarkusele

VÕLTSIMISALANE TEGEVUS

5. Isegi ateist Freud tunnistas, et Jumala olemasolu ei saa ümber lükata. Nii et meil on hea põhjus jätkuvalt temasse uskuda.

a. Apellatsioon populaarsusele

b. Apellatsioon emotsioonidele

c. Pöördumine teadmatuse poole

d. Apellatsioon tarkusele

7. Kõik mu sõbrad magasid läbi kompositsiooni 201 ja nad kõik läbisid selle. Pole mingit põhjust, miks see ei võiks olla sama ka minu jaoks.

a. Apelleerimine emotsioonidele

b. Pöördumine teadmatuse poole

c. Apellatsioon populaarsusele

d. Viisakuse üleskutse

6. Ma arvasin, et mul on põhjust arvata, et ma teen rühma juhtimisel hästi; keegi ei kurtnud.

a. Apellatsioon populaarsusele

b. Apelleerimine emotsioonidele

c. Pöördumine teadmatuse poole

d. Viisakuse üleskutse

8. Ta ei ole öelnud, et sa talle ei meeldi, eks ole? Nii et ta on ilmselt huvitatud. Helista talle.

a. Apellatsioon populaarsusele

b. Apelleerimine emotsioonidele

c. Pöördumine teadmatuse poole

d. Viisakuse üleskutse

VÕLTSIMISALANE TEGEVUS

9. Keegi ei ole kunagi tõestanud, et UFOd ei ole planeedil käinud, mis tähendab, et nad on käinud.

a. Apellatsioon populaarsusele

b. Apelleerimine emotsioonidele

c. Pöördumine teadmatuse poole

d. Viisakuse üleskutse

11. Ma saan matemaatikatunnis viie, sest ma veetsin palju unetuid öid õppides.

a. Apellatsioon populaarsusele

b. Apelleerimine emotsioonidele

c. Pöördumine teadmatuse poole

d. Viisakuse üleskutse

10. Kuna klassil ei ole küsimusi tunnis käsitletud teemade kohta, siis peab klass olema testiks valmis.

a. Apellatsioon populaarsusele

b. Apelleerimine emotsioonidele

c. Pöördumine teadmatuse poole

d. Viisakuse üleskutse

12. See šokolaadikook peab olema halb, sest keegi ei võta seda.

a. Apelleerimine emotsioonidele

b. Pöördumine teadmatuse poole

c. Apellatsioon populaarsusele

d. Viisakuse üleskutse

VÕLTSIMISALANE TEGEVUS

13. Teadus ei ole tõestanud, et ajas reisimine on võimalik, mis tähendab, et seda ei ole.

- a. Apellatsioon populaarsusele
- b. Apelleerimine emotsioonidele
- c. Pöördumine teadmatusse poole
- d. Viisakuse üleskutse

14. Milline järgnevatest oleks selline eksitus, mis apelleerib publiku teadmatusse?

- a. Jumala olemasolu ei saa tõestada. Sellest tulevalt ei saa Jumal olla olemas.
- b. Jumala olematust ei saa tõestada. Seega peab Jumal olema olemas.
- c. Minu sõber ei helistanud tagasi. Sellepärast ma tean, et nad ei meeldi mulle nüüd.
- d. Tõsi, iga küsimuse puhul

15. Kuidas oleks Karina võinud oma matkakaaslast paremini veenda, et kaugemale liikumine on hea mõte?

- a. Ta viitas pargijuhendi juhistele, kuidas kindlaks teha, millal on ohutu edasi minna.
- b. Ta rääkis sellest, et tema ja tema sõbrad ei olnud kunagi kogunud välkkiiret.
- c. Täpselt mitu korda oli ta seda tõusu ilma vahejuhtumiteta teinud, jagati nendega.
- d. Tõsi, iga küsimuse puhul.

16. Ma arvan, et mind ei võetud tööle. Nad ei vastanud kunagi minu kõnedele.

- a. Apellatsioon populaarsusele
- b. Apelleerimine emotsioonidele
- c. Pöördumine teadmatusse poole
- d. Viisakuse üleskutse

VÕLTSIMISALANE TEGEVUS

17. Meie pööningul elavad vaimud ja keegi ei ole suutnud nende olemasolu ümber lükata. Meeskonna kaptenist alates teeb Masha suurepäraselt tööd, sest keegi ei ole muret väljendanud.

- a. Apelleerimine emotsioonidele
- b. Pöördumine teadmatusse poole
- c. Apellatsioon populaarsusele
- d. Viisakuse üleskutse

18. Pole probleemi! Teemade, värvide ja kirjatüüpide galeriid annavad teile võimaluse lisada oma.

- a. Apellatsioon emotsioonidele
- b. Pöördumine teadmatusse poole
- c. Apellatsioon populaarsusele
- d. Apellatsioon tarkusele

19. Viga eeldada, et miski on tõsi, sest selle kohta puuduvad tõendid.

- a. Pöördumine teadmatusse poole
- b. Üleskutse topeltnegatiivsusele
- c. Apellatsioon tarkusele
- d. Apellatsioon populaarsusele

20. Kuni neid ei ole süüdi tunnistanud, peetakse neid, keda kahtlustatakse kuriteo toimepanemises, süütuks.

- a. Apellatsioon populaarsusele
- b. Apellatsioon emotsioonidele
- c. Pöördumine teadmatusse poole
- d. Apellatsioon tarkusele

VÕLTSIMISALANE TEGEVUS

21. Meie pööningul on kummitused; keegi ei ole suutnud tõestada, et neid ei ole.

- a. Apelleerimine emotsioonidele
- b. Pöördumine teadmatusse poole
- c. Apellatsioon populaarsusele
- d. Viisakuse üleskutse

22. Mitt Romney kaotaks Medicaid ja sotsiaalkindlustushüvitised, kui ta võidaks valimised.

- a. Apellatsioon populaarsusele
- b. Apelleerimine emotsioonidele
- c. Pöördumine teadmatusse poole
- d. Viisakuse üleskutse

23. Kui vabariiklane valitakse, surevad naised ebaseaduslike abortide tagajärjel.

- a. Apellatsioon populaarsusele
- b. Apelleerimine emotsioonidele
- c. Pöördumine teadmatusse poole
- d. Apellatsioon tarkusele

24. Kui demokraat võidab, katab valitsus kõik minu kommunaalkulud ja annab mulle tasuta uue mobiiltelefoni.

- a. Apellatsioon populaarsusele
- b. Apellatsioon emotsioonidele
- c. Pöördumine teadmatusse poole
- d. Apellatsioon tarkusele

EKSLIKUD EMOTSIONAALSED ÜLESKUTSED

Selleks, et inimesed nõustuksid nõrga argumendi järelausega, kasutatakse ühte loogilist eksitust, mida tuntakse kui emotsioonidele apelleerimist (näiteks petlik või alusetu). Isik, kes argumentatsiooni ajal emotsionaalsele apellatsioonile tugineb, võib in- stantsi puhul teha jõupingutusi, et õhutada kuulajate pahameelt oma allika suhtes, et veenda neid eirata.

Andke oma emotsionaalne kaitse. “Kui te arvate, et empaatia süüdistatava suhtes on oluline, siis kuidas oleks ka empaatia tema ohvri suhtes?” Illustratsioonina võiksite proovida kutsuda esile negatiivse emotsiooni, et tasakaalustada esmalt esile kutsutud positiivset emotsiooni. See vastandub eetose ja logose per- suatiivsetele meetoditele (mõjutamine, mis põhineb kõneleja iseloomul ja usaldusväärsusel). See on tihedalt seotud Aristotelese patose ideega, mis käsitleb inimeste - eriti kõnede kuulajate - veenmist nende emotsioonidele apelleerimise teel.

Oluline on mõista emotsionaalseid pöördumisi, sest need võivad olla veenvad ja neid kasutatakse sageli erinevates kontekstides.

EKSLIKUD EMOTSIONAALSED ÜLESKUTSED

NÄITED EMOTSIOONIDELE VIITAMISE KOHTA

Näide emotsionaalsest kaitsest on: “Nad ütlevad, et see, mida ma tegin, oli kuritegu, aga ma ei ole süüdi, sest kui ma olen, siis pean veetma palju kohutavaid aastaid vanglas.” Sellisel juhul esitab kõneleja emotsionaalse pöördumise kuulajate sümpaatiale (või sellega seotud emotsioonidele, nagu haletsus ja kaastunne), väites, et kui ta on süüdi, tuleb tal toime tulla ebameeldivate tagajärgedega, kuigi need tagajärjed ei ole seotud sellega, kas ta on süüdi või mitte.

Siinkohal mängib kõneleja kuulajate vihaga (või sarnaste tunnetega nagu pahameel ja pahatahtlikkus), kritiseerides oma ak-kuusijaid. Ta mängib ka kuulajate solidaarsustundega, identifitseerides end ühena neist ja edendades me vs. nemad mõtteviisi. “Ja need isikud tunnevad, et nad on meist paremad, nii et me ei peaks kuulama, mida neil on minu süü kohta öelda,” võib kõneleja selles näites lisada teise emotsioonile apelleerimisena, et toetada esimest. Jällegi ei ole see kõik loogiliselt seotud sellega, kas ta on süüdi või mitte, kuid seda tehakse ka selleks, et muuta kuulajate tunnet tema süütunnet.

Kuigi jällegi ei ole sellel kõigel loogiliselt midagi pistmist sellega, kas ta on süüdi. Selle eesmärk on samuti muuta publiku arusaama tema süüst.

Strateegia “mõttele lastele” kasutab emotsionaalseid üleskutseid, et toetada laste õigusi toetavaid väiteid. Sellised argumendid on mõeldud tugeva emotsionaalse reaktsiooni esilekutsumiseks, sest enamik inimesi soovib lapsi kahjustuste eest kaitsta. Ühe sellise argumendi illustratsioon on järgmine: “Kuidas on võimalik argumenteerida internetikitsikuse vastu? Mõelge õnnetutele lastele, kes võivad puutuda kokku taunitava materjaliga.” Lisaks kombineeritakse emotsionaalseid üleskutseid sageli muude retooriliste vahendite ja loogiliste eksistite abil. Vaktsiinid on ebaloomulikud; on vastumeelne, et inimesed vabatahtlikult midagi sellist oma kehasse panevad, nagu järgmises näites.

EKSLIKUD EMOTSIONAALSED ÜLESKUTSED

On vastik, et inimesed panevad vabatahtlikult midagi sellist oma kehasse, sest vaktsiinid on ebaloomulikud. Siinkohal kasutatakse argumenti, milles kasutatakse vale loodusele pöördumist koos inimeste vastumeelsuse nõudmisega, et õhutada negatiivset emotsionaalset reaktsiooni millegi suhtes, mida esitatakse ebatavalisena.

Siin on veel üks illustratsioon sellest:

Ajakirjanik: Kuidas suhtute erakonna juhi vastu esitatud süüdistustesse?

Poliitik: Oh ei, veel üks tulevane ajakirjanik, kellele suured meediakontsernid maksavad selle naeruväärse päevakorra edendamiseks.

Siin kasutatakse ad hominem rünnakut koos emotsioonidele apelleerimisega, et õhutada negatiivset emotsionaalset reaktsiooni ajakirjaniku vastu. Lisaks sellele on see ka punase heeringasena, et juhtida tähelepanu kõrvale ajakirjaniku ja publiku põhiküsimuselt poliitikule.



EKSLIKUD EMOTSIONAALSED ÜLESKUTSED

EMOTSIOONIDELE TUGINEVATE APELLAT- SIOONIDE LIIGID

Argumendid võivad tugineda ühele kahest peamisest emotsionaalsest tüübist:

- Negatiivsed emotsioonid
- Positiivsed emotsioonid



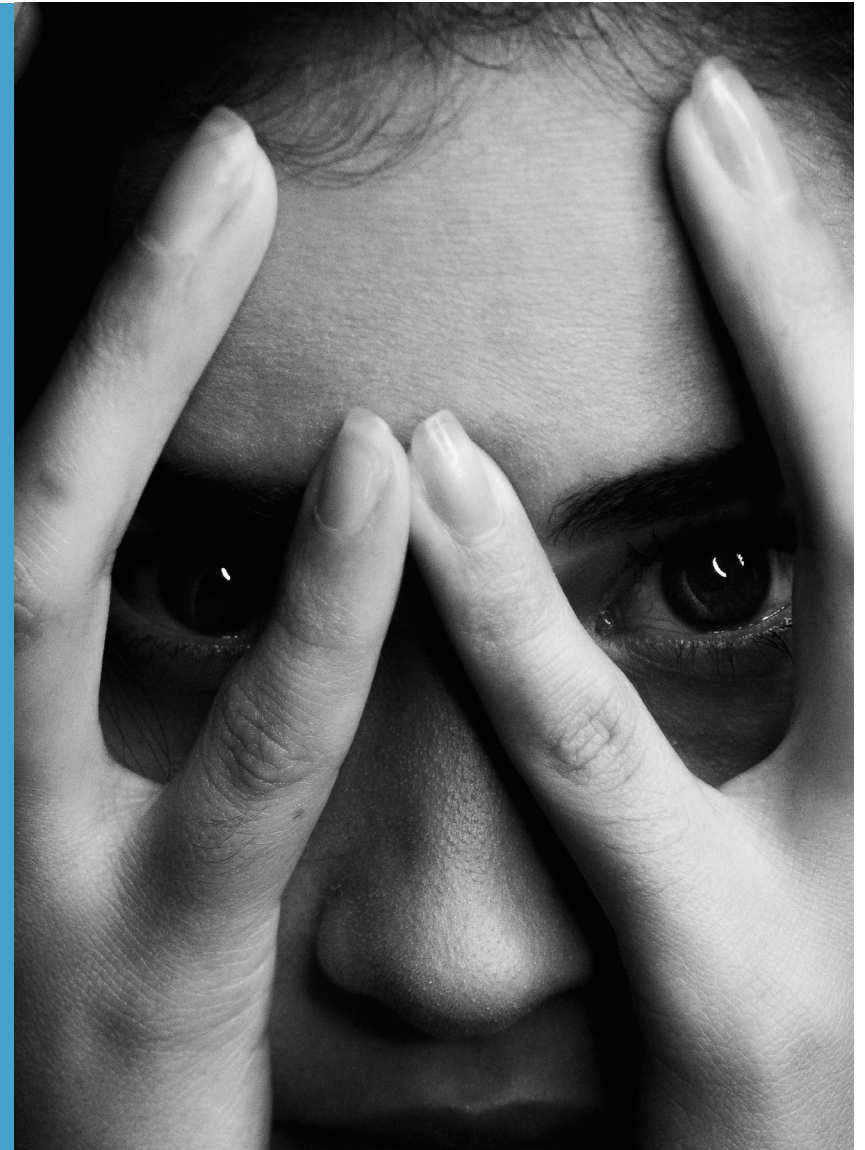
EKSLIKUD EMOTSIONAALSED ÜLESKUTSED

NEGATIIVSED EMOTSIOONID HIRM JA ÄREVUS

Hirm on ainus emotsioon, mida on põhjalikult uuritud per-suasioonis. Uuringute kohaselt sunnib hirm inimesi “murdma rutiinist ja pöörama suurt tähelepanu välismaailmale”, mis hõlmab ka müügipakkumisi.

Lisaks on avastatud, et hirm soodustab poliitilist osalemist: “Kui inimesed on mures kandidaatide pärast, osalevad nad tõenäolisemalt poliitikas. Inimesed pööravad rohkem tähelepanu poliitilisele keskkonnale, kui nad on oma poliitiliste valikute pärast ebakindlad.

Kui inimesed on mures, kuid mitte ülemäära vaimustunud kandidaatide pärast, kes kontrollivad poliitilist maastikku, siis õpivad nad nende kohta rohkem (st nad saavad uusi ja täpseid teadmisi).” Hirm põhjustab sageli muutusi suhtumises ja käitumises. Kuid järgmised neli muutujat “võivad suhelda, et mõjutada hirmu tekitava sõnumi töötlemise sügavust: (a) hirmu tüüp (krooniline vs. äge), (b) rahustavat teavet sisaldava sõnumi ekspektsioon, (c) propageeritava käitumise tüüp (nt haiguse avastamine vs. tervise edendamine) ja (d) teema tuttavlikkus”.



EKSLIKUD EMOTSIONAALSED ÜLESKUTSED



TUNNET

Kui keegi rikub juurdunud moraalset, eetilist või religioosset põhimõtet, tunneb ta end süüdi. Ainult lühidalt on uuritud süütunde mõju veenmisele. Vastupidiselt hirmu apelleerimisele näitavad uuringud, et süütunde, kui see on piiratud ulatuses esile kutsutud, võib parandada konkreetsete eesmärkide saavutamist. Kuid äärmusliku süütunde tekitamiseks mõeldud sõnumid võivad tekitada viha, mis takistab veenmise edu.

VIHA

Viha mõju veenmisele ei ole veel uuritud. Kuid teised uuringud “näitavad, et viha ja hoiakute muutmise vahel on olemas kasulik seos”. Uurijad avastasid, et “selliste murede lahendamiseks mõeldud seadusandlike jõupingutuste heakskiitmine korrigeerus alaealiste kuritegevuse ja kodumaise terrorismi suhtes esilekutsutud viha”. Erinevalt hirmust oli viha seotud põhilise (ligilähedase) teabe töötlemisega, sealhulgas selgete signaalide arvestamisega. Tahtmatult tekitatud viha seevastu “on näidanud, et see korreleerub negatiivselt hoiakutega, mis reageerivad oletatavale süü- ja hirmuavaldusele”. Kuna poliitikud võivad sihipäraselt õhutada viha, et parandada oma toetajate motivatsiooni ja osalemist, on uuritud

EKSLIKUD EMOTSIONAALSED ÜLESKUTSED

ka raevu ilmset kasutamist poliitilistes kampaaniates. Ajaloolase Nicole Hemmeri sõnul sõltub Ameerika kandidaadi võime oma viha kontrollida siiski sellest, kes ta on.

SADNESS

AIDSi, ebaseaduslike ainete ja noorukite kuritegevuse kontekstis on kurbuse erutus seotud suhtumise muutusega.

DISGUST

Kui vastumeelsus on esitatud loomkatsete vastase propaganda kontekstis, seostatakse seda negatiivselt arvamuse muutmisega. See on kooskõlas mõttega, et vastikustunne paneb inimest selle allikat tagasi lükkama.

MUUD NEGATIIVSED EMOTSIOONID on pahameel, pahameel, pahameel, kadedus, armukadedus, edevus, viha, pahameel, vastumeelsus, põlgus, kibestumus, usaldamatus, haletsus, pettumus, pettumus, pessimism, küünilisus, apaatia, meeleheide, abitus, häbi, häbi, häbi.



EKSLIKUD EMOTSIONAALSED ÜLESKUTSED



POSITIIVSED EMOTSIOONID

UHKUS

Ühes hõlpsasti tuvastatavas uhkuse ja veenmise uuringus käsitleti kultuuri rolli tarbijate reaktsioonis reklaamile ja avastati, et kollektivistlikest kultuuridest (nagu Hiina) pärit inimesed olid vastuvõtlikumad uhkusel põhinevatele üleskutsetele. Seevastu individualistlikest kultuuridest (nagu Ameerika Ühendriigid) pärit inimesed olid vastuvõtlikumad empaatiapõhiste üleskutsetele.

RELIEF

Mõnede teadlaste sõnul suurendab ärevus, millele järgneb kergendus, nõudmise täitmist rohkem kui hirm, sest kergendus desorienteerib inimesi ajutiselt, muutes nad rohkem vastuvõtlik ettepanekutele. Reljeefil põhinev mõjutamine tuleneb vähem põhjalikust teabetööstusest.

EKSLIKUD EMOTSIONAALSED ÜLESKUTSED

HOPE

Uuringud on näidanud, et lootusele kutsumine on tõhus, eriti nende inimeste puhul, kes peavad end hirmule kalduvaks. Adrienne Martin näitab seda oma raamatus “Kuidas me loodame”, kuigi lootust tajutakse ja mõistetakse sageli abstraktse ideena. Alustame lootusest.

Siis me kohtume sellega. Näiteks kui meil on eesmärk, mida me tahame saavutada, ajendab meid lootus edule tegema vajalikke pingutusi. Lootus muudab ka seda, kuidas me suhtume teistesse inimestesse. Martin selgitab, et kui me suudame kellegagi suhestuda, hellitame lootust tema edule, muutustele või isiklikule arengule.

MUUD POSITIIVSED EMOTSIOONID on rõõm, õnn, nauding, lõbu, põnevus, kergendus, optimism, julgus, alandlikkus, headus, tänulikkus, imetlus, kaastunne, sümpaatia, usaldus, austus, kiindumus ja armastus.



EKSLIKUD EMOTSIONAALSED ÜLESKUTSED

Nende emotsioonide liigitamise osas ei ole üksmeelt. Mõnda, näiteks küünilisust, ei peeta alati emotsioonideks. Teisi, nagu näiteks uhkust, ei liigitata järjekindlalt, nii et neid võib aeg-ajalt liigitada nii positiivselt kui ka negatiivselt.

Sama kehtib ka teiste tunnete ja vaimse seisundi kohta, mida argumendid võivad püüda esile kutsuda, näiteks üllatus, entusiasm, ebakindlus, empaatia, sõbralikkus, kaasaelamine, solidaarsus, nostalgia ja usaldus. See kehtib ka seotud ideede kohta, nagu populaarsus (argumentum ad populum), jõud (argumentum ad baculum), meelitus, rahvuslus (ja patriotism) ning tagajärjed, mida võib sellistesse argumentidesse kaasata (argumentum ad consequentiam).

Praktiliselt võttes on emotsioonide konkreetne liigitamine praeguses olukorras mittevajalik. Selle asemel on ülioluline määratleda emotsionaalne üleskutse ja emotsioon (või sellega seotud seisund), millele see on suunatud. Seda tehes on ülioluline meeles pidada, et isegi positiivsed

Emotsioonidele võib tugineda petlikul ja manipuleerival viisil, mis toob kaasa ebasoodsaid tulemusi.

Lisaks sellele võib emotsioonidele pöördumise erinevaid alatüüpe näha argumentides, mis kasutavad mitut emotsiooni. Teiste eksituste hulka kuuluvad näiteks hirmu ja lootuse taotlused. Need on sarnased struktuurilt ja eesmärgilt, kuid erinevad peamiselt emotsioonide poolt, mida nad esile kutsuvad. On erimeelsusi selle üle, kas nimetada argumenti, mis kutsub esile teatud emotsiooni, “apellatsiooni emotsioonile” või tegeliku emotsiooni järgi, mida see hõlmab (nt “argument haletsusest” või “argumentum ad misericordiam”, “apellatsioon haletsusele”). Kuid mida enam on seda tüüpi argument levinud, seda tõenäolisemalt kannab see ka teist nime.

EKSLIKUD EMOTSIONAALSED ÜLESKUTSED

EMOTSIOONIDE ÄRATAMISE VIISID

Sõltuvalt esilekutsutavast emotsioonist, selle esilekutsumise põhjusest ja sihtrühmast on selleks mitmeid viise. Selle saavutamiseks kasutatakse sageli järgmisi meetodeid:

- Asjakohaste tsitaatide või anekdootide esitamine.
- Kasutades metafoore või lugusid.
- Vale võrdluste kasutamine.
- põletava ja tõenäoliselt eksitava keele kasutamine (nt keelekasutus, mis dehumaniseerib kedagi, keda peetakse vastaspooleks).
- Südamlike ja kirglike sõnavõtude esitamine.
- Täiendavad retoorilised vahendid ja loogikavead (nt Gish galop ja ümberlökkamine).

MIKS EMOTSIOONIDELE APELLEERIMINE VÕIB OLLA TÕHUS

Inimeste loomupärase irratsionaalsuse tõttu, eriti nende kalduvuse tõttu töödelda teavet erapoolikult ja eelistada intuiitivset, emotsionaalset arutlust faktidel põhineva, loogilise ja analüütilise arutluse ees, võivad emotsionaalsusele pöördumised olla retoorilise vahendina tõhusad, kuigi need on valed.

Lisaks on vaidlused sageli seotud emotsioonidega. Neid võib pidada loogiliselt põhjendatuks, mistõttu mõned inimesed nõustuvad nendega isegi siis, kui see on ebaloogiline. Näiteks võib mõnikord olla loogiliselt põhjendatud mõelda, kas teatud tegevus paneb kedagi end hästi või halvasti tundma, mis võib panna inimesi seda aspekti kaaluma isegi siis, kui see ei ole argumendi seisukohalt oluline.

Lisaks kombineerivad emotsioonidele tuginevad argumendid sageli kehtivat argumentatsiooni emotsioonide eksliku kasutamisega, mis raskendab nende argumentide probleemi märkamist ja nende veenvuse tugevdamist.

EKSLIKUD EMOTSIONAALSED ÜLESKUTSED

KUIDAS REAGEERIDA EMOTSIOONIDELE SUUNATUD ÜLESKUTSETELE

Emotsioonidele saab reageerida ja neile vastu seista mitmel viisil:

1. Leia loogiline viga: Sa võid näidata, kuidas kõnealune argument tugineb põhjendamatult emotsioonidele, öeldes näiteks, et “see, kas see inimene meile meeldib või mitte, ei tohiks olla oluline selle üle otsustamisel, kas see, mida ta tegi, oli vale”.

2. Juhtige tähelepanu manipuleerimiskatsele: Näiteks võite tuvastada emotsiooni, millele argument apelleerib, ja selgitada, mida ta üritab publikut veenda, öeldes: “Sa üritad kõiki liiga vihastada, et näha, et sinu argument ei põhine ühelgi konkreetsel tõendil.” Siiski peaksite oma vastuse sõnastamisel arvestama nende kavatsusega ja sellega, kui kindel olete selles. Selleks peaksite uskuma, kas isiku, kes kasutas argumenti, eesmärk oli tõenäoliselt manipuleerida kuulajatega.

3. Andke oma emotsionaalne kaitse: “Kui te arvate, et empaatia süüdistatava suhtes on oluline, siis kuidas oleks em- patia ka tema ohvri suhtes?” Illustratsioonina võite esile kutsuda negatiivse emotsiooni, et ta- sakaalustada esmalt esile kutsutud positiivset emotsiooni.

4. Pidage kinni oma algsest mõttekäigust: Võiksite emotsionaalset üleskutset ignoreerida ja jääda oma algse punkti juurde, selle asemel, et sellele otse vastata.

EKSLIKUD EMOTSIONAALSED ÜLESKUTSED

Te peaksite oma vastuses kaaluma teisi retoorilisi vahendeid või eksitusi, kui nendega koos kasutatakse emotsioonidele apelleerimist. Mõelge stsenaariumile, kus emotsionaalset üleskutset kasutatakse koos varitsusargumendiga, mille eesmärk on esitada algse seisukoha vale kujutus, et seda oleks lihtsam ümber lükata. Seejärel käsitlege seda, kui tegelete emotsioonide problemaatilise kasutamisega. Lisaks sellele pidage meeles, et mitte kõik emotsioonidele tuginevad või nendele viitavad argumendid ei ole tingimata valed emotsioonidele apelleerimise viisid, kui otsustate, kuidas vastata. Isegi kui mõte apelleerib ekslikult emotsioonidele, ei tähenda see tingimata, et selle järelendus on vale.

KUIDAS VÄLTIDA ARGUMENTE, MIS KASUTAVAD EMOTSIOONIDELE TUGINEVAID APELLEERIMISI

Peaksite kaaluma, kas emotsioonide esilekutsumine või arutamine on antud argumendis vastuvõetav, et vältida põhjendamatu emotsioonidele apelleerimist. Kui tunnete, et see on ratsionaalne, peaksite tegutsema loogiliselt. Näiteks peaksite vältima emotsioonide kasutamist

kuulajate tähelepanu kõrvalejuhtimiseks ja oma seisukoha toetamise kohustusest vabanemiseks.

JÄRELDUS JA KOKKUVÕTE

Emotsioonidele tuginev loogiline eksitus hõlmab inimeste emotsioonidele apelleerimist, et veenda neid nõustuma veenva argumendi (näiteks petliku või alusetu) järeldusega. Arutelu käigus võib keegi, kes esitab emotsionaalse pöördumise, näiteks üritada publikut oma allikale vihastada, et nad teda ignoreeriks. Kuna inimestel on kalduvus tugineda sageli pigem emotsionaalsele kui analüütilisele arutlusele, võivad need argumendid tugineda erinevatele emotsioonidele (nagu viha, hirm ja kaastunne).

Teil on kolm võimalust, kui reageerite emotsioonidele:

- Juhtige tähelepanu nende ebaloogilisele eksitusele ja manipuleerimise katsele.
- Jääge algse mõttekäigu juurde.
- Tehke oma emotsionaalne juhtum.

Mõelge, kas on asjakohane lisada emotsionaalset komponenti mõnda argumenti ja kui jah, siis kas te saate seda teha nii, et see oleks loogiliselt põhjendatud, et vältida selliste valeargumentide esitamist ise.

EKSLIKUD EMOTSIONAALSED ÜLESKUTSED

HARJUTUSED

1. Kui te arvate, et empaatia süüdistatava suhtes on oluline, siis kuidas oleks näiteks empaatia ka tema ohvri suhtes?

- Emotsionaalne kaastunne
- Emotsionaalne pingutus
- Emotsionaalne kaitse
- Emotsionaalne süütunne

2. Kui keegi rikub mingit juurdunud moraalsel, eetilisel või usulist põhimõtet, tunneb ta ?

- Viha emotsionaalne üleskutse
- Emotsionaalne üleskutse süüdi
- Emotsionaalne pöördumine hirmu poole
- Emotsionaalne pöördumine kurbuse poole

3. Mis sunnib inimesi rutiinist väljuma ja välismaailma tähelepanelikult jälgima?

- Emotsionaalne pöördumine hirmu poole
- Emotsionaalne üleskutse uhkusele
- Emotsionaalne üleskutse süüdi
- Viha emotsionaalne üleskutse

4. Sõltuvalt esilekutsutavast emotsioonist, selle esilekutsutamise põhjusest ja sihtrühmast on selleks mitmeid viise. Selle saavutamiseks on sageli kasutatavad meetodid järgmised, VÄLJA arvatud?

- Asjakohaste tsitaatide või anekdootide esitamine.
- Kasutades metafoore või lugusid.
- Kasutades tõelisi võrdlusi.
- põletava ja tõenäoliselt eksitava keele kasutamine

EKSLIKUD EMOTSIONAALSED ÜLESKUTSED

HARJUTUSED

5. On erimeelsusi selle üle, kas nimetada argumente, mis kutsuvad esile teatud emotsiooni, “emotsioonile apelleerimiseks” või tegeliku emotsiooni järgi, mida see hõlmab?

- Emotsionaalne pöördumine emotsioonide poole
- Emotsionaalne üleskutse sümpaatiale
- Emotsionaalne pöördumine hirmu poole
- Emotsionaalne üleskutse vastumeelsusele.

6. Kui meil on eesmärk, mida me tahame saavutada, mis ajendab meid tegema vajalikke pingutusi

- Emotsionaalne üleskutse kaastundele
- Emotsionaalne üleskutse lootusele
- Emotsionaalne pöördumine õnne poole

7. Selliste probleemide lahendamiseks mõeldud seadusandlike jõupingutuste heakskiitmine vastas vastuseks alaealiste kuritegevusele ja riigisisesele terrorismile?

- Viha emotsionaalne üleskutse
- Emotsionaalne pöördumine hirmu poole
- Emotsionaalne pöördumine õnne poole
- Emotsionaalne üleskutse kaastundele

8. Mis on ette nähtud loomavastase eksperimentaalpropaganda kontekstis, mis on negatiivselt seotud arvamuse muutmisega?

- Emotsionaalne pöördumine hirmu poole
- Emotsionaalne üleskutse vastumeelsusele
- Emotsionaalne pöördumine kurbuse poole
- Viha emotsionaalne üleskutse

EKSLIKUD EMOTSIONAALSED ÜLESKUTSED

HARJUTUSED

9. Mõnede teadlaste sõnul järgneb ärevusele, mis suurendab nõudmisele vastavust rohkem kui hirm, sest kergendus desorienteerib inimesi ajutiselt, muutes nad ettepanekutele vastuvõtlikumaks?

- Emotsionaalne üleskutse lootusele
- Emotsionaalne üleskutse kaastundele
- Emotsionaalne üleskutse uhkusele
- Emotsionaalne üleskutse leevendusele

10. Kui inimesed on mures, kuid mitte liigselt entusiastid kandidaatide pärast, kes kontrollivad poliitilist maastikku, õpivad nad nende kohta rohkem (st saavad uusi ja täpseid teadmisi) on näide?

- Emotsionaalne pöördumine kurbuse poole
- Emotsionaalne pöördumine hirmu ja ärevuse poole
- Emotsionaalne üleskutse leevendusele
- Viha emotsionaalne üleskutse

11. Nad ütlevad, et see, mida ma tegin, oli kuritegu, aga ma ei ole süüdi, sest kui ma olen, siis pean ma veetma palju kohutavaid aastaid vanglas.” Siinkohal esitab kõneleja emotsionaalse üleskutse ?

- Emotsionaalne üleskutse empaatialle
- Emotsionaalne üleskutse lootusele
- Emotsionaalne pöördumine hirmu poole
- Emotsionaalne üleskutse kaastundele

12. Kui ta on süüdi, peab ta toime tulema ebameeldivate tagajärgedega, kuigi need tagajärjed ei ole seotud sellega, kas ta on süüdi või mitte. Kõneleja mängib siin publiku?

- Emotsionaalne pöördumine kurbuse poole
- Emotsionaalne kaebus süütundele
- Viha emotsionaalne üleskutse
- Emotsionaalne pöördumine hirmu poole

EKSLIKUD EMOTSIONAALSED ÜLESKUTSED

HARJUTUSED

13. Kuidas on võimalik argumenteerida internetikeskkonna vastu? Mõtle õnnetu lastele, kes võivad puutuda kokku taunitava materjaliga on näide?

Viha emotsionaalne üleskutse

Emotsionaalne kaebus süütundele

Emotsionaalne kaebus kaitsele

Emotsionaalne üleskutse uhkusele

15. Kuna poliitikud võivad sihipäraselt õhutada mida, et parandada oma toetajate motivatsiooni ja osalemist, siis on uuritud ka raevu ilmset kasutamist poliitilistes kampaaniates?

Emotsionaalne üleskutse kaastundele

Emotsionaalne üleskutse uhkusele

Emotsionaalne üleskutse naudingutele

Viha emotsionaalne üleskutse

14. Kultuuri roll tarbijate reaktsioonis reklaamile ja avastas, et kollektivistlikest kultuuridest pärit inimesed olid vastuvõtlikumad?

Emotsionaalne üleskutse lootusele

Emotsionaalne üleskutse uhkusele

Emotsionaalne üleskutse kaastundele

Emotsionaalne üleskutse naudingutele



EMOTSIONAALNE KAEBUSE

TEGEVUS

EMOTSIONAALNE EKSITUS

Mitteametlik eksitus, “apelleerimine emotsioonidele” (või “argumentum ad passiones”, ladina keelest “kirgedele”) esineb siis, kui keegi üritab teist inimest veenda, apelleerides tema emotsioonidele, mitte tema ratsionaalsele mõttele.



Hirmu äratamine (hirmutamise taktika)

Kirjeldus: See argument on katse teid võita, muutes teid ärevaks ja hirmuliseks.

Kommentaariid: Mõnikord ajavad inimesed segamini hirmu üleskutse ja jõu üleskutse. Erinevus on selles, et hirmu üleskutse on lihtsalt hoiatus. Selles avalduses ennustab kõneleja, et kuulajaga juhtub halba, kuid ei ähvarda olla selle kahju põhjustaja. Vägivallaga ähvardamine on üleskutse selle kasutamiseks. Kõneleja lubab kuulaja vastu midagi ette võtta.

EMOTSIONAALNE KAEBUSE

TEGEVUS

TAVALISED LOOGILISED EKSIMUSED

Ümbriline argument kordab argumenti, mitte ei tõenda seda.

Ad Hominem rünnak: Ad hominem ründab pigem isiku iseloomu kui tema arvamusi või argumente. **Apellatsioon autoriteedile:** Apelleerimine autoriteedile on väga levinud loogilise vea vorm. Autoriteedile tuginemine tähendab, et argumentide toetuseks kasutatakse selle isiku usaldusväärset ja asjatundlikkust. Sellel on potentsiaali, kuid see ei tohiks olla teie juhtumi peamine tugisammas. Ärge kunagi unustage, et võimuesindaja arvamust ei aktsepteerita alati faktina.

MEHE VASTU

“Mehe vastu” eksitus, mida tuntakse ka kui “ad hominem”, on levinud taktika, mida mõlemad pooled kasutavad tulise diskussiooni ajal. See tähendab, et oma vastase vastu tehakse teravaid isiklikke rünnakuid. Te olete toime pannud eksituse ad hominem, kui olete teinud isikliku märkuse või kriitika, selle asemel et käsitleda vastase argumendi sisu.

EMOTSIONAALNE KAEBUSE

TEGEVUS

Tu Quoque Fallacy: See tähendab teise inimese solvamist selle eest, et ta on teinud teatud valikuid minevikus. Seda tuntakse ka kui silmakirjalikkusele apelleerimist. See on versioon “Vaata, kes räägib”. Sageli tähendab see enda puuduste tähelepanuta jätmist ja teise inimese mahategemist. See on kaitsekäik ja seda kasutatakse tavaliselt siis, kui inimene teab, et ta on oma teenete poolest lüüa saanud ja peab nüüd nägu päästma.

Apellatsioon teadmatusetele: Selle eksituse põhiolemus seisneb selles, et väide on tõene, sest seda ei ole veel tõestatud. Sellega olete kokku puutunud kõikvõimalikes kohtades - alates igapäevastest vestlustest kuni suuremahulise reklaami ja poliitiliste kampaaniateni.

- Hirmutamistaktika - keeruliste küsimuste taandamine ohuks või võimaliku ohu liialdamine tunduvalt suuremaks, kui see on statistiliselt tõenäoline.
- Kas või või valikud - keerulise küsimuse taandamine kahele piiratud alternatiivile või tahtlik alternatiivide varjamine.
- Slippery Slope (libe nõlv) - täna tehtud väike eksimus on homme laviin.
- Sentimentaalne appellatsioon - kasutada liigseid emotsioone, et juhtida lugeja tähelepanu kõrvale keeruliste sotsiaalsete küsimuste tervikpildist.
- Bandwagon Appeals - kutsuda teisi üles järgima sama teed, mida kõik teisedki lähevad.

EMOTSIONAALNE KAEBUSE

TEGEVUS (MCQS)

1. “Goodyear. Sest teie rehvidest sõltub palju.” [Viisuaal: laps autoistmel. Väljaspool autot sajab vihma ja auto libiseb ebakindlalt.]

a. Apellatsioon populaarsusele

b. Apelleerimine emotsioonidele

c. Ad Hominem rünnaku üleskutse

d. Apellatsioon hirmule

2. “Listerine: tapab bakterid, mis võivad põhjustada halba hingeõhku.”

a. Apellatsioon hirmule

b. Apelleerimine emotsioonidele

c. Ad Hominem rünnaku üleskutse

d. Viisakuse üleskutse

3. “Kui Mehhiko saadab oma inimesi, ei saada nad oma parimaid. Nad saadavad inimesi, kellel on palju probleeme. Nad toovad narkootikume. Nad toovad kuritegevust. Nad on vägistajad. Ja mõned, ma eeldan, on head inimesed.” - Donald Trump (2015, kampaaniaüritusel)

a. Apellatsioon hirmule

b. Apelleerimine emotsioonidele

c. Ad Hominem rünnaku üleskutse

d. Viisakuse üleskutse

4. Kiiresti saavad joosta ainult inimesed, kes on heas vormis. Kiire jooksmine viib inimesed heasse vormi.

a. Apellatsioon populaarsusele

b. Apellatsioon emotsioonidele

c. Ad Hominem rünnaku üleskutse

d. Apellatsioon tarkusele

EMOTSIONAALNE KAEBUSE

TEGEVUS (MCQS)

5. Ma võin raha kulutada, sest mul on krediitkaart. Mul on vaja krediitkaarti, et ma saaksin raha kulutada.

a. Apellatsioon populaarsusele

b. Ad Hominem rünnaku üleskutse

c. Apellatsioon autoriteedile

d. Apellatsioon tarkusele

7. Kõik mu sõbrad magasid läbi kompositsiooni 201 ja nad kõik läbisid selle. Pole mingit põhjust, miks see ei võiks olla sama ka minu jaoks.

a. Apelleerimine emotsioonidele

b. Pöördumine teadmatusesse

c. Apellatsioon populaarsusele

d. Viisakuse üleskutse

6. "Isegi Albert Einstein uskus Jumalasse! Kuidas saab olla ateist? Kas sa arvad, et oled targem kui Einstein?"

a. Apellatsioon populaarsusele

b. Apellatsioon emotsioonidele

c. Apellatsioon autoriteedile

d. Apellatsioon tarkusele

8. Ta ei ole öelnud, et sa talle ei meeldi, eks ole? Nii et ta on ilmselt huvitatud. Helista talle.

a. Apellatsioon populaarsusele

b. Apelleerimine emotsioonidele

c. Pöördumine teadmatusesse

d. Viisakuse üleskutse

EMOTSIONAALNE KAEBUSE

TEGEVUS (MCQS)

9. Keegi ei ole kunagi tõestanud, et UFOd ei ole planeedil käinud, mis tähendab, et nad on käinud.

- a. Apellatsioon populaarsusele
- b. Apelleerimine emotsioonidele
- c. Pöördumine teadmatuse poole
- d. Viisakuse üleskutse

10. Kuna klassil ei ole küsimusi tunnis käsitletud teemade kohta, siis peab klass olema testiks valmis.

- a. Apellatsioon populaarsusele
- b. Apelleerimine emotsioonidele
- c. Pöördumine teadmatuse poole
- d. Viisakuse üleskutse

11. Kui te küsite Mahaae'lt: "Rishil on tõesti halb maitse riiete osas, seetõttu ei tohiks te teda kuulata iga-aastase moeshow eelarve läbivaatamise teemadel."

- a. Apellatsioon emotsioonidele
- b. Pöördumine teadmatuse poole
- c. Apellatsioon tarkusele
- d. Mehe vastu

12. Esimene väitleja: Vastas: "Riik on võlgades ja me ei peaks suurendama kaitse-eelarvet." Oponent: "Riik on võlgades ja me ei peaks suurendama kaitse-eelarvet": "Ma ei suuda teid uskuda. Kas te tahate jätta riigi kaitseta?"

- a. Pöördumine teadmatuse poole
- b. Viisakuse üleskutse
- c. Mehe vastu
- d. Õlgküünla mees

EMOTSIONAALNE KAEBUSE

TEGEVUS (MCQS)

13. Te ei saa ümber lükata, et inglise keele õppijatest saavad kõige edukamad advokaadid.

- a. Apellatsioon populaarsusele
- b. Apelleerimine emotsioonidele
- c. Pöördumine teadmatuse poole
- d. Viisakuse üleskutse

14. Kuna te ei ole suutnud tõestada oma süütust, siis pean ma eeldama, et te olete süüdi.

- a. Apellatsioon populaarsusele
- b. Apelleerimine emotsioonidele
- c. Pöördumine teadmatuse poole
- d. Apellatsioon tarkusele

15. Isegi ateist Freud tunnistas, et Jumala olemasolu ei saa ümber lükata. Nii et meil on hea põhjus jätkuvalt temasse uskuda.

- a. Apellatsioon populaarsusele
- b. Apellatsioon emotsioonidele
- c. Pöördumine teadmatuse poole
- d. Apellatsioon tarkusele

16. Ärge öelge mulle, et ma peaksin treenima. Vaadake ennast. "Millal SINA viimati jalutasid?"

- a. Apellatsioon populaarsusele
- b. Pöördumine teadmatuse poole
- c. Viisakuse üleskutse
- d. Tu queue fallacy

EMOTSIONAALNE KAEBUSE

TEGEVUS (MCQS)

17. Ma arvasin, et see oli tol ajal naeruväärne, ja vastasin: “Ma saan loomulikku!”

- a. Pöördumine teadmatuse poole
- b. Viisakuse üleskutse
- c. Tu queue fallacy
- d. Looduse eksitus

18. See, et Sarah sööb (või ei söö) oma toitu, ei mõjuta nälgivaid lapsi mõnes teises maailma osas.

- a. Viisakuse üleskutse
- b. Tu queue fallacy
- c. Looduse eksitus
- d. Apellatsioon emotsioonidele

19. “Vabandust, õppeprodekaan! Kui kooliametnikud võivad nõuda, et ma oma pontsaba maha lõikaksin, siis lõpuks lubatakse neil ka vormiriietust ja meeskonnalõikust nõuda!”

- a. Apellatsioon tarkusele
- b. Tu queue fallacy
- c. Looduse eksitus
- d. Libeduse eksitus

20. “Aga kõik teised teevad seda!” “Jah? Ja kui kõik teised läheksid ja hüppaksid kaljult alla, kas sina ka?”

- a. Apellatsioon tarkusele
- b. Tu queue fallacy
- c. Looduse eksitus
- d. Bandwagon kaebused

EMOTSIONAALNE KAEBUSE

TEGEVUS (MCQS)

21. Reklaam peaks panema vanemad arvama, et kui nad saavad seda teravilja, siis istuvad nende lapsed lihtsalt maha ja söövad oma hommikusööki, ilma et nad jookseksid ringi ja ajaksid neid hulluks.

a. Apellatsioon tarkusele

b. Tu queue fallacy

c. Looduse eksitus

d. Apelleerimine emotsioonidele

22. "Opium teeb inimesed uniseks, sest sellel on magamist soodustavad omadused."

a. Tu queue fallacy

b. Looduse eksitus

c. Ansambli apellatsioonkaebus

d. Ümmargune arutluskäik

23. "Ma toetan enamikku teie otsustest, kuid mitte kõiki."

a. Looduse eksitus

b. Ansambli apellatsioonkaebus

c. Ümmargune arutluskäik

d. Vale dihhotoomia

24. "Ma annetan oma aega, mis on sageli väärtuslikum kui rahaline panus."

a. Looduse eksitus

b. Ansambli apellatsioonkaebus

c. Ümmargune arutluskäik

d. Vale dihhotoomia

EMOTSIONAALNE KAEBUSE

TEGEVUS (MCQS)

25. Meie pööningul elavad vaimud ja keegi ei ole suutnud nende olemasolu ümber lükata. Meeskonna kaptenist alates teeb Masha suurepäraselt tööd, sest keegi ei ole muret väljendanud.

- a. Apellatsioon emotsioonidele
- b. Pöördumine teadmatuse poole
- c. Apellatsioon populaarsusele
- d. Apellatsioon tarkusele

26. Karastusjookide ettevõtte ei reklaami oma toote maitset ega toiteväärtust. Selle asemel ütlevad nad, et jook teeb teid õnnelikuks!

- a. Apelleerimine emotsioonidele
- b. Pöördumine teadmatuse poole
- c. Apellatsioon populaarsusele
- d. Viisakuse üleskutse

27. Frank jääb suurest peost ilma. Ta ütleb oma sõbrale: "Palun ära mine ilma minuta. Ma tunnen end kõrvalejäetuna, kui sa seda teed.

- a. Apelleerimine emotsioonidele
- b. Pöördumine teadmatuse poole
- c. Apellatsioon populaarsusele
- d. Üleskutse jäetud välja

28. Pole probleemi! Teemade, värvide ja kirjatüüpide galeriid annavad teile võimaluse lisada omaenda kujundusi.

- a. Apelleerimine emotsioonidele
- b. Pöördumine teadmatuse poole
- c. Apellatsioon populaarsusele
- d. Apellatsioon tarkusele

EMOTSIONAALNE KAEBUSE

TEGEVUS (MCQS)

29. Viga eeldada, et miski on tõsi, sest selle kohta puuduvad tõendid.

- a. Pöördumine teadmatuse poole
- b. Üleskutse topeltnegatiivsusele
- c. Apellatsioon tarkusele
- d. Apellatsioon populaarsusele



VAHEND VEEBISISU KRIITILISEKS HINDAMISEKS

HINDAMISOBJEKTID	JAH	EI
<p>Õpilane nimetab allika autori ja viitab tema haridusele, ametile, ametikohale ja/või taustaga organisatsioonile.</p> <p>Näide: Autor Tim Johnsson on Helsingi Ülikooli meditsiiniprofessor. Näide: Blogi autor Johnny P. ei ole tervishoiualane teaduslik haridus.</p>		
<p>Õpilane nimetab kirjastaja ja/või hindab üksikasjalikult kirjastamistavasid / kirjastaja teadmisi.</p> <p>Näide: Ainult arstid võivad kirjutada terviseraamatukogu lehekülgedele.</p>		
<p>Õpilane kirjeldab ja/või hindab üksikasjalikult allika autori ja/või kirjastaja motiive.</p> <p>Näide: Tervishoiuasutuse eesmärk on edendada rahvatervist ja seda mõjutavate tegurite uurimist.</p>		

VAHEND VEEBISISU KRIITILISEKS HINDAMISEKS

HINDAMISOBJEKTID	JAH	EI
<p>Õpilane viitab esitatud allikale tõenditele.</p> <p>Näide: Veebisaidil esitatud uuringus on osalenud sajad inimesed ja selle tulemused on avaldatud teadusajakirjas.</p>		
<p>Õpilane nimetab teisi usaldusväärseid allikaid, mille abil saab allikateavet kontrollida VÕI mille info on selle allika andmetega vastuolus.</p> <p>Näide: Olen lugenud samu asju ka tervishoiuasutuse veebilehelt. Näide: Blogis mainitud asjad on vastuolus ajakirjaga, millest ma lugesin sama teemat.</p>		



VAHEND VEEBISISU KRIITILISEKS HINDAMISEKS

1. Kes on sisutootja esindaja?

Kas sisutootja esindab näiteks ettevõtet, organisatsiooni või erakonda? See ei pruugi olla kohe ilmne, kuid püüdke otsida isegi väikest teavet, olenemata sellest, kes või milline üksus on meediasisu taga.

2. Millised on sisutootja teadmised? Vaadake lähemalt sisu looja tausta.

Pidage meeles, et igaüks võib end mingi teema eksperdiks nimetada! Otsige põhjendusi ja fakte! Millel põhineb “ekspertiis”? Näiteks, kas isikul on valdkonna haridus või muud saavutused?

3. Mida arvate sisu loojast? Kas te juba teate temast midagi või veenab ta teid?

Me omastame teavet kergemini inimestelt, keda usaldame, näiteks sõpradelt või inimestelt, keda imetleme.

4. Millised on sisutootja motiivid, s.t. mis on sisutootja eesmärk?

Kas ta tahab teid näiteks milleski veenda või panna teid midagi ostma? Olge ettevaatlik, eriti kui sisu tootja näib levitavat mingit ideed või tegutsevat turundusliku mõtteviisiga!

VAHEND VEEBISISU KRIITILISEKS HINDAMISEKS

5. Kus ja millal sisu avaldati?

Mõnikord levivad sotsiaalmeedias näiteks aastaid vanad uudised!

7. Kuidas põhjendab autor oma väidet? Kas ta näiteks viitab allikatele?

Allikate kontrollimine ja lähemalt uurimine on sageli väärt. Pöörake tähelepanu näiteks sellele, kui hiljutine on allikas ja kas tegemist on uuringu, veebiartikli või blogipostitusega. Pidage meeles, et ka uuringute kvaliteet võib erineda!

6. Milline võiks olla teksti keskne väide, millest te soovite teada saada?

Kasutatakse emotsioone kõnetavat jutustamist.
sageli kasulikud veebisisu puhul. Lähemal vaatlusel võib selguda, et liikuva looga püütakse näiteks midagi müüa. Vaadake sisu ja püüdke selle kõva tuum välja kaevata!

8. Kui sisu looja viitab allikatele, siis kui kvaliteetsed on need allikad?

“Reserch say” ei ole allikas! Üldiselt peetakse uuesti vastutavaks allikateks näiteks tuntud agentuurid, uurimisinstituudid, ekspertorganisatsioonid, uudisteagentuurid, sõltumatu meedia ja õpikud.

VAHEND VEEBISISU KRIITILISEKS HINDAMISEKS

9. Millisest vaatenurgast vaadatakse asja?

Mõelge, kas te võiksite läheneda asjale teisiti?

11. Kuidas te suhtute sisulisse teemasse?

Inimene võtab tundlikumalt vastu teavet, mis tugevdab tema eelarvamusi ja maailmavaadet. Hea on olla teadlik sellest, kuidas enda hoiakud mõjutavad informatsiooni vastuvõtmist ja omaksvõtmist.

10. Kas selle kohta on veel mingit teavet, isegi kontradiktorigilist?

Kasutage abiks otsingumootorit ja võrrelge tabamusi. Millist teavet selle teema kohta on võimalik leida mujal?

12. Kas te kahtlustate, et sisu on midagi?

Häirekellad peaksid helisema eriti siis, kui midagi kõlab liiga hästi, et olla tõsi!

VAHEND VEEBISISU KRIITILISEKS HINDAMISEKS

EESMÄRGID

Eesmärk on, et õpilane oskaks põhjalikult hinnata erinevate veebilehtede sisu usaldusväärsust. Õpilane oskab kontrollida teabe õigsust ja võrrelda erinevaid teabeallikaid

SISSEJUHATUS

Sotsiaalmeedia sisu kriitiline hindamine hõlmab selle uurimist õiglaselt, erapooletult ja põhjalikult. Siin on mõned sammud, mida saate järgida:

- Kontrollige allikat: Kontrollige teabeallika usaldusväärsust. Kas tegemist on maineka uudistekanaliga või teemat tundva isikuga?
- Kontrollida täpsust: Otsige tõendeid, mis toetaksid sisus esitatud väiteid. Kas neid toetavad usaldusväärsed allikad?
- Vaadake konteksti: Mõelge kontekstile, milles teavet jagatakse. Kas see on esitatud õiglaselt ja tasakaalustatult või on see erapoolik või sensatsiooniline?
- Otsige mitmeid vaatenurki: Otsige erinevaid vaatenurki. See võib aidata teil saada probleemist terviklikumat arusaama.
- Olge ettevaatlik emotsionaalsete üleskutsetega: Olge ettevaatlik sisu suhtes, mis kasutab emotsionaalseid üleskutseid, et teid manipuleerida või veenda.

Neid samme järgides saate sotsiaalmeedia sisu kriitilisemalt hinnata ja teha teadlikke otsuseid selle kohta, mida uskuda ja jagada.

VAHEND VEEBISISU KRIITILISEKS HINDAMISEKS

SISSEJUHATUS

Sotsiaalmeedias leviva desinformatsiooni tuvastamiseks on võimalik astuda mitmeid samme:

- **Kontrollige allikat:** Otsige teavet nähtava sisu allika kohta. Kas see on pärit mainekalt uudisorganisatsioonilt või tuntud teemakohaselt eksperdilt? Või on see pärit tundmatult veebisaidilt või üksikisikult, kellel puuduvad volitused?
- **Kontrollige teavet:** Kasutage teabe kontrollimiseks usaldusväärseid faktide kontrollimise allikaid, näiteks Snopes või Factcheck.org. Ärge toetuge ainult ühele allikale - püüdke leida mitu allikat, mis teavet kinnitavad või ümber lükkavad.
- **Vaadake konteksti:** Pöörake tähelepanu kontekstile, milles teave esitatakse. Kas seda esitatakse tasakaalustatult ja objektiivselt või on see kallutatud või sensatsiooniliseks muudetud?
- **Otsige tõendeid:** Desinformatsioonil puuduvad sageli tõendid oma väidete toetuseks. Otsige allikaid ja viiteid, mis toetavad teavet.
- **Olge ettevaatlik emotsionaalsete üleskutsetega:** Desinformatsioon kasutab sageli emotsionaalseid pöördumisi, et manipuleerida inimeste arvamusi ja reaktsioone. Olge kriitiline sellise sisu suhtes, mis püüab apelleerida teie emotsioonidele, esitamata loogilisi argumente või tõendeid.
- **Kontrollige kuupäeva:** veenduge, et teave on ajakohane ja asjakohane. Aegunud või mitte enam kasutatavat teavet võidakse levitada, nagu oleks see endiselt ajakohane.

Järgides neid samme, saate aidata tuvastada sotsiaalmeedias levivat desinformatsiooni ja kaitsta end eksitamise eest.

VAHEND VEEBISISU KRIITILISEKS HINDAMISEKS

SISSEJUHATUS Millised on desinformatsiooni ja väärinfo erinevused?

Desinformatsioon ja väärinfo on mõlemad vale või eksitava teabe vormid. Siiski on nende kahe termini vahel mõned olulised erinevused:

- Eesmärk: Desinformatsiooni levitatakse tavaliselt tahtlikult, eesmärgiga inimesi eksitada või manipuleerida. Teisalt võib valeinformatsiooni levitada tahtmatult, kuna ei ole piisavalt teadmisi või arusaamist faktidest.
- Allikas: Desinformatsiooni levitavad sageli valitsused, poliitilised organisatsioonid või muud rühmad, kelle eesmärk on propageerida. Teisalt võib valeinformatsioon tulla erinevatest allikatest, sealhulgas üksikisikutelt, kes võivad olla valeinformeeritud või olla teadmatutes faktidest.
- Mõju: Desinformatsioon on sageli tõhusam avaliku arvamusega manipuleerimisel, kuna seda levitatakse tavaliselt konkreetset eesmärki silmas pidades. Teisalt võib valeinformatsioon olla lihtsalt juhuslik valeinfo levitamine.

Üldiselt võivad nii desinformatsioonil kui ka väärinfo olla tõsised tagajärjed, kuna need võivad viia vale või eksliku teabe levikuni, mis võib kujundada avalikku arvamust ja otsuste tegemist. Oluline on olla ettevaatlik ja hinnata kriitiliselt teavet, millega me kokku puutume, ning otsida usaldusväärseid teabeallikaid, et tagada selge arusaam faktidest.

VAHEND VEEBISISU KRIITILISEKS HINDAMISEKS

SISSEJUHATUS

Deepfake on tehisintellektil põhinev videomanipulatsioon, mis kasutab masinõppe algoritme, et sünteesida realselt välja nägevaid või kõlavaid pilte, heli või videot. See hõlmab meedia vara, näiteks video- või helisalvestise sünteetilise versiooni loomist, kasutades masinõppe mudelit, mis on treenitud suure hulga reaalse näidete andmekogumi põhjal. Deepfake-tehnoloogiat saab kasutada mitmesugustel eesmärkidel, sealhulgas realistliku välimusega videote loomiseks meelelahutuse või turunduse eesmärgil, või räigematel eesmärkidel, näiteks väärinfo levitamiseks või avaliku arvamusega manipuleerimiseks. Deepfake-tehnoloogia on tekitanud märkimisväärset muret selle kuritarvitamise potentsiaali pärast, kuna sellega saab luua veenvaid, kuid valevideosid, mida võib kasutada inimeste petmiseks või eksitamiseks.

Samuti tekitab muret deepfake-tehnoloogia eetilise mõju, kuna sellega saab luua videoid, kus inimesed ütlevad või teevad asju, mida nad tegelikult ei öelnud ega teinud. Mõned eksperdid on nõudnud deepfake-tehnoloogia paremat reguleerimist ja järelevalvet, et vältida selle väärkasutust.

TEGEVUSE KIRJELDUS

Sotsiaalmeedias ja erinevates veebikeskkondades kohtub väga erinevat meediasisu, mille usaldusväärsust võib olla keeruline hinnata. Lisatud tööriist aitab teil kriitiliselt uurida veebi- ja sotsiaalmeediatekste ning mõelda põhjalikumalt sisu usaldusväärsuse üle.

VAHEND VEEBISISU KRIITILISEKS HINDAMISEKS

TEGEVUSE KIRJELDUS

Tööriist sobib eriti hästi mitmesuguse veebisisu läbivaatamiseks, mis annab teavet. Nende hulka võivad kuuluda näiteks blogipostitused, veebiartiklid, Instagrami või Facebooki postitused.

JUHISED SELLE KOHTA, KUIDAS TEGEVUST ELLU VIIA

Materjalid:

- Video (kestus 4 minutit)
- Harjutus (12 küsimust)
- Hindamisvorm
- Suunised (käesolev dokument)

Faasid:

- Alustage video vaatamisest
- Õpilane valib soovitud veebilehe
- Õpilane vastab küsimustele
- Vastuseid hinnatakse hindamisvormi abil
- Arutelu õpilaste leidude üle

VIITED / BIBLI- OGRAAFIA

Materjalide kohta on saadud ideid

ARONI-hankkeessa tuotettua töötlusdokumentatsiooni (2019).

Mediakasvatusseura ry ja Critical-hanke (2022).

VAHEND VEEBISISU KRIITILISEKS HINDAMISEKS

Be Smart critical evaluation

We absorb information more easily from people we trust, such as our friends or people we admire.



0:45 / 3:43

[Be Smart critical evaluation](https://www.youtube.com/watch?v=n6xWucd8Ncw&t=46s)

<https://www.youtube.com/watch?v=n6xWucd8Ncw&t=46s>

CHATGPT

Ootame teid soojalt interaktiivsele õp-
petegevusele kriitilise meediapädevuse
teemal!

See ülesanne aitab teil harjutada oma
võimet hinnata ja tõlgendada ChatGPT
vastustest saadud teavet. Eesmärk on
arendada kriitilist mõtlemist ja võimet
eristada usaldusväärset teavet ebausaldusväärsetest. Ülesanne
kirjeldus: vaatleme erinevaid olukordi,
kus saate ChatGPT-st vastuseid oma kü-
simustele. Hinnake, kas neid vastuseid
võib usaldada või mitte. Uurige näiteid ja
otsustage, kas usute ChatGPT poolt antud
vastust või mitte. Võite oma vastust põh-
jendada ja kasutada oma otsuse toetuseks
oma kriitilist mõtlemist. **SKANEERI VÕI
KLIKI QR-KOODILE!**

NÄIDE 1. REISI



NÄIDE 2. OCEANS



NÄIDE 3. KAPITALI



NÄIDE 4. PANDEMIA



NÄIDE 5. INTERNET



Suurepärane töö ek-
skursiooniga! Kriitiline
meediapädevus on väga
oluline oskus tänapäeva
maailmas, kus teave on
kättesaadav väga erine-
vatest allikatest.

CHATGPT

TEGEVUS

EESMÄRGID (VÕITE KA ESILE TÕSTA VAJADUSI) TEGEVUSE AD- KLEIDID

Interaktiivne õppeülesanne kriitilise meediapädevuse kohta
See ülesanne aitab harjutada oskust hinnata ja tõlgendada ChatGPT esitatud vastuseid. Eesmärk on arendada kriitilist mõtlemist ja oskust eristada usaldusväärseid ja ebausaldusväärseid andmeid teave.

PÄDEVUS (TEADMISED, OSKUSED, HOIAKUD, KÄITUMINE), MIDA ÕPPIJAD PEAKSID TEGEVUSE KÄIGUS OMANDAMA

Vaatleme erinevaid olukordi, kus saate oma küsimustele vastuseid ChatGPT-st. Ülesanne on hinnata, kas neid vastuseid võib usaldada või mitte. Erinevaid näiteid vaadates tuleb teha otsus, kas ChatGPT poolt antud vastust võib uskuda või mitte. Vastuseid põhjendatakse ja otsuse toetamiseks kasutatakse oma kriitilist mõtlemist.

TEGEVUSE LÜHIKE TEOREETILINE KIRJELDUS, TEGEVUSE ENDA KIRJELDUS

Õpilastele näidatakse 5 QR-koodiga infograafikat. Koodid võimaldavad juurdepääsu ChatGPT vastuste näidetele. Õpilane põhjendab, miks vastus tundub õige või vale.

JUHISED SELLE KOHTA, KUIDAS TEGEVUST ELLU VIIA (SEADE, AJAKULU, VAJALIKUD MATERJALID JNE).

Kestus: QR-koodi lugeja vajalik
ChatGPT infograafiku trükitud versioon

CHATGPT

TEGEVUS

PEDAGOOGILISED SOOVITUSE

Õppeülesandeid võib teha üksi või paarikaupa. Lõpuks saavad kõik õpilased koos arutada, miks nad arvasid, et chatGPT vastused olid õiged või valed.

REFLEKTEERIMIS- JA VA- LIDEERIMISMEETODID IGA TEGEVUSE PUHUL

Iga näite järel on õige vastus koos selgitustega.

VIITED / BIBLIOGRAAFIA

Kuidas kasutada ChatGPT - Algaja juhend:

<https://www.youtube.com/watch?v=Vayo2RSwcRY>

MUU ASJAKOHANE TEAVE

Õpilased saavad registreeruda ChatGPT kasutajaks, kui nad ei ole seda varem kasutanud.

NETIKETT

Netikett koosneb sõnadest **net** ja **etikett**. Seega kirjeldab neti-quette austava ja asjakohase internetisuhtluse käitumiskood-eksit. Netiquette'i nimetatakse tavaliselt võrkudevaheliseks etiketi-ks. Need ei ole õiguslikult siduvad reeglid, vaid soovituslikud etiketi reeglid.

Eelkõige tuleks ka nutitelefoni kasutamisel järgida netiketti. Selles tegevuses arutame üldisi netiquette'i reegleid, mobiiltele- fonide etiketti ja mobiiltelefonide kasutamise mõju haridusele ja õppimisele koolis.



Netiquette'i järgides olete sotsiaalmeedia käitu- mise osas iseenda kohtunik.

NETIKETT

NETIKETI PÕHIREEGLID

Järgige vähemalt järgmisi põhireegleid, et tagada sujuv virtuaalne suhtlus:

1. Seadke prioriteediks tõelised inimesed.
2. Jääge tähelepanelikuks.
3. Ärge jagage liiga palju.
4. Austage teiste inimeste privaatsust.
5. Ärge rämpsposti saatke.
6. Vastake kiiresti e-kirjadele ja sõnumitele.
7. Aidake kontrollida leegisõdasid.

Flamimine” on see, mida inimesed teevad, kui nad väljendavad oma tugevat arvamust, hoidmata tagasi mingeid emotsioone.

See on selline sõnum, mis paneb inimesi vastama: “Oh, tule, räägi meile, mida sa tegelikult tunnend.” Taktika ei ole selle eesmärk.

Kas Netikett keelab flamendamise? Mitte üldse mitte. Flamimine on pikk- seis ja lõpuks, palun kontrollige grammatika ja õigekirjavigu!

Järgmises jaotises leiate rohkem nõuandeid, kuidas olla viisakas teiste suhtes.

NETIKETT

ROHKEM REEGLEID NETIQUETTE'ILE

1. Austage autoriõigust. Autoriõigust rikutakse, kui te ebaseaduslikult kopeerite ja levitate kellegi teise tööd. Loata failide jagamise eest võib määrata trahvi kuni kaheaastase vangistuseni.
2. Ärge plagieerige. Plagiaat on teise inimese töö kasutamine ilma algallika nõuetekohase märkimata.
3. Jälgige õigekirja ja grammatikat. Kirjutage lühidalt ja kokkuvõtlikult. Andke oma e-kirjale sisukas pealkiri, mis kirjeldab teie sõnumi sisu.
4. Hankige hea viirusetõrjetarkvara ja kontrollige failide manuseid enne nende avamist.
5. Austage oma eraelu puutumatus. Näiteks ärge edastage e-kirju ilma algse saatja loata.
6. Olge ettevaatlik huumori ja irooniaga. Selge kehakeele ja hääletooni puudumisel on elektroonilised sõnumid kergesti valesti tõlgendatavad. Võite kasutada emotikone, kui soovite veenduda, et lugeja saab aru, et te teete nalja. Kuid ka emotikonide liigne kasutamine võib mõnda inimest ärritada.
7. Ärge öelge sõnumis midagi sellist, mida te ei taha, et see avalikuks saaks.
8. Suurtähtede kasutamist peetakse sageli solvanguks ja seetõttu ei ole see alati viisakas.

NETIKETT

ROHKEM REEGLEID NETIQUETTE'ILE

9. Ärge lisage e-kirjale väga suuri faile ilma saaja loata. Vastuvõtjal võib olla aeglane võrguühendus ja väga suure faili saatmine võib tema arvutit pikalt kinni siduda.
10. Mõelge, kellele te ringkirju saadate. Inimestel on sageli kiire ja on mõistlik kontrollida, kas nad tahavad sellist posti saada. Ringkirjad võivad sisaldada ka viiruseid.
11. Postitage uudistegruppidesse ja arutelurühmadesse ainult selliseid sõnumeid, mis on grupi teemaga seotud.
12. Olge viisakas ja austage teiste arvamusi.
13. Mõtle enne postitamist. Internetis avaldatud ja salvestatud privaatne teave võib jääda internetti, isegi kui fotod ja tekstid kustutatakse arvutist või veebist. Teave on juba kopeeritud näiteks veebipõhisesse arhiveerimisteenustesse ja seda on praktiliselt võimatu tagasi saada.
14. Ärge öelge kellelegi oma perekonnanime, aadressi, koduse aadressi, telefoninumbrit ega kooli nime.
15. Ärge avaldage oma krediitkaardi numbreid ega teavet oma panga, passi või muude oluliste dokumentide kohta.
16. Ärge andke võõrastele inimestele isiklikku teavet enda või oma tuttavate kohta.

NETIKETT

ROHKEM REEGLEID NETIQUETTE'ILE

17. Hoidke oma salasõna enda teada! Ärge jagage seda isegi oma parimate sõpradega.

18. Küsi oma vanematelt või teistelt täiskasvanutelt luba, et salvestada oma arvutisse internetist pärit materjali. Pea meeles, et arvutiprogramme ja andmebaase ei tohi ilma autori loata kopeerida, isegi mitte enda tarbeks, välja arvatud juhul, kui tegemist on nn vaba programmiga. Ilma õpetaja loata ei tohi kooliarvutisse programme paigaldada ega faile alla laadida.

19. Samuti küsige luba, enne kui registreerute võistlustele või annate oma e-posti aadressi võõrastele.

20. Räägi oma vanematele või teistele täiskasvanutele, kui keegi saadab sulle pilte, mis on sinu arvates ebameeldivad või kummalised, või kui sa näed selliseid pilte internetis.

21. Pea meeles, et keegi ei saa sind millekski sundida! Kui räägid kellegagi vestlusringis ja ta esitab sulle küsimuse, millele sa ei taha vastata, ei pea sa seda tegema. Selle asemel lahkuge arutelurühmast.

22. Ärge vastake isegi siis, kui keegi ütleb midagi, mis on teie arvates vastumeelne või vastik.

23. Pea meeles, et inimesed, kellega sa internetis kohtud, ei pruugi olla need, kelleks nad end nimetavad!

24. Kui otsustate kohtuda kellegagi, kellega olete kohtunud internetis, ärge kunagi kohtuge temaga üksi. Esimesel kohtumisel peaks teiega koos olema tuttav täiskasvanu ja kohtumine peaks toimuma avalikus kohas, mitte kellegi kodus.

25. Pidage meeles, et paljud pakkumised, mis tunduvad tavalisest paremad, on tavaliselt eksitavad

Allikas: <https://peda.net/urjala/uy/ohjeita/nettietiketti>

NETIKETT

NUTITELEFONIDE ETIKETT

Nutitelefonide (mobiiltelefonide) kasutamisel järgitakse üldiselt netiketi põhimõtteid, mis viitab etiketile või viisaka käitumise koodeksile internetis. Siiski võivad üksikisikud neid põhimõtteid erinevalt järgida.

Palun võtke arvesse järgmisi nõuandeid:

Teiste aja ja tähelepanu austamine:

Vältige nutitelefoni kasutamist olukordades, kus see võib teisi häirida, näiteks koosolekute, tundide, teatrite või seltskondlike koosviibimiste ajal. Teatrites ärge avage oma telefoni etenduse ajal, kuna selle valgus häirib teisi, ja ärge videoteerige etendust.

Privaatsus:

Olge ettevaatlik, kui arutate tundlikku või privaatset teavet avalikes kohtades või turvamata võrkudes. Austage teiste privaatsust, mitte tehke ilma nende loata fotosid või videoid.

Multitasking:

Olge nutitelefoni kasutamisel teadlik oma ümbrusest, eriti olukordades, mis nõuavad teie täielikku tähelepanu (nt tänava ületamine, autojuhtimine).

Teavituse haldamine:

Kohandage oma teavitussätteid, et vähendada teiste ja enda häirimist.

Raamatukogudes:

Vältige mobiiltelefoni kasutamist, keskenduge raamatute lugemisele, et leida uusi ideid ja parandada oma lugemisoskust.

Hädaolukorrad:

Hädaolukordades kasutage oma nutitelefoni vastutustundlikult abi otsimiseks või abi osutamiseks. Euroopa hädaabinumber 112 ja 116 aitavad täiskasvanuid ja lapsi hädaolukorras. Ole selge, mida öelda, kui helistad hädaabinumbrile.

NETIKETT

KAS NUTITELEFONID JA MUUD DIGISEADMED TULEKS KOOLIS JA HARIDUSES KEELATA?

Põhjamaades on lõpuks tunnistatud tõsine probleem: peaaegu veerand kooli lõpetajatest ei oska rohkem lugeda kui matemaatika põhitõdesid. Tegelikult on tavaline, et õpilased ei pea koolis üldse midagi pliiatsiga kirjutama.

Õpetajad ütlevad, et kui te ei taha raamatut lugeda, võite seda kuulata. Laste ja noorte lugemisoskus halveneb pidevalt, nende sõnavara väheneb ja nad ei pruugi teada isegi tuttavaid sõnu või väljendeid.

Nende keskendumisvõime on sageli halb või peaaegu olematu. Me kasvatame oma lapsi kirjaoskamatuteks digisõltlasteks, samal ajal kui laste lugemis- ja kirjaoskuse oskus väheneb, ujutatakse koolid usinalt üle digiseadmetega. Kas lapsed peavad olema “digitaalsed põliselanikud”, et mitte langeda arengu eesliinilt? Milleni on koolide digitaliseerimine viinud? Soome laste ja noorte PISA-tulemused langevad.

Vaatame nüüd, mis võis põhjustada eespool kirjeldatud olukorra:

Hiljuti avaldati ülemaailmses hariduse seirearuandes 2023 üleskutse kasutada tehnoloogiat klassis ainult siis, kui see toetab õpitulemusi, ja see hõlmab ka nutitelefonde kasutamist.

Kas me peaksime kaitsma lapsi ja noori mobiiltelefonide liigse kasutamise eest?

Aruandest selgub, et teatav tehnoloogia võib mõnes kontekstis toetada õppimist, kuid mitte siis, kui seda kasutatakse liiga palju või ebasobivalt. Eelkõige võib nutitelefonde kasutamine häirida õppimist klassiruumis. Ühes uuringus, milles vaadeldi 14 riigi koolieelset haridust kuni kõrghariduse omandamiseni, leiti, et see häirib õpilaste õppimist. Isegi kui mobiiltelefon on lähedal ja teavitused tulevad läbi, piisab sellest, et õpilased kaotavad oma tähelepanu ülesande täitmisest. Ühes uuringus leiti, et õpilastel võib kuluda kuni 20 minutit, et keskenduda uuesti sellele, mida nad õp-

NETIKETT

KAS NUTITELEFONID JA MUUD DIGISEADMED TULEKS KOOLIS JA HARIDUSES KEELATA?

pisid, kui nende tähelepanu on häiritud. Mobiiltelefonide kasutamist koolis tuleks piirata. See segab õppimist.

Aruandes viidatud uuringu kohaselt parandas nutitelefoni eemaldamine Belgia, Hispaania ja Ühendkuningriigi koolidest õpitulemusi, eriti nende õpilaste puhul, kelle tulemused ei olnud nii head kui nende eakaaslastel.

Digitaalne revolutsioon omab mõõtmatu potentsiaali, kuid nii nagu on hoiatatud selle reguleerimise eest ühiskonnas, tuleb samasugust tähelepanu pöörata ka sellele, kuidas seda hariduses kasutatakse.

Mure andmete privaatsuse, turvalisuse ja heaolu pärast on samuti aluseks aruteludele, mis puudutavad teatud tehnoloogia kasutamist koolides, eriti noorte õpilaste poolt.

Kui konkreetsed rakendused koguvad kasutaja and-

meid, mis on rakenduste toimimiseks ebavajalikud, tekitab see muret privaatsuse pärast. Praegu tagab aga vaid 16% riikidest seadusega selgesõnaliselt andmete privaatsuse hariduses. Ühes analüüsis leiti, et 89% 163-st pandeemia ajal soovitatud haridustehnoloogilist tootest võis lapsi küsitleda. Lisaks soodustas 39 valitsust 42-st, mis pakkusid pandeemia ajal veebipõhist haridust, kasutusi, mis ohustasid või rikkusid laste õigusi.

NETIKETT

TEGEVUSJUHISED JUHENDAJATELE (TÄISKASVANUTELE, ÕPETAJATELE, NOORTE NÕUSTAJATELE)

Klassiruum, mis võimaldab tööd väikestes rühmades.	Kestus 15-45 min.	Ressursid Papp ja pliitsid mängureeglite üleskirjutamiseks.
--	----------------------	--

Noore inimese sobiv käitumine võib erineda sõltuvalt konkreetsest kontekstist, kultuurinormidest ja isiklikest väärtustest. Siin on siiski mõned üldised suunised noore inimese sobiva käitumise kohta:

LUGUPIDAMINE Austuse näitamine enda ja teiste vastu on väga oluline. See hõlmab viisakust, tähelepanelikku kuulamist, sobiva keele kasutamist ning teiste suhtes sõbralikku ja empaatilist suhtumist.

VASTUTUS Vastutuse võtmine oma tegude ja valikute eest on küpsuse oluline aspekt. See hõlmab ülesannete eest vastutuse võtmist, kohustuste täitmist ja oma tegude tagajärgedega arvestamist.

AUSUS Ausus ja ausus loovad usaldust ja edendavad terveid suhteid. Noored peaksid püüdma olla ausad, tunnistama vigu ja vältima ebaausat või petlikku käitumist.

ENESEDIST-SIPLIIN Enesedistsipliini arendamine aitab noortel saavutada oma eesmärged ja kasvada vastutustundlikuks täiskasvanuks. See hõlmab tõhusat ajajuhtimist, prioriteetide seadmist ja positiivsete valikute tegemist isegi siis, kui nad seisavad silmitsi kiusatuste või vastuoludega.

NETIKETT

EMPAATIA

Empaatia kasvatamine võimaldab noortel mõista teisi ja luua nendega sügavamaid side-
meid. See hõlmab tundlikkust teiste tunnete ja vaatenurkade suhtes, kaastunnet ja ak-
tiivset kuulamist.

AVATUD MEELESTATUS

Avatud meelega olemine võimaldab noortel võtta omaks erinevaid vaatenurki, ideid ja
kultuure. See tähendab valmisolekut õppida teistelt, erinevate seisukohtade arvestamist
ning eelarvamuste ja hinnangute vältimist.

KONFLIKTIDE LA- HENDAMINE

Konfliktide rahumeelse ja konstruktiivse lahendamise oskuse arendamine on oluline terve-
te suhete jaoks. Noored peaksid õppima tõhusat suhtlemist, läbirääkimisi ja kompromis-
sitehnikaid, et lahendada lahkarvamusi lugupidavalt.

DIGITAALNE KO- DAKONDSUS

Tänapäeva digiajastul laieneb asjakohane käitumine ka veebis toimuvale suhtlusele.
Noored peaksid harjutama vastutustundlikku digitaalset kodakondsust, mis hõlmab
eraelu puutumatus, teiste austamist internetis, küberkiusamise vältimist ja tehnoloogia
vastutustundlikku kasutamist.

OHUTUSALANE TEADLIKKUS

Noored peaksid seadma prioriteediks oma ja teiste ohutuse. See tähendab, et nad peav-
ad potentsiaalselt ohtlikes olukordades olema ettevaatlikud, tegema teadlikke otsuseid ja
otsima vajadusel abi.

Oluline on märkida, et ülaltoodud suunised on üldised soovitused ja individuaalsed asjaolud võivad nõuda täien-
davaid või muudetud käitumisviise. Noore inimese sobiva käitumise määratlemisel tuleks arvesse võtta ka kultuur-
ilisi ja perekondlikke väärtusi ning vanusele omaseid ootusi.

NETIKETT

TEGEVUS

EESMÄRGID (VÕITE KA ESILE TÕSTA VAJADUSI) TEGEVUSE AD- KLEIDID

Selles tegevuses arutame üldisi netiquette'i reegleid, mobiiltelefonide etiquette'i ja mobiiltelefonide kasutamise mõju haridusele ja õppimisele koolis.

See tegevus juhendab meid, kuidas käituda vastavalt üldtunnustatud tavadele või reeglitele interneti ja mobiiltelefonide kasutamisel, eriti kui suhtleme ja suhtleme erinevates sotsiaalmeediumides ning kasutame mobiiltelefone.

PÄDEVUS (TEADMISED, OSKUSED, HOIAKUD, KÄITUMINE), MILLE ÕPIJAD PEAKSID OMANDAMA, KUI NAD TEGEVUSE KOGEMINE

Kõigepealt õpime, mida tähendab netikett; see koosneb sõnadest net ja etikett. Seega kirjeldab netiquette käitumisjuhendit lugupidava ja asjakohase internetisuhtluse kohta. Netiquette'ile viidatakse tavaliselt kui interneti etiketile. Need ei ole õiguslikult siduvad reeglid, vaid soovituslikud etiketi reeglid.

Eelkõige tuleks ka nutitelefoni kasutamisel järgida netiketti.

TEGEVUSE LÜHIKE TEOREETILINE KIRJELDUS, TEGEVUSE ENDA KIRJELDUS

Õpilased tutvuvad veebietiketi reeglitega kaasnevate materjalide kaudu ja uurides iseseisvalt, mida on võimalik leida veebietiketi kohta erinevatest veebi- allikatest. Samuti võrdleme oma kogemusi mobiiltelefoni diskreetsest kasutamisest, näiteks raamatukogudes, rongis või muud transpordivahendid. Samuti saame teada, et lisaks mobiiltelefoniga rääkimisele võib ka telefoni valgus või videote vaatamine telefonist ilma kõrvaklappideta häirida meie kaasliiklejaid.

NETIKETT

TEGEVUS

JUHISED SELLE KOHTA, KUIDAS TEGEVUST ELLU VIIA (SEADE, AJAKULU, VAJALIKUD MATERJALID JNE).

Kestus: 1-2 tundi
Internetiühendus, nutitelefonid

PEDAGOOGILISED SOOVITUSED

Õppeülesandeid võib teha üksi või paarikaupa. Lõpuks saavad kõik õpilased koos arutada, miks on netiquette ja nutitelefoni etikett oluline ja soovitatav.

REFLEKTEERIMIS- JA VALIDEERIMISMEETODID IGA TEGEVUSE PUHUL

Iga näite järel on õige vastus koos selgitustega.

VIITED / BIBLIOGRAAFIA

Mis on netikett?:
<https://www.kaspersky.com/resource-center/preemptive-safety/what-is-netiquette>
Smartphones etiketi näpunäited:
<https://www.verizon.com/articles/Smartphones/cell-phone-etiquette/>

MUU ASJAKOHANE TEAVE

Arutelu oma vanematega

SOTSIAALMEEDIA HIIGLASTE VÖRDLEV ANALÜÜS

EESMÄRGID

Selle tegevuse eesmärk on suurendada osalejate arusaamist sotsiaalmeedia hiiglaslikust maailmast. Sellel istungil uurime mõningaid juhtivaid platvorme, nende mõju ühiskonnale ja nende unikaalseid omadusi, kui võrdleme Facebooki, X-i (endine Twitter), Instagrami ja LinkedIni. (Tegevuse juht võib valida ka teisi sotsiaalmeedia hiiglasi nagu Tik-Tok, YouTube jne.)

TEGEVUSE AADRESSID

Noorsootöötajad, noored. Vanus: 18 kuni 70

AGENDA

See mitteformaalne haridus põhineb kogemusliku õppimise ja interaktiivse kaasamise väljakujunenud põhimõtetel.

1. Sissejuhatus 10 minutit

Tervitus ja sissejuhatus Ülevaade istungi eesmärkidest

2. Sotsiaalmeedia hiiglased 15 minutit

Lühiülevaade Facebookist, X-st, Instagramist ja LinkedInist Nende mõju ühiskonnale ja kasutajatele

3. Kasutajakogemus ja kasutajaliides 10 min

Kasutajaliideste võrdlev analüüs

Kuidas kasutajakogemus mõjutab kaasamist?

SOTSIAALMEEDIA HIIGLASTE VÖRDLEV ANALÜÜS

AGENDA

4. Omadused ja võimalused 10 minutit

Sügav süvenemine iga platvormi ainulaadsetesse omadustesse
Millised funktsioonid leiavad vastukaja erinevate kasutajate demograafiliste rühmade seas.

5. Sisu ja kogukond 10 minutit

Arutelu selle üle, millist tüüpi sisu iga platvorm soodustab Kuidas kogukonnad ja kaasamine neil platvormidel erinevad?

6. Privaatsus ja turvalisus 10 minutit

Eraelu puutumatus probleemide ja turvameetmete analüüs Kuidas platvormid käitlevad kasutajate andmeid

7. Brändi ja ärivõimalused 10 minutit

Tutvumine reklaami- ja ärivõimaluste kohta
Ettevõtete edulood ja väljakutsed nendel platvormidel

8. Kokkuvõte ja lõpparutelu 15 minutit

Avatud sõna osalejate küsimustele, mõtisklustele jne Lõppmärkused, tänamine ja edasised istungid (kui on võimalik)

AEG

Umbes 90 minutit, ajakava on soovituslik, osalejad otsustavad koos kogu aja.

SETTING

Tuba

SOTSIAALMEEDIA HIIGLASTE VÖRDLEV ANALÜÜS

MATERJALID

Sülearvutid või tahvelarvutid osalejatele (kui on olemas)
Projektor ja ekraan
Tahvel ja markerid
Väljatrükitud stsenaariumid ja rollikaardid
Kleeplokid ja markerid

PEDAGOOGILISED SOOVITUSED

Paluge osalejatel kriitiliselt hinnata sotsiaalmeedia hiiglaste plusse ja mi- nuse- id igas päevakorrates!
Tänage osalejaid nende aktiivse osalemise ja kaasamise eest. Koguge tagasisi- det simulatsiooni kohta, sealhulgas seda, mida osalejad pidasid väärtuslikuks ja mis tahes parandusettepanekuid.

VIITED/ BIBLIOGRAAFIA

Turvaline sotsiaalmeedia lastele
<https://www.npr.org/2011/07/11/137705552/ten-safe-social-net-working-sites-for-kids>
Turvaline sotsiaalmeedia teismelistele
<https://www.unicef.org/armenia/en/stories/10-tips-teens-canstay-safe-online>
Mida peaks igaüks teadma sotsiaalmeediast
https://www.youtube.com/watch?v=z_3mjW2NVY4

DIGITAALNE KIRJAOSKUS JA IDENTITEET

Facebookiga kadus anonüümsus ja meil kõigil oli digitaalne identiteet.

Alguses me ei teadnud, mida tähendab digitaalne identiteet, seega olime hooletud ja andsime oma andmed Facebookile mõtlematult.

Inimeste sotsiaalsed kohtumised hakkasid tehnoloogiaettevõtetele raha maksma. Näiteks 2000ndate alguses loodud Habbo Hotel oli algeline virtuaalne ruum, kus lapsed ja noored kulutasid mõnikord meeletu summa raha, et osta virtuaalset mööblit, millel oli reaalses maailmas null väärtust. See oli arengu algus, mida on raske peatada. Digitaalne kaubandus on kiiresti muutumas tavaliseks. Näiteks ostetakse ja müüakse virtuaalsetes mängude ja vestluste ruumides digitaalset kunsti, mängurekvisiite ja riideid.

Suured ettevõtted sisenevad kiiresti sellele turule. Nike ja Adidas konkureerivad nüüd digitaalsete tossude turuletoomisel. Samal ajal läheb meie poolt Facebookile, Google'ile ja teistele ettevõtetele antud teave alati koos hinnasildiga. Andmed aitavad reklaamijatel näha, mida me peame atraktiivseks.

Selleks, et tulla toime digitaliseerimise arenguga, on meil vaja digitaalset kirjaoskust. Me peame suutma suhtuda kriitiliselt teenustesse, meie kohta kogutud andmetesse ja meile müüdud digitaalsetele toodetele. Kuna iga tulevane põlvkond veedab rohkem aega virtuaalses ruumis kui eelmine, muutub digitaalne kirjaoskus nende jaoks üha olulisemaks kodanikuoskuseks.

SOTSIAALMEEDIA HIIGLASED

TEGEVUS

EESMÄRGID (VÕITE KA RÕHUTADA VAJADUSI, MIDA TEGEVUS AD-KLEIDID

Interaktiivne õppeülesanne nagu sotsiaalmeedia hiiglased: Selle tegevuse eesmärk on suurendada osalejate arusaamist sotsiaalmeedia hiiglaste maailmast. Sellel õppetunnil uurime mõnda juhtivat platvormi, nende mõju ühiskonnale ja nende unikaalseid omadusi, kui võrdleme Facebooki, X-i (endine Twitter), Instagrami ja LinkedIni.

PÄDEVUS (TEADMISED, OSKUSED, HOIAKUD, KÄITUMINE), MIDA ÕPPIJAD PEAKSID OMANDAMA, KUI NAD TEGEVUSE KOGEMINE

Uurime sotsiaalmeedia hiiglast ja nende taga olevaid ettevõtteid ning saame teada, et. Kuigi tegemist on “sotsiaalse” meediaga, teenivad selle taga olevad ettevõtted kasumit ja maksavad omanikele dividende. Võtame vaatluse alla sotsiaalmeedia hiiglaste platvormid, Facebook. Instagram. X, LinkedIn jne. Leiame, et nad koguvad palju teavet oma kasutajate kohta. Hindame hiiglaste mõju kasutajatele ja ühiskonnale üldiselt.

TEGEVUSE LÜHIKE TEOREETILINE KIRJELDUS, TEGEVUSE ENDA KIRJELDUS

Õpilastel palutakse kriitiliselt hinnata sotsiaalmeedia plusse ja miinuseid.

JUHISED SELLE KOHTA, KUIDAS TEGEVUST ELLU VIIA

Kestus: 1 tund
Interneti-ühendus

SOTSIAALMEEDIA HIIGLASED

TEGEVUS

PEDAGOOGILISED SOOVITUSED

Õppeülesandeid võib teha üksi või paarikaupa. Lõpuks saavad kõik õpilased koos arutada, miks nad arvasid, et chatGPT vastused olid õiged või valed.

REFLEKTEERIMIS- JA VALIDEERIMISMEETODID IGA TEGEVUSE PUHUL

Iga näite järel on õige vastus koos selgitustega.

VIITED / BIBLIOGRAAFIA

Sotsiaalmeedia ja valimised:

<https://www.princeton.edu/~fujiwara/papers/SocialMediaAndE-lections.pdf>

Sotsiaalmeedia võrdlemine:

<https://www.newyorker.com/culture/cultural-comment/tiktokand-the-fall-of-the-social-media-giants>.

KES ON SOTSIAALMEEDIA HIIGLASED?

Selles tegevuses arutame sotsiaalmeedia hiiglasi, kes nad on ja kellele nad kuuluvad ning kuidas nad oma raha teenivad (Face Book). Lisaks vaatleme teisi nähtusi sotsiaalmeedia hiiglaste ümber.

1. SOTSIAALMEEDIA GLOBAALSED ETTEVÕTTED

1. Facebook: Facebook on suurim sotsiaalmeediaplattform, millel on 2021. aasta septembri seisuga üle 2,8 miljardi igakuiselt aktiivse kasutaja. Sellele kuuluvad ka teised populaarsed platvormid, nagu Instagram ja WhatsApp.
2. X: (endine Twitter) on populaarne platvorm reaajas uudiste, teabe jagamise ja mikroblogimise jaoks. Sellel on üle 330 miljoni aktiivse kasutaja kuus.
3. Instagram: Instagram on foto- ja videojagamisplatvorm, mis kuulub Facebookile. Sellel on üle 1 miljardi aktiivse kasutaja kuus ja seda kasutatakse laialdaselt visuaalse sisu jagamiseks.
4. LinkedIn: LinkedIn on suhtlusvõrgustiku platvorm, mis on keskendunud professionaalsetele sidemetele. Sellel on üle 700 miljoni liikme kogu maailmas ning seda kasutatakse tööotsinguteks, võrgustike loomiseks ja tööstusharudega seotud aruteludeks.
5. Snapchat: Snapchat on multimeedia sõnumsiderakendus, mis on tuntud oma kaduva sisu ja liitreaalsusfiltrite poolest. Sellel on üle 500 miljoni aktiivse kasutaja kuus.
6. Pinterest: Pinterest on visuaalne avastamis- ja järjehoidjate platvorm, kus kasutajad saavad avastada ja salvestada ideid erinevatel teemadel. Sellel on üle 450 miljoni aktiivse kasutaja kuus.
7. TikTok: TikTok on sotsiaalmeedia platvorm lühivideote loomiseks ja jagamiseks. See on saavutanud tohutu populaarsuse, eriti noorema publiku seas, ja sellel on üle 1 miljardi aktiivse kasutaja kuus.

KES ON SOTSIAALMEEDIA HIIGLASED?

2. FACEBOOK KONTROLLIB JA RAHASTAB

Facebooki kasutajate jaoks on üsna ebaselge, kust ja kuidas Meta Platforms, Facebooki, Instagrami ja WhatsAppi omanik, oma raha ja kasumit saab. Kuigi nende teenus on näiliselt tasuta, on kasutaja ise (sina) see toode, mida Meta Platforms müüb reklaamijatele.

Teie ja üle 3 miljardi kasutaja kohta koostatakse pidevalt profiilid vastavalt käitumisele, digitaalselt jälgitavatele liikumistele, soovidele ja ihale ning neid sihitud andmeid müüakse. Meta platvormide jaoks on suunatud profiilide ja reklaami müümine väärtuslik. Meta vahearuande kohaselt teenis ta USAs ja Kanadas kolme kuu jooksul keskmiselt 56 dollarit kasutaja kohta. Euroopas oli tulu ühe kasutaja kohta palju väiksem, veidi alla 6 euro kuus, mis on siiski palju, kui kasutajaskond on tohutu... Kümne aastaga on Facebooki tulu ühe kasutaja kohta kasvanud Põhja-Ameerikas üheksa korda ja Euroopas kuus korda.

3. KAS TIKTOK TULEKS SEADUSEGA KEELATA?

Meie ettepanek ja tegelikult ka palve on jah. Tegelikult on seda teinud mitmed riigid, nt India ja mõned USA osariigid.

Kasutajad (peamiselt lapsed) saavad üksteise videodele meeldida ja neid kommenteerida. Meeldimised, kommentaarid ja jälgijad on TikToki oluline osa. Teiste reaktsioonid tähendavad noortele palju. Jälgijate ja meeldimiste arv näitab, kui populaarne sa oled, ja see võib noortele suurt survet avaldada.

KES ON SOTSIAALMEEDIA HIIGLASED?

3. KAS TIKTOK TULEKS SEADUSEGA KEELATA?

See oli lugu sellest, kuidas ühest rakendusest kahe nime all sai kõigi aegade kõige kiiremini kasvav sotsiaalmeedia rakendus: TikTok (ülemaailmsele publikule) ja Douyin (Hiinale).

Nüüd, aastal 2024, on TikToki teekond algavast rakendusest sotsiaalmeedia titaaniks midagi märkimisväärtset. Ületades 2021. aastal 1 miljard aktiivset kasutajat kuus, jätkub selle kasvustrateegia hämmastav.

Maailmas oli Androidi kasutajate keskmine TikToki veedetud aeg päevas 95 minutit II kvartalis 2022, mis on rohkem kui mis tahes muu sotsiaalvõrgustik. Siin on tabel TikToki ja teiste juhtivate sotsiaalvõrgustike keskmise rakenduses veedetud aja kohta päevas (minutites, seisuga II kvartal 2022):

Social media	Average time spent per day (worldwide, Android users only)
TikTok	95 minutes
YouTube	74 minutes
Instagram	51 minutes
Facebook	49 minutes
X (Twitter)	29 minutes
Snapchat	21 minutes

Lisateavet TikToki ja muu sotsiaalmeedia statistika kohta: <https://backlinko.com/tiktok-users>.

KES ON SOTSIAALMEEDIA HIIGLASED?

4. MILLISEID ANDMEID KOGUVAD JA SALVESTAVAD MÕNED HIIGLASED OMA KASUTAJATELT

Sotsiaalmeedia hiiglased koguvad ja salvestavad oma kasutajatelt mitmesuguseid andmeid. Kogutud andmete konkreetset liigid võivad platvormide lõikes erineda, kuid siin on mõned üldised näited:

1. Isiklik teave: Sotsiaalmeediaplatvormid koguvad tavaliselt kasutajate poolt registreerimise käigus esitatud isikuandmeid, nagu nimed, e-posti aadressid, telefoninumbrid ja sünnikuupäevad.
2. Profiili andmed: Kasutajad esitavad oma profiilides sageli täiendavaid üksikasju, näiteks oma soo, asukoha, hariduse, töökoha ajaloo, huvide ja suhte staatuse kohta.
3. Ametikohad ja sisu: Sotsiaalmeedia platvormid salvestavad kasutajate loodud ja jagatud sisu, sealhulgas postitused, fotod, videod, kommentaarid ja sõnumid. Need andmed võivad sisaldada teksti, pilte, asukohateavet ja ajatemplite andmeid.
4. Kasutusandmed: Platvormid jälgivad kasutajate suhtlemist ja käitumist oma platvormidel, sealhulgas postitusi, mis neile meeldivad, lehekülgi, mida nad jälgivad, kontosid, millega nad suhtlevad, ja reklaame, millele nad klõpsavad. Samuti võivad nad koguda teavet platvormile juurdepääsuks kasutatud seadmete ja brauserite kohta.
5. Asukohainfo: Paljud sotsiaalmeediaplatvormid koguvad ja salvestavad asukohtaandmeid, kui kasutajad lubavad asukohateenuseid. Seda teavet saab kasutada erinevatel eesmärkidel, näiteks asukohapõhiste funktsioonide või sihipärase reklaami pakkumiseks.

KES ON SOTSIAALMEEDIA HIIGLASED?

4. MILLISEID ANDMEID KOGUVAD JA SALVESTAVAD MÕNED HIIGLASED OMA KASUTAJATELT

6. Küpsised ja jälgimistehnoloogiad: Sotsiaalmeedia platvormid kasutavad küpsiseid ja sarnaseid jälgimistehnoloogiaid, et koguda andmeid kasutajate sirvimistegevuste kohta nii nende platvormidel kui ka kogu veebis. Need andmed aitavad kasutajate huve profileerida ning pakkuda personaliseeritud sisu ja reklaami.

7. Kolmanda osapoole andmed: Sotsiaalmeediaplatformid võivad koguda andmeid ka kolmandatest allikatest, näiteks reklaamijatel, andmevahendajatelt või teistelt veebisaitidelt ja rakendustelt, millega neil on partnerlussuhted. Need andmed võivad täiustada kasutajate profiile ja parandada reklaami suunamist.

Oluline on märkida, et kogutud andmed ja nende kasutamise viisid võivad platvormide lõikes erineda. Kasutajad peaksid tutvuma iga platvormi privaatsuspoliitikaga ja seadistustega, et mõista, kuidas nende andmeid kogutakse, säilitatakse ja jagatakse.

5. KELLELE KUULUVAD SOTSIAALMEEDIA HIIGLASED?

Facebook (sealhulgas Instagram ja WhatsApp): Mark Zuckerberg on Facebook, Inc. kaasasutaja, esimees ja tegevjuht, kellele kuuluvad Instagram ja WhatsApp.

X (endine Twitter) on börsil kaubeldav ettevõtte ja selle omanikering oli varem aktsionäride seas. Jack Dorsey, üks Twitteri kaasasutajatest. Praegu on omanik Elon Musk (ettevõtte Tesla asutaja).

LinkedIn: LinkedIn kuulub Microsoftile. Microsoft omandas LinkedIn 2016. aastal.

Snapchat: Snap Inc. on Snapchati emaettevõtte. Evan Spiegel, Bobby Murphy ja Reggie Brown asutasid Snapchati.

Pinterest: Pinterest on börsil kaubeldav ettevõtte ja selle omanikering on jaotatud aktsionäride vahel.

KES ON SOTSIAALMEEDIA HIIGLASED?

5. KELLELE KUULUVAD SOTSIAALMEEDIA HIIGLASED?

TikTok: TikTok kuulub Hiina ettevõttele ByteDance. Zhang Yiming asutas ByteDance'i 2012. aastal.

Võib väita, et nende äriühingute omanikering võib aja jooksul muutuda ühinemiste, ülevõtmiste või muude äritehingute tõttu. Kõige värskema teabe saamiseks on oluline vaadata mõne hiiglase veebisait ja/või mõnda usaldusväärset ajalehte, mis jälgivad pidevalt sotsiaalmeedia hiiglasti.

6. SOTSIAALMEEDIA HIIGLASED KOGUVAD JA SALVESTAVAD TEIE ANDMEID.

Uuring näitab: Instagram jagab oma kasutajate kohta kõige rohkem teavet kolmandate osapooltega.

Facebookile kuuluv Instagram on tõusnud kasutajate andmeid koguvate ja jagavate rakenduste nimekirja tippu.

Pilvandmetöötlusettevõtte pCloudi uuringus leiti, et Instagram kogub 79% kasutajate isikuandmeid ja võib neid jagada kolmandate osapooltega. Kogutud andmed hõlmavad otsingulugu, asukohta, kontaktandmeid ja finantsteavet.

Oma aruandes kasutas pCloud Apple'i uut App Store'i privaatsuspoliitikat, mis paljastab rohkem teavet selle kohta, kuidas rakendused kasutavad andmeid oma kasutajate kohta ja kuidas neid andmeid liigutatakse.

KES ON SOTSIAALMEEDIA HIIGLASED?

6. SOTSIAALMEEDIA HIIGLASED KOGUVAD JA SALVESTAVAD TEIE ANDMEID.

Teie jälgimist kogub:

- Teie kontaktandmed
- Sildid
- Teiega (kasutajaga) seotud andmed
- Tervise- ja tervisekäitumistehingud
- Asukoht
- Kontaktandmed
- Kontaktide nimekiri
- Tundlik teave
- Kasutusandmed



Andmekaitsepoliitika võib erineda sõltuvalt näiteks teie kasutatavatest funktsioonidest ja vanusest.

PROJEKTI VIDEO

“Ole sotsiaalmeedias nutikas: Digitaalsed oskused kriitilistele mõtetele”

Erasmus+ projekti promo animatsioon <https://www.youtube.com/watch?v=Ax4ePxjYbEo>

„Ole sotsiaalmeedias nutikas: Digitaalsed oskused kriitilistele mõtetele“ on Erasmus+ strateegilise partnerluse projekt, mis keskendub eeskujulike strateegiate kogumisele ja uuenduslike ressursside loomisele ulatusliku meediapädevuse e-käsiraamatu jaoks.

Partnerid Leedust, Eestist, Soomest, Prantsusmaalt ja Itaaliast teevad koostööd selle käsiraamatu väljatöötamiseks, mis on mõeldud noorsootöötajate toetamiseks nende igapäevases suhtluses noortega. Rõhutades kriitilise mõtlemise kõrval ka digitaalset

ja meediapädevust, on projekti eesmärk suurendada noorteorganisatsioonide digitaalset valmisolekut, vastupanuvõimet ja võimekust spetsiaalse koolituse ja ressursside arendamise kaudu. See algatus on kasulik ka laiemale sihtrühmale, sealhulgas haridustöötajatele, valitsusväliste organisatsioonide töötajatele ja sidusrühmadele, kes on huvitatud digitaalse kirjao-skuse ja kriitilise mõtlemise paremast mõistmisest, eelkõige pandeemia ja pandeemiajärgsete stsenaariumide analüüsimisel sotsiaalmeedias.

Meedia eelarvamused <https://www.youtube.com/watch?v=xuVhKIXotiM>

Practical constraints on media neutrality include the inability of journalists to report all available stories and facts, and the requirement that selected facts be linked into a coherent narrative. This inability leads to

bias in the mass media, which influences the selection and reporting of events and stories.

PROJEKTI VIDEO

Eksituse määratlus <https://www.youtube.com/watch?v=pmxxx7Vtx34>

Eksimused kujutavad endast mitmesuguseid arutlusvigu. Kui loete veenvaid kirjutisi, küsige endalt: „Kas autori väide põhineb vigasel arutlusel?“. Populistlikud

poliitikud, provokaatorid ja radikaalid rajavad oma kõned ja lubadused sageli ekslikele argumentidele.

Vahendid meedia erapoolikuse mõõtmiseks

https://www.youtube.com/watch?v=P3U_Tr16Jrg&t=52s

Kõrvalekallete mõõtmiseks ja hindamiseks on olemas mitmesuguseid vahendeid. Richard Alan Nelsoni (2004) uurimus „Propaganda jälgimine allikani: Tools for Analyzing Media Bias teatab, et sotsiaal- ja kom-

munikatsiooniteadustes kasutatakse vähemalt 12 meetodit eelarvamuste olemasolu analüüsimiseks ja kvantifitseerimiseks.

Bandwagon fallacy määratlus

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

See video määratleb ja selgitab lühidalt „Bandwagon fallacy“, heidab valgust selle mõjudele ja levinud väärarusaamadele.

PROJEKTI VIDEO

Süütunne assotsieerumise tõttu eksitus

<https://www.youtube.com/watch?v=m22SUbL4zqw>

See video uurib „Süütunne assotsieerumise tõttu eksitus“ kontseptsiooni, pakkudes selget ja arusaadavat selgitust.

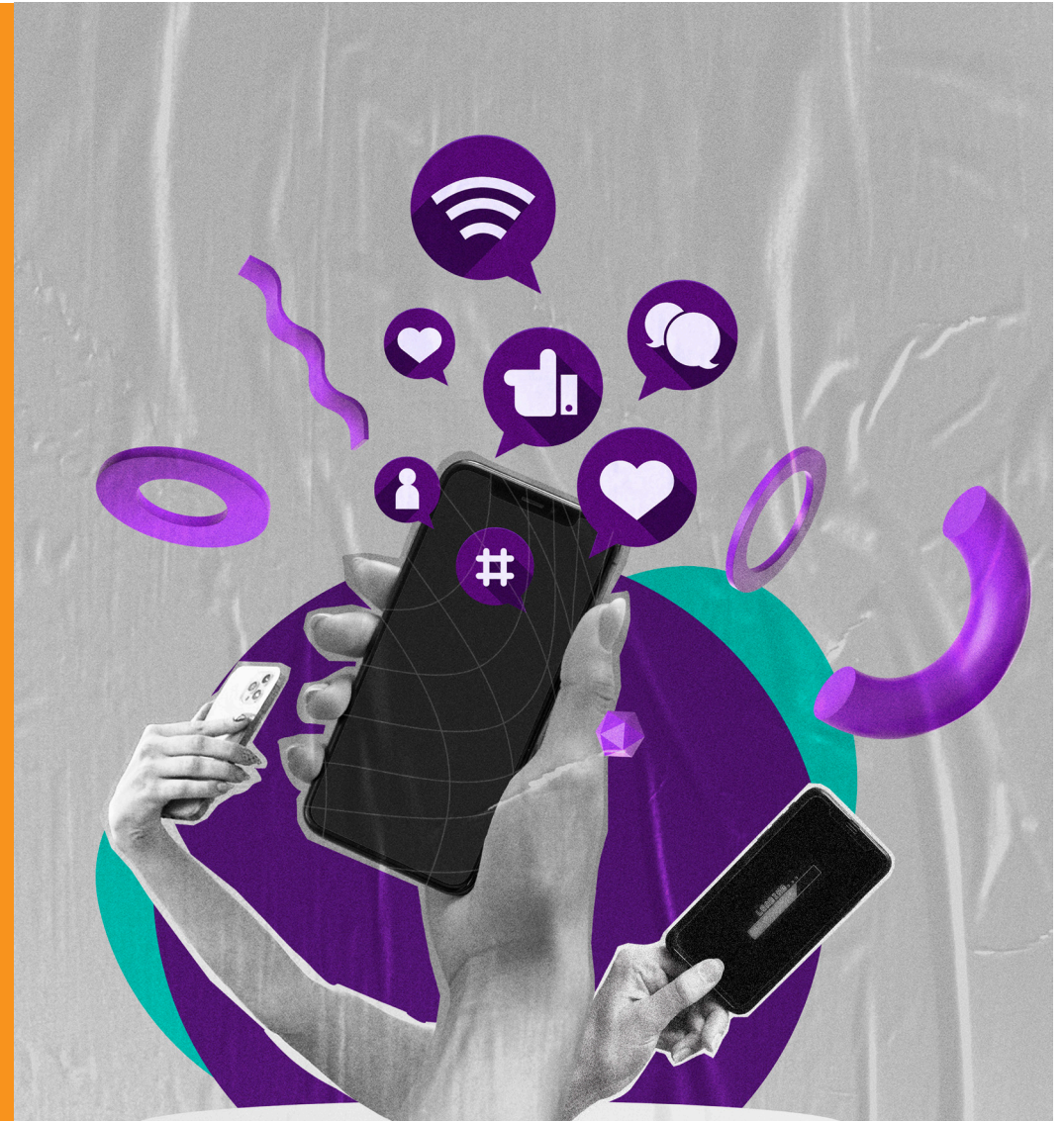


Guilt by association fallacy. Be smart in social media. Erasmus+ project.
<https://www.youtube.com/watch?v=m22SUbL4zqw>

PROJEKTI VIDEO

KOKKUVÕTE

Videos „Ole sotsiaalmeedias targalt: Digitaalsed oskused kriitilisele meelele“ pakuvad väärtuslikke vahendeid meediapädevuse õpetamiseks, eelkõige selleks, et aidata inimestel analüüsida sotsiaalmeediat kriitiliselt ja arukalt. Projekti promoanimatsioon toob esile Leedu, Eesti, Soome, Prantsusmaa ja Itaalia partnerite ühiseid jõupingutusi ulatusliku meediapädevuse e-käsiraamatu loomisel. See abivahend on mõeldud selleks, et anda noorsootöötajatele ja pedagoogidele oskusi, mis aitavad edendada noorte digitaalset valmisolekut ja vastupidavust, rõhutades kriitilise mõtlemise tähtsust digitaal- ja meediakirjaoskuses. Käsitledes sotsiaalmeedia suhtlemise nüansse, aitab projekt kuulajaskonnal orienteeruda veebiinfo keerukuses, eriti pandeemia ja pandeemiajärgsete stsenaariumide kontekstis.



PROJEKTI VIDEO

KOKKUVÕTE

Meedia erapoolikust käsitlev video pakub kriitilist pilku sellele, kuidas ajakirjanduse valikud lugude valikul ja narratiivide konstrueerimisel võivad viia erapoolikute kajastamiseni. See arusaam on meediapädevuse seisukohalt väga oluline, sest see rõhutab uudiste allikate täielikkuse ja neutraalsuse kahtluse alla seadmise tähtsust. Nende eelarvamuste mõistmine võimaldab inimestel paremini eristada meedia kajastuste aluseks olevaid eesmärke ja arendada nüansirikkamat vaadet päevakajalistele sündmustele. Meedia erapoolikuse mõõtmise vahendeid käsitlevas videos tutvustatakse erinevaid sotsiaalteadustes kasutatavaid meetodeid, et tuvastada ja kvantifitseerida erapoolikust meedias. Need teadmised võimaldavad inimestel rakendada uudisteallikate analüüsimisel süstemaatilisi lähenemisviise, mis aitavad kaasa meediasisu tõenduspõhisemale mõistmisele. Varustades vaatajad nende analüüsivahenditega, parandab Erasmus+ projekt nende võimet suhtuda kriitiliselt sotsiaalmeedias leiduvasse teabesse ja seda hinnata.

Videos explaining the fallacies, including specific videos on the “Bandwagon fallacy” and the “Guilt by Association fallacy”, are helpful in teaching critical thinking. By recognising common argumentation fallacies, people will be able to more effectively evaluate arguments presented in social media posts, political speeches and other persuasive communications. These videos provide clear definitions and examples that make complex concepts accessible and practical for everyday use.

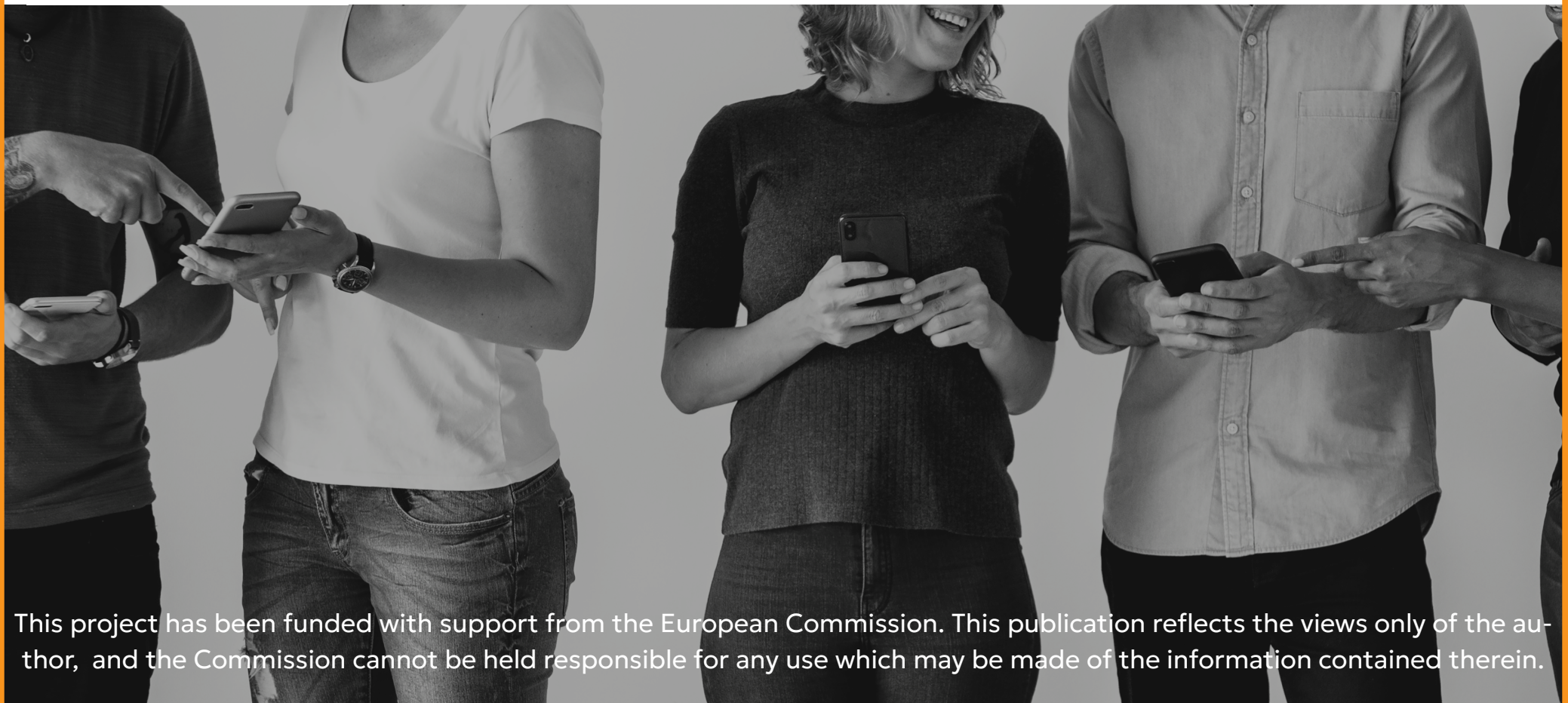
Taken together, these videos provide a solid foundation for media literacy education, promoting critical analysis and informed decision-making in the digital age. They offer practical strategies and theoretical insights essential for navigating the complex landscape of social media, making them invaluable resources for educators, youth workers and anyone interested in improving their digital literacy.



**Co-funded by the
European Union**



MITRA FRANCE



This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.