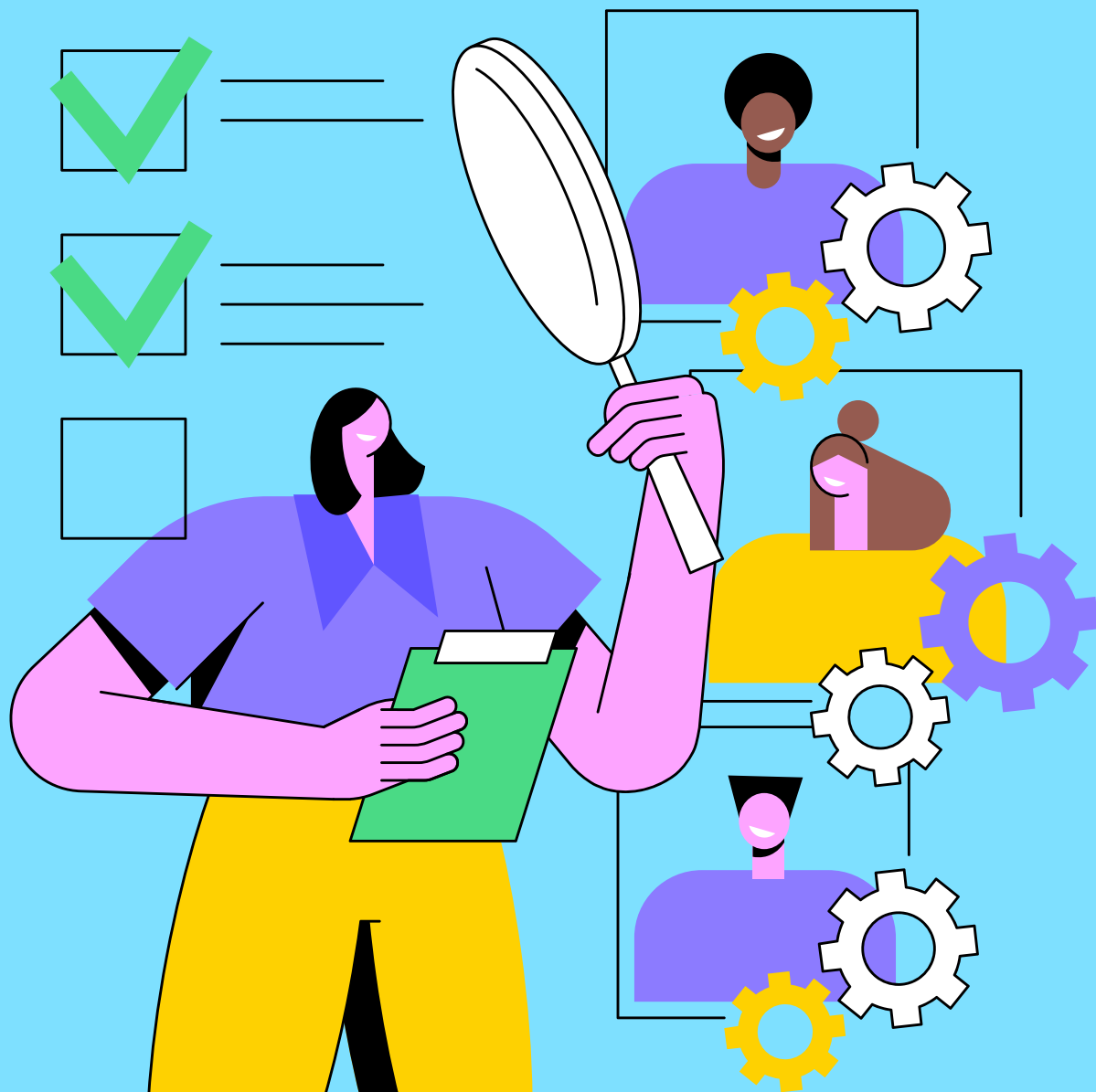


TÖÖVAHENDID NOORSOO- JA HARIDUSTÖÖTAJATELE:

Noorte meedia- ja infokirjaoskus rohelistel teemadel



Kaasrahanud
Euroopa Liit



**See väljaanne kajastab ainult
autori seisukohti ja komisjon ei
vastuta selles sisalduva teabe
võimaliku kasutamise eest.**



**Kaasrahastanud
Euroopa Liit**

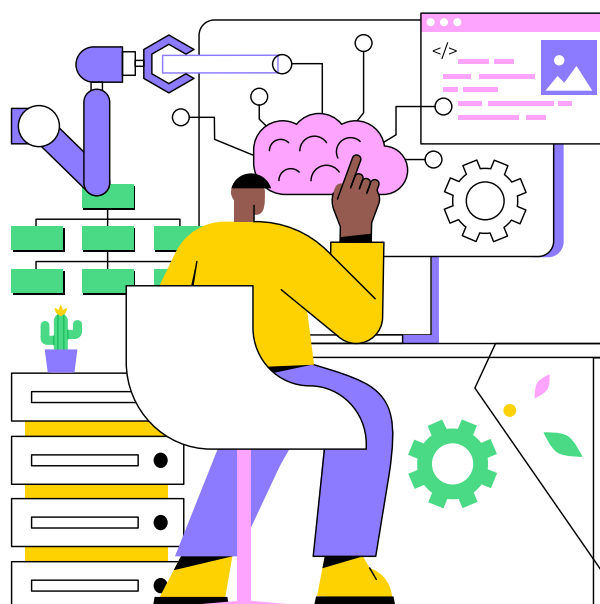


SISUKORD

SISSEJUHATUS	4
1. TEOREETILINE TAUST	7
1.1 Meedia- ja infokirjaoskus	
1.1.1 Meedia- ja infokirjaoskuse parimad tavad	
1.1.2 Meedia- ja infokirjaoskusega seotud väljakutsed	
1.2 Rohelised teemad: noorte roll keskkonnasäästlikkuses	
1.2.1 Keskkonnasäästlikkus	
1.2.2 Kliimamuutused	
1.2.3 Noored ja võitlus kliimamuutuste vastu	
2. PÕHJENDUS	14
2.1 Töötubade teemad	
2.1.1 "Digitaalajastu kujud: Noorte arusaamad ja suhtlus meediaga rohelistel teemadel – Eesti, Portugali ja Horvaatia võrdlusuuringu aruanne"	
2.1.2 Euroopa meediakirjaoskuse indeks	
2.1.3 Euroopa Komisjoni digipädevuse raamistik	
2.2 Töötoa struktuur	
3. PRAKTILISED NÕUANDED: NOORTELE SUUNATUD HARIDUSTEGEVUSE KORRALDAMINE	22
3.1 Mitteformaalne haridus ja kaasav pedagoogika	
3.2 Motivatsioonistrateegiad: Kuidas panna noori osalema?	
3.3 Kaasamisstrateegiad: Kuidas hoida noorte huvi tegevuse ajal?	
4. TÖÖTUBADE JUHISED	27
KOKKUVÕTE	29
VIITED	30
LISAD	32

SEANSSS 34

Kes on nüüd ekspert?	34
Lugemine kõikjal: vertikaalsed ja lateraalsed usaldusväärsuse meetodid	48
Veebientsüklopeediad: usaldusväärsed või mitte – selles on küsimus	59
Seda ma klõpsaksin: klikisööda pealkirjade analüüsimine ja rakendamine	68
Faktikontroll, palun! Libauudised ja R.E.A.L.	79
Võltsroheline mahapesemine: rohepesu trikid ja tehnikad	89
Tõeline või võlts: mis toimub sellel pildil?	99
Kasutatust kasutajaks: sotsiaalmeedia überõppimine meedia- ja infokirjaoskuse ajastul	108
Sissejuhatustehisintellekti	118
Kes on nüüd ekspert?	128
SIFT-meetod kliimakriisi käsitlemisel: mis muudab allika usaldusväärseks?	142
Võimas faktikontrollija	154
Seda ma klõpsaksin: klikisööda pealkirjade analüüsimine ja rakendamine	165
Libauudiste mäng	176
Rohelise edendamine, hea edendamine: rohepesu vastane võitlus	184
Boti-püüdjad: meedia kinnitamine InVID pistikprogrammiga	192
Miks me mõjutame? Sotsiaalmeedia kasutamise motivatsioon	197
Ettevaatust, botid: tehisintellekti varjukülg	210
Rohelised teemad ja sotsiaalmeedia: kogukonnaaktivismi kampaania	223





TABELITE LOETELU

- Tabel 1 – "Meedia- ja infokirjaoskuse märksõnadega seotud väljakutsed"
- Tabel 2 – "Noorte meedia- ja infokirjaoskus töötoad rohelistel teemadel"
- Tabel 3 – "Noorte küsimustikest tuletatud töötubade teemad"
- Tabel 4 – "Riigi vastupanuvõime väärinfole"
- Tabel 5 – "Digipädevuse põhikomponentidest tuletatud töötubade teemad"
- Tabel 6 – "Domineerivad pedagoogilised meetodid aktiivseks kaasamiseks"
- Tabel 7 – "Noorte motivatsioonistrateegiad mitteformaalses haridustegevuses osalemiseks"
- Tabel 8 – "Edustrateegiad: noorte kaasamisstrateegiad jätkuvaks osaluseks
mitteformaalsetes haridustegevustes"
- Tabel 9 – "Pange tähele: näpunäited iga töötoa läbiviimiseks"
- Tabel 10 – "Töötoa kava kirjeldus"



JOONISTE LOETELU

- Joonis 1 – "Kaasamisprotsessi neli etappi"
- Joonis 2 – "DigCompi digipädevuse põhikomponendid"
- Joonis 3 – "Digitaalses ookeanis ujuma õppimine: tasemed 3 ja 5"

AB

LÜHENDID

- AI – tehisintellekt
- EL – Euroopa Liit
- IISD – Rahvusvaheline Säästva Arengu Instituut
- MIL – meedia- ja infokirjaoskus
- SALTO (Support, Advanced Learning and Training Opportunities) – toetus, täiendõppe- ja koolitusvõimalused
- SDGs (Sustainable Development Goals) – säästva arengu eesmärgid
- ÜRO – Ühinenud Rahvaste Organisatsioon
- UNESCO – ÜRO Hariduse, Teaduse ja Kultuuri Organisatsioon
- WCED – Maailma Keskkonna- ja Arengukomisjon

SISSEJUHATUS



Partnerite konsortsium viib ellu projekti "Meedia- ja digitaalne kirjaoskus seoses kliimamuutuste ja keskkonnateemadega", mille eesmärk on tõsta suutlikkust ja pakkuda praktilisi töövahendeid noorsootöötajatele ja noortele. Projekti toetab Euroopa Liit, eelkõige programm Erasmus+, ning lepingupartneriks on Horvaatia Liikuvuse ja ELi Programmide Agentuur (Agency for Mobility and EU Programmes).

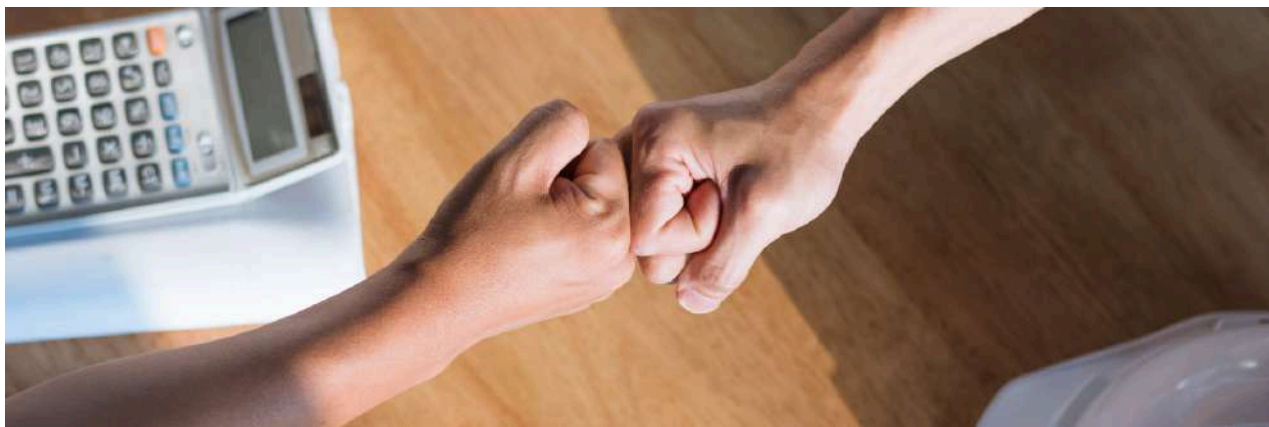
SISSEJUHATUS

Konsortsium koosneb meediakirjaoskusega tegelevatest kogenud organisatsioonidest:

- Horvaatia väikeettevõtte DOMAS, mis on spetsialiseerunud mitteformaalsele haridusele, noorsootööle ja meediakirjaoskusele;
- AgoraAveiro, rohujuuretasandil valitsusväline organisatsioon Portugalist, mis keskendub noorsootööle ja keskkonnateemadele;
- Learning Library, Eesti haridustehnoloogia ettevõtte, mis on spetsialiseerunud e-õppele mitteformaalses keskkonnas.

Projekti tegevuste hulka kuuluvad:

1. Teadusuuring "Meedia- ja digitaalne kirjaoskus keskkonnateemadel" ("Media and Information Literacy in Environmental Topics"): Uuringu eesmärk oli hinnata noorte, eelkõige 15–30-aastaste inimeste meediapädevuse taset, keskendudes meediakirjaoskusele ja keskkonnateemadele.
2. Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele "Noorte meedia- ja infokirjaoskus rohelistel teemadel" (hõlmab kliimamuutusi ja muid keskkonnateemasid).
3. Katsesessioonid noortele (21 sessiooni, igaüks 90 minutit): Projektipartnerid katsetavad väljatöötatud töövahendeid, viies igas riigis läbi 7 noortele suunatud töötuba ning kogudes tagasisidet edasiseks arenguks, lähtudes noorte vajadustest.
4. Veebipõhine õppekursus noortele "Meediakirjaoskus ja rohelised teemad": Kursus on interaktiivne e-õppe vahend, mis sisaldab viktoriine, interaktiivseid fotosid ja videoid. Selle eesmärk on pakkuda noortele võimalust omandada e-õppe kaudu uusi teadmisi ja oskusi meedia- ja digitaalse kirjaoskuse valdkonnas. E-õppe programm sisaldab kaheksat moodulit, millest igaühes on neli õppetundi. See keskendub mängulisele õpikogemusele, mida võimaldab pakkuda mitteformaalsel õppel põhinev lähenemine noorsootööle.
5. Kohalikud koolituskursused haridus- ja noorsootöötajatele: Välja töötatud ja täiustatud töövahendite põhjal korraldatakse kohalikud koolituskursused 60 haridustöötajale (koolitajad, õpetajad, koolidega seotud eksperdid), mis keskenduvad meediakirjaoskusele, libauudistele ja noorte kaasamisele nendel teemadel.
6. Kohalikud teabe levitamise konverentsid: Igas riigis toimub ühepäevane teabekonverents, kus projekti tulemusi tutvustatakse laiemale noorsootöötajate ja noorteorganisatsioonide kogukonnale arutlusringide ja töötubade kaudu.



Meedia- ja infokirjaoskus on tänases tehnoloogiapõhises ühiskonnas aktuaalne teema. Sotsiaalmeedia, tehisintellekti (AI) ja digitaalse meedia üha kasvav kasutamine annab noortele ligipääsu varasematele põlvkondadele tundmatule teabehulgale. Kuid kas tänapäeva noored on valmis neid tehnoloogiaid ühiskonna parendamiseks kasutama? Ning kas nad kasutavad neid ressursse ohutult ja arukalt enda kasuks?

Erasmus+ projekti "Noorte meedia- ja digitaalne kirjaoskus rohelistel teemadel" raames loodi 20 töötoast koosnev töövahendite komplekt, mis pakub kasutusvalmis materjale noorsoo- ja haridustöötajatele, sealhulgas koolitajatele ja õpetajatele (juhendajatele). Kolme mittetulundusühingu – DOMAS (Horvaatia), AgoraAveiro (Portugal) ja Learning Library (Eesti) – partnerluse keskmes on noorte puudulikud teadmised digitaalse meedia kriitilisest kasutamisest. Seetõttu on nende töötubade eesmärk:

*Õpetada noortele, kuidas **tarbida meediat kvaliteetselt ja ohutult**, mille tulemuseks on **õpitud oskuste rakendamine igapäevases elus**. Kokkuvõttes aitab see kaasa **teadlikumate ja pühendunumate digikodanike kasvatamisele**, kes saavad oma teadmistega **avaldada positiivset mõju kliimamuutustele ja keskkonnasäästlikkusele**.*

Käesolev aruanne on töötubade teoreetiline taust, mis aitab tuvastada meediakirjaoskuse tavaid ning noorte rolli keskkonnasäästlikkuse teadvustamisel ja aktivismis. Selles põhjendatakse teema ja õppemeetodite valikut ning jagatakse praktilisi nõuandeid mitteformaalsete haridustegevuste korraldamiseks noortele ja töövahendite komplekti kasutamiseks.

Lõpuks selgitatakse töötubade struktuuri, pakkudes juhiseid iga töötoa erinevates osades navigeerimiseks.

1. Teoreetiline taust
2. Põhjendus
3. Praktilised nõuanded
4. Töötubade juhised

01

TEOREETILINE TAUST



Tänapäeva digitaalsel maastikul on UNESCO määratletud meedia- ja teabekirjaoskus (MIL) noorte jaoks hädavajalik, et võidelda desinformatsiooni, vihakõne ja meedia usalduse vähenemisega. MIL edendab kriitilist mõtlemist, vastutustundlikku veebis kaasamist ning meedia analüüsimiseks ja loomiseks vajalikke oskusi. UNESCO ja Euroopa Liidu poolt tunnustatud MIL annab noortele võimaluse navigeerida nii traditsioonilises kui ka digitaalses meedias, andes neile võimaluse olla teadlikud ja vastutustundlikud kodanikud.

1.1 Meedia- ja infokirjaoskus

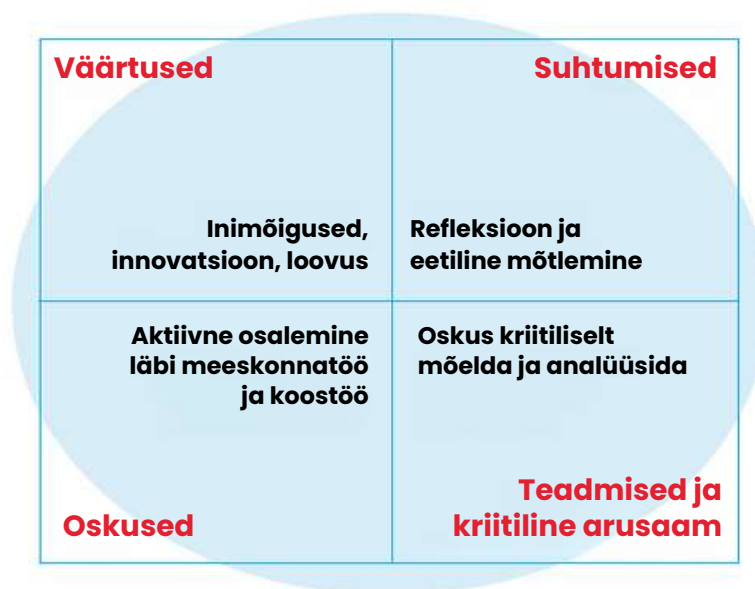
UNESCO (Ühinenud Rahvaste Organisatsiooni Hariduse, Teaduse ja Kultuuri Organisatsioon) sõnul on meedia- ja infokirjaoskus "vajalike oskuste kogum, mis aitab toime tulla 21. sajandi väljakutsetega, sealhulgas väärinfo, desinformatsiooni ja vihakõne levikuga, ning usalduse vähenemisega meedia ja digitaalse innovatsiooni, eriti tehisintellekti vastu"[1]. Meedia- ja infokirjaoskus aitab noortel:

- Teavet kriitiliselt hinnata
- Veebis turvaliselt ja vastutustundlikult navigeerida
- Tagada usaldus infoökosüsteemide ja digitehnoloogiate vastu
- Käituda teadlike ja vastutustundlike kodanikena
- Võidelda desinformatsiooni ja valeinfo
- Arendada kriitilise mõtlemise, analüüsi, eneseväljenduse ja loovusega seotud põhioskusi
- Erinevates vormides meediale ja teabele edukalt ligi pääseda, seda analüüsida, luua ja tarbida

Euroopa Liit täiendab seda määratlust, rõhutades meediakirjaoskuse tähtsust meediale ligipääsemisel, selle kriitilisel hindamisel ja meediaga suhtlemisel (nt sisu loomise kaudu). Nende sõnul hõlmab meediakirjaoskus "kõiki tehnilisi, kognitiivseid, sotsiaalseid, kodanikke ja loomingulisi võimeid, mis aitavad meil kasutada nii traditsioonilisi kui ka uusi meediavorme, neid kriitiliselt hinnata ja nendega suhelda."[2]

Kuigi **meedia- ja infokirjaoskusel** on palju erinevaid määratlusi ja nimetusi (digitaalne meediakirjaoskus, infokirjaoskus ja internetikirjaoskus), hõlmab see kokkuvõtlikult **meid ümbritseva meedia kriitilist hindamist**. Euroopa Nõukogu meedia- ja infokirjaoskuse kontseptsiooni raamistik sisaldab väärtusi, hoiakuid, oskusi, teadmisi ja kriitilist arusaamist (joonis 1).

Joonis 1 – "Kaasamisprotsessi neli etappi"



Allikas: Council of Europe, 2024 [3]

[1] UNESCO (kuupäev puudub). Meedia- ja infokirjaoskus. <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>. Vaadatud 12.04.2024.

[2] Euroopa Liidu Nõukogu (2016). Nõukogu järeldused meediakirjaoskuse ja kriitilise mõtlemise arendamise kohta hariduse ja koolituse kaudu. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52016XG0614%2801%29#ntr10-C_2016212EN.01000501-E0010. Vaadatud 11.10.2024.

[3] Euroopa Nõukogu (2024). Meedia- ja infokirjaoskus. <https://www.coe.int/en/web/digital-citizenship-education/media-and-information-literacy>. Vaadatud 12.04.2024.

Hiljuti on tekkinud segadus meedia- ja infokirjaoskuse ning digitaalse kodakondsuse vahel, kuna mõlemad on koondatud digitaalse hariduse kategooriasse. Meedia- ja infokirjaoskus viitab kriitilisele mõtlemisele meedia suhtes, kuid digitaalne kodakondsus käsitleb seda, kuidas me elame ja suhtleme meid ümbritseva tehnoloogiaga[2]. Selles töövahendite komplektis keskendutakse meedia- ja infokirjaoskusele kui digitaalse kodakondsuse alajaotusele.

Uudiste kirjaoskus, käesoleva projekti seisukohast oluline meedia- ja infokirjaoskuse alateema, on "võime kasutada kriitilist mõtlemist uudiste (trükised, televisioon või internet) usaldusväärsuse ja usutavuse hindamiseks". [4]

Ameerika Ühendriikides asuva Washtenawi Kogukonna Kolledži Raamatukoguhoidjate Ühingu[5] sõnul peaks uudiste kirjaoskusega inimene suutma:

- Hinnata uudiseid ja meedialugusid
- Teha vahet uudiste ja arvamuste vahel üldises infotulvas
- Tuvastada erapoolikust või kallutatust
- Ära tunda libauudiseid
- Kontrollida uudiste usaldusväärsust
- Kasutada uudiste hankimiseks mitmeid formaate ja allikaid
- Mõista enda seisukohtadest erinevaid vaatenurki ja uskumusi
- Olla informeeritud kodanik

1.1.1 Meedia- ja infokirjaoskuse parimad tavad

Kuigi noorte harimine meedia- ja infokirjaoskuse valdkonnas on seotud paljude probleemidega, keskendus SALTO Osaluse ja Informatsiooni Kompetentsikeskuse[6] (Erasmus+ programmide tugiteenused, täiendõpe- ja koolitusvõimalused) hiljutine uuring kogu Euroopa Liidus (EL) toimuvate tegevuste leidmisele, mis pakuvad noortele mõtestatud ja kriitilist meedia- ja infokirjaoskuse raamistikku. Nad tuvastasid meedia- ja infokirjaoskusega seotud parimaid tavasid, mis hõlmavad (lk. 24–32):

- Digitaalsete põhioskuste ja -pädevuste arendamist, kriitilist mõtlemist, konstruktiivset dialoogi ja desinformatsiooni vastu võitlemist.
- Osalejad hangivad digitaalset teavet üldjuhul passiivselt, seega tuleks keskenduda kodanikuoskuste arendamisele mitteformaalsete meetodite abil.
- Noortele tuleks pakkuda meedia- ja infokirjaoskuse ja digitaalse osaluse kombinatsiooni, et "arendada oskusi ja teadlikkust, mis on vajalikud aktiivseks osalemiseks demokraatlikus elus" (lk 29).
- "Projekti eesmärk on käsitleda teadmiste ja teabe lünki noorte seas, edendades poliitika ja sotsiaalsete küsimuste paremat mõistmist. See teadvustab internetipõhise õppe levikut, kuid rõhutab samas usaldusväärsusel allikel ja kriitilisel mõtlemisel põhinevate koolisest arutelude tähtsust. Projekti eesmärk on edendada ühiskonna sallivust ja kriitilist mõtlemist teadmiste ja kogemuste edastamise kaudu" (lk 32).

[4] Center for News Literacy. (2014–24). Glossary: The Language of News Literacy. Retrieved from <https://digitalreallias.center/glossary-language-news-literacy>. Vaadatud 10.4.2024.

[5] Washtenaw Community College. (2024). What is News Literacy? Retrieved from <https://libguides.wccnet.edu/newsliteracy>. Vaadatud 08.4.2024.

[6] SALTO (2024). Aruanne meedia- ja infokirjaoskuse ning digitaalse osaluse kohta. <https://participationpool.eu/resource/report-on-media-and-information-literacy-and-digital-participation-activities-trends-and-needs-within-the-erasmus-and-european-solidarity-corps-programmes-in-2021-and-2022/>. Vaadatud 15.02.2024.

1.1.2 Meedia- ja infokirjaoskusega seotud väljakutsed

Väljakutsed on siiski jätkuvalt olemas ning neid ei tohiks meedia- ja infokirjaoskuse õpetamisel unustada. SALTO Osaluse ja Informatsiooni Kompetentsikeskuse⁶ andmetel on peamised meedia- ja infokirjaoskusega seotud väljakutsed järgmised:

- Kriitilist mõtlemist ja refleksiooni on raske õpetada
- Meedia valik on lai – kas me saame seda kõike õpetada
- Väärinfo, desinformatsioon, libauudised
- Kinnituskalduvus
- Kognitiivne dissonants
- Tõejärgsus

Eespool kasutatud mõistete määratlused on esitatud allpool tabelis 1.

Desinformatsioon	Vale või eksitav sisu, mida levitatakse pettuse või majandusliku või poliitilise kasu saamise eesmärgil ja mis võib tekitada avalikkusele kahju (Euroopa Komisjon, kuupäev puudub).
Väärinfo	Väär või eksitav sisu, mida jagatakse ilma pahatahtliku kavatsuseta, kuid mille mõju võib siiski olla kahjulik.
Libauudised	Fabritseeritud uudised ja vale teadlik esitamine faktina, mille eesmärk võib olla poliitilise või rahalise kasu saamine (lk 6).
Kinnituskalduvus	"Isiklike arusaamadega kooskõlas oleva teabe otsimine, valimine ja tõlgendamine" (lk 3).
Kognitiivne dissonants	"Vaimne konflikt, mis tekib siis, kui meie uskumusi või eeldusi vaidlustatakse ja kui üks kaitsestrateegia on lükata tagasi, ignoreerida või minimeerida vastuolulise teabe tähtsust." (lk 3).
Tõejärgne	"Asjaolud, mille puhul objektiivsed faktid on avaliku arvamuse kujundamisel vähem mõjuvõimelised kui emotsioonid ja isiklike veendumusi puudutavad pöördumised" (lk 5). "Inimesed eelistavad või mõnikord lausa otsivad teavet, mis kinnitab nende eelarvamusi. Nad kipuvad kõrvale jätma tõendeid, mis ei lange kokku nende väljakujunenud arvamusega ja eiravad objektiivset korrektsust." (lk 6). "Kogu tõejärgsuse fenomen on tingitud äärmiselt suurest usaldamatusest institutsioonide, peavoolumeedia, poliitikute ja ekspertide suhtes." (lk 5).

Kuna noored kasutavad tänapäeval ülekaalukalt sotsiaalmeediat ning väär- ja desinformatsiooni peetakse juhtivateks negatiivseteks faktoriteks sellistel platvormidel nagu Instagram, TikTok ja X (varem Twitter), keskendus EL oma jõupingutused desinformatsiooni vastu võitlemisele^[7]. See on eriti asjakohane, kuna eksperdid prognoosivad, et tehisintellekti kasutuselevõtt sotsiaalmeedia platvormidel pigem süvendab väär- ja desinformatsiooni probleemi, mitte ei lahenda seda.^[5] Aastal 2022 allkirjastasid kõik suurimad veebiplatvormid vabatahtlikult desinformatsiooni käsitleva tegevusjuhendi^[8] (2023. aastal eemaldas X ennast allkirjastanute seast).

SALTO andmetel on aga ka häid uudiseid, ning üldiselt on haritud inimesed paremini informeeritud ja kriitiliselt mõtlevad. Kriitiliselt mõtlevad inimesed langevad harvemini libauudiste lõksu (lk 5)^[5].

[7] European Policies Initiative and Open Society Institute Sofia. (2023). "Bye, bye, birdie": Meeting the Challenges of Disinformation (Media Literacy Report 2023). Policy Brief. <https://osis.bg/wp-content/uploads/2023/06/MLI-report-in-English-22.06.pdf>

[8] ELi läbipaistvuskeskus. (2022). Väärinfot käsitlev tegevusjuhend. <https://disinfocode.eu/>

Kuna noored kasutavad tänapäeval ülekaalukalt sotsiaalmeediat ning väär- ja desinformatsiooni peetakse juhtivateks negatiivseteks faktoriteks sellistel platvormidel nagu Instagram, TikTok ja X (varem Twitter), keskendus EL oma jõupingutused desinformatsiooni vastu võitlemisele. See on eriti asjakohane, kuna eksperdid prognoosivad, et tehisintellekti kasutuselevõtt sotsiaalmeedia platvormidel pigem süvendab väär- ja desinformatsiooni probleemi, mitte ei lahenda seda.

Aastal 2022 allkirjastasid kõik suurimad veebiplatvormid vabatahtlikult desinformatsiooni käsitleva tegevusjuhendi (2023. aastal eemaldas X ennast allkirjastanute seast). SALTO andmetel on aga ka häid uudiseid, ning üldiselt on haritud inimesed paremini informeeritud ja kriitiliselt mõtlevad. Kriitiliselt mõtlevad inimesed langevad harvemini libauudiste lõksu (lk 5)[5].

1.2 Rohelised teemad: noorte roll keskkonnasäästlikkuses

Kuidas on see seotud "roheliste teemade" ja keskkonnasäästlikkusega? Teemad valiti, kuna kliimamuutuste mõjud, nagu metsatulekahjud, üleujutused, temperatuuritõus ja õhusaaste, ohustavad nii Euroopat kui ka kogu maailma. Uudismeedia on oluline teabeallikas, kuid keskendub tihti pigem kliimamuutuste ühiskondlikule mõõtmele kui ökoloogiale või teadusele. See võib muuta pildi segaseks, eriti kui teave on ebatäpne. Digitehnoloogia levikuga saab uudismeediat luua igaüks, mistõttu on oluline osata tuvastada desinformatsiooni ja libauudiseid. Tõejärgsel ajastul on meedia- ja infokirjaoskus keskkonnateadlikkuse edendamisel ülioluline, sest meedia võib olla nii abivahend kui ka desinformatsiooni allikas. Ainult kliimaharidusele keskendumine ei taga avalikkuse usaldust – vaja on ka meediaharidust. Kliimamuutuste eitajad on olnud tõhusad mõjutajad, pakkudes inimestele lihtsasti mõistetavaid ja jõustavaid sõnumeid eri meediavormide kaudu. Seetõttu peaks tõhus strateegia toetama argumenteerimisoskusi ning arendama meedia- ja infokirjaoskust.

1.2.1 Keskkonnasäästlikkus

Esmakordselt 1987. aastal ÜRO Keskkonna- ja Arengukomisjoni (WCED) nn Brundtlandi aruandes esitatud ja Rahvusvahelise Säästva Arengu Instituudi (IISD) poolt kasutusele võetud **säästva arengu** definitsioon on **"areng, mis rahuldab praegused vajadused, ohustamata tulevaste põlvkondade võimet rahuldada oma vajadusi"** (lk 41). Kuigi esialgu võitles ÜRO konkreetselt keskkonna hävitamise peatamise eest, on säästva arengu määratlust sellest ajast saadik laiendatud, et keskenduda vaesuse likvideerimisele. Võitlus säästva arengu eest sai ühtseks ülemaailmseks eesmärgiks pärast seda, kui ÜRO kuulutas 2015. aastal välja säästva arengu eesmärgid (*Sustainable Development Goals*).

Nende eesmärk on saavutada 2030. aastaks säästev areng kogu maailmas. Keskkonnasäästlikkus keskendub konkreetselt keskkonna säilitamisele tulevaste põlvkondade tarbeks, arvestades planetaarsete piiridega, säästes loodusvarasid ja säilitades meie looduskeskkonna ökoloogilist tasakaalu. Euroopa Keskkonnaagentuuri (EEA) andmetel kasutavad inimesed Maa loodusvarasid kiiremini, kui planeet suudab neid taastoota, mis tekitab reostust, hävitab loodust ja põhjustab kliimamuutusi. See kõik mõjutab lõppkokkuvõttes inimeste tervist ja heaolu.

[9] European Environment Agency. (2024). Sustainability. Retrieved from <https://www.eea.europa.eu/en/topics/at-a-glance/sustainability>. Vaadatud 3.2.2024.

Levinud keskkonnaprobleemide hulka kuuluvad:

- Kliimamuutused
- Veepuudus
- Energiakriis
- Ületarbimine
- Bioloogilise mitmekesisuse vähenemine
- Ookeanide tervis
- Raadamine
- Kahjustatud osoonikiht
- Suurenenud süsinikujalajlg
- Saaste

1.2.2 Kliimamuutused

See töövahendite komplekt keskendub ühele tänapäeva noorte jaoks kõige olulisemale teemale – kliimamuutustele. ÜRO definitsiooni kohaselt on kliimamuutus: "Inimtegevusest tingitud pikaajaline muutus temperatuurides ja ilmastikumustrites". Kliimamuutuste üks peamisi põhjusi on fossiilkütuste, näiteks kivisöe, nafta ja gaasi põletamine, mis tekitab kasvuhoonegaase. Need kasvuhoonegaasid "toimivad nagu Maa ümber mähitud tekk, mis püüab kinni päikesesoojust ja tõstab temperatuuri" 9. Süsinikdioksiid ja metaan on kaks peamist temperatuuritõusu põhjustajat. Kõige rohkem kasvuhoonegaase tekitavad tööstusharud on auto- ja töötlev tööstus, metsandus ja põllumajandus.

ÜRO andmetel kuuluvad kliimamuutuste mõjude hulka:

- Intensiivsed põuad
- Veepuudus
- Tõsised tulekahjud
- Meretaseme tõus
- Üleujutused
- Polaarjää sulamine
- Tugevad tormid
- Bioloogilise mitmekesisuse vähenemine

Kuigi kliimamuutustega seotud jätkusuutlikkus on suunatud meie keskkonna säilitamisele tulevaste põlvkondade jaoks, kannatavad globaalse temperatuuri tõusu tõttu juba praegused põlvkonnad. Mitmetes riikides valitseb põuast tingitud näljahäda, tõusva meretaseme tõttu paigutatakse ümber terveid kogukondi ning ÜRO prognoosib, et lähitulevikus kasvab ilmastikuga seotud sündmuste tagajärjel ümberasustatud inimeste arv⁹. Keskkonnakaitsefondi (EDF) andmetel on Maa alates 19. sajandist soojenenud juba 1°C võrra. Kuigi näiliselt on tegemist väikese tõusuga, aitaks isegi poolekraadne langus säilitada inimkonna jaoks elamisväärtset kliimat ja vältida kliimamuutuste kõige rängemaid mõjusid.^[10]

Me oleme jõudnud kriitilisse punkti, kus me kasutame oma ressursse kiiremini, kui Maa suudab sellega sammu pidada. Globaalse ületarbimise päev, mille kuulutas esmakordselt välja Global Footprint Network^[12], on päev, mil "inimkonna nõudlus ökoloogiliste ressursside ja teenuste järele ületab selle, mida Maa suudab antud aastal taastoota. 2023. aastal oli globaalne ületarbimise päev 2. augustil, ülejäänud viis kuud kasutasime rohkem, kui toodeti. 2024. aastal on see kuupäev arvestatud 1. augustiks.

[10] United Nations. (n.d.). What is Climate Change? Retrieved from <https://www.un.org/en/climatechange/what-is-climate-change>. Vaadatud 2.4.2024.

Proovile pannakse inimkonna tervis ja turvalisus ning me loome olukordi, mis viivad meie planeedi taluvuse piirini. See on iseäranis asjakohane, kuna ELi peetakse üheks suurimaks kasvuhoonegaaside tekitajaks kogu maailmas⁹. Kes saavad aidata peatada kliimamuutuste negatiivsete mõjude levikut? Loomulikult noored! Homsed juhid peaksid kliimamuutuste vastase võitluse eestvedajateks saama juba täna. [11]

1.2.3 Noored ja võitlus kliimamuutuste vastu

Noored on säästva arengu tegevuskava elluviimisel äärmiselt olulised. "Tänapäeva noored on muutuste eestvedajad, kes on suurema tõenäosusega edukad säästva arengu eesmärkide saavutamiseks vajalike kliima- ja ookeanikaitse meetmete rakendamisel" (lk 871). ÜRO rõhutab noorte rolli säästva arengu partneritena, kes aitavad kaasa säästva arengu eesmärkide saavutamisele, kuna nad on üks alateenitud sihtrühmadest, kelle jaoks säästva arengu eesmärgid koostati: "[Noored] on oluline ja seni alatunnustatud sidusrühm, kes mängib olulist rolli tulevastes arengu- ja säilitamisprogrammides".[14]

Põhjus, miks noored on kaasatud jätkusuutlikkuse küsimustesse, on ilmselge. Säästev areng on selgesõnaliselt suunatud keskkonna säilitamisele tulevastele põlvkondadele ja noored on need, kelle jaoks me seda säilitame. Noored on see rühm, keda säästev areng (või selle puudumine) pikemas perspektiivis kõige otsesemalt mõjutab, kuid sageli ei ole nad sellega seotud vestlustes esindatud.

Kliimameetmete eestvedajate ja eestkõnelejatena seisavad noored silmitsi mitmete väljakutsetega. Kelly jt leidsid, et noored näevad kliimameetmetes osalemise takistustena sotsiaalset ebaõiglust, libauudiseid, kliimaga seotud ärevust ja ebakõla loodusega.[13]

Samas pakkusid nad välja erinevaid edukaid strateegiaid, mida saab kasutada noorte motiveerimiseks. Need strateegiad hõlmavad:

- Erinevate häälte kaasamist
- Sidet loodusega
- Kriitilise mõtlemise oskusi
- Ühiselt loodud visiooni

See on äärmiselt oluline, sest noored on homsed juhid. Konkreetse demograafilise rühma varajase kaasamise ja võimestamise abil on võimalik astuda realistlikke samme kliimamuutuste vastu võitlemiseks, säilitades planeedi ressursse tulevaste põlvkondade jaoks.

[11] Environmental Defense Fund. (2024). Retrieved from <https://www.edf.org/>. Vaadatud 2.5.2024.

[12] Global Footprint Network. (2024). Earth Overshoot Day. Retrieved from <https://overshoot.footprintnetwork.org/>. Vaadatud 7.4.2024.

[13] Kelly, R., Elsler, L.G., Polejack, A.,...Cook, J., Bartram, J. & Wisz, M.S. (2022). Empowering young people with climate and ocean science: Five strategies for adults to consider. *Perspective*: 5 (8). <https://doi.org/10.1016/j.oneear.2022.07.007>

[14] aafar, M., Noor, S. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2015). Perception of young local residents toward sustainable con-servation programmes: A case study of the Lenggong World Cultural Heritage Site. *Tourism Management*,48,154–163. doi:10.1016/j.tourman.2014.10.018

02

PÕHJENDUS



Meedia- ja infokirjaoskuse arendamine ei toimu ainult hariduse kaudu. See toob kokku erinevad sidusrühmad, nagu üksikisikud, kogukonnad ja valitsused, et tagada noortele vajalikud oskused pidevalt muutuvas digitaalses maailmas navigeerimiseks. Euroopa Nõukogu koostab õppekava tavakoolides rakendamiseks, keskendudes varajase hariduse poliitika loomisele, et tagada "meie kõige noorematele kodanikele vajalikud oskused ja teadmised digitaalselt vahendatud ajastul" (2024). Üks selline algatus on DigiLitEY, mis uurib olemasolevate ja esilekerkivate kommunikatsioonitehnoloogiate õpipotentsiaali ning koostab digitaalsele kirjaoskusele suunatud õppekava. Siiski ei piisa digitaalse kirjaoskuse põimimisest traditsioonilisse õppekavasse. Haridus- ja mittetulundusühingutel on kohustus töötada noortega väljaspool kooli, arendades meedia- ja infokirjaoskust mitteformaalsete meetodite abil, praktiliste tegevuste ja interaktiivsete harjutuste vormis.

Seda tunnistab ka Erasmus+, kuna meedia- ja infokirjaoskus ning laiemalt digitaalne kodakondsus on eelseisvate Erasmus+ projektide prioriteetideks järgmistes kategooriates:

- Meedia- ja infokirjaoskus
- Meedia- ja infokirjaoskus ning inimõigused
- Kriitiline mõtlemine
- Turvalisem internet

Kuna kõnealused töötoad keskenduvad laiemalt "demokraatlikus elus osalemisele, ühistele väärtustele ja kodanikuaktiivsusele", hõlmavad need mitmesuguseid digitaalseid oskusi. Seda projekti eristavaks teguriks on jätkusuutlikkuse üldine motiiv keskkonnateemade, näiteks kliimamuutuste kaudu. Rohelisi teemasid hõlmava meedia- ja infokirjaoskuse kaudu saab toetada jätkusuutlikkuse alaseid jõupingutusi nii keskkondlikult kui ka sotsiaalselt, mis aitab lõppkokkuvõttes kaitsta maailma noorte inimõigusi.

SALTO aruanne "*Report on MIL and Digital Participation*", toob eduka meedia- ja infokirjaoskusega seotud Erasmus+ projekti võtmeteguritena esile järgmist:

- Sihtrühmade süvaanalüüs
- Atraktiivne ja kaasahaarav sisu
- Koolitatud spetsialist meedia- ja infokirjaoskuse valdkonnas
- Koostöö partnerite vahel

Kõik need tegurid on integreeritud üldprojekti, samas kui töötoad pakuvad atraktiivset ja kaasahaaravat sisu. Siiski, nagu SALTO aruandes mainitud, on need töötoad vaid üks osa lahendusest. Selleks, et saavutada püsivaid tulemusi ja rakendada neid igapäevaelus, peavad organisatsioonid töötama sünergia edendamise nimel kohalike omavalitsuste ja institutsioonide (eelkõige haridusasutuste), lapsevanemate ja noorte endi vahel (kaasloome kaudu).

Euroopa Poliitikainitsiatiivi "Meediakirjaoskuse indeks" toetab seda arvamust, pidades regulatsiooni digitaalse kirjaoskuse lahutamatuks osaks, eelkõige väärinfo vastu võitlemisel. Lisaks õppekava rakendamisele soovivad nad poliitilist lahendust: "See tähendaks demokraatia, kodanikuhariduse ning väärtuste üldist toetamist, lisaks vahetutele meetmetele ja sihipärasele meediakirjaoskuse haridusele kui vaksineerimisvahendile "libauudiste" negatiivsete mõjude vastu."6 (lk 3). Nende indeksi kohaselt on Soome kõrge meediavabaduse, meediapädevuse ja usalduse tasemega riik, mistõttu on nad hästi ette valmistatud ja väärinfo suhtes vastupanuvõimelised. Nende "ulatuslikud kriitilise mõtlemise oskused ja valitsuse sidus reageerimine" on libauudiste vastu võitlemise võtmeelemendid6 (lk 5).

- *Erasmuse fookus meedia- ja infokirjaoskusele: Meedia- ja infokirjaoskuse õpetamine eesmärgiga tugevdada demokraatiat ja demokraatlikku osalust, et võidelda manipuleerimise, propaganda ja desinformatsiooni suundumuste vastu erinevates sotsiaalsetes valdkondades.*

2.1 Töötubade teemad

Selles jaotises kirjeldatakse üksikasjalikult käesoleva töövahendite komplekti jaoks välja töötatud 20 töötoa põhjendusi. Töötoad olid inspireeritud järgmistest aruannetest, uuringutest ja parimatest tavadest:

- "Digitaalajastu kajad: Noorte arusaamad ja suhtlus meediaga rohelistel teemadel – Eesti, Portugali ja Horvaatia võrdlusuuringu aruanne" (välja töötatud käesoleva projekti raames, kättesaadav konsortsiumi liikmete veebilehtedel) [15]
- Euroopa Poliitikaalgatuse meediakirjaoskuse indeks [6]
- Euroopa Komisjoni digipädevuse raamistik [16]
- Mitmesugused akadeemilised artiklid, mis keskenduvad noorte haridusele ja mõjuvõimu suurendamisele keskkonnasäästlikkuse valdkonnas ning desinformatsiooni vastu võitlemisel (täielik loetelu viidetes).

Igas alajaotises kirjeldatakse üksikasjalikult, kuidas eelnimetatud allikad töötubade tegevusi inspireerisid ning millised teemad on töötubade aluseks. Alustuseks annab "Tabel 2" ülevaate kõigist 20 töötoast.

Tabel 2 – "Noorte meedia- ja infokirjaoskus töötoad rohelistel teemadel"

Põhitase	Edasijõudnud
B1. "Kes on nüüd ekspert? "	A1. "Kes on nüüd ekspert? "
B2. "Lugemine kõikjal: vertikaalsed ja lateraalsed usaldusväärse meetodid"	A2. "SIFT-meetod kliimakriisi käsitlemisel: mis muudab allika usaldusväärseks? "
B3. "Veebientsüklopeediad: usaldusväärsed või mitte – selles on küsimus"	A3. "Võimas faktikontrollija"
B4. "Seda ma klõpsaksin: klõpsusööda pealkirjade analüüsimine ja rakendamine"	A4. "Seda ma klõpsaksin: klõpsusööda pealkirjade analüüsimine ja rakendamine"
B5. "Faktikontroll, palun! Libauudised ja R.E.A.L. "	A5. "Libauudiste mäng"
B6. "Võltsrohelise mahapesemine: rohepesu trikid ja tehnikad"	A6. "Rohelise edendamine, hea edendamine: rohepesu vastane võitlus"
B7. "Tõeline või võlts: mis toimub sellel pildil? "	A7. "Boti-püüdjad: meedia kinnitamine InVID pistikprogrammiga"
B8. "Kasutatust kasutajaks: sotsiaalmeedia ümberõppimine meedia- ja infokirjaoskuse ajastul"	A8. "Miks me mõjutame? Sotsiaalmeedia kasutamise motivatsioon"
B9. "Sissejuhatus tehisintellekti"	B9. "Ettevaatust, botid"
B10 ja A10. "Rohelised teemad ja sotsiaalmeedia: kogukonnaaktivismi kampaania"	

[15] Gospodnetić, F. (2024) "Echoes of the Digital Age: Youth Perceptions and Interactions with the Media in Green Topics – Comparative Research Report from Estonia, Portugal and Croatia", available at: <https://domas.hr/erasmus-mil-green/>.

[16] European Commission Joint Research Centre. (n.d.). DigComp. Retrieved from https://joint-research-centre.ec.europa.eu/digcomp_en. Vaadatud 6.3.2024.

2.1.1 "Digitaalajastu kajad: Noorte arusaamad ja suhtlus meediaga rohelistel teemadel – Eesti, Portugali ja Horvaatia võrdlusuuringu aruanne"

Kuna projekti küsimustik15 uuris, kuidas kolme konsortsiumiriigi noored meediat tajuvad ja meediaga suhtlevad, andis see kriitilise ülevaate sellest, mida nad oma tehnoloogiliste oskuste arendamisel otsivad ja millest neil praegu puudu on.

Tulemused näitasid, et puudusi esines järgmistes kategooriates (tabel 3 sisaldab küsimustiku põhjal koostatud töötoateemade üksikasjalikku loetelu):

- Digitaalsete töövahendite kriitiline hindamine
- Internetist teabe otsimise oskused
- Sisu tootmise oskused
- Tehisintellekt ja sisu tootmine
- Rohepesu ja jätkusuutlik roheline lähenemine

Küsimustikust selgus, et oluline on keskenduda digitaalsetele uudistele, sest enamikul küsitletutest oli kodus sülearvuti, nutitelefon ja televiisor, mida nad kasutasid iga päev.

Kõige sagedamini kasutavad noored oma nutitelefone selleks, et pääseda ligi sotsiaalmeediale ja suhtlusrakendustele, neist kõige populaarsemad on YouTube, X (endine Twitter), WhatsApp, Instagram, Facebook ja TikTok.

Nad väljendasid nende rakenduste suhtes üldist usaldust, kuigi TikTok suhtes valitses kerge usaldamatus. Siiski ei kasuta kõik noored oma nutitelefoniga päevauudiste lugemiseks – uudiseid loeb internetis vaid 50% Horvaatia vastanutest, 70% portugallastest ja kuni 80% eestlastest.

Tabel 3 – "Noorte küsimustikest tuletatud töötubade teemad"

Küsimustiku kategooria	Teema ja Kirjeldus	Seotud töötoad
Digitaalsete töövahendite kriitiline hindamine	• Inimesed ammutavad samadest uudistest erinevat teavet • Meediaettevõtted valivad lugusid, mis köidavad nende publikut • Noored pööravad rohkem tähelepanu uudistele, mis on kooskõlas nende veendumustega • Fotograafid mõjutavad sisu	– B2. "Lugemine kõikjal" – B3. "Veebipõhised entsüklopeediad" – B7. "Tõeline või võlts? Mis toimub sellel pildil? " – B8. "Kasutatust kasutajaks: sotsiaalmeedia ümberõppimine meedia- ja infokirjaoskuse ajastul"
Internetist teabe otsimise oskused	Hangitud teabe kontrollimine. Noored teavad, kuidas internetis navigeerida, kuid ei oska väga hästi kontrollida, kas allikad on usaldusväärsed ja täpsed.	– B.1 ja A.1 "Kes on nüüd ekspert? " – B2. "Lugemine kõikjal: vertikaalsed ja lateraalsed usaldusväärsuse meetodid" – B3. "Veebientsüklopeediad: usaldusväärsed või mitte – selles on küsimus" – A2. "SIFT-meetod kliimakriisi käsitlemisel: mis muudab allika usaldusväärseks? " – A3. "Võimas faktikontrollija"

Sisu tootmise oskused	Teadmised intellektuaalsest omandist ja veebidisainist. Noored suudavad luua sisu olemasolevast meediast, kuid neil on raske mõista intellektuaalomandi õigustega seotud piiranguid. Samuti puudub neil kogemus veebisisu loomisel.	– B8. "Kasutatust kasutajaks: sotsiaalmeedia ümberõppimine meedia- ja infokirjaoskuse ajastul" – A8. "Miks me mõjutame?" – B10 ja A10. "Rohelised teemad ja sotsiaalmeedia: kogukonnaaktivismi kampaania"
Tehisintellekt ja sisu tootmine	• Tehisintellekti ja inimese loodud sisu eristamine • Usaldamatus tehisintellekti vastu Vaid 50% inimestest on kasutanud sisu loomiseks tehisintellekti, seega ei mõisteta väga hästi selle toimimist ja kasutamist, mis omakorda suurendab umbusaldust konkreetse vahendi suhtes.	– B9. "Sissejuhatust tehisintellekti" – A9. "Ettevaatust, botid"
Rohepesu ja jätkusuutlik roheline lähenemine	• Tuleb eristada kahte mõistet • Meedia valib, mida arutada • Meedia ei selgita, kuidas vähendada saastet, kuidas kasutada taastuvaid ressursse või milline on puhta õhu kasu tervisele • Meedia keskendub sotsiaalsete tagajärgede asemel majanduslikele tagajärgedele • Meedia ei kajasta ringlussevõtu energiakulusid	– B6. "Võltsrohelise mahapesemine: rohepesu trikid ja tehnikad" – A6. "Rohelise edendamine, hea edendamine: rohepesu vastane võitlus" – B10 ja A10. "Rohelised teemad ja sotsiaalmeedia: kogukonnaaktivismi kampaania"

Allikas: Kohandatud dokumendist "Digitaalajastu kajak: Noorte arusaamad ja suhtlus meediaga rohelistel teemadel – Eesti, Portugali ja Horvaatia võrdlusuuringu aruanne"

2.1.2 Euroopa meediakirjaoskuse indeks

"Meediakirjaoskuse indeks" on 2023. aastal avaldatud aruanne, mille koostajaks on Avatud Ühiskonna Instituut (osa Euroopa Poliitikainitsiatiivist). Tänavune kuues väljaanne, mille pealkiri on tabavalt *"Bye, bye, birdie: Meeting the Challenges of Disinformation"* ("Nägemist, nägemist, linnuke: desinformatsiooni väljakutsetele vastamine"), keskendus ühiskonna haavatavuse mõõtmisele desinformatsiooni suhtes, seda peamiselt 50 Euroopa riigis.

Nagu pealkirjastki järeldada võib, oli selle aruande mõju käesolevatele töötubadele seotud väär- ja desinformatsiooni vastu võitlemisega digitaalses meedias, eelkõige seoses järgmiste teemadega:

- Kinnituskalduvus
- Kognitiivne dissonants
- Tõejärgsus
- Libauudised

Indeksi aruandes vaadeldi kolme kategooriat, et määrata kindlaks riigi vastupanuvõime väärinfo suhtes: meediavabadus, haridus ja usaldus teiste vastu. Lõppkokkuvõttes paigutusid kolm projekti juhtivat riiki – Eesti, Portugal ja Horvaatia – igas kategoorias eri tasemetele. Asjakohased tulemused on esitatud tabelis 4.

Tabel 4 – "Riigi vastupanuvõime väärinfole"

Kategooria	Eesti	Portugal	Horvaatia
Meediavabadus	68–78% vaba	66–75% vaba	36–46% vaba
Haridus: Lugemine, teaduslik ja matemaatiline kirjaoskus	74–79% kirjaoskuse tase	58–60% kirjaoskuse tase	44–54% kirjaoskuse tase
Usaldus teiste vastu	5,2/10	3,4/10	3,1/10
Üldine tase	#4 Parimate tulemustega riigid (suur vastupanuvõime)	#12 Heade tulemustega riigid (rahuldav vastupanuvõime)	#24 Üleminekuriigid (oht veelgi libiseda – vähene vastupanuvõime)

Allikas: Kohandatud Euroopa Poliitikaalgatuse "Meediakirjaoskuse indeksist" (2023) 6.

Nagu näete indeksi andmetest, on Eesti ja Horvaatia vastupanuvõime vahel suur erinevus, kusjuures Portugal jääb nende keskele. Kuid on midagi, mis ühendab kõiki kolme riiki – see on nende üldine usaldamatus teiste suhtes, kusjuures Horvaatia on usalduse taseme poolest eelviimasel kohal. Kuigi Eestis on meediavabadus juba praegu kõrgel tasemel, vajatakse seal siiski koolitusi, mis aitavad neil oma meediat väärinfo vastu võitlemiseks kasutada. Horvaatias on kriitilises seisus, sest nende meediavabaduse tase on madal. Seetõttu loodi mitmeid töötubasid, mis keskendusid väärinfo seotud teemadele, sealhulgas:

- B5. "Faktikontroll, palun! Libauudised ja R.E.A.L. "
- B7. "Tõeline või võlts: mis toimub sellel pildil? "
- A5. "Libauudiste mäng"
- A7. "Boti-püüdjad: meedia kinnitamine InVID pistikprogrammiga"

2.1.3 Euroopa Komisjoni digipädevuse raamistik

Euroopa Komisjoni "Kodanike digipädevuse raamistik" ehk DigComp sai alguse 2010. aastal ja seda rakendas Teadusuuringute Ühiskeskus. Raamistiku eesmärk oli kogu ELi elanikkonna digioskuste parandamine ning sellest ajast alates on seda kasutatud pädevuste hindamise vahendite väljatöötamiseks, koolituskursuste ja -materjalide loomiseks ning professionaalsete digiprofiilide identifitseerimiseks. Neljas versioon, mis valmis 2022. aastal, keskendus tehisintellekti ja digitaalsete vahendite integreerimisele raamistikku[16] . DigCompi raamistiku keskmes on alati olnud viis oskust ja hoiakut, mis aitavad saavutada "digitehnoloogiate enesekindlat, kriitilist ja vastutustundlikku kasutamist õppimises, töös ja ühiskonnaelus osalemisel"[17] . Need põhikomponendid on:

- Probleemide lahendamine
- Turvalisus
- Digitaalse sisu loomine
- Kommunikatsioon ja koostöö
- Info- ja andmekirjaoskus

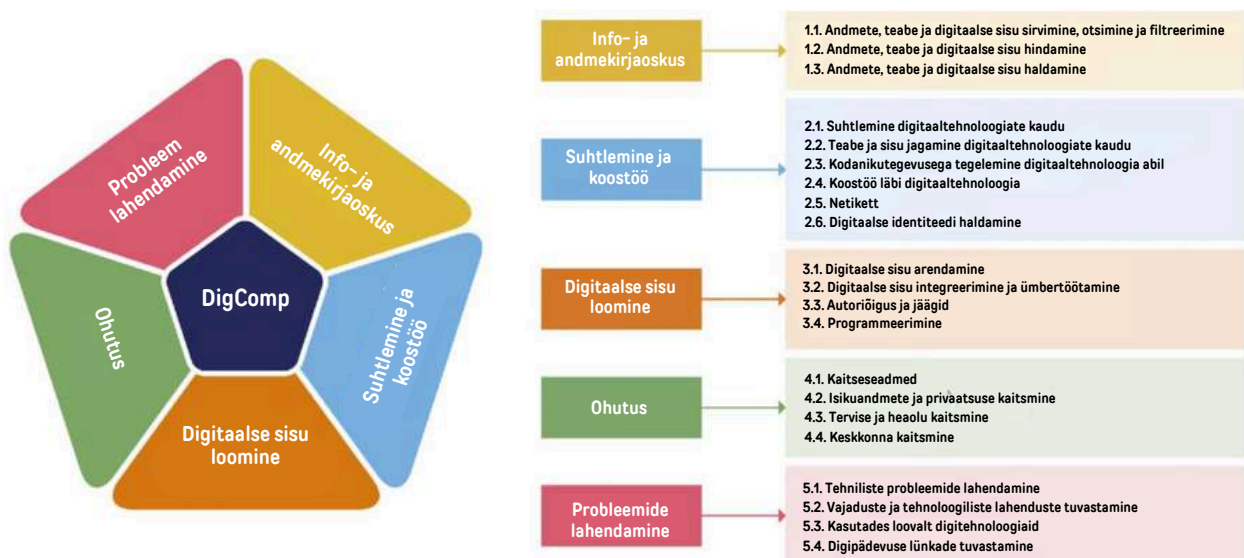
Tabelis 5 on üksikasjalikult kirjeldatud, kuidas need põhikomponendid inspireerisid käesoleva projekti töötubade teemasid.

[17] Council of the European Union. (2018). Council Recommendations on key competencies for lifelong learning. Journal of the European Union. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)).

Tabel 5 - "Digipädevuse põhikomponentidest tuletatud töötubade teemad"

DigCompi kategooria	Teema	Seotud töötoad Täieliku pealkirja leiate tabelist 2 või lisast A
Probleemide lahendamine	Digitehnoloogia loominguks kasutamine	- B1. - B2. - B3. - B4. - B6. - B8. - A1. - A2. - A3. - A4. - A5. - A6. - A7. - A9. - B10 ja A10.
Turvalisus	Keskkonnakaitse	Kõik 20 töötuba
Digitaalse sisu loomine	Digitaalse sisu väljatöötamine	- B8. - B9. - B10 ja A10.
Kommunikatsioon ja koostöö	• Digitehnoloogia kaudu suhtlemine • Teabe ja sisu jagamine • Kodanikuna osalemine • Koostöö • Netikett	Kõik 20 töötuba
Info- ja andmekirjaoskus (andmed, teave ja digitaalne sisu)	• Sirvimine, otsimine ja filtreerimine • Hindamine • Juhtimine	- B.1 - B2. - B3. - B6. - A.1 - A2. - A3.

Joonis 2 - "DigCompi digipädevuse põhikomponendid"



2.2 Töötoa struktuur

20 töötuba on jagatud nelja üldkategoriasse, mis põhinevad eespool nimetatud kirjandusel.

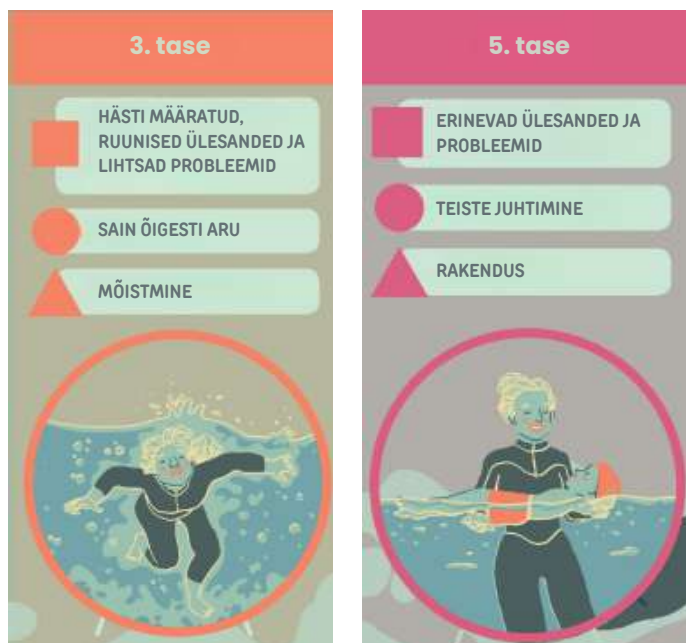
1. Meedia mõistmine
2. Meedia tagajärjed
3. Meedia kasutamine
4. Praktiline meedia

Iga kategooria on jaotatud teemadeks:

1	Meedia mõistmine B1–B4 ja A1–A4	1. Milline on hea allikas? 2. Kuidas allikaid lugeda 3. Kuidas allikaid kahtluse alla seada/analüüsida
2	Meedia tagajärjed B5–B6 ja A5–A6	1. Libauudised 2. Rohepesu
3	Meedia kasutamine B7–B9 ja A7–A9	1. Pildid 2. Sotsiaalmeedia 3. Tehisintellekt
4	Praktiline meedia B10 ja A10	1. Kogukondlik aktivism

Põhitaseme ja edasijõudnute eristamine sai inspiratsiooni DigCompi "*Learning to swim in the digital ocean*" ("Digitaalses ookeanis ujuma õppimine") kaheksast astmest koosnevast, tasandipõhisest pädevusjuhendist, mis näitab, mida inimesed peaksid teadma igas õppeetapis. Põhitaseme töötoad on inspireeritud DigCompi 3. kesktasemest ja edasijõudnute töötoad on inspireeritud 5. edasijõudnute tasemest. Otsustati, et need töötoad peaksid jääma DigCompi tasemete keskele, kuna kaks esimest taset on mõeldud algajatele digikasutajatele, mis ei ole enamiku noorte jaoks, ning kõrgemad tasemed on väga spetsialiseerunud ja mõeldud professionaalidele (see on tase, mille peaksid saavutama juhendajad).

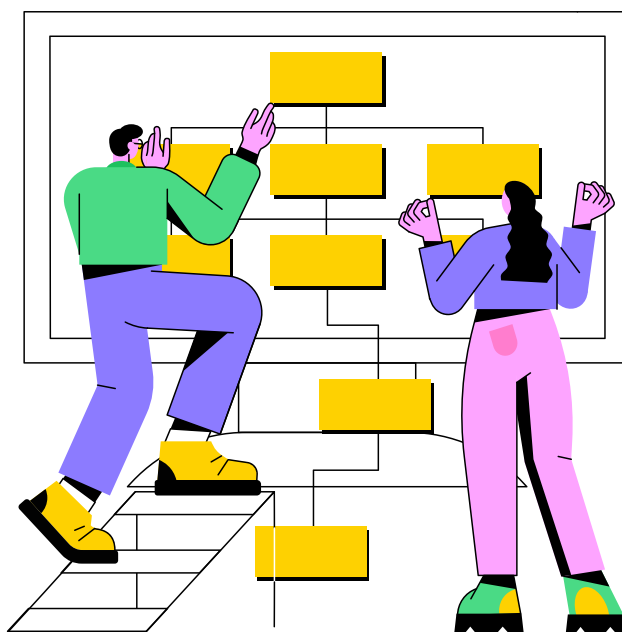
Joonis 3 – "Digitaalses ookeanis ujuma õppimine: tasemed 3 ja 5"



Allikas: Euroopa Komisjoni Teadusuuringute Ühiskeskus (kuupäev puudub). DigComp. https://joint-research-centre.ec.europa.eu/digcomp_en.

03

PRAKTILISED NÕUANDED: NOORTELE SUUNATUD HARIDUSTEGEVUSE KORRALDAMINE



Noortele suunatud haridustegevuse korraldamine mitteformaalses keskkonnas ei ole lihtne ülesanne. Mitmed takistused muudavad protsessi alustamise äärmiselt heidutavaks, eriti kui puudub regulaarselt kohtuv noortegrupp või kui planeeritakse tegevusi rahvusvahelises grupis, kus leidub rohkelt erinevaid kultuurilisi perspektiive (näiteks Erasmus+ noortevahetus). Siiski, kui vaatate mööda logistilistest ja motivatsiooniga seotud väljakutsetest, on võimalik mitte üksnes innustada noori tegevustes osalema, vaid saavutada ka kõrge kaasatuse tase, mis paneb neid tagasi pöörduma. Lõppeesmärk on toetada noori nende sotsiaalses ja kodanlikus arengus, et nad saaksid tulevikus olla teiste noorte mitteformaalse hariduse kaasloojad. See osa sisaldab praktilisi näpunäiteid, mis motiveerivad noori töötubades osalema ja hoiavad neid protsessi vältel kaasatuna. See algab kaasava pedagoogika ja mitteformaalse hariduse lühikirjeldusega.

3.1 Mitteformaalne haridus ja kaasav pedagoogika

Kooliealised noored ei tunne ennast traditsioonilistes haridusasutustes kaasatuna. Seetõttu peab mitteformaalses haridustegevuses osalemise tase olema kõrge ja hõlmama teatavat noorte autonoomiat. Pedagoogiline lähenemine, mille eesmärk on laste kaasamine õpikogemustesse aktiivse osalemise kaudu, on olnud haridusvaldkonnas olulisel kohal juba alates 20. sajandi algusest. Sellest ajast saadik on paljud pedagoogilised filosoofid täpsemalt selgitanud, kuidas kaasatust on võimalik saavutada nii traditsioonilises klassiruumis kui ka sellest väljaspool. Allpool on välja toodud mõned enim tsiteeritud ja kasutatud näited.



Romi ja Schmida määratlevad mitteformaalset haridust kui "üksikisikute aktiivset osalemist neid ümbritsevas kogukonnas, millega nad otseselt suhtlevad ja kus nad omandavad sobivad tegutsemis-, mõtlemis- ja tundeharjumused" (2009, lk 263). Mitteformaalse õppetegevuse, antud juhul töötubade kaudu saavad noored aktiivselt tegeleda meediakirjaoskuse arendamisega, omandades praktilisi oskusi, mida formaalses keskkonnas alati ei õpetata.

Tabel 6 - "Domineerivad pedagoogilised meetodid aktiivseks kaasamiseks"

Meetod	Põhiideed	Autor (aasta)
Aktiivne kaasamine	Õpilased on <i>aktiivsed</i> , kui nad: • Räägivad sellest, mida nad õpivad • Kirjutavad sellest, mida nad õpivad • Seostavad õpitavat varasemate kogemustega • Rakendavad õpitut igapäevaelus "Nad peavad õpitu muutma osaks iseendast" (lk 3)	Chickering ja Garrison (1987)
Seos isikliku eluga	Õpilaste seisukohtade ja kogemuste tähtsus "...kõik õpilased rikastavad teadmiste ja kogemuste jagamise kaudu nii teiste kui ka enda õpinguid" (1994, tsiteerinud Kuh, 2006, lk 66).	Alexander ja Murphy (1994)
Õpilaste juhitud õpe	Kaasloome võimalused hariduse valdkonnas	Bonwell et al. (1991)
Vastastikune teabevahetus	Füüsiline ja psühholoogiline ideede ja kogemuste vahetamine	Astin (1985)
Mitteformaalne haridus	Tagab võrdsed võimalused, edendab kodanikuaktiivsust ning aitab kaasa majanduslikule ja sotsiaalsele arengule.	Morciano et al. (2015)

3.2 Motivatsioonistrateegiad: Kuidas panna noori osalema?

Kaasaegsed noored lähtuvad tegevustes valikul erinevatest teguritest, millest suur osa hõlmab tehnoloogiat ja koostööd teiste noortega. Tabelis 7 on esitatud mõned levinumad ja tõhusamad kaasamisstrateegiad, mis motiveerivad noori mitteformaalses haridustegevuses osalema.

Tabel 7 - "Noorte motivatsioonistrateegiad mitteformaalses haridustegevuses osalemiseks"

Motivatsioonitegur	Kirjeldus
Jätkusuutlikkus	Keskkonna säilitamine tulevastele põlvkondadele
Eakaaslaste ja kogukonna mõju	- Kogukonna kaasamine – kõigi kogukonnaliikmete julgustamine osalema või tegevusi jagama - Kogukonna loomine – sidemete taastamine pärast COVID-19 pandeemiat
Sotsialiseerumine	- Meeldiv – nauditavate tegevuste korraldamine, milles noortele meeldib osaleda - Hobid – mitteakadeemiliste kogemuste toetamine - Lai valik – mitmekesised tegevused, mis pakuvad huvi erinevatele inimestele
Kaasav keskkond	- Tehnoloogia – noorte kaasamine tehnoloogia rakendamisse - Innovatsioon – tegevuste pidev ajakohastamine (noorte osalusel) - Loovus – rõhutage loovust kõigis tegevuse etappides (planeerimine ja rakendamine) - Meeskonnatöö – eakaaslaste ja põlvkondade vaheline - Õpilaste juhitud ja ühiselt loodud tegevused
Kirglikud juhendajad	Kirg laieneb osalejatele
Uute oskuste omandamine	- Uute huvide loomine - Uued võimalused - Sertifikaat (Youthpass või muu)

3.3 Kaasamisstrateegiad: Kuidas hoida noorte huvi tegevuse ajal?

Tabelis 8 esitatud kaasamisstrateegiad tuginevad eespool nimetatud pedagoogilistele uuringutele, mitteformaalsele õppele, praktilistele kogemustele ja noorte panusele. Konkreetseid kaasamisstrateegiaid on töötubades juba rakendatud, kuid need on välja toodud üksikasjalikult, et juhendajad mõistaksid neid täielikult ja saaksid neid vajaduse korral rakendada ka muudes tegevustes.

Nagu tabelist selgub, pöörduvad paljud kaasamisstrateegiad lõppkokkuvõttes tagasi ühe põhiteema juurde: õpilaste juhitud või antud juhul osalejate juhitud tegevused.

Seega peaksid osalejad aitama kaaslua järgmiste meetodite abil:

- Isikupärastatud kogemused
- Aktiivne dialoog
- Koostöö
- Ühisarendus
- Ühisloome
- Kaasamine
- Aktiivne osalemine (füüsiline ja emotsionaalne)

Tabel 8 - "Edustrateegiad: noorte kaasamisstrateegiad jätkuvaks osaluseks mitteformaalsetes haridustegevustes"

Kaasamisstrateegia	Kirjeldus	Seotud töötoa tegevus
Varajane kaasamine	Alustage mitteformaalset haridust varakult, lisades see koolivälistesse tegevustesse.	Nende töötubade läbiviimisega ei pea ootama, kuni noored on 15-aastased. Mitmeid põhitaseme töötubasid saab hõlpsasti kohandada ka noorematele osalejatele.
Eakaaslaste mõju	Julgustage sõpruskondi osalema ühistes tegevustes ja/või aidake osalejate vahel varakult sidemeid luua, et tugevdada nende soovi tagasi tulla.	Kõik töötoad sisaldavad rühmatöö võimalusi.
Mentorlusega seotud võimalused	Noored omavahel, täiskasvanud ja noored, sidusrühmad ja noored – üksteise innustamiseks, püsivate sidemete loomiseks ning oluliste meeskonnatöö- ja suhtlemisoskuste (sealhulgas põlvkondade vahelise suhtluse) õppimiseks.	Töötuba B10 ja A10 pakuvad eri vanuses noortele võimalust tulla kokku, et töötada koos sotsiaalmeedia kampaania kallal.
Oskuste arendamise võimalused	Rõhutage töötubade käigus õpitavaid praktilisi oskusi, nagu suhtlemine, juhtimine, vastutuse võtmine, võimestamine ja autonoomia, ning mitteformaalseid võimalusi nende oskuste praktiseerimiseks.	Rühmatöö, uuringud, kriitiline mõtlemine, arutelud, järelanalüüs ja teadmiste rakendamine on iga töötoa puhul olulisel kohal. Enam kui pooled töötubadest on ka loovad.
Tehnoloogia rakendamine	Kasutage sotsiaalmeedia kanaleid töötubade reklaamimiseks ning samas rakendage tehnoloogiat ka erinevates tegevustes. Kasutage noorte teadmisi koostöö- ja arenguvõimaluste loomiseks.	Kõikides töötubades kasutatakse tehnoloogiat mitmel viisil, sealhulgas meediaallikaid, sotsiaalmeediat ja tehisintellekti.
Sotsiaalse õigluse edendamine	Eesmärk on panna rõhku ühistele loominguistele tegevustele keskkonna säilitamiseks, sealhulgas kohalikele tegevustele, luues seeläbi kogukonnas jätkusuutlikku arengut.	Töötubades B10 ja A10 on see olulisel kohal. Töötoad B2 ja A6 on suunatud kogukonna loomisele kohalikul ja piirkondlikul tasandil ning sotsiaalsele õiglusele väiksemas mastaabis.
Partnerlus ja võrgustikud	Looge partnerlussuhteid ja võrgustikke teiste samalaadsete ühenduste ja organisatsioonidega, kellel on sarnased eesmärgid. Kohtuge regulaarselt, et ideid jagada ja üksteist toetada.	Töötuba A6 tõstab esile partnerluste loomist kohalike jätkusuutlike organisatsioonide ja ettevõtetega.

Eksperimenteerige kaasloomega	Kaasake noored mitteformaalse õppetegevuste planeerimise ja rakendamise etappidesse.	Selleks on võimalus igas töötoas! Kui toimub juhendatud arutelu, andke juhtimine üle noortele!
Noorte tegevusvõimekuse edendamise juhised	Arendage noorte autonoomiat ja tegutsemisvõimet ning pakkuge neile juhendamise kaudu vahendeid edu saavutamiseks. Noorte autonoomia saavutamiseks tuleb neid kaasata ühistegevuste planeerimise, koostamise ja elluviimise protsessi.	Proovige kavandada üks töötuba koos noortega, viia teine töötuba läbi noorte juhtimisel ning luua kolmas jätkutegevus, kus noored kavandavad, loovad ja juhivad.
Rakendage siiraid ja sisukaid järelmeetmeid	Nii lühi- kui ka pikaajaliste tegevuste puhul peaks juhendaja rakendama järelmeetmeid, mis pakuvad võimalusi noorte jätkuvaks kaasamiseks, nende teadmiste kinnistamiseks ja sotsiaalsete sidemete säilitamiseks.	Lisatud tegevused on vabatahtlikud, kuid lihtsad järelmeetmed sõnumite vahetamise või "kodus" toimuvate tegevuste kujul on soovitatav.
Erinevad tegevused	Stagnatsiooni vältimiseks ja noorte korduva osalemise tõstmiseks peavad tegevused olema ajakohased, kaasaegsed ja hõlmama laia valikut loomingulisi oskusi.	Töötubade tegevused hõlmavad erinevaid tegevusi alates internetiotsingutest kuni arutelude ja meditatsioonini. Kohandage neid vastavalt oma äranägemisele!

Töötubade juhised

Järgnev jaotis pakub üldist konteksti iga töötoa kohta ja ülevaadet töötubade korraldamisest. Üksikasjalikum loetelu töötubadest, mis sisaldab iga tegevust, on esitatud lisas A.

Töötoad on kättesaadavad PDF-failina, millele on hõlpsuse ja ligipääsetavuse huvides lisatud interaktiivsed hüperlingid.

Need on vastavalt tasemele jagatud gruppi "A" (edasijõudnud) ja "B" (põhitase) ning nummerdatud, kuigi need ei ole tingimata järjestikused.

Iga töötoa kava algab tegevuste üldise ülevaatega (vt tabel 10), millele järgnevad üksikasjalikud meetmed, mida juhendajad saavad rakendada enne töötuba ja selle käigus. Iga kava lõpus on materjalid ja viited, mida saab tegevuse käigus kasutada.

SALTO sõnul on digitaalsete osalusprojektide puhul olulised "selged, saavutatavad ja mõõdetavad eesmärgid" (lk 27), seetõttu sisaldab iga töötoa kava jaotisi "Õpieesmärgid" ja "Digipädevused", milles rõhutatakse, mida osalejad peaksid sellest kogemusest õppima ja milliseid konkreetseid digioskusi tuleks omandada.⁵

Kuna rakendusmeetodid põhinevad mitteformaalsel õppel, mis paneb rõhku oskuste arendamisele, hõlmavad kõik töötoad rühmatööd, uurimistööd, kriitilist mõtlemist, arutelu ja teadmiste rakendamist, mõned sisaldavad ka loomingulist elementi.

Järgmisi näpunäiteid tuleks rakendada iga töötoa korraldamisel (vt tabel 9).

Tabel 9 – "Pange tähele: näpunäited iga töötoa läbiviimiseks"

Tegevus	Näpunäide
Arutelu küsimused	Arutelu küsimused on mõeldud osalejate sügavama kaasatuse ja kriitilise mõtlemise edendamiseks. Võite julgelt välja mõelda küsimusi, mis põhinevad osalejate eelnevatel teadmistel, arusaamadel ja huvil teema vastu.
Arutelud kogu rühmaga/refleksioon/järelarutelu	Rühmaarutelu ajal peaks juhendaja arutelu suunama. Kui osalejate vahelises suhtluses tekib pause, esitage jätkuküsimusi. Refleksioon/järelanalüüs aitab kokku võtta töötoa käigus õpitud sisu, valmistab osalejaid ette selle praktiliseks rakendamiseks ja võimaldab neil seda enda eluga seostada. Juhendajad peaksid töötubade lõpus esitama järgmisi küsimusi: Kuidas te ennast tunnete? Mis juhtus? Mida te õppisite? Kuidas on see seotud teie elu/tegeliku maailmaga? Kuidas mõjutab see teie igapäevaelu? Mida saate teha pärast töötuba, et neid teadmisi rakendada? Kuidas saate teisi noori meedia- ja infokirjaoskuse osas toetada? Mis siis, kui? Mis saab edasi? Hea viis selle saavutamiseks on moodustada ring, kus iga osaleja saab jagada oma mõtteid töötoast. Selleks võib olla üks sõna või üksikasjalikum selgitus, mis hõlmab nende peamisi järeldusi, "ahaa-hetki" või midagi, mida nad on täiustanud. Vastake kõikidele lahtistele küsimustele ja jätkake arutelu vastavalt enda äranägemisele, tutvustades osalejatele võimalikke jätkutegevusi, mis on välja toodud jaotises "Pärast töötuba".

Arutelud väikestes rühmades	Väikestes rühmades töötamisel peaksid juhendajad pidevalt ringi käima ja rühmadega suhtlema, esitades suunavaid küsimusi, mis stimuleerivad kriitilist mõtlemist. Need peaksid olema avatud, mitte "jah" ja "ei" küsimused: Miks te seda arvate? Kas te kõik olete sellega nõus? Kas te olete mõelnud... (mängides saatana advokaati)
Rühmatöö	Muutke aeg-ajalt väikeste rühmade koosseisu, eriti pärast pikka rühmatööd.
Tegevuse kestus	Tegevuse kestus on hinnanguline, põhinedes sisul ja tegevusetappidel. Kestus varieerub sõltuvalt osalejate eelteadmistest, osaluse tasemest, rühma suuruselt jne.
Pärast töötuba	Refleksiooni/järelarutelu käigus tasub osalejatele tutvustada vabatahtlikke jätkutegevusi ning juhtida nende tähelepanu teistele teemaga seotud töötubadele, mis pärinevad käesolevast töövahendite komplektist. See võimaldab tekitada huvi tulevaste töötubade ja pideva õppimise vastu.

Tabel 10 – "Töötoa kava kirjeldus"

Pealkiri	Huvitav pealkiri osalejate tähelepanu äratamiseks
Tase	Põhitase või edasijõudnud
Kokkuvõte	Ülevaade töötoast kiireks tutvumiseks.
Õpieesmärgid	Selge, saavutatav ja mõõdetav eesmärk, milleni osalejad peavad jõudma töötoa lõpuks. Sisaldab loetelu kõige olulisematest oskustest, mida osalejad tegevuse käigus õpivad.
Kestus	60–120 minutit Kõik töötoad peaksid mahtuma sellesse ajavahemikku, kuid kestus sõltub täielikult osalejate eelteadmistest, kaasatuse tasemest, suhtlemisoskustest, grupi suuruselt ja sellest, kuidas juhendaja kasutab lisategevusi.
Sihtrühm	Noored vanuses 15–30 aastat, kes jagunevad 15–18-aastasteks (põhitase) ja 19–30-aastasteks (edasijõudnud). Soovitavalt minimaalselt 5 ja maksimaalselt 15 osalejat. Neid töötubasid soovitatakse kasutada noorsootöö kultuuridevahelises kontekstis.
Haridusmeetodid	Pedagoogilised meetodid, mida juhendajad kasutavad osalejate koolitamiseks. See on ülevaade asjakohastest meetoditest ja oskustest, millest igaüks on lisatud samm-sammulisse tegevuskavasse.
Digipädevused	Põhineb SALTO dokumendil "Digitaalne osalemine – digipädevuse põhikomponendid" (vt joonis 2), töötoa lõpuks omandavad osalejad selles loetletud digipädevused.
Materjalid	Kõik õppetöös vajalikud materjalid, sealhulgas füüsilised (nt pabertahvel, paberid ja pastapliiatsid), tehnoloogilised (nt internetiühendus, nutitelefon, projektor) ja tegevustega seotud vahendid (nt tegevuskaardid). Tegevusmaterjalid võite eelnevalt välja printida, ekraanile projitseerida või jagada osalejatele digitaalselt. Kõik materjalid leiab töötubade kava lõpust, seega on siia lisatud hüperlink, mis hõlbustab ligipääsu. Mõistlik on osalejate jaoks varuda lisaseadmeid ja laadimiskaableid. - Tegevusmaterjal 1 - Tegevusmaterjal 2

Erikaalutlused	Korraldajad peaksid arvestama töötoaga seotud erikaalutlusi. See hõlmab arvestamist puuetega või muude kindlaksmääratud vajadustega osalejatega. Iga töötuba toetab tegevuste digitaliseerimist, kutsudes juhendajaid üles vältima ebavajalike materjalide printimist. See on eriti oluline projekti eesmärgi tõttu – keskkonnasäästlikkus!
<u>Enne töötuba</u>	See jaotis aitab juhendajatel enne töötoa läbiviimist ette valmistuda. Sisaldab üksikasjalikumat kokkuvõtet tegevusest ning järgmist: • Teoreetiline ettevalmistus – aitab määratleda peamisi tegevusmeetodeid ja – protsesse. See sisaldab hüperlinke asjakohastele veebilehtedele (leitavad ka jaotisest "Viited"). • Füüsiline ettevalmistus – üksikasjalik nimekiri töötoa ruumide ettevalmistamiseks • Pange tähele – loetelu nõuannetest, mida juhendajad peaksid töötubade läbiviimisel silmas pidama. See hõlmab ka hoiatust, et kuna meedia on pidevalt muutuv, tuleks uudismeediat asjakohastada. Hõlpsuse ja ligipääsetavuse huvides on lisatud hüperlingid, mis viivad teid üldosa ja iga alajaotuse juurde.
<u>Töötuba</u>	See jaotis käsitleb töötoa läbiviimist, kirjeldades üksikasjalikult iga tegevuse konkreetseid etappe. Juhend on jagatud osadeks, mis sisaldavad alati soojendustegevusi ja refleksiooni. Soojendus – kiire tegevus, mis tutvustab töötuba ja paneb osalejad mõtlema 1. Tegevus 1 – üksikasjalik selgitus selle kohta, kuidas tegevust rakendada. 2. Analüüs – enamik töötubasid sisaldab analüüsiosa, kus osalejatel palutakse kriitiliselt käsitleda konkreetset teemat või ressursi. 3. Arutelu/järelarutelu – enamik töötubasid sisaldab arutelu/järelarutelu osa, kus osalejaid juhendatakse teemat kriitiliselt analüüsima. See sisaldab aruteluküsimusi, mida juhendajad võivad soovi korral kasutada vestluse ergutamiseks, kuigi need ei ole alati vajalikud. Samuti aitab see sisu kokku siduda, valmistades osalejaid ette praktiliseks rakenduseks või loominguliseks hetkeks. 4. Praktiline rakendus – enamik töötubasid sisaldab osa, kus eelnevate tegevuste käigus õpitud oskusi rakendatakse nüüd "reaalses maailmas". See osa kujutab endast sageli osalejate järeltegevust või on seotud "loomingulise hetkega". 5. Loominguline hetk – enamik töötubasid sisaldab loomingulist hetke, mis julgustab kunstilist ja/või digitaalset loovust. See on sageli seotud praktilise rakendusega, lisaks võib seda kasutada järeltegevusena. Muude tegevuste hulka kuuluvad arutelud, meditatsioon, kampaaniad, aktivism ja intervjuud. Tegevused kannavad osalejate tähelepanu äratamiseks ainulaadseid nimesid. Iga tegevus, nagu ka üldosa, on lihtsuse ja ligipääsetavuse huvides varustatud hüperlinkidega.
<u>Viited</u>	Sisaldab hüperlinki, mis tagab lihtsa ligipääsu jaotisele "Viited" ja individuaalseid hüperlinke asjakohastele veebilehtedele. • Hüperlingitud veebileht • Hüperlingitud veebileht

Kokkuvõte

Meedia- ja infokirjaoskuse 20 töötoas kasutatakse rohelisi teemasid ja mitteformaalse õppe meetodeid, et panna noori kriitiliselt mõtlema keskkonnasäästlikkusega seotud meediale. Digipädevus on hädavajalik aktiivsete kodanike kujundamiseks 21. sajandil, samal ajal kui kliimamuutuste kasvav oht seab noorte tuleviku ebakindlasse olukorda. Noorte kaasamisega nendesse teemadesse on DOMASI, AgoraAveiro ja Learning Library eesmärk arendada meie homsete juhtide praktilisi oskusi, et kaitsta planeeti paljude tulevaste põlvkondade tarbeks. Kogu töövahendite komplekti sisu on välja töötanud Agora Aveiro. Kujundaja on Learning Library.Toimetaja: Nataša GološinEkspert: Courtney Schilling.Kaastööd: Domagoj Morić, Nedim MičijevićMai 2024, Aveiro, Portugal

Astin, A. W. (1985). Involvement: The Cornerstone of Excellence. *Change*, 17(4): 35–39.

Bonwell, C. C., & Eison, J. A. (1991). Active learning: Creating excitement in the classroom.

Center for News Literacy. (2014–24). *Glossary: The Language of News Literacy*. Retrieved from <https://digitalreallikas.center/glossary-language-news-literacy>. Vaadatud 10.4.2024.

Chickering, A. W., & Gamson, Z. F. (1987). Seven principles for good practice in undergraduate education. American Association for Higher Education, 39, 3–7.

Council of the European Union. (2018). Council Recommendations on key competencies for lifelong learning. *Journal of the European Union*. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01)).

Council of Europe. (2024). *Media and Information Literacy*. Retrieved from <https://www.coe.int/en/web/digital-citizenship-education/media-and-information-literacy>. Vaadatud 12.4.2024.

Environmental Defense Fund. (2024). *This is why fighting climate change is so important*. Retrieved from https://www.edf.org/climate/why-fighting-climate-change-so-urgent?utm_source=google&utm_campaign=edf_none_upd_dmt&utm_medium=cpc&utm_id=1561743801&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwu8uyBhC6ARIsAKwBGpTfpYH6xtnCzv0cEUD4RvYggwvI9k7MC2wgkzorJizvJDN1r4a1pkaAshIEALw_wcB&gclidsrc=aw.ds. Vaadatud 2.5.2024.

EU Transparency Centre. (2022). *Code of Practice on Disinformation*. <https://disinfocode.eu/>

European Commission Joint Research Centre. (n.d.). DigComp. Retrieved from https://joint-research-centre.ec.europa.eu/digcomp_en. Vaadatud 6.3.2024.

European Environment Agency. (2024). Sustainability. Retrieved from <https://www.eea.europa.eu/en/topics/at-a-glance/sustainability>. Vaadatud 3.2.2024.

European Policies Initiative and Open Society Institute Sofia. (2023). “Bye, bye, birdie”: *Meeting the Challenges of Disinformation* (Media Literacy Report 2023). Policy Brief. <https://osis.bg/wp-content/uploads/2023/06/MLI-report-in-English-22.06.pdf>

European Union Council. (2016). *Council Recommendations on developing media literacy and critical thinking through education and training*. Retrieved from https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52016XG0614%2801%29#ntr10-C_2016212EN.01000501-E0010. Vaadatud 11.10.2024.

Global Footprint Network. (2024). *Earth Overshoot Day*. Retrieved from <https://overshoot.footprintnetwork.org/>. Vaadatud 7.4.2024.

Gospodnetić, F. (2024) “Echoes of the Digital Age: Youth Perceptions and Interactions with the Media in Green Topics – Comparative Research Report from Estonia, Portugal and Croatia”, available at: <https://domas.hr/erasmus-mil-green/>.

Kelly, R., Elsler, L.G., Polejack, A.,...Cook, J., Bartram, J. & Wisz, M.S. (2022). Empowering young people with climate and ocean science: Five strategies for adults to consider. *Perspective*: 5 (8).
<https://doi.org/10.1016/j.oneear.2022.07.007>

Morciano, D., Scardigno, F., & Merico, M. (2015). Sissejuhatus to the special section: Youth work, non-formal education and youth participation . *Italian Journal of Sociology of Education*, 7(1), 1–12.

SALTO. (2024). *Report on Media and Information Literacy and Digital Participation activities*. Retrieved from <https://participationpool.eu/reAllikas/report-on-media-and-information-literacy-and-digital-participation-activities-trends-and-needs-within-the-erasmus-and-european-solidarity-corps-programmes-in-2021-and-2022/>. Vaadatud 02.15.2024.

UNESCO. (n.d.). *Media and Information Literacy*. Retrieved from <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>. Vaadatud 12.04.2024.

United Nations. (n.d.). *What is Climate Change?* Retrieved from <https://www.un.org/en/climatechange/what-is-climate-change>. Vaadatud 2.4.2024.

Washtenaw Community College. (2024). *What is News Literacy?* Retrieved from <https://libguides.wccnet.edu/newsliteracy>. Vaadatud 08.4.2024.

Kogu tööriistakomplekti sisu töötas välja Agora Aveiro.

Kujundanud Living Library.
Toimetaja: Nataša Gološin
Ekspert: Courtney Schilling
Kaastööd: Domagoj Morić, Nedim Mičijević

May 2024, in Aveiro, Portugal



Teemad	Põhitase	Edasijõudnud
Meedia mõistmine	B1. "Kes on nüüd ekspert? " 1. "Ekspert ruumis" – soojendus 2. "Kes on nüüd ekspert?" – interaktiivne tegevus 3. "Oot, mida?" – arutelu 4. "Õpeta mind, õpeta mind!" – plakati tegevus	A1. "Kes on nüüd ekspert? " 1. "Ekspert ruumis" – soojendus 2. "Kes on nüüd ekspert?" – tegevus 3. "Oot, mida?" – arutelu 4. "Leia oma ekspert" – LinkedIn'i uurimine
	B2. "Lugemine kõikjal: vertikaalsed ja lateraalsed usaldusväärsuse meetodid" 1. "Vandenõude lugemine kõikjal" – soojendus 2. "Vertikaalne vs. lateraalne lugemine: kumb jääb võitjaks?" – sotsiaalmeedia analüüs 3. "Ja võitja on..." – kõige usaldusväärsema aktivisti arutelu 4. "Jälgi mind!" – kohalike kliimaaktivistide uurimine 5. "Minu usaldusväärne kliimaaktivist" – kliimaaktivistide ettekanded	A2. "SIFT-meetod kliimakriisi käsitlemisel: mis muudab allika usaldusväärseks? " 1. Faktikontrolli viktoriin "Kahoot!" – soojendus 2. "SIFT-meetod kliimakriisi käsitlemisel" – artikli analüüs 3. "Allikate ja usaldusväärsuse taseme mõistmine" – arutelu 4. "Õpeta mind, õpeta mind!" – allikakategoriate ja usaldusväärsuse taseme plakatid 5. "SIFT-iga sõelumine!" – usaldusväärsete artiklite uurimine
	B3. "Veebientsüklopeediad: usaldusväärsed või mitte – selles on küsimus" 1. "Pane meid paari!" – definitsioonide sobitamine entsüklopeediatega, soojendus 2. "Usaldusväärne või mitte – selles on küsimus" – arutelu 3. "Pane meid paari!" informeeritud versioon – osalejate kord!	A3. "Võimas faktikontrollija" 1. "Terviklik pilt" – soojendus 2. "Õige pilt" – analüüs 3. "Faktikontrolli eksperdid: parimatelt õppimine" 4. "Faktide kontrollimise tehnikad kõigile!"
	B4. "Seda ma klõpsaksin: klikisööda pealkirjade analüüsimine ja rakendamine" 1. "Klõpsusööda valmistamine" – valmistage oma klõpsusööda, soojendus 2. "Seda ma klõpsaksin" – klõpsusööda pealkirjade analüüsimine 3. "Klõpsusööda tapja" – õpitud klõpsusööda tuvastamise tehnikate harjutamine	A4. "Seda ma klõpsaksin: klikisööda pealkirjade analüüsimine ja rakendamine" 1. "Klõpsusööda valmistamine" – valmistage oma klõpsusööda, soojendus 2. "Seda ma klõpsaksin" – klõpsusööda pealkirjade analüüsimine 3. "Klõpsusööda tapja" – õpitud klõpsusööda tuvastamise tehnikate harjutamine 4. "Klõpsu loomine" – klõpsusööda pealkirjad
Meedia tagajärjed	B5. "Faktikontroll, palun! Libauudised ja R.E.A.L. " 1. "Telefon – libauudiste versioon" – soojendus 2. "See ei saa tõsi olla!" – libauudiste arutelu 3. "R.E.A.L. uudised" – faktide kontrollimise meetod ja analüüs 4. "Faktikontroll, palun!" – faktikontrolli veebilehtede testimine	A5. Libauudiste mäng 1. "Pöörased kliimaga seotud pealkirjad" – soojendusvideo 2. "Libauudiste mäng" 3. "Libauudiste detektiiv" – libauudiste tüüpide analüüsimine 4. "Õpeta mind, õpeta mind!" – loomingulised esitlused
	B6. "Võltsrohelise mahapesemine: rohepesu trikid ja tehnikad" 1. "Roheline sõnapilv" – keskkonnaga seotud sõnad, soojendus 2. "Kuidas märgata rohepesu: ma näen, ma mõtlen, ma juurdlen" – reklaamianalüüs 3. "Rohelise paljastamine – mis on ettevõtete rohepesu?" – arutelu 4. "Sõnakõiksudesse sukeldumine" – sotsiaalmeedia postituste rohepesu	A6. "Rohelise edendamine, hea edendamine: rohepesu vastane võitlus" 1. "Kuidas märgata rohepesu" – reklaamianalüüsi soojendus 2. "Rohelise paljastamine – mis on ettevõtete rohepesu?" – arutelu 3. "Kohalikud jätkusuutlikkuse sõdalased" – uurimistöö ja intervjuud 4. "Rohelise edendamine, hea edendamine: rohepesu vastane võitlus" – sotsiaalmeedia postitus

Meedia tagajärjed

B7. "Tõeline või võlts: mis toimub sellel pildil? "

1. "Tõeline või võlts – YouVerify! viktoriin" – soojendus
2. "Mis toimub sellel pildil? – analüüs
3. "Väide, tõendid, põhjendused – kuidas tuvastada piltide konteksti? " – arutelu
4. Google'i pöördpilditsing

A7. "Boti-püüdjad: meedia kinnitamine InVID pistikprogrammiga"

1. "Tõeline või võlts – YouVerify! viktoriin" – soojendus
2. "Boti-püüdjad: libauudiste mäng" – InVID-WeVerify pistikprogramm
3. InVID-WeVerify pistikprogrammi videoanalüüs
4. Sotsiaalmeedia InVID-iga

B8. "Kasutatust kasutajaks: sotsiaalmeedia ümberõppimine meedia- ja infokirjaoskuse ajastul"

1. "Juhendatud meditatsioon: digitaalne heaolu" – soojendus
2. "Sotsiaalmeediast kokkuvõtlikult" – arutelu
3. "Mis kahju sellest on" – sotsiaalse süsinikujalajälje arvutamine
4. "Sotsiaalmeedia ja autoriõigused: harjutamine teeb meistriks"

A8. "Miks me mõjutame? Sotsiaalmeedia kasutamise motivatsioon"

1. "Kas teil on sotsiaalmeedias suhtlemiseks vajalik oskusteave? " viktoriin – soojendus
2. "Jagamine ja tarbimine veebis: miks me seda teeme? " – arutelu
3. "Miks me mõjutame? " analüüs
4. "Minu keskkonnamõjutaja" esitlus

B9. Sissejuhatustehisintellekti

1. "Quick, Draw! " – soojendus
2. "Sissejuhatustehisintellekti" ja "Müüdimurdjad" – arutelu
3. "Ma õpetan, see õpib: masinõpe" – analüüs
4. "Harjutamine teeb meistriks" – ChatGPT ja PhotoEditorAI

B9. Ettevaatust, botid

1. "Koer jalgrattal" – soojendus
2. "Süvavõltsing 9" – analüüs
3. "Testi oma teadmisi! "
4. "Harry Potter, AI kallutatud versioon" – arutelu
5. "Suur väitlus – mis saab keskkonnast? "

Praktiline meedia

B10 ja A10. "Rohelised teemad ja sotsiaalmeedia: kogukonnaaktivismi kampaania"

1. "Mõjukas või mitte? " – sotsiaalmeedia kampaaniate analüüsimine, soojendus
2. "Milline on hea kampaania? " – arutelu
3. "Sotsiaalmeedia kampaania loomine – teeme ära!"



KES ON NÜÜD EKSPERT?

Tase	Põhitase
Kokkuvõte	Läbi eksperte käsitleva interaktiivse harjutuse selgitatakse osalejatele, mida on vaja selleks, et neid saaks pidada mingi teema eksperdiks, ning millised tuntud organisatsioonid kaasavad oma artiklite loomisesse sageli eksperte.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba suudavad osalejad: • Mõista erinevaid allikatüüpe • Tuvastada internetis leiduvate allikate usaldusväärsuse taset • Otsida usaldusväärseid artikleid
Kestus	90 minutit
Sihtrühm	Noored vanuses 15–18 aastat. Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelu/järelarutelu, teadmiste rakendamine, loovus
Digipädevused	• Info- ja andmekirjaoskus • Kommunikatsioon ja koostöö • Turvalisus • Probleemide lahendamine
	Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefon), projektor, plakatipaber, markerid, teip, trükitud materjalid VÕI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides. 1. "Ekspertide" ID-kaardid 2. Organisatsioonide ID-kaardid 3. Vastused – ekspertide ja organisatsioonide kaardid 4. "Leia oma ekspert"
Erikaalutlused	• Pange ilma nutiseadmeta osalejad paari nendega, kellel see olemas on. • Trükkige artiklite esimene lehekülg välja nende töötubade jaoks, kus puudub internetiühendus. • <i>Kasutage digivahendeid!</i> Vältige materjalide printimist ja pange need ühiselt kasutatavasse Google Docs dokumenti. Jagage seda osalejatega, et nad saaksid lisada artikleid igasse allikarühma.
	– "Ekspert ruumis" 1. – "Kes on nüüd ekspert?" 2. – "Oot, mida?" 3. – "Õpeta mind, õpeta mind!"
	• Eksperti definitsioon: Cambridge'i Ülikooli sõnaraamat Allikad: • Environmental Science & Policy • Euroopa Keskkonnaagentuur • National Geographic • Huffington Post • Buzzfeed • Instagram • InfoWars



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Läbi eksperte käsitleva interaktiivse harjutuse selgitatakse osalejatele, mida on vaja selleks, et neid saaks pidada mingi teema eksperdiks, ning millised tuntud organisatsioonid kaasavad oma artiklite loomisesse sageli eksperte.

"Eksperdid":

1. Ekspert – dr Emily Chen ja dr Andrew Kim
2. Professionaal – Jessica Martinez ja Mikhail Popović
3. Poliitikakujundaja – John Smith
4. Entusiast – Maya Patel
5. Aktivist – Ryan Garcia
6. Vandenõuteoreetik – Alex Jones

Organisatsioonid:

1. Teadusajakiri – Environmental Science & Policy
2. Valitsuse allikas – Euroopa Keskkonnaagentuur
3. Valitsusväline organisatsioon – Nat Geo
4. Uudisteväljaanne – Huffington Post
5. Digitaalmeedia ettevõtte – BuzzFeed
6. Sotsiaalmeedia – Instagram
7. Arvamusartiklid/blogi – Eco-life Tips
8. Alternatiivsed uudised – InfoWars



Teoreetiline ettevalmistus:

Ekspert on isik, kellel on kõrgetasemelised teadmised või oskused seoses konkreetse teema või tegevusega (Cambridge'i Ülikool, 2024). Sõltuvalt teemast leidub erinevaid eksperte, kelle usaldusväärsuse tase varieerub. Eksperti pädevuse tase määratakse tihtipeale kindlaks tõlgendamise ja lateraalse lugemisoskuse abil.



Füüsiline ettevalmistus:

1. Soojendusharjutuste läbiviimiseks varuge kõigi osalejate jaoks piisavalt märkmepabereid ja pastapliiatseid.
2. Printige kõigile osalejatele piisavalt ID-kaarte ja vastuseid (vt jaotist).
 - a. Teise võimalusena võite pakkuda digitaalseid koopiaid, kasutades Google'i dokumente. Paluge osalejatel oma digitaalseid märkmeid interaktiivse mängu ajal telefonides kuvada.
3. Andke osalejatele materjalid plakatite valmistamiseks tegevuses 3.



Pange tähele:

- Tegevuses 1 nimetatud eksperdid on fiktiivsed (välja arvatud Alex Jones).
- Kõik tegevuses 1 nimetatud organisatsioonid on reaalsed, välja arvatud Eco-life Tips (blogi).
- Akadeemilistele ajakirjadele ligipääsuks on sageli vaja tellimust. Seega, kuigi need on usaldusväärsed, ei ole need sageli nii kättesaadavad kui muud allikad.
- Kui osalejaid on rohkem kui 16, looge ise uusi kaarte vastavalt teemale või korrake kaarte. Kui osalejaid on vähem kui 16, eemaldage üks ekspert ja professionaal, seejärel entusiast ja aktivist.
- Kui osalejad loovad 3. tegevuses informatiivseid plakateid, siis muutke need kasulikuks ka oma organisatsioonile! Riputage plakatid üles noorteruumi või tehke need digitaalseks ja postitage sotsiaalmeediasse!



Soojendus: "Ekspert ruumis"

- 20 minutit

Tutvustage töötuba interaktiivse mänguga, kus osalejad teesklevad, et nad on mingi valdkonna eksperdid.



Juhised:

1. Paluge osalejatel valida teema, milles nad sooviksid olla eksperdid.
 - a. See võib olla midagi, millega nad on tuttavad, või hoopis midagi muud. Julgustage neid olema loovad!
2. Nüüd kirjutavad nad oma märkmekaartidele, mis teeb neist eksperdid (vt näiteid allpool).
 - a. Põhjendused peaksid olema üksikasjalikud, kuid mitte liiga pikad.
 - b. Näidake osalejatele näiteid ainult siis, kui nad satuvad segadusse. Laske neil esmalt loovalt tegutseda, andmata liiga palju juhiseid.
3. Jagage kogu grupp pooleks. Üks rühm seisab, hoides üleval oma eksperdi-kaarte, teine rühm kõnnib ringi ja loeb kaarte. Suhtlemine ei ole vajalik.
4. Ringi kõndiv rühm peab nüüd üheskoos eksperdid järjekorda panema – kõige asjatundlikumast kuni kõige vähem asjatundlikumani.
 - a. Oleks kasulik teha sellest järjestusest pilt, et saaksite seda arutelu ajal näidata. Või paluge osalejatel oma järjekord meelde jätta.
5. Nüüd vahetage. Nüüd kõnnib ringi "ekspertide" rühm, lugedes teise rühma kaarte ja pannes need järjekorda.
6. Arutlege, miks "ekspertid" selliselt järjestati.
 - a. Mis tegi "kõige asjatundlikuma" isiku oma teema eksperdiks?
 - b. Kuidas on lood kõige vähem asjatundliku inimesega?
 - c. Mida on vaja selleks, et olla mingi teema ekspert?
 - d. Mis annab märku, et keegi ei ole ekspert?
 - e. Miks on ekspertide leidmine internetis oluline?

Näidis: Ekspert 1	Näidis: Ekspert 2
<u>Võrkpall</u> Olen võrkpalli ekspert! Olen võrkpalli mänginud alates 11. eluaastast. Ühel suvel õpetasin võrkpalli lastelaagris ja nüüd korraldan sõpradega mängimiseks harrastusliigasid.	<u>Kokandus</u> Olen kokandusekspert. Tavaliselt valmistan endale toitu kord nädalas. Teistel päevadel tellin McDonaldsist. Mulle meeldib kartuleid mikrolaineahjus soojendada ja neid võiga üle kallata.



Tegevus 1: Suhtlus – "Kes on nüüd ekspert? "

- 30 minutit

Osalejad viivad nüüd läbi sama interaktiivse tegevuse, kasutades tõeliste ekspertide (või mitte!) märkmekaarte. See aitab osalejatel mõista, mis iseloomustab eksperte ja millistest allikatest võib eksperte kõige sagedamini leida (või ka mitte!).

"Ekspertid"	Organisatsioonid
Dr Emily Chen (ekspert)	Environmental Science & Policy (teadusajakiri)
Dr Andrew Kim (ekspert)	Euroopa Keskkonnaagentuur (valitsusasutus)
Mikhail Popović (professionaal)	National Geographic (mittetulundusühing)
John Smith (poliitikakujundaja)	Huffington Post (uudisteväljaanne)
Jessica Martinez (professionaal)	Eco-life Tips (blogi)
Maya Patel (entusiast)	Buzzfeed (digitaalmeedia ettevõtte)
Ryan Garcia (aktivist)	Instagram (sotsiaalmeedia)
Alex Jones (vandenõuteoreetik)	InfoWars (alternatiivsed uudised)



Juhised:

Esimene osa – suhelge oma grupiga

1. Jagage kogu rühm pooleks. Jagage ühele rühmale ekspertide ID-kaardid (vt "1") ja teisele rühmale organisatsioonide ID-kaardid (vt "2").
2. Osalejad tutvustavad ennast 5 minuti jooksul teistele ekspertidele/organisatsioonidele oma rühmas.
3. Iga rühm peab otsustama, milline on nende kaartide eksperditase. Neil palutakse eksperdid/organisatsioonid järjekorda panna – keskkonnateadustes kõige asjatundlikumast kuni kõige vähem asjatundlikumani (see võib olla mõnevõrra tõlgendamise küsimus).
4. Juhendaja peaks käima ringi ja aitama rühmadel kaarte järjestada, esitades suunavaid küsimusi, näiteks:
 - a. Mis teeb "kõige asjatundlikuma" isiku oma teema eksperdik?
 - b. Kuidas on lood kõige vähem asjatundliku inimesega?
 - c. Mida on vaja selleks, et olla selle teema ekspert?
 - d. Mis annab märku, et keegi ei ole ekspert?
5. Paluge osalejatel kaartide järjestus paberile kirjutada, et saaksite selle seinale riputada. Osalejad peavad oma ID-kaardile kirjutama eksperdi oletatava taseme (hinne 1 on kõrgeim).
 - a. Ekspertid 1–6
 - b. Organisatsioonid 1–8
 - c. Samuti tuleb kasuks järjestuse pildistamine, et seda oleks võimalik arutelu ajal näidata.

Teine osa – suhelge teise rühmaga

1. Nüüd paluge mõlemal rühmal kokku tulla ja suhelda osalejatega, kellel on teist tüüpi kaart (eksperdid organisatsioonidega). Andke osalejatele selleks umbes 5 minutit.
 - a. Osalejad peaksid hakkama märkama, et ekspertide kaardid vastavad organisatsioonide kaartidele (nt. Dr. Chen avaldab sageli artikleid teadusajakirjas Environmental Science & Policy).
2. Nüüd paluge osalejatel oma kaardid kokku sobitada (eksperdid organisatsioonidega).
3. Kokku sobitatud paarides peaksid osalejad arutama järgmisi küsimusi:
 - a. Miks me oleme kokku sobitatud?
 - b. Milline oli meie ekspertide skoor?
 - c. Kas me oleme üksteise hinnangutega nõus?



Tegevus 2: Arutelu/järelarutelu – "Oot, mida? "

- 20 minutit

Osalejad arutlevad tegevuse käigus toimunu üle, et mõista, keda peetakse ekspertideks, mis teeb neist eksperdid ja kuidas aru saada, kas organisatsioon kasutab eksperte või mitte.



Juhised:

1. Nüüd andke igale rühmale vastused – nii ekspertidele kui ka organisatsioonidele (vt "3").
2. Paluge osalejatel paarides arutada:
 - a. Kui lähedal nad õigele vastusele olid.
 - b. Mis teeb nende isikust/organisatsioonist eksperdi?
3. Koguge terve grupp kokku.
4. Näidake osalejatele ekspertide tasemete vastuseid (vt "3").
5. Alustage arutelu selle üle, miks iga eksperti ja organisatsiooni peetakse usaldusväärseks või ebausaldusväärseks.
6. Inimestest rääkides tooge välja neile määratud erinevad kategooriad. Arutlege, mida need kategooriad tähendavad ja miks mõned neist on usaldusväärsemad kui teised.
 - a. Ekspert
 - b. Professionaal
 - c. Poliitikakujundaja
 - d. Entusiast
 - e. Aktivist
 - f. Vandenõuteoreetik
7. Organisatsioonidest rääkides tooge välja neile määratud erinevad kategooriad. Arutlege, mida need kategooriad tähendavad ja miks mõned neist on usaldusväärsemad kui teised.
 - a. Teadusajakiri
 - b. Valitsuse allikas
 - c. Valitsusväline organisatsioon (VO)
 - d. Uudisteväljaanne
 - e. Digitaalmeedia ettevõtte
 - f. Arvamusartikkel/blogi
 - g. Alternatiivsed uudised



Tegevus 3: Loominguline hetk – "Õpeta mind, õpeta mind!"

- 20 minutit

Osalejad kasutavad ekspertide kohta õpitut, et luua ekspertide ja organisatsioonide kategooriate visuaalne esitus.

Inimesed	Organisatsioonid
1. Ekspert 2. Professionaal 3. Poliitikakujundaja 4. Entusiast 5. Aktivist 6. Vandenõuteoreetik	1. Teadusajakiri 2. Valitsuse allikas 3. Valitsusväline organisatsioon (VVO) 4. Uudisteväljaanne 5. Digitaalmeedia ettevõtte 6. Sotsiaalmeedia 7. Arvamusartikkel/blogi 8. Alternatiivsed uudised



Juhised:

1. Määrake igale väikesele rühmale 2–3 kategooriat.
 - a. Paluge osalejatel valida kategooriad, mis erinevad 2. tegevuse käigus kasutatud kaartidest, et nad saaksid süveneda mitmesse kategooriasse.
2. Osalejad loovad oma kategooria(te) visuaalse esituse. See võib olla paberil või digitaalne.
 - a. Sihtrühm: teised 15–18-aastased noored
 - b. Eesmärk: teavitada teisi erinevate inimeste usaldusväärsusest



Refleksioon/järelarutelu

- 5 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga.

Korraldaja juhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele").



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

- Jätkake töötubadega B2. "Lugemine kõikjal: vertikaalsed ja lateraalsed usaldusväärsuse meetodid" ja B3. "Veebientsüklopeediad: usaldusväärsed või mitte – selles on küsimus".
- Proovige edasijõudnute töötuba A2. "SIFT-meetod kliimakriisi käsitlemisel: mis muudab allika usaldusväärseks?"
- Jagage visuaalseid esitlusi rühmade vahel, et saada tagasisidet ja teha vajalikke muudatusi.



Materjalid

1. "Ekspertide" ID-kaardid

Juhised: Jagage neid kaarte juhuslikult pooltele tegevuses 1 osalejatele.

Inimesed

Nimi: Alex Jones

Varjunimi: InfoWarrior

Vanus: 48

Elukutse: meediaisiksus

Fookus: Alex Jones on meediaisik, kes on tuntud erinevate teemade, sealhulgas keskkonnaalaste teooriate propageerimise poolest. Alex osaleb sageli internetiaruteludes ja -saadetes, kus ta räägib kliimamuutustest kui pettusest, jagab keemiapilve vandenõud ning teooriaid sellest, kuidas valitsused kontrollivad keskkonda. Ta kasutab InfoWars veebiplatvormi oma seisukohtade levitamiseks ja suure publiku mõjutamiseks.

Nimi: John Smith

Elukutse: keskkonnapoliitika analüütik

Vanus: 45

Haridus: bakalaureusekraad politoloogias

Fookus: John on kogenud poliitikaanalüütik, kellel on rohkem kui 20-aastane töökogemus valitsuse keskkonnaosakondades. Ta mängib võtmerolli keskkonnaküsimuste uurimisel ja analüüsimisel, poliitiliste ettepanekute koostamisel ning valitsusametnike nõustamisel keskkonnamääruste ja -algatuste osas. Johni töö aitab kaasa tõhusate poliitikate väljatöötamisele, mis käsitlevad pakilisi keskkonnaprobleeme ja edendavad jätkusuutlikkust. Ta annab sageli teavet kohalikele uudistekanalitele, näiteks Huffington Postile.

Nimi: Dr Emily Chen

Elukutse: kliimateadlane

Vanus: 38

Haridus: doktorikraad atmosfääriteadustes

Fookus: Dr. Cheni teadustöö keskendub äärmuslike ilmastikunähtuste dünaamika mõistmisele ja nende seosele kliimamuutustega. Ta kasutab arvutuslikku modelleerimist ja satelliidiandmeid, et uurida pöua, orkaanide ja kuumalainete mustreid. Dr. Chen jagab oma uurimistulemusi teaduskonverentsidel, juhtivates kliimateaduslikes ajakirjades, nagu Environmental Science & Policy, ning suhtleb avalikkusega ka YouTube'i õppevideote ja taskuhäälringute kaudu.

Nimi: Mikhail Popović

Elukutse: keskkonnanalüütik

Vanus: 30

Haridus: magistrakraad keskkonnajuhtimises

Fookus: Mikhail on spetsialiseerunud keskkonnapoliitika ja -regulatsioonide tõhususe analüüsimisele selliste probleemide lahendamisel nagu õhu- ja veereostus, metsade hävitamine ja ressursside säästev majandamine. Ta avaldab poliitikaülevaateid ja aruandeid valitsusasutustele ja valitsusvälistele organisatsioonidele, kirjutab arvamuskirjutusi ajalehtedele ja ajakirjadele, näiteks National Geographicule, ning osaleb aktiivselt veebifoorumitel ja veebiseminaridel, kus arutatakse keskkonnapoliitikat ja keskkonnakaitset.

Nimi: Maya Patel

Elukutse: graafiline disainer

Vanus: 31

Haridus: bakalaureusekraad graafilises disainis

Fookus: Maya kasutab oma disainioskusi visuaalse sisu loomiseks, mis tõstab teadlikkust keskkonnaprobleemidest ja edendab jätkusuutlikkust. Ta jagab oma keskkonnasõbralikke elustiili näpunäiteid, infograafikat ja digitaalset kunsti Instagramis ja TikTakis, kus tal on kasvav hulk keskkonnateadlikke jälgijaid. Lisaks teeb Maya koostööd keskkonnaorganisatsioonide ja kaubamärkidega, et luua sotsiaalmeedia jaoks mõjusaid kampaaniaid ja visuaalseid materjale.

Nimi: Ryan Garcia

Elukutse: kolledžitudeng

Vanus: 21

Haridus: omandab bakalaureusekraadi keskkonnauuringute erialal

Fookus: Ryan suhtub kirglikult keskkonnaaktivismi ja jätkusuutlikkuse algatustesse nii oma kolledžis kui ka mujal. Ta jagab kogemusi, uurimistulemusi ja keskkonnanalaseid üleskutsesid Instagramis ja Snapchatis, kus ta suhtleb kaasõpilaste ja noorte aktivistidega. Lisaks töötab Ryan vabatahtlikuna kohalikes keskkonnaorganisatsioonides ning võtab osa kliimastreikidest ja kogukonna koristustalgutest.

Nimi: Jessica Martinez

Elukutse: keskkooli loodusteaduste õpetaja

Vanus: 35

Haridus: bakalaureusekraad bioloogias ja hariduses

Fookus: Jessica püüab keskkonnaharidust kirglikult oma õppekavasse integreerida ja tõsta õpilaste teadlikkust jätkusuutlikkusest. Ta jagab keskkonnanalaseid nõuandeid, klassitegevusi ja isiklike mõtteid Twitteris ja oma blogis "Eco-life Tips", kus ta suhtleb teiste haridustöötajate ja keskkonnakaitsetajatega, et vahetada ideid ja ressursse ning tutvustada säästvat eluviisi laiemale avalikkusele.

Nimi: Dr Andrew Kim

Elukutse: keskkonnateadlane

Vanus: 42

Haridus: doktorikraad keskkonnateadustes

Fookus: Dr Kim on spetsialiseerunud mereökosüsteemide avalduvate kliimamuutuste mõju uurimisele. Ta uurib ookeanide hapestumist, korallide pleekimist ja meretaseme tõusu. Dr. Kim avaldab oma töid eelretsenseeritud teadusajakirjades ja suhtleb avalikkusega ka sotsiaalmeedia platvormide (nt Twitter ja Instagram) ning valitsusasutuste (nt Euroopa Keskkonnaagentuur) kaudu, jagades uusi uuringutulemusi ja edastades teaduslikke kontseptsioone arusaadaval viisil.

2. Organisatsioonide ID-kaardid

Juhised: Jagage neid kaarte juhuslikult pooltele tegevuses 1 osalejatele.

Organisatsioonid

Ajakirja nimi: Environmental Science & Policy

Asutamisaasta: 1998

Fookus: Environmental Science & Policy on interdistsiplinaarne akadeemiline ajakiri, mis avaldab teadusartikleid, ülevaateid ja kommentaare mitmesugustel keskkonnateemadel, mis hõlmavad poliitikaanalüüsi, jätkusuutlikkust ja loodusvarade majandamist. Ajakirja eesmärk on ületada lõhe teadusuuringute ja poliitika vahel, pakkudes poliitikakujundajatele, praktikutele ja avalikkusele kättesaadavat ja asjakohast teadusinfot.

Organisatsiooni nimi: Huffington Post

Asutamisaasta: 2005

Fookus: Huffington Post on uudiste ja arvamuskirjelduste veebileht, mis käsitleb mitmesuguseid teemasid, sealhulgas keskkonnaküsimusi. HuffPost avaldab sageli artikleid, arvamusküsimusi ja uurimisarandeid sellistel teemadel nagu kliimamuutused, reostus ja jätkusuutlikkus. Nad teevad koostööd ekspertide, aktivistide ja poliitikakujundajatega, et pakkuda keskkonnaküsimustes erinevaid vaatenurki. Huffington Post levitab sisu oma veebilehe, sotsiaalmeedia kanalite ja uudiskirjade kaudu, eesmärgiga teavitada ja innustada lugejaid keskkonnaküsimustes tegutsema.

Organisatsiooni nimi: Euroopa Keskkonnaagentuur (EKA)

Asutamisaasta: 1990

Fookus: EKA on Euroopa Liidu asutus, mis vastutab sõltumatu keskkonnateabe pakkumise eest. EKA kogub andmeid, viib läbi hindamisi ja koostab aruandeid mitmesugustel keskkonnateemadel, sealhulgas õhu ja vee kvaliteedi, bioloogilise mitmekesisuse ja kliimamuutuste valdkonnas. Poliitikakujundajad, teadlased ja avalikkus kasutavad EKA aruandeid ja publikatsioone keskkonnaprobleemide mõistmiseks ja tõendusmaterjalide lahendamise väljatöötamiseks. EKA veebileht on Euroopa riikide keskkonnanõuandmete ja -aruannete keskus.

Veebilehe nimi: InfoWars

Asutamisaasta: 1999

Fookus: InfoWars on veebileht ja meediaplatvorm, mis avaldab sageli artikleid ja saateid, milles eitatakse kliimamuutuste tegelikkust ja propageeritakse skeptitsismi keskkonnaküsimustes valitseva teadusliku konsensuse suhtes. Veebileht kasutab publiku kaasamiseks ja keskkonnavastupidise tegevuskava propageerimiseks sensatsioonilisi pealkirju, faktide valikulist esitlemist ja sütitavat keelekasutust.

Organisatsiooni nimi: National Geographic Society

Asutamisaasta: 1888

Fookus: National Geographic Society on ülemaailmne mittetulundusühing, mis on pühendunud planeedi uurimisele ja kaitsmisele. Oma ajakirja, telekanali, veebilehe ja haridusprogrammide kaudu käsitleb National Geographic mitmesuguseid keskkonnateemasid, sealhulgas eluslooduse kaitset, kliimamuutusi ja loodusvarade majandamist. Nad toetavad teadusuuringuid, kaitseprojekte ja jutuvestmisalgatusi, mis inspireerivad inimesi maailmast hoolima ja seda kaitsma.

Organisatsiooni nimi: Instagram

Asutamisaasta: 2010

Fookus: Instagram on fotode ja videote jagamise võrgustik, mis võimaldab kasutajatel meediasisu avalikult üles laadida. Kasutajad saavad sirvida teiste kasutajate postitusi ja leida trendikat sisu teemaviidete kaudu. Kuna Instagrami sisu on kasutajate loodud, tsenseeritakse seda harva, välja arvatud juhul, kui seda peetakse kohatuks või kahjulikuks.

Organisatsiooni nimi: BuzzFeed

Asutamisaasta: 2006

Fookus: BuzzFeed on digitaalmeedia ettevõtte, mis on tuntud oma viraalse sisu ja meelelahutusuudiste poolest. BuzzFeed käsitleb aeg-ajalt keskkonnateemasid oma uudisartiklites, viktoriinides ja looteludes. Nad võivad uurida selliseid teemasid nagu plastreostus, ohustatud liigid või keskkonnasõbralik eluviis. BuzzFeed jagab sisu peamiselt oma veebilehe, sotsiaalmeedia platvormide ja mobiilirakenduse kaudu, jõudes suure hulga noorte täiskasvanuteni, kes on huvitatud popkultuurist ja aktuaalsetest sündmustest.

Blogi: Eco-life Tips

Autor: Jessica Martinez

Blogi pealkiri: "5 lihtsat viisi süsinikujalajälje vähendamiseks"

Fookus: Jessica blogipostitused pakuvad praktilisi näpunäiteid ja soovitusi inimestele, kes tahavad vähendada oma süsinikujalajälge ja elada säästlikumalt. Tuginedes oma isiklike kogemustele, tsiteeritud uuringutele ja teadmiste teadusõpetajana, käsitleb Jessica lihtsaid elustiili muutusi, nagu liha tarbimise vähendamine, taaskasutatavate ostukottide kasutamine ja energia säästmine kodus. Samuti suhtub ta haridustöötajate ja keskkonnakaitsjatega, et vahetada ideid ja ressursse. Ta jagab oma blogipostitusi sotsiaalmeedia platvormidel nagu Instagram ja Facebook, kus ta suhtub oma jälgijatega ja julgustab arutelusid jätkusuutlikkuse ja keskkonnasõbraliku eluviisi üle.

3. Vastused – ekspertide ja organisatsioonide kaardid

Juhised: kasutage seda tabelit, et juhtida arutelu tegevuses 2.

JUHENDAJA VERSIOON		
Inimesed		
Ekspert	Nimi: Dr Emily Chen Elukutse: kliimateadlane Vanus: 38 Haridus: doktorikraad atmosfääriteadustes Fookus: Dr. Cheni teadustöö keskendub äärmuslike ilmastikunähtuste dünaamika mõistmisele ja nende seosele kliimamuutustega. Ta kasutab arvutuslikku modelleerimist ja satelliidiandmeid, et uurida põua, orkaanide ja kuumalainete mustreid. Dr. Chen jagab oma uurimistulemusi teaduskonverentsidel, juhtivates kliimateaduslikes ajakirjades, nagu Environmental Science & Policy, ning suhtleb avalikkusega ka YouTube'i õppevideote ja taskuhäälingute kaudu.	Dr Chen on ekspert, sest tal on doktorikraad atmosfääriteadustes (mis on asjakohane keskkonnateadus), ta kasutab kvantitatiivseid uurimismeetodeid ja on avaldanud oma töid akadeemilistes ajakirjades.
Ekspert	Nimi: Dr Andrew Kim Elukutse: keskkonnateadlane Vanus: 42 Haridus: doktorikraad keskkonnateadustes Fookus: Dr Kim on spetsialiseerunud mereökosüsteemidele avalduvate kliimamuutuste mõju uurimisele. Ta uurib ookeanide hapestumist, korallide pleekimist ja meretaseme tõusu. Dr. Kim avaldab oma töid eelretsenseeritud teadusajakirjades ja suhtleb avalikkusega ka sotsiaalmeedia platvormide (nt Twitter ja Instagram) ning valitsusasutuste (nt Euroopa Keskkonnaagentuur) kaudu, jagades uusi uuringutulemusi ja edastades teaduslikke kontseptsioone arusaadaval viisil.	Dr Kim on ekspert, sest tal on doktorikraad keskkonnateaduses, ta kasutab kvantitatiivseid uurimismeetodeid ja on avaldanud oma töid eelretsenseeritud teadusajakirjades.
Professionaal Mõningal määral ekspert	Nimi: Mikhail Popović Elukutse: keskkonnaanalüütik Vanus: 30 Haridus: magistrikraad keskkonnajuhtimises Fookus: Mikhail on spetsialiseerunud keskkonnapoliitika ja –regulatsioonide tõhususe analüüsile selliste probleemide lahendamisel nagu õhu- ja veereostus, metsade hävitamine ja ressursside säästev majandamine. Ta avaldab poliitikaülevaateid ja aruandeid valitsusasutustele ja valitsusvälistele organisatsioonidele, kirjutab aramusartikleid ajalehtedele ja ajakirjadele, näiteks National Geographicule, ning osaleb aktiivselt veebifoorumitel ja veebiseminaridel, kus arutatakse keskkonnapoliitikat ja keskkonnakaitset.	Mikhail on mõningal määral ekspert, sest ta on keskkonnaküsimuste analüüsiga tegelev spetsialist. Samuti on tal keskkonnauuringutega seotud akadeemiline taust. Ta avaldab oma töid, kuid sageli arvamuspõhistel platvormidel ja arutelufoorumites. Ta kasutab oma teadmisi keskkonnast, kuid ei rakenda teaduslikke uurimismeetodeid.
Professionaal Mõningal määral ekspert	Nimi: Jessica Martinez Elukutse: keskkooli loodusteaduste õpetaja Vanus: 35 Haridus: bakalaureusekraad bioloogias ja hariduses Fookus: Jessica püüab keskkonnaharidust kirglikult oma õppekavasse integreerida ja tõsta õpilaste teadlikkust jätkusuutlikkusest. Ta jagab keskkonnavalaseid nõuandeid, klassitegevusi ja isiklike mõtteid Twitteris ja oma blogis "Eco-life Tips", kus ta suhtleb teiste haridustöötajate ja keskkonnakaitsjatega, et vahetada ideid ja ressursse ning tutvustada säästvat eluviisi laiemale avalikkusele.	Jessica on mõningal määral ekspert, sest ta on professionaal, kes töötab keskkooli loodusainete õpetajana. Samuti on tal akadeemiline taust bioloogias. Ta avaldab oma töid, kuid sageli arvamuspõhistel platvormidel ja arutelufoorumites. Ta kasutab oma teadmisi keskkonnast, kuid ei rakenda teaduslikke uurimismeetodeid.

Poliitikakujundaja	Nimi: John Smith Elukutse: keskkonnapoliitika analüütik Vanus: 45 Haridus: bakalaureusekraad politoloogias Fookus: John on kogenud poliitikaanalüütik, kellel on rohkem kui 20-aastane töökogemus valitsuse keskkonnaosakondades. Ta mängib võtmerolli keskkonnaküsimuste uurimisel ja analüüsimisel, poliitiliste ettepanekute koostamisel ning valitsusametnike nõustamisel keskkonnamääruste ja -algatuste osas. Johni töö aitab kaasa tõhusate poliitikate väljatöötamisele, mis käsitlevad pakilisi keskkonnaprobleeme ja edendavad jätkusuutlikkust. Ta annab sageli teavet kohalikele uudistekanalitele, näiteks Huffington Postile.	Kuigi tema hariduslik taust on seotud politoloogiaga, on John oma 20-aastase kogemuse kaudu arendanud teadmisi keskkonnapoliitika väljatöötamise, rakendamise ja hindamise alal.
Entusiast	Nimi: Maya Patel Elukutse: graafiline disainer Vanus: 31 Haridus: bakalaureusekraad graafilises disainis Fookus: Maya kasutab oma disainioskusi visuaalse sisu loomiseks, mis tõstab teadlikkust keskkonnaprobleemidest ja edendab jätkusuutlikkust. Ta jagab oma keskkonnasõbralikke elustiili näpunäiteid, infograafikat ja digitaalset kunsti Instagramis ja TikTakis, kus tal on kasvav hulk keskkonnateadlikke jälgijaid. Lisaks teeb Maya koostööd keskkonnaorganisatsioonide ja kaubamärkidega, et luua sotsiaalmeedia jaoks mõjusaid kampaaniaid ja visuaalseid materjale.	Maya on graafilise disaini, mitte keskkonnaprobleemide ekspert. Kahtlemata on ta keskkonnaprobleemide tundma õppinud graafilise materjali ja sotsiaalmeedia sisu loomisel, kuid ta on pigem entusiast kui ekspert. Siiski lisab koostöö keskkonnaorganisatsioonidega tema sisule usaldusväärsust (kui ta viitab sellele, kust ta oma teavet saab).
Aktivist	Nimi: Ryan Garcia Elukutse: kolledžitudeng Vanus: 21 Haridus: omandab bakalaureusekraadi keskkonnauuringute erialal Fookus: Ryan suhtub kirglikult keskkonnaaktivismi ja jätkusuutlikkuse algatustesse nii oma kolledžis kui ka mujal. Ta jagab kogemusi, uurimistulemusi ja keskkonnavalaseid üleskutseid Instagramis ja Snapchatis, kus ta suhtleb kaasõpilaste ja noorte aktivistidega. Lisaks töötab Ryan vabatahtlikuna kohalikes keskkonnaorganisatsioonides ning võtab osa kliimastreikidest ja kogukonna koristustalgutest.	Ryani keskkonnavalane õppetöö on alles algusjärgus, mis tähendab, et ta ei ole (veel) ekspert. Kindlasti on tal keskkonnaprobleemidest hea ülevaade, sest ta õpib asjakohast eriala ja töötab keskkonnaorganisatsioonidega.
Vandenõuteoretik	Nimi: Alex Jones Varjunimi: InfoWarrior Vanus: 48 Elukutse: meediaisiksus Fookus: Alex Jones on meediaisik, kes on tuntud erinevate teemade, sealhulgas keskkonnavalaste teooriate propageerimise poolest. Alex osaleb sageli internetiaruteludes ja -saadetes, kus ta räägib kliimamuutustest kui pettusest, jagab keemiapilve vandenõud ning teooriaid sellest, kuidas valitsused kontrollivad keskkonda. Ta kasutab InfoWarsi veebiplatvormi oma seisukohtade levitamiseks ja suure publiku mõjutamiseks.	Tal puuduvad teadmised keskkonnateadusest. Tähelepanu äratamiseks ja oma huvide edendamiseks kasutab ta sageli sensatsioonilist retoorikat ja hirmu õhutavat taktikat. Kuigi mitmed eksperdid on Alexi väited ümber lükanud, levitab ta jätkuvalt segadust ja skeptitsismi keskkonnateaduste suhtes.

Organisatsioonid

Teadusajakiri Ekspert	Ajakirja nimi: Environmental Science & Policy Asutamisaasta: 1998 Fookus: Environmental Science & Policy on interdistsiplinaarne akadeemiline ajakiri, mis avaldab teadusartikleid, ülevaateid ja kommentaare mitmesugustel keskkonnateemadel, hõlmates poliitikaanalüüse, jätkusuutlikkust ja loodusvarade majandamist. Ajakirja eesmärk on ületada lõhe teadusuuringute ja poliitika vahel, pakkudes poliitikakujundajatele, praktikutele ja avalikkusele kättesaadavat ja asjakohast teadusinfot.	Environmental Science & Policy on pühendunud avatud juurdepääsuga publitseerimisele. Nende artiklid on internetis vabalt kättesaadavad, et tagada maksimaalne nähtavus ja mõju. Ajakirja veebileht on platvorm, kus teadlased ja akadeemikud saavad jagada oma töid ning aidata kaasa keskkonnateaduse ja –poliitika edendamisele.
Valitsuse allikas Ekspert	Organisatsiooni nimi: Euroopa Keskkonnaagentuur (EKA) Asutamisaasta: 1990 Fookus: EKA on Euroopa Liidu asutus, mis vastutab sõltumatu keskkonnateabe pakumise eest. EKA kogub andmeid, viib läbi hindamisi ja koostab aruandeid mitmesugustel keskkonnateemadel, sealhulgas õhu ja vee kvaliteedi, bioloogilise mitmekesisuse ja kliimamuutuste valdkonnas. Poliitikakujundajad, teadlased ja avalikkus kasutavad EKA aruandeid ja publikatsioone keskkonnaprobleemide mõistmiseks ja tõenduspõhiste lahenduste väljatöötamiseks. EKA veebileht on Euroopa riikide keskkonnaandmete ja –aruannete keskus.	See on usaldusväärne keskkonnateabe allikas, mis toetab poliitikakujundajaid, teadlasi ja keskkonnaprobleemidest huvitatud kodanikke.
Mittetulundusühing Mõningal määral ekspert	Organisatsiooni nimi: National Geographic Society Asutamisaasta: 1888 Fookus: National Geographic Society on ülemaailmne mittetulundusühing, mis on pühendunud planeedi uurimisele ja kaitsmisele. Oma ajakirja, telekanali, veebilehe ja haridusprogrammide kaudu käsitleb National Geographic mitmesuguseid keskkonnateemasid, sealhulgas eluslooduse kaitset, kliimamuutusi ja loodusvarade majandamist. Nad toetavad teadusuuringuid, kaitseprojekte ja jutuvestmisalgatusi, mis inspireerivad inimesi maailmast hoolima ja seda kaitsma.	Mittetulundusühingute eesmärk ei ole raha teenida, kuid nende missioon põhineb sageli teatud ideoloogial, mida nad oma lugejatele peale suruvad. Teadusartiklitele viidates võivad need olla head ja usaldusväärsed allikad, mille sisu on mõnevõrra asjatundlik.
Uudisteväljaanne Mõningal määral ekspert	Organisatsiooni nimi: Huffington Post Asutamisaasta: 2005 Fookus: Huffington Post on uudiste ja arvamustekstide veebileht, mis käsitleb mitmesuguseid teemasid, sealhulgas keskkonnaküsimusi. HuffPost avaldab sageli artikleid, arvamustekste ja uurimisarandeid sellistel teemadel nagu kliimamuutused, reostus ja jätkusuutlikkus. Nad teevad koostööd ekspertide, aktivistide ja poliitikakujundajatega, et pakkuda keskkonnaküsimustes erinevaid vaatenurki. Huffington Post levitab sisu oma veebilehe, sotsiaalmeedia kanalite ja uudiskirjade kaudu, eesmärgiga teavitada ja innustada lugejaid keskkonnaküsimustes tegutsema.	Ei ole ekspert, kuid nad kaasavad ja tsiteerivad oma artiklites eksperte. Olge ettevaatlik, sest paljudel uudistekanalitel on poliitiline eesmärk, seega mõelge, milliseid eelarvamusi võivad iga väljaande artiklid sisaldada.
Digitaalmeedia ettevõtte Vähesel määral ekspert	Organisatsiooni nimi: BuzzFeed Asutamisaasta: 2006 Fookus: BuzzFeed on digitaalmeedia ettevõtte, mis on tuntud oma viraalse sisu ja meelelahutus uudiste poolest. BuzzFeed käsitleb aeg-ajalt keskkonnateemasid oma uudisartiklites, viktoriinides ja loeteludes. Nad võivad uurida selliseid teemasid nagu plastreostus, ohustatud liigid või keskkonnasõbralik eluviis. BuzzFeed jagab sisu peamiselt oma veebilehe, sotsiaalmeedia platvormide ja mobiilirakenduse kaudu, jõudes suure hulga noorte täiskasvanuteni, kes on huvitatud popkultuurist ja aktuaalsetest sündmustest.	Kuigi BuzzFeedi keskkonnateemade käsitus võib olla hõlpsasti ligipääsetav ja kaasahaarav, tuleks seda täiendada ekspertidelt saadud teabega.

Sotsiaalmeedia ettevõtte Vähesel määral ekspert	Organisatsiooni nimi: Instagram Asutamisaasta: 2010 Fookus: Instagram on fotode ja videote jagamise võrgustik, mis võimaldab kasutajatel meediasisu avalikult üles laadida. Kasutajad saavad sirvida teiste kasutajate postitusi ja leida trendikat sisu teemaviidete kaudu. Kuna Instagrami sisu on kasutajate loodud, tsenseeritakse seda harva, välja arvatud juhul, kui seda peetakse kohatuks või kahjulikuks.	Instagram ei ole ühegi teema ekspert, kuigi paljud asjatundjad kasutavad seda sisu postitamiseks. Sisu usaldusväärsuse tuvastamiseks tuleb otsida viiteid ja kontrollida fakte mis tahes Instagramis avaldatud meedia puhul.
Blogi Vähesel määral ekspert	Blogi: Eco-life Tips Autor: Jessica Martinez Blogi pealkiri: "5 lihtsat viisi süsinikujalajälje vähendamiseks" Fookus: Jessica blogi pakub praktilisi näpunäiteid ja soovitusi inimestele, kes tahavad vähendada oma süsinikujalajälge ja elada säästlikumalt. Tuginedes oma isiklike kogemustele, tsiteeritud uuringutele ja teadmistele teadusõpetajana, käsitleb Jessica lihtsaid elustiili muutusi, nagu liha tarbimise vähendamine, taaskasutatavate ostukottide kasutamine ja energia säästmine kodus. Samuti suhtleb ta haridustöötajate ja keskkonnakaitsjatega, et vahetada ideid ja ressursse. Ta jagab oma blogipostitusi sotsiaalmeedia platvormidel nagu Instagram ja Facebook, kus ta suhtleb oma jälgijatega ja julgustab arutelusid jätkusuutlikkuse ja keskkonnasõbraliku eluviisi üle.	Kuigi Jessica ei ole keskkonnaekspert, viitab ta sageli teaduslikele tõenditele ja omab teadmiste pagasit loodusteaduste õpetajana. Tema blogipostituste eesmärk on tõsta teadlikkust keskkonnaküsimustest ja innustada teisi oma igapäevaelus tegutsema. Siiski sisaldab suur osa blogist arvamusi, nii et see on väga erapoolik selle suhtes, mis on keskkonnasõbralik elustiil.
Alternatiivsed uudised vandenõuteooriad/pettus	Veebilehe nimi: InfoWars Asutamisaasta: 1999 Fookus: InfoWars on veebileht ja meediaplattform, mis avaldab sageli artikleid ja saateid, milles eitatakse kliimamuutuste tegelikkust ja propageeritakse skeptitsismi keskkonnaküsimustes valitseva teadusliku konsensuse suhtes. Veebileht kasutab publiku kaasamiseks ja keskkonnavaenuliku tegevuskava propageerimiseks sensatsioonilisi pealkirju, faktide valikulist esitlemist ja sütitavat keelekasutust.	InfoWars on veebileht ja meediaplattform, mis on tuntud vandenõuteooriate ja väärinfo levitamise poolest mitmesugustel teemadel, sealhulgas keskkonnaküsimustes. See ei ole usaldusväärne allikas korrektse teabe saamiseks. InfoWars'i sisule tuleb läheneda äärmise skeptitsismiga ja selle õigsust tuleb kontrollida usaldusväärsete allikate abil.

4. Ülesanne "Leia oma ekspert"

Juhised: Osalejad kasutavad 3. tegevuses navigeerimiseks jaotist "Ülesanded", ning jaotist "Nädisuuring", kui neil tekib uurimistööga raskusi.

Etapid	Ülesanded
1	Alustuseks minge organisatsiooni veebilehele ja otsige artikleid, mis käitlevad eksperdi erialaga seotud teemat.
2	Kui asjakohane artikkel on valitud, otsige välja selle autor.
3	Kui on lisatud hüperlingid, klõpsake autori nimele ja lugege lähemalt nende tausta kohta (kui mitte, minge otse järgmise sammu juurde).
4	Otsige seda isikut LinkedIn'ist. Kui sama nimega isikuid on liiga palju, lisage märksõnu, mis põhinevad loetud artiklist saadud teabel. Näiteks millisest riigist nad pärit on või millises ettevõttes nad töötavad.
5	Lugege jaotisi "About" ja "Experience".
6	Otsustage: Kas see inimene on oma valdkonna ekspert? Miks?

Nädisuuring

Rita Silva (professionaal) ja National Geographic (mittetulundusühing)

- Otsime professionaali, kes on kirjutanud artikli National Geographicule (või mõne teise mittetulundusühingu väljaandele).
 - Läheme Nat Geo veebilehele ja otsisime märksõna "*environment*" (keskkond). Otsime kõike, mis on seotud õhu- ja veereostuse, metsade raadamise ja ressursside säästva majandamisega.
 - Leidsime artikli "*Deforestation from Amazon's new headquarters under watch from environmental groups*", mille autor on Rita Silva.
 - Rita Silva kohta puudus hüperlink, kuid artikli lõpus oli kirjas, et ta on keskkonnaanalüütik, kelle tööandjaks on Veolia Portugal, ning lisatud oli ka pilt.
 - Läksime LinkedIn'i ja otsisime Rita Silvat. Tulemusi oli 1500, seega lisasime otsingu kitsendamiseks märksõnad "Veolia" ja "Portugal".
 - Leidsime õige Rita Silva!
 - Vaatasime läbi tema LinkedIn'i ja leidsime, et ta on töötanud Veolias 10 aastat keskkonnaanalüütikuna ja omandanud magistrikraadi keskkonnajuhtimises Antwerpeni Ülikoolis Belgias. Ta on avaldanud mitmeid artikleid ajakirjas Nat Geo ja olnud peaesineja kolmel erineval keskkonnaval tippkohtumisel.
 - Saadud teave annab alust arvata, et ta **on ekspert** metsade raadamise küsimuses.

Buzzfeed News. (2024). Retrieved from <https://www.buzzfeed.com/>. Vaadatud 5.5.2024.

Cambridge University Dictionary. (2024). Expert. Retrieved from https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/expert#google_vignette. Vaadatud 5.5.2024.

Environmental Science & Policy Journal. (2024). Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/journal/environmental-science-and-policy>. Vaadatud 5.5.2024.

European Environmental Agency. (2024). Retrieved from <https://www.eea.europa.eu/en>. Vaadatud 5.5.2024.

Huffington Post. (2024). Retrieved from <https://www.huffpost.com/>. Vaadatud 5.5.2024.

Instagram. (2024). Retrieved from <https://www.instagram.com/>. Vaadatud 5.5.2024.

InfoWars. (2024). Retrieved from <https://www.infowars.com/>. Vaadatud 5.5.2024.

National Geographic. (2024). Retrieved from <https://www.nationalgeographic.com/>. Vaadatud 5.5.2024.



LUGEMINE KÕIKJAL: VERTIKAALSED JA LATERAALSED USALDUSVÄÄRSUSE MEETODID

Tase	Põhitase
Kokkuvõte	Kasutades erinevate noorte kliimaaktivistide sotsiaalmeediakontosid, rakendavad osalejad allika usaldusväärse määramiseks vertikaalset ja lateraalset lugemisprotsessi.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba suudavad osalejad: • Otsida usaldusväärseid artikleid • Tutvuda juhtivate noorte kliimaaktivistidega • Kasutada erinevaid sotsiaalmeedia platvorme • Mõista kahte meetodit allikate usaldusväärse kontrollimiseks
Kestus	95 minutit
Sihtrühm	Noored vanuses 15–18 aastat. Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelud/järelarutelud, teadmiste rakendamine
Digipädevused	• Info- ja andmekirjaoskus • Kommunikatsioon ja koostöö • Turvalisus • Probleemide lahendamine Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefon), projektor, trükitud materjalid VÕI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides 1. Kliimaaktivistide postitused sotsiaalmeedias 2. (vertikaalne analüüs)
Erikaalutlused	• Tagage osalejatele juurdepääs erinevatele sotsiaalmeedia platvormidele. • Pange ilma nutiseadmeta ja/või sotsiaalmeediata osalejad paari nendega, kellel need olemas on. • <i>Kasutage digivahendeid!</i> Vältige materjalide printimist ja pange kõik seadmesse. – "Vandenõude lugemine kõikjal" 1. – "Vertikaalne vs. lateraalne lugemine: kumb jääb võitjaks?" 2. – "Ja võitja on..." 3. – "Jälgige mind!" 4. – "Minu usaldusväärne kliimaaktivist" • Lateraalne lugemine ◦ "Sort Fact or Fiction with Lateral Reading" [Video] ◦ "Check Yourself with Lateral Reading" [Video] • CRAAP-test ◦ Northeast WI Technical College Library ◦ University of Chicago Library • Lateraalse lugemise harjutus • Flat Earth Society Twitter Aktivistide postitused: • Greta Thunberg: 11.03.2024 "Climate Justice for Social Justice", Instagram • Dominique Palmer: 23.04.2024, Maa päeva postitus, Threads • John Paul Jose: 01.08.2022, X (Twitter) • Elizabeth Wathuti: 11.11.2022 "What's possible when we change energy for good?", YouTube • Helena Gualina: 14.08.2023, TikTok Töötoa inspiratsioon: • Association of College and Research Libraries – interaktiivne lateraalne lugemine • Civic Online Reasoning – lateraalne lugemine vs vertikaalne lugemine



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Kasutades erinevate noorte kliimaaktivistide sotsiaalmeediakontosid, rakendavad osalejad allika usaldusväärsuse määramiseks vertikaalset ja lateraalset lugemisprotsessi.

Sotsiaalmeedia allikad	Kliimaaktivistid
Instagram	Greta Thunberg – Rootsi
X (Twitter)	John Paul Jose – India
Threads	Dominique Palmer – Suurbritannia
YouTube	Elizabeth Wathuti – Keenia
TikTok	Helena Gualinga – Ecuador



Teoreetiline ettevalmistus:

Vertikaalse lugemise käigus jäädakse allika leheküljele ning otsitakse teavet, mis võib aidata mõista, kas allikas on usaldusväärne või mitte. CRAAP-testi töötas välja CSU-Chico raamatukoguhoidja, et hinnata allika usaldusväärsust vertikaalses lugemisprotsessis (Northeast Wisconsin Technical College, 2024). Nutikas akronüüm aitab mõista, kas allikas on "crap" (sitt) või mitte (konkreetsed analüüsiküsimused leiate materjalidest ""). CRAAP-testi kasutatakse sageli koos SIFT-meetodiga (vt töötuba A2. "SIFT-meetod kliimakriisi käsitlemisel: mis muudab allika usaldusväärseks?").

CRAAP

Currency (ajakohasus)

Relevance (asjakohasus)

Authority (tõsiseltvõetavus)

Accuracy (täpsus)

Purpose (eesmärk)

Lateraalne lugemine on materjali kontrollimine selle lugemise ajal, et määrata kindlaks autori ja allika usaldusväärsus, kavatsused ja eelarvamused. Lateraalne lugemine hõlmab teiste autorite samateemaliste artiklite otsimist (et näha, kuidas nemad teemat kajastavad) ja kontrollitava autori teiste artiklite otsimist (et näha, kuidas ta teisi teemasid kajastab) (News Literacy Project, 2024). Lisateabe saamiseks vaadake videot "Sort Fact from Fiction Online with Lateral Reading" (Digital Literacy Group, 2020).

Mõlema lugemisprotsessi paremaks mõistmiseks vaadake videot "Check Yourself with Lateral Reading", klipp 03:12 kuni 07:31 (Crash Course, 2019).



Füüsiline ettevalmistus:

1. Trükkige välja CRAAP-testi protsess, et seda oleks võimalik kiiresti kasutada kogu töötoa jooksul (vt 2").



Pange tähele:

- Seda peetakse põhitasemel õppetunniks, seega ei pruugi osalejad olla kursis allikate usaldusväärsuse kontrollimisega. Kui alustate tegevust ja leiate, et osalejad ei ole kindlad, kuidas jätkata vertikaalse ja lateraalse lugemisega, näidake neile videoid jaotisest "Teoreetiline ettevalmistus".
- Sotsiaalmeedia postitused leiti 2024. aasta mais. Tegevuse läbiviimiseks soovitame otsida ajakohastatud postitusi, sealhulgas artikleid, mis on seotud osalejate tegelikkusega (päritoluriik, vanusegrupp, huvid jne).



Soojendus: "Vandenõude lugemine kõikjal"

- 15 minutit

Tutvustage vertikaalse ja lateraalse lugemise kontseptsiooni allikate usaldusväärsuse kontrollimisel, kasutades organisatsiooni Flat Earth Society vandenõuteooriat.



Juhised:

1. Näidake seda Flat Earth Society postitust X-is (varem Twitter).



Flat Earth Society
@FlatEarthOrg



The Earth is a unique, flat celestial body that cannot be compared to any other known object in the Universe. But its flatness is not the only thing that makes it unique. It sustains (mostly) intelligent life. We should cherish it and not waste our resources away

[#TuesdayThoughts](#)

9:11 PM · May 1, 2018

156 Reposts 93 Quotes 362 Likes 3 Bookmarks



2. Alustage **vertikaalset lugemist**, klõpsates organisatsiooni nimele, mis viib teid nende X-i profiilile. Pärast CRAAP-testi läbiviimist sirvige nende postitusi vertikaalselt (vt 2").
3. Nüüd alustage **lateraalset lugemisprotsessi** – avage uus vahekaart ja sisestage Google'i otsingusse "Flat Earth Society". Klõpsake kahel või kolmel kõnealust organisatsiooni käsitleval veebilehel, et selle kohta rohkem informatsiooni saada.
 - Kõigepealt klõpsake Wikipedia lingil,
 - Wikipediast saate teada, et selle teine nimetus on International Flat Earth Research Society – guugeldage seda.
 - Klõpsake Queensborough kogukonna kolvedži lingil.
 - Leidke artikli autor Charles K. Johnson – guugeldage teda.
 - Klõpsake New York Timesi lingil.
 - Lateraalse lugemisprotsessi käigus mõelge harjutusküsimustele, mis on esitatud jaotises " – ".



Tegevus 1: Analüüs – "Vertikaalne vs. lateraalne lugemine: kumb jääb võitjaks?"

- 20 minutit

Osalejatel palutakse erinevate keskkonnaaktivistide uurimiseks läbida kas vertikaalne või lateraalne lugemisprotsess, kasutades mitmesuguseid sotsiaalmeediakanaleid.

Aktivistid (vt jaotist 1", et osalejad alustaksid õige postitusega):

- Greta Thunberg: 11.03.2024 "*Climate Justice for Social Justice*", [Instagram](#)
- Dominique Palmer: 23.04.2024, Maa päeva postitus, [Threads](#)
- John Paul Jose: 01.08.2022, [X \(Twitter\)](#)
- Elizabeth Wathuti: 11.11.2022 "*What's possible when we change energy for good?*", YouTube
- Helena Gualina: 14.08.2023, [TikTok](#)



Juhised:

1. Jagage osalejad 4-liikmelistesse rühmadesse ja määrake neile uurimiseks üks kliimaaktivist.
2. Igas 4-liikmelises rühmas moodustatakse 2 paari. Üks paar kontrollib aktivisti usaldusväärsust **vertikaalse lugemisprotsessi** abil ja teine paar kasutab **lateraalset lugemisprotsessi**.
3. Osalejad peaksid uurimistöö käigus töötama läbi järgmised harjutused. Nad peaksid oma vastused üles märkima, et neile arutelu käigus tugineda.
 - a.: CRAAP-test (vt "Materjalid 2")
4. Osalejad jäävad kliimaaktivisti sotsiaalmeedia lehele, vaatavad tema teisi keskkonnaga seotud postitusi ning arutavad CRAAP-i küsimusi.
 - a. (vt "Materjalid 3")
 - b. Osalejad lahkuvad kliimaaktivisti sotsiaalmeedia lehelt, otsides teisi veebilehti, kus räägitakse kliimaaktivistist ja tema taustast. Nad kasutavad lateraalse otsingu suunamiseks harjutusküsimusi.
5. Juhendajad peaksid aega veetma iga väikese rühmaga, aidates vastata küsimustele ja esitades asjakohaseid arutelu ergutavaid küsimusi:
 - a. *Miks te seda arvate? (seotud mis tahes küsimustega)*
 - b. *Kuidas on võimalik kindlaks teha, kas ühte ideed eelistatakse teisele?*
6. **Vertikaalne lugemine**
 - *Mida pidasite kasulikuks teabeks?*
 - *Kuidas te teate, et nad on kvalifitseeritud?*
7. **Lateraalne lugemine**
 - *Kas kliimaaktivistist räägiti ka paljudel teistel veebilehtedel?*
 - *Kui te neid Wikipediast ei leia, siis miks see teie arvates nii on?*



Tegevus 2: Arutelu/järelarutelu – "Ja võitja on..."

- 10 minutit

Osalejad tulevad kokku analüüsiprotsessi käsitlevaks rühmaaruteluks, kus mõeldakse selle üle, millised on parimad meetodid allika usaldusväärsuse määramiseks.



Juhised:

1. Hõlbustage arutelu, kasutades järgmisi küsimusi:
 - a. Arutage oma protsessi (nii vertikaalset kui ka lateraalset). Mis oli teie jaoks keeruline?
 - b. Keda peate kõige usaldusväärsemaks?
 - c. Kas Wikipediat saab usaldada?
 - d. Kumb on parem protsess usaldusväärsuse hindamiseks: vertikaalne või lateraalne lugemine?
 - e. Kuidas saate/kavatsete vertikaalset ja lateraalset lugemist kasutada oma igapäevaelus?
 - f. Keda peate kõige usaldusväärsemaks?
 - g. Kas oskate välja tuua muid veebiallikaid, mille usaldusväärsus on küsitav (nt sotsiaalmeedia)?
 - h. Kuidas võib väärinfo mõjutada otsuste langetamist igapäevaelus (nt vale fakti jagamine sotsiaalmeedias)?



Märkus: Nende kliimaaktivistide usaldusväärsust on raske tõendada, sest nad ei ole kliimamuutuste eksperdid ega viita sotsiaalmeedias sageli oma allikatele. Siiski võib neil olla praktilisi kogemusi kliimamuutuste valdkonnas. Otsige aktiviste, kes tsiteerivad ekspertallikaid, sest see tõstab nende usaldusväärsust.



Tegevus 3: Praktiline rakendus – "Jälgige mind!"

- 25 minutit

Osalejad uurivad sotsiaalmeediat, et leida kliimaaktivist oma riigist. Nad kasutavad vertikaalset ja lateraalset lugemisprotsessi, et määrata kindlaks aktivisti usaldusväärsus.



Juhised:

1. Jagage osalejad paaridesse ning laske neil sotsiaalmeediast otsida kohalikku (oma riigi) kliimaaktivisti.
 - a. Üks paariline peab lugema vertikaalselt ja teine lateraalselt.
 - b. Julgustage osalejaid kasutama erinevaid sotsiaalmeedia platvorme (kõik ei peaks kasutama Instagrami).
 - c. Iga paar peaks leidma erineva aktivisti.
2. Nad läbivad vertikaalse ja lateraalse lugemisprotsessi, et teha kindlaks, kas kliimaaktivisti võib pidada usaldusväärseks.
3. Jälgige oma kliimaaktivisti!



Tegevus 4: Jagamine – "Minu usaldusväärne kliimaaktivist"

- 25 minutit

Osalejad jagavad teavet oma kliimaaktivisti kohta ülejäänud rühmaga, julgustades neid jälgima tema sotsiaalmeedia postitusi!



Juhised:

1. Osalejad jagavad oma kliimaaktiviste kogu rühmaga, kasutades selleks põhiseadet, et teised saaksid vaadata aktivisti sotsiaalmeedia lehekülge.
 - a. Need esitlused ei tohiks olla pikemad kui 5 minutit.
2. Osalejad peaksid esile tõstma järgmist:
 - a. Sotsiaalmeedia kasutajanimi
 - b. Aktivismi fookus
 - c. Millal nad alustasid
 - d. Miks nad alustasid
 - e. Mida nad teevad
 - f. Kuidas nad seda teevad



Refleksioon/järelarutelu

- 5 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga. Korraldaja juhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele").



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

- Osalege töötoas A2. "SIFT-meetod kliimakriisi käsitlemisel: mis muudab allika usaldusväärseks?"
- Osalege töötoas B3. "Veebientsüklopeediad: usaldusväärsed või mitte – selles on küsimus".



Materjalid

1. Kliimaaktivistide postitused sotsiaalmeedias

Juhised: Selleks, et osalejad leiaksid 1. tegevuses õige konto, kasutage järgmisi ekraanipilte kliimaaktivistide sotsiaalmeedia postitustest.



Allikas: <https://www.instagram.com/p/C4XdzI0CQvR/?hl=en>

< Back

Thread
318 views



domipalmer 4/23/24

...

It was earth day yesterday, today, tomorrow, next week, next month, next year..... protecting our life system which sustains us is not limited to one single day. The only planet we call home is worth protecting. I will keep loving earth because we are nature defending itself. And climate action which secures a green and just future is possible.

Thank you earth for the solace and love you give me. 🌱🌸🌿



♡ 2 💬 ↻ 🗑

Reply to domipalmer



Allikas: <https://www.threads.net/@domipalmer/post/C6G743Str0s>



John Paul Jose 🐦
@johnpauljos

...

Kerala continues to receive extreme rainfall with landslides & flooding at night. Govt. should place science, people & nature at the centre of policy, development, climate action and disaster preparedness & management, not power, politics & money.

[#ClimateAction](#)

[#ClimateJustice](#)

6:44 PM · Aug 1, 2022

Allikas: <https://twitter.com/johnpauljos/status/1554161108654575616>

YouTube ^{PT} Search



energy poverty, most of whom are in developing

What's possible when we change energy for good?

Elizabeth Wathuti
541 subscribers

Subscribe

6 6

Share

Download

115 views Nov 11, 2022 #COP27 #LetsChangeEnergy

Allikas: <https://www.youtube.com/watch?v=Nmcr9RIZnKs>



Ecuador is having a referendum

helenagualinga
helenagualinga · 2023-8-14

Follow

On August 20th a historic referendum is taking place in my country Ecuador! We have the opportunity to protect the heart of the Amazon, Yasuní. This is the first time civil society has called for a referendum of this kind. This is a moment for the world to rally... more

Allikas: <https://www.tiktok.com/@helenagualinga/video/7267238269518122245?r=1&t=8nPdXf5VhIQ>



2. CRAAP-test

Juhised: Printige välja või projitseerige CRAAP-testi materjalid **vertikaalse lugemisega** tegelevatele paaridele, et nad saaksid neid kasutada tegevuses 1. Kui nad suudavad enamikule küsimustele vastata jaatavalt ning lisada üksikasjaliku selgituse, siis oli nende vertikaalne lugemisprotsess edukas ja nad on suure tõenäosusega leidnud usaldusväärse allika.

Currency (ajakohasus)	Kas postitus on teie eesmärkide seisukohalt piisavalt ajakohane? • Millal see avaldati/postitati? • Kas seda on muudetud/uuendatud? • Kas selle teema puhul on vaja uuemat teavet või sobivad ka vanemad allikad? • Kas hüperlingid toimivad?
Relevance (asjakohasus)	Kas leidsite kasulikku teavet? Kui palju? Kas te oskate selles postituses sisalduvat teavet kellelegi teisele selgitada? Kas vaatasite erinevaid allikaid, enne kui otsustasite seda kasutada?
Authority (tõsiseltvõetavus)	Kas autor on reaalne isik? Kas te teate tema ees- ja perekonnanime? Kas autor on pädev sellel teemal kirjutama? Kas nad on läbinud ametliku koolituse? Kas URL paljastab midagi autori või allika kohta? • .com = kommertssaidid • .edu = haridusasutused • .gov = valitsus • .org = mittetulundusühingud • .mil = relvajõud • .net = võrgustik
Accuracy (täpsus)	Kas teave on tõendatud? • Kas ta tsiteerib teisi eksperte? • Kas teave on kontrollitud? Kas teave sisaldab õigekirja-, grammatika- või trükivigu?
Purpose (eesmärk)	Mis on selle teabe peamine eesmärk? • Teavitada, õpetada, müüa, meelelahutust pakkuda, veenda? Kas autor selgitab oma postituse eesmärki? • Kas teave on fakt, arvamus või propaganda? Kas esineb erapoolikust? • Kas seisukoht tundub objektiivne ja erapooletu? • Kas esineb poliitilisi, ideoloogilisi, kultuurilisi, usulisi, institutsionaalseid või isiklike eelarvamusi?

Kas arvate vertikaalsele lugemisprotsessile tuginedes, et see kliimaaktivist on usaldusväärne allikas teabe hankimiseks keskkonna ja kliimamuutuste kohta?

Allikas: Kohandatud Kirde-Wisconsini Tehnikakolledži (kuupäev puudub) ja Chicago Ülikooli raamatukogu (2024) materjalidest.



3. Lateraalse lugemise harjutused

Juhised: Printige välja või projitseerige materjalid **lateraalse lugemisega** tegelevatele paaridele, et nad saaksid neid kasutada tegevuses 1. Kui nad suudavad selle protsessi edukalt läbida, leides aktivisti kohta hõlpsasti lisateavet, siis on tõenäoliselt tegemist usaldusväärse inimesega.

Kes vastutab selles postituses oleva teabe eest?

1. Avage uus vahekaart ja guugeldage kliimaaktivisti nime. Leidke veebilehti, mis annavad nende kohta teavet.
 - a. Veebileht 1 _____
 - i. Mida te nende kohta teada saite?
 - b. Veebileht 2 _____
 - i. Mida te nende kohta teada saite?
2. Vaadake Wikipediat. Kas nende jaoks on olemas lehekülg? Kui jah, siis tehke kokkuvõtte ühest peamisest väitest, mis on selle isiku kohta Wikipedias esitatud. Kui ei, siis korrake küsimust nr 1 veel kahe veebilehga.
3. Millise allikaga toetab Wikipedia eespool esitatud väidet? Mis liiki allikas see on (teine veebileht, teaduslik ajakiri)? Kui usaldusväärne on see allikas?
4. Mida olete selle kliimaaktivisti kohta üldiselt teada saanud?

Kas arvate vertikaalsele lugemisprotsessile tuginedes, et see kliimaaktivist on usaldusväärne allikas teabe hankimiseks keskkonna ja kliimamuutuste kohta?

Association of College and Research Libraries. (2021). *BEYOND THE CHECKLIST: Interactive Lateral Reading Activities* [Presentation]. https://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/J_Dale_Beyond_2021.pdf

Cal State LA University Library. (n.d.). *Evaluating Online Allikass*. Retrieved from https://projectcora.org/system/tdf/attachments/Evaluating%20Online%20Allikass%20with%20Lateral%20Reading_0.pdf?file=1&type=node&id=554&force=1. Vaadatud 22.4.2024.

Civic Online Reading. (n.d.). *Lateral Reading vs. Vertical Reading*. <https://cor.inquirygroup.org/curriculum/lessons/lateral-vs-vertical-reading/?cuid=teaching-lateral-reading>

CrashCourse. (2019, 23 January). *Check Yourself with Lateral Reading: Crash Course Navigating Digital Information #3* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=GoQG6Tin-1E>

Digital Inquiry Group. (2020, 16 January). *Sort Fact from Fiction Online with Lateral Reading* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=SHNprb2hgZU>

Dominique Palmer [@domipalmer]. (2024, 23 April). *It was earth day yesterday, today, tomorrow, next week, next month, next year..... protecting our life system which sustains us* [Post]. Threads [Meta]. <https://www.threads.net/@domipalmer/post/C6G743Str0s>

Elizabeth Wathuti. (2022, 11 November). *What's possible when we change energy for good?* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Nmc9RIZnKs>

Flat Earth Society [@FlatEarthOrg]. (2018, 1 May). *The Earth is a unique, flat celestial body that cannot be compared to any other known object in the Universe* [Post]. X. <https://x.com/FlatEarthOrg/status/991409683494768640?prefetchTimestamp=1722272037397>

Greta Thunberg [@gretathunberg]. (2024, 11 March). *Right now young people are blocking the Swedish parliament to draw attention to the fact that the climate crisis* [Photograph]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/C4XdzIOCQvR/?hl=en>

Helena Gualinga [@helenagualinga]. (2023, 14 August). *On August 20th a historic referendum is taking place in my Riiik Ecuador! We have the opportunity to protect the heart of the Amazon, Yasuni* [Video]. TikTok. https://www.tiktok.com/@helenagualinga/video/7267238269518122245?_r=1&_t=8nPdXf5VhIQ

John Paul Jose [@johnpauljos]. (2022, 1 August). *Kerala continues to receive extreme rainfall with landslides & flooding at night. Govt. should place science, people & nature* [Post]. X. <https://twitter.com/johnpauljos/status/1554161108654575616>

News Literacy Project. (2024). *Expand your view with lateral reading*. Retrieved from <https://newslit.org/tips-tools/expand-your-view-with-lateral-reading/>. Vaadatud 22.4.2024.

Northeast WI Technical College. (n.d.). *CRAAP Test*. Retrieved from <https://nwtc.libguides.com/c.php?g=43831&p=278105>. Vaadatud 22.4.2024.

University of Chicago Library. (2024, 7 August). *Evaluating ReAllikass and Misinformation – The CRAAP Test*. Retrieved from <https://guides.lib.uchicago.edu/c.php?g=1241077&p=9082343>. Vaadatud 10.10.2024.



VEEBIENTSÜKLOPEEDIAD: USALDUSVÄÄRSED VÕI MITTE – SELLES ON KÜSIMUS

Tase	Põhitase
Kokkuvõte	Osalejad tegelevad erinevate veebientsüklopeediatega, et määrata kindlaks nende usaldusväärseuse tase.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba suudavad osalejad hinnata, milline on veebipõhiste entsüklopeediate usaldusväärseuse tase
Kestus	45 minutit
Sihtrühm	Noored vanuses 15–18 aastat. Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelud/järelarutelud, teadmiste rakendamine
Digipädevused	• Info- ja andmekirjaoskus, 15–18-aastased noored • Kommunikatsioon ja koostöö • Turvalisus • Probleemide lahendamine
	Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefon), projektor, trükitud materjalid VÕI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides 1. Definitsioonikaardid 2. Entsüklopeediate kaardid 3. "Pane meid paari! – juhendaja versioon" 4. "Entsüklopeediate usaldusväärsus" 5. "Pane meid paari! 2 – jagatud dokument"
Erikaalutlused	• Tagage osalejatele juurdepääs erinevatele sotsiaalmeedia platvormidele. • Pange ilma nutiseadmeta ja/või sotsiaalmeediata osalejad paari nendega, kellel need olemas on. • <i>Kasutage digivahendeid!</i> Vältige materjalide trükkimist ja pange kõik võrku.
	– "Pane meid paari!" 1. – "Usaldusväärne või mitte – selles on küsimus" 2. – "Pane meid paari! 2" – informeeritud versioon
	• Lateraalne lugemine ◦ "Sort Fact or Fiction with Lateral Reading" [Video] ◦ "Check Yourself with Lateral Reading" [Video] Allikad: • Scholarpedia • Encyclopedia Britannica • Citizendium • Wikipedia • Conservapedia • Uncyclopedia • Urban Dictionary Töötoa inspiratsioon: • Niche Pursuits artikkel <i>"7 top sites like Wikipedia"</i>



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Osalejad tegelevad erinevate veebientsüklopeediatega, et määrata kindlaks nende usaldusväärsuse tase.



Teoreetiline ettevalmistus:

Lisateavet iga veebipõhise allika kohta leiate jaotisest "" – "Entsüklopeediate usaldusväärsus".

Vertikaalse lugemise käigus jäädakse allika leheküljele ning otsitakse teavet, mis aitab mõista, kas allikas on usaldusväärne või mitte.

Lateraalne lugemine on materjali kontrollimine selle lugemise ajal, et määrata kindlaks autori ja allika usaldusväärsus, kavatsused ja eelarvamused. Lateraalne lugemine hõlmab teiste autorite samateemaliste artiklite otsimist (et näha, kuidas nemad teemat kajastavad) ja kontrollitava autori teiste artiklite otsimist (et näha, kuidas ta teisi teemasid kajastab) (News Literacy Project, 2024). Lisateabe saamiseks vaadake videot "[*Sort Fact from Fiction Online with Lateral Reading*](#)" (Digital Literacy Group, 2020)

Mõlema lugemisprotsessi paremaks mõistmiseks vaadake videot "[*Check Yourself with Lateral Reading*](#)", klipp 03:12 kuni 07:31 (Crash Course, 2019).



Füüsiline ettevalmistus:

1. Printige igale rühmale piisavalt definitsioonide ja entsüklopeediate kaarte (vt "1–2").
2. Osalejad vajavad kääre, et kaardid soojendustegevuse jaoks välja lõigata.
3. Looge 3. tegevuse jaoks jagatav Google Docs dokument ja andke osalejatele ligipääs enne töötuba või selle käigus. (vt 5").



Pange tähele:

- Scholarpedias ei ole mõiste "globaalne soojenemine" määratlust, sest see ei sisalda keskkonnateadustele keskenduvat alajaotust. Siiski viidatakse globaalsele soojenemisele muude teaduslike nähtustega seotud artiklites.
- Seda peetakse põhitasemel õppetunniks, seega ei pruugi osalejad olla kursis allikate usaldusväärsuse kontrollimisega. Kui alustate tegevust ja leiate, et osalejad ei ole kindlad, kuidas jätkata vertikaalse ja lateraalse lugemisega, näidake neile videoid jaotisest "Teoreetiline ettevalmistus".
- Sotsiaalmeedia postitused leiti 2024. aasta mais. Tegevuse läbiviimiseks soovitame otsida ajakohastatud postitusi, sealhulgas artikleid, mis on seotud osalejate tegelikkusega (päritoluriik, vanusegrupp, huvid jne).



Soojendus: "Pane meid paari!"

- 10 minutit

Tutvustage seitsmest veebipõhisest entsüklopeediast kuut mängu kaudu, kus osalejad viivad "globaalse soojenemise" erinevad definitsioonid kokku nende allikatega.

1. Encyclopedia Britannica
2. Citizendium
3. Wikipedia
4. Conservapedia
5. Uncyclopedia
6. Urban Dictionary



Juhised:

1. Jagage grupp väikesteks rühmadeks (mitte rohkem kui 3 liiget).
2. Jagage välja definitsioonidega kaardid ja entsüklopeediate nimedega kaardid (vt "1-2").
3. Paluge osalejatel definitsioonid entsüklopeediate nimedega kokku sobitada.



Tegevus 1: Arutelu/järelarutelu – "Usaldusväärne või mitte – selles on küsimus"

- 15 minutit

Osalejad arutavad soojendustegevust, mõeldes selle üle, millised entsüklopeediad on usaldusväärsemad ja miks.



Juhised:

1. Kui kõik rühmad on definitsioonid entsüklopeediatega kokku sobitanud, viige läbi arutelu kogu grupiga. Arutelu toimub kahes osas.

Esimene osa

1. Arutlege, mille põhjal osalejad definitsioone entsüklopeediatega kokku sobitasid.
 - a. Kas definitsioonide kokku sobitamine oli lihtne? Miks?
 - b. Millised olid peamised erinevused definitsioonide vahel?

Teine osa

1. Vaadake üle õiged vastused (vt "3").
2. Arutlege, miks on mõned allikad usaldusväärsed ja teised mitte.
 - a. Mis paneb teid allikat usaldama?
 - b. Mis teeb ühe allika teisest usaldusväärsemaks?
3. Nüüd vaadake üle iga entsüklopeediat puudutav teave, mis näitab nende usaldusväärsuse taset. Arutlege osalejatega (vt "4").
 - a. Juhtige kindlasti tähelepanu Scholarpediale ja asjaolule, et seda ei kasutatud soojendustegevuses.



Tegevus 3: Praktiline rakendus – "Pane meid paari! 2" – informeeritud versioon

- 20 minutit

Osalejad kasutavad entsüklopeediate kohta õpitut, et näidata, kui erinevad need võivad olla.

Tuntud entsüklopeediad

1. Scholarpedia (lisatakse pärast soojendust)
2. Encyclopedia Britannica
3. Citizendium
4. Wikipedia
5. Conservapedia
6. Uncyclopedia
7. Urban Dictionary



Juhised:

1. Valige kogu grupiga kaks keskkonnateemat (mitte globaalne soojenemine või kliimamuutused).
2. Jagage osalejad 7 väikeseks rühmaks (kui osalejaid on vähem kui 14 võivad mõned osalejad töötada individuaalselt).
3. Määra igale väikesele rühmale üks seitsmest entsüklopeediast.
4. Paluge osalejatel leida keskkonnamõistete definitsioonid neile määratud entsüklopeediast ja lisada need grupiga jagatud Google Docs dokumenti.
5. Kui osalejad on oma definitsioonid Google'i dokumenti lisanud, koguge terve grupp uuesti kokku, et tulemusi veel kord võrrelda. Tooge esile vastuste erinevusi entsüklopeediate lõikes, demonstreerides erinevusi usaldusväärsuses.



Refleksioon/järelarutelu

- 5 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga.

Korraldaja juhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele").



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

- Lõpetage põhitaseme töötuba B4. "Seda ma klõpsaksin – klõpsusööda pealkirjade analüüsimine ja rakendamine", mis käsitleb klõpsusööda pealkirjade tuvastamist.
- Lõpetage edasijõudnute töötuba A3. "Võimas faktikontrollija", mis käsitleb faktide kontrollimist.
- Osalejatel palutakse luua plakat seitsmest entsüklopeediast, mis näitab nende usaldusväärsuse taset. Seda saab kasutada viitena ülejäänud nädala jooksul.



Materjalid

1. Definitsioonikaardid

Juhised: Kasutage soojendustegevuses järgmisi kaarte. Andke igale rühmale 1 komplekt kaarte.

Antropogeenne globaalne soojenemine on tõestamata teooria, mis väidab, et inimtegevus põhjustab aja jooksul Maa soojenemist katastroofilisele tasemele. Selle teooria kohaselt hoiavad kasvuhoonegaasid, sealhulgas süsinikdioksiid, metaan, diümmastikoksiid ja veeaur, päikese-soojust planeedil kinni. Arvutimudelid viitavad, et tööstuse ja sõidukite heitgaasid võivad põhjustada katastroofilist soojenemist. Vasakpoolsed kasutavad seda teooriat, et nõuda energiatootmise ja -tarbimise vähendamist ning propageerida deindustrialiseerimist.

Üldkasutuses tähendab kliimamuutus globaalset soojenemist – globaalse keskmise temperatuuri jätkuvat tõusu – ning selle mõju Maa kliimasüsteemile. Laiemas mõttes hõlmavad kliimamuutused ka varasemaid pikaajalisi muutusi Maa kliimas. Praegune globaalse keskmise temperatuuri tõus on põhjustatud peamiselt fossiilkütuste põletamisest.[3][4] Fossiilkütuste kasutamine, metsade raadamine ning teatud põllumajanduslikud ja tööstuslikud tegevused suurendavad kasvuhoonegaaside, eelkõige süsinikdioksiidi ja metaani hulka.[5] Kasvuhoonegaasid neelavad osa kuumusest, mida Maa pärast päikesevalguse toimet soojenemist kiirgab. Taoliste gaaside suuremahuline kogunemine seob rohkem soojust Maa atmosfääri alumistesse kihtidesse, põhjustades globaalset soojenemist.

Globaalne soojenemine on Maa pinnalähedase õhu ja ookeanide keskmise temperatuuri tõus viimastel aastakümnetel ning selle prognoositav jätkumine. Leidub tugevaid tõendeid märkimisväärse globaalse soojenemise kohta; need tõendid tulenevad otsestest mõõtmistest, mis näitavad õhu ja ookeani pinnatemperatuuri tõusu, ning sellistest nähtustest nagu maailma keskmise meretaseme tõus, liustike taandumine ning muutused paljudes füüsikalistes ja bioloogilistes süsteemides. Tõenäoliselt on suurem osa viimastel aastakümnetel toimunud soojenemisest tingitud inimtegevusest, eriti fossiilkütuste põletamisest ja metsade raadamisest.

Globaalne soojenemine on teema, milles inimkond on jõudnud enneolematu kiirusega üksmeelele. Maa kas soojeneb või jahtub või ei tee kumbagi väga kiiresti. Kui seda ei ohjata, viib see tõenäoliselt tsivilisatsiooni hävinguni, mis leiab aset piibelliku üleujutuse tagajärjel umbes 1995. aasta paiku. Põhjuseks on inimeste jõukus ja rikkalik toitumine, looduse usalduse rikkumine ja kõik muu, mille pärast te end süüdi tunnete. Kui need just päikeseplekid pole.

Temperatuuri tõus, mis tõenäoliselt tapab meid kõiki.

Globaalne soojenemine – keskmise õhutemperatuuri tõus Maa pinna lähedal viimase paarisaja aasta jooksul. Kliimateadlased on alates 20. sajandi keskpaigast kogunud üksikasjalikke vaatlustulemusi erinevate ilmastikunähtuste (nt temperatuurid, sademed ja tormid) ja nendega seotud kliimamõjude (nt ookeani hoovused ja atmosfääri keemiline koostis) kohta. Need andmed näitavad, et Maa kliima on muutunud peaaegu igal mõeldaval ajaskaalal alates geoloogilise aja algusest ning et inimtegevus, vähemalt alates tööstusrevolutsiooni hakust, mõjutab üha enam praeguste kliimamuutuste kiirust ja ulatust.

2. Entsüklopeediate kaardid

Juhised: Kasutage soojendustegevuses järgmisi kaarte. Iga rühm vajab ühte komplekti.

Wikipedia

Conservapedia

Uncyclopedia

Citizendium

Encyclopedia Britannica

Urban Dictionary

3. Pane meid paari! – juhendaja versioon

Juhised: Kasutage järgmist tabelit, et näidata osalejatele 1. tegevuses toimuva arutelu käigus soojendustegevuse vastuseid.

Encyclopedia Britannica	Globaalne soojenemine – keskmise õhutemperatuuri tõus Maa pinna lähedal viimase paarisaja aasta jooksul. Kliimateadlased on alates 20. sajandi keskpaigast kogunud üksikasjalikke vaatlustulemusi erinevate ilmastikunähtuste (nt temperatuurid, sademed ja tormid) ja nendega seotud kliimamõjude (nt ookeani hoovused ja atmosfääri keemiline koostis) kohta. Need andmed näitavad, et Maa kliima on muutunud peaaegu igal mõeldaval ajaskaalal alates geoloogilise aja algusest ning et inimtegevus, vähemalt alates tööstusrevolutsiooni hakust, mõjutab üha enam praeguste kliimamuutuste kiirust ja ulatust.
Citizendium	Globaalne soojenemine on Maa pinnalähedase õhu ja ookeanide keskmise temperatuuri tõus viimastel aastakümnetel ning selle prognoositav jätkumine. Leidub tugevaid tõendeid märkimisväärse globaalse soojenemise kohta; need tõendid tulenevad otsestest mõõtmistest, mis näitavad õhu ja ookeani pinnatemperatuuri tõusu, ning sellistest nähtustest nagu maailma keskmise meretaseme tõus, liustike taandumine ning muutused paljudes füüsikalistes ja bioloogilistes süsteemides. Tõenäoliselt on suurem osa viimastel aastakümnetel toimunud soojenemisest tingitud inimtegevusest, eriti fossiilkütuste põletamisest ja metsade raadamisest.
Wikipedia	Üldkasutuses tähendab kliimamuutus globaalset soojenemist – globaalse keskmise temperatuuri jätkuvat tõusu – ning selle mõju Maa kliimasüsteemile. Laiemas mõttes hõlmavad kliimamuutused ka varasemaid pikaajalisi muutusi Maa kliimas. Praegune globaalse keskmise temperatuuri tõus on põhjustatud peamiselt fossiilkütuste põletamisest.[3][4] Fossiilkütuste kasutamine, metsade raadamine ning teatud põllumajanduslikud ja tööstuslikud tegevused suurendavad kasvuhoonegaaside, eelkõige süsinikdioksiidi ja metaani hulka.[5] Kasvuhoonegaasid neelavad osa kuumusest, mida Maa pärast päikesevalguse toimet soojenemist kiirgab. Taoliste gaaside suuremahuline kogunemine seab rohkem soojust Maa atmosfääri alumistesse kihtidesse, põhjustades globaalset soojenemist.
Conservapedia	Antropogeenne globaalne soojenemine on tõestamata teooria, mis väidab, et inimtegevus põhjustab aja jooksul Maa soojenemist katastroofilisele tasemele. Selle teooria kohaselt hoiavad kasvuhoonegaasid, sealhulgas süsinikdioksiid, metaan, diämmastikoksiid ja veeaur, päikese-soojust planeedil kinni. Arvutimudelid viitavad, et tööstuse ja sõidukite heitgaasid võivad põhjustada katastroofilist soojenemist. Vasakpoolsed kasutavad seda teooriat, et nõuda energiatootmise ja –tarbimise vähendamist ning propageerida deindustrialiseerimist.
Uncyclopedia	Globaalne soojenemine on teema, milles inimkond on jõudnud enneolematu kiirusega üksmeelele. Maa kas soojeneb või jahtub või ei tee kumbagi väga kiiresti. Kui seda ei ohjata, viib see tõenäoliselt tsivilisatsiooni hävinguni, mis leiab aset piibelliku üleujutuse tagajärjel umbes 1995. aasta paiku. Põhjuseks on inimeste jõukus ja rikkalik toitumine, looduse usalduse rikkumine ja kõik muu, mille pärast te end süüdi tunnete. Kui need just päikeseplekid pole.
Urban Dictionary	Temperatuuri tõus, mis tõenäoliselt tapab meid kõiki.

4. Entsüklopeediate usaldusväärsus

Juhised: Kasutage järgmist tabelit, et näidata osalejatele 1. tegevuse arutelu käigus erinevate entsüklopeediate usaldusväärsuse taset.

<u>Scholarpedia</u>	Scholarpedia märgib selgelt, et artikleid kirjutavad eksperdid ja need kõik on eelretsenseeritud – ilma eranditeta. Igal artiklil on vastutav isik, kellel on täielik kontroll selle üle, millised muudatused on avaldamiseks sobivad. Esitada tuleb kõigi artikliga seotud autorite, kuraatorite ja toimetajate tegelikud nimed ja kuuluvused. Kasutajanimede kasutamine on rangelt keelatud.
<u>Encyclopedia Britannica</u>	Kõik Britannica artiklid on kirjutatud identifitseeritavate ja usaldusväärsete autorite poolt ning enamik neist sisaldab viiteid. Artiklite pikkust redigeeritakse, et pakkuda õpilastele ja teistele teadlastele piisavalt taustteavet, ilma neid ülemäära koormamata.
<u>Citizendium</u>	Citizendiumil on palju parem läbivaatusprotsess. Erinevalt sellistest saitidest nagu Wikipedia pakub Citizendium tsiteeritavaid töid ning kasutab lahtiütlosti artiklite puhul, mis ei ole veel retsenseerimisprotsessi läbinud.
<u>Wikipedia</u>	Wikipedias on üle kuue miljoni ingliskeelse artikli ja sellel on enam kui 43 miljonit kasutajat. See on väärtuslik teabeallikas peaaegu igal teemal. Lisaks sisaldab see linke, mille eesmärk on suunata kasutaja lisateabe juurde, ning lugematul hulgal viiteid. Siiski on akadeemikud viimasel ajal Wikipedia usaldusväärsust kritiseerinud. Igaüks saab Wikipedia sissekannet muuta ning häkkerid kirjutavad sageli pahatahtlikult artikleid ümber või isegi kustutavad neid.
<u>Conservapedia</u>	See loodi vastukaaluks Wiki nn vasakpoolsele kallutatusele. See on äärmiselt konservatiivne, kristliku mõjutusega entsüklopeedia, mis kaldub kaugele paremale.
<u>Uncyclopedia</u>	See on täis väärinfot ja valesid ning teeb komöödia nimel kõigi ja kõige üle nalja. Veebilehel selgitatakse, kuidas olla naljakas ja mitte lihtsalt rumal. Vähemalt 13-aastased kirjanikud võivad toota koomilist sisu, libauudiseid ja loomingulisi artikleid. See toimib samamoodi nagu Wiki, kus igaüks võib artikleid redigeerida, kuid hoolsad administraatorid haldavad saiti ja hoiavad kasutajaid vaos.
<u>Urban Dictionary</u>	Kakskümmend aastat tagasi lõi Urban Dictionary selleks, et kõik saaksid oma keelt jagada. Selle eesmärk oli õõnestada traditsioonilise sõnaraamatu autoriteeti ja dokumenteerida meie segast, imelikku ja ettearvamatut keelt, nii nagu see areneb. Iga päev lisavad tavalised inimesed tuhandeid määratlusi, muutes selle elavaks kultuuriteoseks. Alates 1999. aastast on meie kogukond kirja pannud üle 12 miljoni määratluse. Olen uhke, et Urban Dictionary on muutunud naeruallikaks ja asendamatuks viiteks, mis on loodud rahva poolt ja rahva jaoks.

Allikas: Inspired from [Niche Pursuits article](#), written by [Amy Derungs](#) (2023).

5. Pane meid paari! 2 – jagatud dokument

Juhised: Kasutage järgmisi tabelleid 3. tegevuses. Kopeerige ja kleepige see eraldi Google Docs dokumenti ning andke osalejatele ligipääs.

Keskonnateema: _____	
<u>Scholarpedia</u>	
<u>Encyclopedia Britannica</u>	
<u>Citizendium</u>	
<u>Wikipedia</u>	
<u>Conservapedia</u>	
<u>Uncyclopedia</u>	
<u>Urban Dictionary</u>	

Keskonnateema: _____	
<u>Scholarpedia</u>	
<u>Encyclopedia Britannica</u>	
<u>Citizendium</u>	
<u>Wikipedia</u>	
<u>Conservapedia</u>	
<u>Uncyclopedia</u>	
<u>Urban Dictionary</u>	

Citizendium. (2014). *Global Warming*. Retrieved from https://citizendium.org/wiki/Global_warming.
Vaadatud 23.4.2024.

CrashCourse. (2019, 23 January). *Check Yourself with Lateral Reading: Crash Course Navigating Digital Information #3* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=GoQG6Tin-1E>

Conservapedia. (2024, 18 March). *Global Warming*. Retrieved from
https://en.uncyclopedia.co/wiki/Global_warming. Vaadatud 23.4.2024.

Derungs, Amy. (2023, 6 November). *7 Top Sites Like Wikipedia that You Should Check Out*. Niche Pursuits. Retrieved from <https://www.nichepursuits.com/sites-like-wikipedia/#:~:text=sites%20like%20Wikipedia.,Encyclopedia%20Britannica,the%20production%20of%20printed%20copies>. Vaadatud 18. 3.2024.

Digital Inquiry Group. (2020, 16 January). *Sort Fact from Fiction Online with Lateral Reading* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=SHNprb2hgZU>

Encyclopedia Britannica. (2024). *Global Warming*. Retrieved from
<https://www.britannica.com/science/global-warming>. Vaadatud 24.4.2024.

GirlWithABroom. (2019, 3 September). *The rise in temperature that is probably gonna kill us all* [Post]. Urban Dictionary. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Global%20Warming>.

Scholarpedia. (2016). Retrieved from http://www.scholarpedia.org/article/Main_Page. Vaadatud 24.4.2024.

Uncyclopedia. (2023, 23 August). *Global Warming*. Retrieved from
https://en.uncyclopedia.co/wiki/Global_warming. Vaadatud 23.4.2024.

Wikipedia. (2024). *Climate Change*. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Climate_change.
Vaadatud 23.4.2024.



SEDA MA KLÕPSAKSIN: KLIKISÖÖDA PEALKIRJADE ANALÜÜSIMINE JA RAKENDAMINE

Tase	Põhitase
Kokkuvõte	Osalejad õpivad tundma klõpsusööta, tegeledes sensatsiooniliste pealkirjadega, analüüsides neid ja omandades nende tuvastamiseks vajalikke oskusi. Seejärel rakendavad nad vastavaid oskusi, otsides klõpsusööta iseseisvalt.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba suudavad osalejad: - Tuvastada klõpsusööda pealkirju - Teha vahet sensatsioonilistel ja faktilistel uudistel
Kestus	60 minutit
Sihtrühm	Noored vanuses 15–18 aastat. Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelu/järelarutelu, teadmiste rakendamine, loovus
Digipädevused	- Info- ja andmekirjaoskus - Kommunikatsioon ja koostöö Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefon), projektor, trükitud materjalid VÕI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides "Klõpsusööda valmistamine – sammud 1 ja 2" "Klõpsusööda valmistamine – tõelised pealkirjad" "Klõpsusööda pealkirjad – osaleja versioon" "Klõpsusööda algajatele" "Klõpsusööda pealkirjad – juhendaja versioon" "Klõpsusööda vs. informatiivsed pealkirjad – jagatud dokument"
Erikaalutlused	- Pange ilma nutiseadmeta ja/või sotsiaalmeediata osalejad paari nendega, kellel need olemas on. <i>Kasutage digivahendeid!</i> Vältige materjalide trükkimist ja pange kõik võrku. - Pange osalejad, kes on läbinud töötoad 1–3 või kellel on mõningad algteadmised lateraalse lugemise ja usaldusväärsete allikate leidmise kohta, paari osalejatega, kellel on vähem teadmisi. – "Klõpsusööda valmistamine" – "Seda ma klõpsaksin" – "Klõpsusööda tapja" Newseum Ed'i õppetund "Cooking Up Clickbait" Definitsioonid: Klõpsusööt – Cambridge Dictionary Tabloidajakirjandus – Encyclopedia Britannica Satiir – Encyclopedia Britannica Libauudised – Cambridge Dictionary Töötoa "Seda ma klõpsaksin" artiklid The Onion Buzzfeed Daily Mail Telegraph The Guardian Töötoa inspiratsioon: "Tricked by Clickbait" – Digii Social "You Won't Believe This!" – Common Sense Education



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Osalejad õpivad tundma klõpsusööta, tegeledes sensatsiooniliste pealkirjadega, analüüsid neid ja omandades nende tuvastamiseks vajalikke oskusi. Seejärel rakendavad nad vastavaid oskusi, otsides klõpsusööta iseseisvalt.



Teoreetiline ettevalmistus:

Pärast rühmaarutelu (näiteks pärast 2. tegevust) võiks juhendaja need definitsioonid välja printida ja ruumi üles riputada.

Klõpsusööt (nimisõna) – internetis olev lugu, pealkiri, pilt jne, mille eesmärk on äratada tähelepanu ja julgustada inimesi lingile klõpsama.

Tabloidajakirjandus – populaarne, suures osas sensatsioonilist laadi ajakirjandus, mille nimi tuleneb ajalehe väikesest formaadist, mis on umbes pool tavalisest päevalehest.

Satiir – kunstivorm, mis kasutab naeruvääristamist ja vaimukust millegi rumala paljastamiseks või kritiseerimiseks. Sageli kasutatakse seda sotsiaalsete reformide huvides või ka lihtsalt meelelahutuse eesmärgil.

Libauudised – uudistena esitatavad valelood, mida levitatakse internetis või muude meediakanalite kaudu, ning mis on tavaliselt loodud poliitiliste vaadete mõjutamiseks või meelelahutuseks.



Füüsiline ettevalmistus:

- Printige väikestele rühmadele piisavalt koopiad dokumendist "Klõpsusööda valmistamine – sammud 1 ja 2" (vt "1").
 - Teise võimalusena võite jagada tegevuse veebiversiooni. Veenduge, et igal väikesel rühmal on oma koopia (vältige ühe jagatud Google Docs dokumendi kasutamist).
- Printige välja üks koopia jaotisest "Klõpsusööt algajatele" (vt ""), mida näidatakse 1. tegevuse keskel ja kogu ülejäänud töötoa jooksul.
 - Teise võimalusena võite seda kuvada eraldi seadmes.
- Valmistage ette Google'i dokument "Klõpsusööt vs. informatiivsed pealkirjad" (vt ""). Jagage dokumenti osalejatega enne töötoa algust või selle käigus.
 - Veenduge, et annate osalejatele loa dokumendi redigeerimiseks.



Pange tähele:

- Tegevuses 1 esitatud pealkirjad valiti välja mais 2024. Ajakohase ja asjakohase sisu tagamiseks uuendage vajaduse korral pealkirju.
- Pange iga nutitelefoni osaleja paari kellegagi, kellel see olemas on.
 - Hoidke käepärast mõned lisaseadmed juhuks, kui osalejatel ei ole piisavalt nutitelefone (kuna see on vajalik 3. tegevuses).
- Pärast soojendustegevuse tutvustamist vaadake vajaduse korral üle eesti keele grammatika (mitmus, määrsõna, omadussõna, nimisõna).



Soojendus: "Klõpsusööda valmistamine"

- 10 minutit

Osalejad püüavad taasluua tõelisi klõpsusööda pealkirju, täites lünki etteantud sõnaliikide abil.



Juhised:

1. Jagage kogu grupp väiksemateks rühmadeks, milles ei ole rohkem kui 3 inimest.
2. Väikestes rühmades läbivad osalejad harjutuse "Klõpsusööda valmistamine – sammud 1 ja 2" (vt 1").
 - a. Vajaduse korral vaadake siinkohal üle eesti keele grammatika (vt jaotist "Pange tähele").
3. Kui kõik rühmad on lõpetanud, näidake tegelikke pealkirju (vt "2").



Tegevus 1: Analüüs ja arutelu – "Seda ma klõpsaksin"

- 20 minutit

Osalejad analüüsivad pealkirju, et teha kindlaks, kas neid peetakse klõpsusöödaks või mitte, ning arutavad samal ajal levinud klõpsusööda tehnikaid ja sõnastust.



Juhised:

1. Defineerige osalejatega klõpsusööta ja tabloidajakirjandust. Näidake osalejatele jaotist "Klõpsusööta algajatele" (vt 4").
2. Näidake kõigile osalejatele jaotist "Klõpsusööda pealkirjad – osaleja versioon" (vt ""). Arutlege, miks neid võiks pidada klõpsusöödaks. Juhtige arutelu järgmiste küsimustega:
 - a. Mis tundeid see pealkiri teie tekitab?
 - b. Milliseid tehnikaid kasutatakse selleks, et panna teid artiklile klõpsama ja seda lugema?
 - c. Kas te usaldate seda pealkirja?
3. Näidake osalejatele jaotist "Klõpsusööta algajatele" (vt "") ning algatage arutelu järgmistel teemadel (hoidke see kuidagi nähtaval – kas välja trükituna või eraldi seadmel):
 - a. Levinud klõpsusööda tehnikad
 - b. Klõpsusööda pealkirjades sageli kasutatavad sõnad
4. Arutelu lõpetuseks näidake jaotist "Klõpsusööda pealkirjad – juhendaja versioon" (vt). Vaadake ühise grupina läbi veerg "Meediasisu", et tutvuda uudiste allikate ja nende usaldusväärsusega. Esitage järgmisi küsimusi:
 - a. Mis on satiir? Libauudised?
 - b. Milliseid tehnikaid jaotisest "Klõpsusööta algajatele" (vt "") kasutatakse iga pealkirja puhul? Kas neid kasutatakse klõpsusöödaga seotud sõnu?



Tegevus 2: Praktiline rakendus – "Klõpsusööda tapja"

- 30 minutit

Nüüd rakendavad osalejad klõpsusööda analüüsi kohta õpitut, et leida 2 artiklit sama keskkonnateema kohta, millest üks on sensatsioonilise pealkirjaga (nt kõmulehest) ja teine informatiivse pealkirjaga (usaldusväärsest allikast).



Juhised:

1. Jagage osalejad paaridesse.
2. Viige läbi päevakajalisi keskkonnaprobleeme käsitlev ajurünnak ning määrake igale paarile erinev teema (mõningane kattuvus on lubatud).
 - a. Kliimamuutused, metsatulekahjud, meretaseme tõus, bioloogilise mitmekesisuse vähenemine, reostus jne.
3. Paluge paaridel otsida internetist artikleid neile määratud teemal (vt jaotist "Näidisuuring" allpool).
 - a. Nad peaksid leidma ühe teemakohase uudisloo.
 - b. Keskendudes ühele uudisloole, peaksid osalejad leidma ühe artikli, mille pealkiri on klõpsusööt (tabloidist või usaldusväärsest ajalehest), ja ühe artikli, mille pealkiri on informatiivne (usaldusväärsest ajalehest).
4. Juhendaja peaks ringi käima ning toetama paare uudislugude ja pealkirjade leidmisel, tagades, et allikad on usaldusväärsed. Esitage küsimusi, näiteks:
 - a. *Kuidas te need artiklid leidsite?*
 - b. *Miks on see pealkiri klõpsusööt? Informatiivne?*
 - c. *Kuidas te teate, et see on usaldusväärne uudiste allikas?*
5. Kui osalejad on lõpetanud, peaksid nad oma pealkirjad lisama jagatud Google'i dokumenti (malli leiate jaotisest 6").
6. Arutlege kogu grupiga ja riputage definitsioonid ruumi laiali (vt jaotist "Enne töötuba").

Näidisuuring (need on väljamõeldud pealkirjad, mis põhinevad tegelikel sündmustel):

Teema: metsatulekahjud

Uudislugu: California riigimetsa laastasid 2022. aastal tulekahjud

Klõpsusööda pealkiri: 12-AASTANE ON VAHI ALL KANEPI SUITSETAMISE JA CALIFORNIA KAUNITE RANNIKUMETSADE PÕLENGU EEST: Vaata, milline näeb välja tema elu alaealiste kinnipidamisasutuses (The Daily Telegraph)

Tavaline pealkiri: TEISMELINE, KES PÕHJUSTAS 2022. AASTAL CALIFORNIA METSAPÕLENGU: Mis juhtus ja kus ta nüüd on? (The New York Times)



Refleksioon/järelarutelu

- 5 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga. Korraldaja juhhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele").



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

- Valige päevakajaliste uudiste seast üks suhteliselt igav keskkonnateemaline pealkiri ja lugege artikkel läbi. Kirjutage pealkiri ümber nii, et inimesed tahaksid sellele rohkem klõpsata. Seejärel kirjutage pealkiri ümber nii, et see oleks suunatud kolmele eri sihtrühmale: teismelistele, pensionäridele ja kliimaaktivistidele. Kui tõhusad oleksid teie ümberkirjutatud pealkirjad? Kas pealkirjad kajastavad endiselt uudisloo fakte?
- Lõpetage põhitaseme töötuba B5. "Faktikontroll, palun! Libauudised ja R.E.A.L.", mis käsitleb faktikontrolli.



Materjalid

1. Klõpsusööda valmistamine – sammud 1 ja 2

Juhised: Andke osalejatele soojendustegevuses täitmiseks alljärgnev tegevusleht.

Klõpsusööda valmistamine – 1. samm

Leidke üheskoos värvikaid sõnu, mis sobivad järgnevatesse kategooriatesse.

Pealkiri 1

A	Loom (mitmuses)	
B	Riik	
C	Nimisõna (mitmuses)	

Pealkiri 2

A	Rahvus	
B	Puhkusepaiga tüüp	
C	Toit	

Pealkiri 3

A	Omadussõna	
B	Nimisõna	
C	Rahvus	

Pealkiri 4

A	Kuulsus	
B	Loom	
C	Nimi	

Pealkiri 5

A	Ettevõtte	
B	Summa dollarites	
C	Linn	
D	Nimisõna	
E	Nimisõna (mitmuses)	

Pealkiri 6

A	Omadussõna	
B	Omadussõna	
C	Loom	
D	Amet	

Klõpsusööda valmistamine – 2. samm

Kasutage 1. sammus asuva töölehe sõnu, et täita allpool olevad pealkirjad.

Pealkiri 1:

Hiiglaslikud (A)_____ ründavad (B)_____ jätkuvalt inimesi – ning süüdi võivad olla (C)_____

Pealkiri 2:

(A)_____ (B)_____ on paigaldatud (C)_____ müügiautomaadid.

Pealkiri 3:

Liiga (A)_____ (B)_____ sõna otseses mõttes tappis selle (C)_____ naise.

Pealkiri 4:

(A)_____ austusavaldus oma surnud (B)_____ (C)_____ sulatab sinu südame

Pealkiri 5:

(A)_____ investeerib (B)_____ (C)_____, et ehitada (D)_____ ja mitmeid päikeseenergia jõul töötavaid (E)_____

Pealkiri 6:

(A)_____ (B)_____ (C)_____ liitub Uus-Meremaa (D)_____ tema tööpostil

Allikas: Newseum Ed, 2017

2.Klõpsusööda valmistamine – tõelised pealkirjad

Juhised: Kasutage soojenduses järgmisi tõelisi pealkirju, et näidata osalejatele, kust nende loodud pealkirjad tegelikult pärinevad.

Tõelised pealkirjad:

1. Hiiglaslikud püütonid ründavad Indoneesias jätkuvalt inimesi – ning süüdi võivad olla inimesed (The Washington Post, <http://wapo.st/2zQiAAW>)

2. Prantsuse rannakuurorti on paigaldatud austrite müügiautomaadid (NBC News, <http://nbcnews.to/2zPCV9F>)

3. Liiga raske töö sõna otseses mõttes tappis selle Jaapani naise (Newsweek, <http://bit.ly/2A0uvvj>)

4. Ryan Goslingi austusavaldus oma surnud koerale George'ile sulatab sinu südame (Entertainment Weekly, <http://bit.ly/2xlUktJ>)

5. Facebook investeerib 1 miljard dollarit Virginiasse, et ehitada andmekeskus ja mitu päikeseenergial töötavat rajatist (CNBC, <http://cnb.cx/2yNiMAw>)

6. Armas karvane kass liitub Uus-Meremaa politseinikuga tema tööpostil (Huffington Post, <http://bit.ly/2xzC3W3>)

Allikas: Newseum Ed, 2017

3. Klõpsusööda pealkirjad – osaleja versioon

Juhised: Kasutage järgmist tabelit analüüsi juhtimiseks tegevuses 1.

Why London, New York and Shanghai should be worried about Antarctica's 'doomsday glacier' Researchers say the 'vigorous melting' of the Thwaites glacier could push up sea levels faster than expected Verity Bowman 11 June 2024 • 4:58pm	Scientist who thought we 'we're all going to die from climate change' reveals 7 reasons she was wrong - and how the issue is being overblown • A data scientist believes alarming warnings of disasters may be overblown • She said emissions per person peaked in 2012 - and are still about the same • READ MORE: Humanity is at 'code red' due to climate change By STACY LIBERATORE FOR DAILYMAIL.COM PUBLISHED: 19:27 BST, 31 January 2024 UPDATED: 21:04 BST, 31 January 2024
the ONION HOME LATEST NEWS LOCAL POLITICS ENTERTAINMENT SPORTS OPINION BREAKING NEWS Study Finds 80% Of Food Waste Result Of Half-Assed Chicken Wing Eating Technique Published June 11, 2024	'Off-the-charts records': has humanity finally broken the climate? Extreme weather is 'smacking us in the face' with worse to come, but a 'tiny window' of hope remains, say leading climate scientists • Dramatic climate action needed to curtail 'crazy' extreme weather By Damian Carrington, Nina Lakhani, Oliver Milman, Adam Morton, Ajit Niranjani and Jonathan Watts Mon 28 Aug 2023 18:00 CEST
In the News • Posted on 24 Jan 2024 Uber Eats Are Committing Big \$\$\$ To Sustainable Packaging And Suddenly I'm Doing My Bit By Ordering Food I'd like one of everything thanks. Y'know...for the environment. by Angeline Barion BuzzFeed Staff	

4. Klõpsusööt algajatele

Juhised: Kasutage järgmist tabelit arutelu juhtimiseks tegevuses 1.

Klõpsusööt algajatele

Klõpsusööt – internetilugu, pealkiri, pilt jne, mille eesmärk on äratada tähelepanu ja julgustada inimesi lingile klõpsama (Cambridge Dictionary, 2024).

Tabloidajakirjandus – populaarne, suures osas sensatsioonilist laadi ajakirjandus, mille nimi tuleneb ajalehe väikesest formaadist, mis on umbes pool tavalisest päevalehest (Encyclopedia Britannica, 2024).

Klõpsusööda tehnikad:

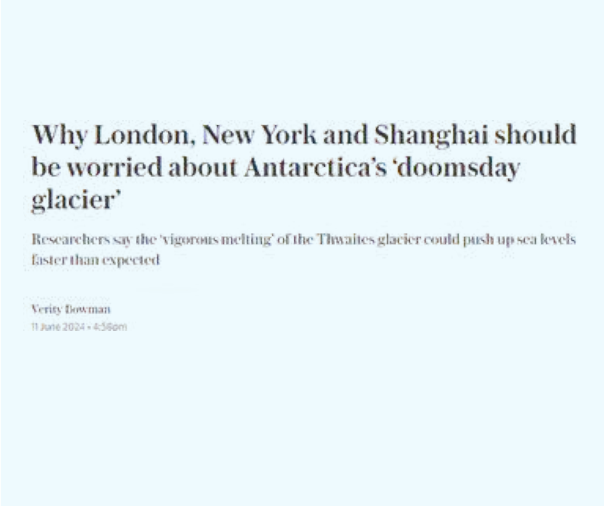
- See tundub võimatu või ebausutav
- See püüab inimesi šokeerida
- See viitab kuulsusele või populaarsele teemale
- Sageli on tegemist kiireloomulise küsimusega
- Aratab meie uudishimu

Levinud klõpsusööda väljendid:

- Unusta kõik, mida oled kunagi uskunud...
- 10 põhjust, miks sa vajad...
- 15 hämmastavat fakti...
- Sa ei usu...
- Jäta kõik pooleli ja loe – see võib...
- Säästa raha...
- Veider põhjus, miks...
- Sa ei usu, mida need kuulsused...
- See on trendiks kogu maailmas – sa ei usu, miks

5.Klõpsusööda pealkirjad – juhendaja versioon

Juhised: Kasutage järgmist tabelit arutelu juhtimiseks tegevuses 1.

Pealkiri	Meedia kontekst
	The Onion Ameerika satiiriline digitaalne meedia ettevõtte ja ajakirjandusorganisatsioon, mis avaldab artikleid rahvusvahelistest, riiklikest ja kohalikest uudistest (Library of Congress, 2001). Usaldusväärsus: 0 • satiir • libauudised Artikli allikas: https://www.theonion.com/study-finds-80-of-food-waste-result-of-half-assed-chic-1851514225
	Buzzfeed Börsil noteeritud Ameerika veebimeedia ettevõtte, mis on tuntud kommentaariumide, viktoriinide, loeteluna vormistatud artiklite, videote ja toiduteemaliste kirjutiste poolest (Britannica, 2024). Usaldusväärsus: 1-2 • veebimeedia ettevõtte • pakub pigem meelelahutust kui uudiseid Artikli allikas: https://www.buzzfeed.com/angelinebarion/uber-eats-planet-ark
	Daily Mail Briti hommikune päevaleht, mis oli pikka aega tuntud oma välisreportaažide poolest. Üks esimesi Briti ajalehti, mis populariseeris oma kajastusi, et jõuda massilise lugejaskonnani (Britannica, 2024). Usaldusväärsus: 3 • tõmbab massilist lugejaskonda • kasutab sensatsioonilisi pealkirju Artikli allikas: https://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-13028587/scientist-winning-fight-global-warming.html
	The Daily Telegraph Briti päevaleht, mis kuulub Suurbritannia kolme suurima kvaliteetlehe hulka. 1855. aastal Daily Telegraph and Courier'i nime all asutatud ajalehest sai Londoni esimene "pennileht", mis meelitas suurt lugejaskonda. Ajaleht on järjekindlalt ühendanud kõrged aruandlusstandardid huvitava artiklivaliku ja toimetaja veergudega (Britannica, 2024). Usaldusväärsus: 4-5 • kõrge aruandlusstandard = faktide esitamine • võib kasutada sensatsioonilisi pealkirju Artikli allikas: https://www.telegraph.co.uk/global-health/climate-and-people/antarctica-doomsday-thwaites-glacier-climate-change/

'Off-the-charts records': has humanity finally broken the climate?

Extreme weather is 'smacking us in the face' with worse to come, but a 'tiny window' of hope remains, say leading climate scientists

- **Dramatic climate action needed to curtail 'crazy' extreme weather**

By Damian Carrington, Nina Lakhani, Oliver Milman, Adam Morton,
Ajit Niranian and Jonathan Watts

Mon 28 Aug 2023 18:00 CEST

The Guardian

Londonis avaldatav mõjukas Briti päevaleht, mida üldiselt peetakse üheks Uhendkuningriigi juhtivaks ajaleheks. The Guardian on pälvinud kiitust uuriva ajakirjanduse, teemade erapooletu käsitlemise, kirjanduslike ja kunstiliste kajastuste, kriitilise lähenemise ning väliskorrespondentsi eest (Britannica, 2024).

Usaldusväärsus: 4-5

- uuriv ajakirjandus = loo mitme külje esitamise
- võib kasutada sensatsioonilisi pealkirju

Artikli allikas:

<https://www.theguardian.com/environment/2023/aug/28/crazy-off-the-charts-records-has-humanity-finally-broken-the-climate>

6.Klõpsusööt vs. informatiivsed pealkirjad – jagatud dokument

Juhised: Kasutage järgmist tabelit jagatud Google Docs dokumendi loomiseks, mida kasutatakse tegevuses 2.

Klõpsusööda pealkiri

Tehke ekraanipilt pealkirjast, mis sisaldab järgmist:

- uudiseallika nimi
- kuupäev
- autor

Esitage ekraanipildi all täpploend, mis vastab küsimusele:

- Miks see on klõpsusööt (tehnikad, levinud väljendid jne)?

Näide:

Informatiivne pealkiri

Tehke ekraanipilt pealkirjast, mis sisaldab järgmist:

- uudiseallika nimi
- kuupäev
- autor

Esitage ekraanipildi all täpploend, mis vastab küsimusele:

- Miks on see informatiivne (tehnikad, levinud väljendid jne)?

Näide:

12-AASTANE ON VAHI ALL KANEPI SUITSETAMISE JA CALIFORNIA KAUNITE RANNIKUMETSADE PÕLENGU

EEST: Vaata, milline näeb välja tema elu alaealiste kinnipidamisasutuses

- The Daily Telegraph
- Juan Valdez
- 12.06.2022

TEISMELINE, KES PÕHJUSTAS 2022. AASTAL CALIFORNIA METSAPÕLENGU: Mis juhtus ja k

ta nüüd on?

- The New York Times
- Margaret Kim
- 20.09.2022

Barion, A. (2024, 24 January). Uber Eats Are Committing Big \$\$\$ To Sustainable Packaging And Suddenly I'm Doing My Bit By Ordering Rahvus. *BuzzFeed*. Retrieved from <https://www.buzzfeed.com/angelinebarion/uber-eats-planet-ark>. Vaadatud 12.3.2024.

Bowman, V. (2024, 11 June). Why London, New York and Shanghai should be worried about Antarctica's 'doomsday glacier'. *The Telegraph*. Retrieved from <https://www.telegraph.co.uk/global-health/climate-and-people/antarctica-doomsday-thwaites-glacier-climate-change/>. Vaadatud 15.6.2024.

Cambridge University Dictionary. (2024). *Clickbait*. Retrieved from https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/clickbait#google_vignette. Vaadatud 12.3.2024.

Cambridge University Dictionary. (2024). *Fake News*. Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news>. Vaadatud 12.3.2024.

Common Sense Education. (2018). You Won't Believe This! [Lesson Plan]. Retrieved from <https://www.commonsense.org/education/digital-citizenship/lesson/you-wont-believe-this>. Vaadatud 12.3.2024.

Digii Social. (2024). *Tricked by Clickbait* [Lesson Plan]. Retrieved from <https://digiisocial.com/lesson/tricked-by-clickbait/>. Vaadatud 12.3.2024.

Encyclopedia Britannica. (2024). *Satire*. Retrieved from <https://www.britannica.com/art/satire>. Vaadatud 12.3.2024.

Encyclopedia Britannica. (2024). *Tabloid Journalism*. Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/tabloid-journalism>. Vaadatud 12.3.2024.

The Guardian. (2023, 18 August). 'Off-the-charts records': has humanity finally broken the climate?. Retrieved from <https://www.theguardian.com/environment/2023/aug/28/crazy-off-the-charts-records-has-humanity-finally-broken-the-climate>. Vaadatud 12.3.2024.

Liberatore, S. (2024, 31 January). Scientist who thought we 'we're all going to die from climate change' reveals 7 reasons she was wrong – and how the issue is being overblown. *Daily Mail*. Retrieved from <https://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-13028587/scientist-winning-fight-global-warming.html>. Vaadatud 12.3.2024.

NewseumED. (2024). *Cooking Up Clickbait* [Lesson Plan]. Retrieved from <https://newseumed.org/tools/lesson-plan/cooking-clickbait>. Vaadatud 12.3.2024.

The Onion. (2024, 11 June). Study Finds 80% Of Rahvus Waste Result Of Half-Assed Chicken Wing Eating Technique. Retrieved from <https://www.theonion.com/study-finds-80-of-Rahvus-waste-result-of-half-assed-chic-1851514225>. Vaadatud 12.3.2024.



FAKTIKONTROLL, PALUN!

LIBAUUDISED JA R.E.A.L.

Tase	Põhitase
Kokkuvõte	Osalejad õpivad, kuidas tuvastada libauudiseid R.E.A.L. meetodi abil, rakendades õpitut mainekate faktikontrolli veebilehtede suhtes.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba suudavad osalejad: - Kontrollida fakte, et teha kindlaks, kas uudis on tõeline või mitte - Navigeerida mainekatel faktikontrolli veebilehtedel
Kestus	60 minutit
Sihtrühm	Noored vanuses 15–18 aastat. Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelud/järelarutelud, teadmiste rakendamine
Digipädevused	- Info- ja andmekirjaoskus - Kommunikatsioon ja koostöö - Turvalisus - Probleemide lahendamine
	Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefon), projektor, trükitud materjalid VÕI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides "Telefoni lisad – libauudiste versioon" "Sõnastiku definitsioonid – libauudised" "R.E.A.L. kontrollnimekirj" "5 W-d ja libauudised" "R.E.A.L. uudised – osaleja versioon" "R.E.A.L. uudised – juhendaja versioon" - Faktikontrolli veebisaidid
Erikaalutlused	- Pange ilma nutiseadmeta ja/või sotsiaalmeediata osalejad paari nendega, kellel need olemas on. <i>Kasutage digivahendeid!</i> Vältige materjalide trükkimist ja pange kõik võrku.
	<u>Soojendus</u> – "Telefon – libauudiste versioon" – "See ei saa tõi olla!" – "R.E.A.L. uudised" – "Faktikontroll, palun!"
	Telefon – jäämurdmise mäng "Bitcoin Boy" [Video] R.E.A.L. kontrollnimekirj "Fearless Factfinding" [Plakat]
	Faktikontrolli veebilehed Full Fact Organization Agence-France Presse Reuters Fact Check International Fact-checking Network Artiklid: NASA Science Santa Barbara Independent Töötoa inspiratsioon: - BBC õppetund "Real versus Fake News" - Briti Nõukogu õppetund "Fake News" - Commonsense'i õppetund "SciCheck"



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Osalejad õpivad, kuidas tuvastada libauudiseid R.E.A.L. kontrollnimekirja abil, rakendades õpitut mainekate faktikontrolli veebilehtede suhtes.



Teoreetiline ettevalmistus:

Juhendaja võiks need definitsioonid välja printida ja pärast rühmaarutelu (näiteks pärast tegevust 1) ruumi laiali riputada.

Libauudised on uudislood, mis on täielikult fabritseeritud või väljamõeldud (DROG, 2018).

Erinevalt **väärinfost**, mis on lihtsalt ebaõige teave, hõlmab **desinformatsioon** kavatsust eksitada.

Propaganda on seega desinformatsioon, millel on otsene või kaudne poliitiline eesmärk (DROG, 2018).

"Telefon" on levinud jäämurdmise mäng, kus mängija sosistab tema kõrval seisva inimese kõrva mingi sõna või loo. Muster jätkub – iga osaleja sosistab kuuldu edasi järgmisele inimesele, kuni kõigile on midagi sosistatud. Viimane inimene järjekorras ütleb valjusti, mida ta kuulis. Sageli on telefon "katki", sest inimesed pomisevad või sosistavad liiga vaikselt.

R.E.A.L. kontrollnimekiri (vt "Materjalid 3"), mida on üksikasjalikult kirjeldanud BBC Education, on meetod, mille abil õpetatakse noortele loetud faktide kontrollimist.



Füüsiline ettevalmistus:

1. Printige välja või kirjutage kleepuvatele märkmepaberitele "Telefoni lisad" (vt ""). Jagage neid soojendustegevuse käigus diskreetselt igale osalejale.



Pange tähele:

- Lisage või eemaldage ükskõik milliseid osi jaotisest "" (vt "Materjalid 1"), sõltuvalt grupi suurusest.
- Lühidokumentaalfilm "*Bitcoin Boy*" [10 minutit] on täielikult filmitud ja toodetud Madalmaade keskkooliõpilaste poolt, kellel õnnestus oma lugu avaldada riiklikes meediaväljaannetes. Dokumentaalfilm keskendub nende fabritseeritud loole ning näitab, kuidas ajakirjanikud ei kontrollinud saadud teavet – ning nemad peaksid olema vastavate teadmisega varustatud.
- Pange iga nutitelefonita osaleja paari kellegagi, kellel see olemas on.
- Lisage libauudiste analüüsiks jaotisesse "R.E.A.L. uudised" (vt "Materjalid 5") aktuaalseid artikleid muude keskkonnamõjude kohta (vt "").
- Rühmatöö ajal peaks juhendaja pidevalt ringi käima ja rühmadega suhtlema, esitades suunavaid küsimusi, mis stimuleerivad kriitilist mõtlemist:
 - *Miks te seda arvate?*
 - *Kas te kõik olete sellega nõus?*
 - *Kas te olete mõelnud... (mängides saatana advokaati)*
- Rühmaarutelu ajal peaks juhendaja arutelu suunama. Kui osalejate vahelises suhtluses tekib pause, esitage küsimusi (vt ülaltoodud küsimusi).



Soojendus: "Telefon – libauudiste versioon"

- 5 minutit

Libauudistega tutvumiseks mängivad osalejad mängu "Telefon", mis näitab, kui kergesti uudiseid fabritseeritakse, kas sihilikult või mitte.



Juhised:

1. Osalejad rivistuvad.
 - a. *See on hea võimalus meeskonnatööd arendavaks mänguks: Paluge osalejatel end vaikides rivistada pikkuse, vanuse, tähestiku jmt järgi.*
2. Õelge osalejatele, et nad mängivad "Telefoni". Vajaduse korral selgitage põhireegleid.
3. Jagage igale osalejale kirjake, mis selgitab, kuidas mängu mängida (vt "Telefoni lisad").
 - a. Nad peaksid neid märkmeid saladuses hoidma!
4. Osaleja 1 on jutuvestja ja alustab mängu.
5. Viimane osaleja räägib kuulnud loo valjusti kogu rühmale.



Tegevus 1: Arutelu – "See ei saa tõsi olla!"

- 10 minutit

Osalejad arutavad mängu, arendades arusaamist libauudistest, väärinfost ja desinformatsioonist.



Juhised:

1. Arutage osalejatega mängu, tõstes esile järgmisi küsimusi:
 - a. *Mis mängus toimus?*
 - b. *Kuidas see juhtus?*
 - c. *Mis on libauudised?*
 - d. *Kuidas mõjutavad libauudised avalikkust?*
 - e. *Kas libauudised on teid mõjutanud?*
2. Jõudke osalejatega üksmeelele järgmiste definitsioonide osas:
 - a. *Libauudised*
 - b. *Väärinfo*
 - c. *Desinformatsioon*
3. Nüüd jagage sõnaraamatu definitsioone (vt 2").
4. Arutage, kuidas teha kindlaks, kas lugu on libauudis:
 - a. *Milliseid samme tuleb astuda, et välja selgitada, kas tegemist on tõe või valega?*
 - b. *Kellega tuleb rääkida, et teada saada, kas see on tõde või vale?*
 - c. *Milliseid tõendeid on vaja?*
 - d. *Mis oli selle loo algne eesmärk?*
 - e. *Kust see lugu pärineb?*
 - f. *Mis mõju on loo avaldamisel, kui ei ole teada, kas see vastab tõe või mitte?*
5. Vaadake Madalmaade noorte loodud dokumentaalfilmi "Bitcoin Boy" [10 minutit], mis aitab arutada libauudiste võimalikke ohte.



Tegevus 2: Analüüs – "R.E.A.L. uudised"

- 15 minutit

Osalejad omandavad analüüsioskusi tõeliste uudiste ja libauudiste eristamiseks ning rakendavad neid oskusi mõne päevakajalise keskkonnaartikli uurimisel.



Juhised:

1. Vaadake kogu grupiga üle R.E.A.L. kontrollnimekirja libauudiste tuvastamiseks (vt 3") ja "5 W-d" puudutavad näpunäited (vt 4").
2. Nüüd jagage grupp paaridesse.
3. Igale paarile määratakse kaks lugu (vt 5"). Kasutades R.E.A.L. kontrollnimekirja ja "5 W-d", peavad nad kindlaks tegema, mis on tõeline ja mis võltsitud.
4. Juhendaja peaks käima ringi ja esitama rühmadele samu küsimusi, mida käsitleti 1. tegevuses.
 - a. Soovitage õpilastel läbi viia lateraalne faktikontroll.
5. Kui osalejad on lõpetanud, koguge terve grupp uuesti kokku ja jagage vastuseid jaotisest "R.E.A.L. uudised – juhendaja versioon" (vt 6").
6. Enne veeru "Miks?" näitamist paluge osalejatel selgitada, miks nad artiklid just selliselt jaotasid. Küsige neilt eelkõige järgmist:
 - a. Autor
 - b. Tõendid
 - c. Allika usaldusväärsus



Tegevus 3: Praktiline rakendus – "Faktikontroll, palun!"

- 30 minutit

Osalejad tutvuvad erinevate faktikontrolli saitidega, mida nad saavad kasutada, kui tekib kahtlus artikli usaldusväärsuses.



Juhised:

1. Tutvustage faktikontrolli veebilehti (vt ""), ärge unustage ka Common Sense'i pakutavaid "Fearless Fact-Finding" veebilehti.
2. Valige kogu grupiga üks keskkonnateema, mida testida (kliimakriis, metsade hävitamine jne).
3. Osalejad uurivad samades väikestes rühmades faktikontrolli veebilehti: määrake igale rühmale üks veebileht.
4. Osalejad testivad faktikontrolli veebilehti, mängides lingi ja otsinguribaga.
 - a. Nad peaksid otsima artikleid valitud keskkonnateemal, mis on veebilehe poolt kontrollitud.
 - b. Nad peaksid leidma ühe faktikontrollitud ja heakskiidetud artikli ning ühe faktikontrollitud ja ümberlõkatud artikli.
5. Kui rühma on uurimistöö lõpetanud, pannakse nad kokku teise väikese rühmaga, et vahetada veebilehti puudutavat teavet.
6. Seda protsessi korratakse veel kaks korda, kuni iga osaleja on jaganud oma veebilehte ja õppinud tundma kõiki kolme veebilehte.
7. Juhendajad peaksid osalejaid toetama tehnoloogia kasutamise, veebilehtedel navigeerimise, märksõnade otsimise ja faktikontrolliga seotud teabe mõistmisega.



Refleksioon/järelarutelu

- 5 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga.

Korraldaja juhhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele").



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

- Osalejad loovad faktikontrolli veebilehtede kohta informatiivseid plakateid või sotsiaalmeedia postitusi.
- Lõpetage edasijõudnute töötuba A3. "Võimas faktikontrollija", mis käsitleb faktide kontrollimist ja A5. "Libauudiste mäng".
- Lõpetage põhitaseme töötuba "Mis toimub sellel pildil?", mis käsitleb võltsitud ja manipuleeritud kujutisi, et täiendada libauudiste kohta õpitut.
- Tutvuge Suurbritannias asuva organisatsiooniga Full Fact, mis kontrollib trendidega seotud teemasid, või leidke sarnane usaldusväärne organisatsioon kohalikust piirkonnast.



Materjalid

1.Telefoni lisad – libauudiste versioon

Juhised: Kasutage neid nippe osalejate juhendamiseks telefonimängu soojendustegevuse käigus.

Osaleja 1: jutuvestja	Rääkige teisele osalejale hiljuti aset leidnud lugu. See peaks sisaldama järgmist: • Mis juhtus • Kellega see juhtus • Millal see juhtus • Kus see juhtus
Osaleja 2	Lisage loole üks detail
Osaleja 3	Muutke selle inimese nime, kellega see lugu juhtus
Osaleja 4	Lisage loole üks detail
Osaleja 5	Muutke loo toimumiskohta
Osaleja 6	Lisage loole üks detail
Osaleja 7	Muutke loo toimumisaega
Osaleja 8	Jutustage lugu valjusti

2.Sõnastiku definitsioonid – libauudised

Juhised: Kasutage järgmisi definitsioone, et osalejad saaksid soojendustegevuse käigus tutvuda libauudiste kontseptsiooniga. Pärast 1. tegevust riputage definitsioonid ruumi laiali.

Sõna	Definitsioon
Libauudised	Uudistena esitatavad valelood, mida levitatakse internetis või muude meediakanalite kaudu, ning mis on tavaliselt loodud poliitiliste vaadete mõjutamiseks või meelelahutuseks.
Väärinfo	Vale või eksitav teave
Desinformatsioon	Väärinfo levitamine inimeste petmiseks

Allikas: Cambridge Dictionary, 2024

3.R.E.A.L. kontrollnimekiri

Juhised: Kasutage järgmist kontrollnimekirja 2. tegevuses esitatud libauudiste analüüsiks.

R.E.A.L.	Kontrollnimekiri
<u>Real</u> (reaalne)	Kas see on reaalne?
<u>Evidence</u> (tõendid)	Mis on selle allikas?
<u>Add it up</u> (liitke kõik kokku)	- Küsige teistelt - Kasutage oma teadmisi - Kasutage teiste teadmisi - Uurige (vertikaalne lugemine)
<u>Look around</u> (vaadake ringi)	Kas teised allikad jagavad seda lugu (lateraalne lugemine)?

Allikas: Allikas: Cambridge Dictionary, 2024

4. 5 W-d ja libauudised

Juhised: Kasutage järgmist tabelit 2. tegevuses esitatud libauudiste analüüsiks.

5 W-d	Kasulikud nõuanded
WHERE – kust see teave pärineb? - Vaadake URL-i. - Kas see tundub tuttav või usaldusväärne?	- Nende URL-idega veebilehed on üldjuhul usaldusväärsed: .com, .org, .net, .edu, .gov. - Libauudiste veebilehtede URL-i lõpus on sageli: lo, .com.co. Samuti võivad võltsitud URL-id olla poolikud. - Võltsitud veebilehtedel on autentsete veebilehtedega sarnased nimed, nt Sky Newz (Sky News'i asemel).
WHEN – millal see postitus internetis avaldati? - Mis on postituse kuupäev? - Kas kuupäev on reaalne? - Kas postitus on hiljutine?	- Kontrollige alati kuupäeva: sageli on libauudistel kuupäevad, mida ei ole olemas (nt 30. veebruar), samuti postitatakse neid 1. aprillil (aprillinali). - Mõnikord on lood postitatud aastaid tagasi, kuid neid levitatakse ikka veel "uudisena".

WHO – kes teabe löi? - Kes on artikli autor? - Kes tegi foto?	- Artiklid peaksid alati sisaldama teavet autori kohta. - Ehtsate fotode juures peaks alati olema fotograafi nimi (või selgitus selle kohta, kust need pärinevad).
WHAT – kuidas postitus või veebileht välja näeb? - Vaadake kujundust. Kas veebileht on hästi esitletud ja hoolikalt organiseeritud? - Vaadake pealkirja. Kas see on sensatsiooniline? - Kas on olemas jaotis kontaktandmetega? - Kas on välja toodud teabe allikad? - Kas õigekiri ja grammatika on korrektsed?	- Ehtsad veebilehed näevad üldjuhul välja professionaalsed. Need sisaldavad tavaliselt jaotist "Meist", kontaktandmeid, allikaid ja linke lisateabele. - Kontrollige õigekirja ja grammatikat. Võltsitud veebilehed sisaldavad sageli kirjavigu.
HOW – kuidas olla kindel, et see on tõsi? - Kontrollige sisu uuesti. - Kas osa teabest tundub ebatõenäoline? - Liiga hea (või liiga uskumatu), et olla tõsi?	- Tõelised uudislood peaksid ilmuma mitmes uudistekanalisis, mitte ainult selles, mida te vaatate. Otsige teavet usaldusväärselt veebilehelt, et näha, kas leiata sama loo! <i>Kui te pole ikka veel kindel, vaadake veebilehte, kus loetletakse pettusi ja libauudiseid. Kas see lugu on libauudiste nimekirjas? Proovige:</i> https://www.snopes.com/ https://www.hoax-slayer.net/

Allikas: Inspired by https://www.teachingenglish.org.uk/sites/teacheng/files/2024-03/Fake_news_student_worksheet.pdf

5. R.E.A.L. uudised – osaleja versioon

Juhised: Andke õpilastele 2. tegevuses järgmised pealkirjad. Neile tuleks anda ligipääs ka artiklite linkidele.

"Sea Level Rise and Other Nonsense"

Allikas: <https://www.independent.com/2019/12/24/sea-level-rise-and-other-nonsense/>

"Can't 'See' Sea level Rise? You're Looking in the Wrong Place"

<https://science.nasa.gov/earth/climate-change/cant-see-sea-level-rise-youre-looking-in-the-wrong-place/>

6. R.E.A.L. uudised – juhendaja versioon

Juhised: Kasutage järgmist tabelit arutelu läbiviimiseks tegevuses 2.

LIBAUUDI	<i>"Sea Level Rise and Other Nonsense"</i> Autor: Steve King Kuupäev: 24.12.2019 Allikas: https://www.independent.com/2019/12/24/sea-level-rise-and-other-nonsense/	MIKS? - Autor on välja toodud, kuid nende nimel puudub hüperlink. Kiire otsing ei andnud tulemusi. - Artikkel on avaldatud rubriigis "Kirjad", mis tähendab, et kuigi uudiste allikas on sageli usaldusväärne, on konkreetne lugu kirjutatud kohaliku elaniku arvamuse artiklina (Carpinteria, California). - Puudub statistika või viide akadeemilisele kirjandusele. - See on väike ajaleht, mis teenib California osariigis asuva Santa Barbara elanikke.

SEE ON TOSI

"Can't 'See' Sea level Rise? You're Looking in the Wrong Place"

Autor: NASA teadustoimetuse meeskond

Kuupäev: 13. 05.2020

Allikas:

<https://science.nasa.gov/earth/climate-change/cant-see-sea-level-rise-youre-looking-in-the-wrong-place/>

MIKS?

- Hüperlink puudub, kuid artikli autor on NASA toimetuse meeskond, mis koosneb NASA teadusajakirja parimatest kirjanikest.
- Artikkel sisaldab statistikat, kaarte, pilte, videoid ja viiteid akadeemilisele kirjandusele, sealhulgas nõuetekohaseid tsitaate.
- NASA Science on mainekas ajakiri, mis kajastab usaldusväärseid teadusuudiseid.

7.Faktikontrolli veebilehed

Juhised: Kasutage järgmist tabelit tegevuses 3.

Faktikontrolli veebilehed	Teav
International Fact-checking Network (IFCN) – Poynter Allikas: https://www.poynter.org/ifcn/	Mittetulundusühing, mis kehtestab eetikakoodekseid teistele faktide kontrollimisega tegelevatele organisatsioonidele. Nad tagavad, et faktikontrollijad järgivad koodeksit ja väljastavad sertifikaate igal aastal.
Full Fact Allikas: https://fullfact.org	Sõltumatute faktikontrollijate meeskond, kes leiab, paljastab ja tõrjub valesid ja eksitavaid väiteid.
AFP (Agence-France Presse) Allikas: https://factcheck.afp.com/	AFP on Prantsuse uudisteagentuuri osakond, mille ülesanne on edastada täpseid, tasakaalustatud ja erapooletuid uudiseid.
Reuters Fact Check Allikas: https://www.reuters.com/fact-check/	Usaldusväärne uudisteagentuur Reuters käivitas osakonna, mis kontrollib visuaalset materjali ja sotsiaalmeedia väiteid. See on IFCN-i liige.

KARTTU FAKTIDE AVASTAMINE

Usaldusväärsete ressursside loend, mis aitab teil teada saada, mis on veebis tõsi (ja mis mitte!).

Kas leidsite veebist artikli, allika või muud teavet? Kas saate öelda, kas see on tõsi, vale või midagi vahepealset? Lisateabe leidmiseks kasutage neid usaldusväärseid faktikontrolli saite.

FactCheck.org <http://www.factcheck.org>

Kasuta, kui: vajate põhjalikku Ameerika poliitikaga seotud artiklit.

Need reklaamivabad ja erapooletud artiklid käsitlevad aktuaalseid poliitilisi probleeme. Aga ole ettevaatlik! Artiklid pole lastele kirjutatud ja sait on tõesti sügav! Kuid neil on inimeste oeldu tõe (või vale) suhtes tõesti selge.

PolitiFact <http://www.politifact.com>

Kasutage seda siis, kui: vajate kiiret pilku poliitilisele loole, tsitaadile või väitele.

Truth-O-Meter heidab kiire pilgu poliitikute ja meediaväljaannete väidete tõe (või valele). Skaala ulatub True-st Pants-on-Fire-ni, lisalugemisvõimalusega.

Snopes <http://www.snopes.com>

Kasutage seda, kui: leiate veebis müüdi, meemi või midagi muud küsitavat.

See populaarne faktide kontrollimise sait on seotud Interneti-kuulujutudega. Nn linnalegendidest poliitika ja uudisteni – siin on palju! Veenduge, et oleksite keskendunud ja ärge laske end segada.

OpenSecrets.org <http://www.opensecrets.org>

Kasutage, kui: Teie arvates kõlab fraas "jälgi raha" hea ideena.

See sait jälgib raha mõju poliitikas. See on kindlasti suunatud edasijõudnutele lugejatele, kuid seal on palju huvitavat teavet selle kohta, kes kulutavad raha poliitikute ja valijate mõjutamiseks.

Interneti-arhiiv: Wayback Machine <https://archive.org>

Kasutage, kui: soovite Internetis ajas tagasi minna.

See ei ole tegelikult faktide kontrollimise sait. Selle asemel on see tööriist, mida saate kasutada veebist leitud asjade faktide kontrollimiseks. Nagu Interneti-ajamasin, võimaldab see sait vaadata, kuidas veebisait välja nägi ja mida see ütles, erinevatel minevikuhetkedel. Siit ei leia kõike, kuid avastada on veel palju.



<http://www.common sense.org/education/teaching-strategies>

Allikas: <https://www.common sense.org/sites/default/files/pdf/2018-08/fearless-fact-finding.pdf>

Agence–France Presse. (2024). Fact Check. Retrieved from <https://factcheck.afp.com/>. Vaadatud 28.4.2024.

BBC Teach. (2024). *Real versus Fake News* [Lesson Plan]. Retrieved from <https://www.bbc.co.uk/teach/young-reporter/articles/z899vwx>. Vaadatud 28.4.2024.

British Council, Teaching English. (2019). Fake News [Lesson Plan]. Retrieved from https://www.teachingenglish.org.uk/sites/teacheng/files/2024-03/Fake_news_student_worksheet.pdf. Vaadatud 24.4.2024.

Carpinteria, S.K. (2019, 24 December). Sea Level Rise and Other Nonsense. *Santa Barbara Independent*. Retrieved from <https://www.independent.com/2019/12/24/sea-level-rise-and-other-nonsense/>. Vaadatud 28.4.2024.

Common Sense Education. (2019). Fearless Fact Finding [Poster]. Retrieved from <https://www.commonsense.org/sites/default/files/pdf/2018-08/fearless-fact-finding.pdf>. Vaadatud 28.4.2024.

Common Sense Education. (2019). *SciCheck: Fact-checking site focuses on scientific claims*. Retrieved from <https://www.commonsense.org/education/reviews/scicheck>. Vaadatud 28.4.2024.

Full Fact. (2010–2024). Retrieved from <https://fullfact.org/latest/>. Vaadatud 28.4.2024.

Hrvatski filmski savez. (2019, 16 September). Bitcoinboy_NL-ENG [Video]. Vimeo. Retrieved from <https://vimeo.com/360245788>. Accessed on 15.10.2024.

NASA Science Editorial Team. (2020, 13 May). Can't 'See' Sea Level Rise? You're Looking in the Wrong Place. Retrieved from <https://science.nasa.gov/earth/climate-change/cant-see-sea-level-rise-youre-looking-in-the-wrong-place/>. Vaadatud 26.4.2024.

Poynter. (2024). *International Fact-Checking Network*. Retrieved from <https://www.poynter.org/ifcn/>. Vaadatud 28.4.2024.

Reuters. (2024). Fact Check. Retrieved from <https://www.reuters.com/fact-check/>. Vaadatud 24.4.2024.



VÕLTROHELISE MAHAPESEMINE: ROHEPESU TRIKID JA TEHNIKAD

Tase	Põhitase
Kokkuvõte	Osalejad õpivad rahvusvaheliste ettevõtete reklaame analüüsidest tundma rohepesu trikke ja tehnikaid.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba oskavad osalejad märgata rohepesu võtteid reklaamides.
Kestus	60 minutit
Sihtrühm	Noored vanuses 15–18 aastat. Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelud/järelarutelud, teadmiste rakendamine, loovus
Digipädevused	• Info- ja andmekirjaoskus • Kommunikatsioon ja koostöö • Digitaalsete sisu ja loomine • Turvalisus • Probleemide lahendamine
	Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefon), projektor, trükitud materjalid VÕI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides 1. "Kuidas märgata rohepesu" – tutvustav plakat 2. "Kuidas märgata rohepesu reklaame – osaleja versioon" 3. "Kuidas märgata rohepesu reklaame – juhendaja versioon"
Erikaalutlused	• Tagage osalejatele juurdepääs erinevatele sotsiaalmeedia platvormidele. • Pange ilma nutiseadmeta ja/või sotsiaalmeediata osalejad paari nendega, kellel need olemas on. • <i>Kasutage digivahendeid!</i> Vältige materjalide trükkimist ja pange kõik võrku.
	– "Roheline sõnapilv" 1. – "Kuidas märgata rohepesu: ma näen, ma mõtlen, ma juurdlen" 2. – "Rohelise paljastamine" 3. – "Sõnakõlksudesse sukeldumine"
	• Live Word Cloud Generator • Rohepesu, ÜRO kliimameetmed • Maailma Looduse Fondi rohepesu juhend • "Kuidas märgata rohepesu" [Plakat] • Rohepesu: hiljutised väljapaistvad juhtumid • Rohepesus süüdi olevad ettevõtted (Earth.org) Reklaamid: • H&M, RyanAir, Ikea, Shell • Nestlé ja Coca-Cola



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Osalejad õpivad mõistma rohepesu, analüüsides näiteid ja leides ise näiteid rohepesu sisaldavatest reklaamidest. Nad koostavad infomaterjale, et tutvustada teistele noortele levinud rohepesu võtteid ja viise nende vältimiseks.



Teoreetiline ettevalmistus:

Rohepesu on taktika avalikkuse eksitamiseks, mis paneb inimesi uskuma, et ettevõtted teevad keskkonna kaitseks rohkem, kui nad tegelikult teevad (ÜRO kliimameetmed, kuupäev puudub).

Ettevõtted kasutavad mitmeid meetodeid, mis hõlmavad tarbijate eksitamist, tähelepanu kõrvalejuhtimist, petmist või isegi valetamist.

Taolised tehnikad võimaldavad ettevõtetel säilitada müügiedu tänapäevases maailmas, kus tarbijad on keskkonnateadlikumad, ning aitavad vältida soovimatut tähelepanu või kohtuprotsesse, kui nad midagi valesti teevad.

Jaotis "Kuidas märgata rohepesu" (vt ka) on lühiülevaade, mis aitab mõista levinud trikke ja tehnikaid, mida tarbijad peaksid kasutama petturite väljajuurimiseks. Tutvuge nende trikkide ja tehnikatega, sest neid käsitletakse tegevustes 1–3.



Füüsiline ettevalmistus:

1. Projitseerige plakat "Kuidas märgata rohepesu" (vt 1")
2. Printige ja kleepige 1. tegevuse pildid ruumi laiali (vt 2").
 - a. Teine võimalus on näidata pilte erinevates seadmetes (paluge osalejatel laenata nutitelefone!).
3. Andke igale rühmale kleepuvad märkmepaberid.
4. Valmistage projitseeritava põhiseadmela ette virtuaalne taimer.



Pange tähele:

- Tegevuses 1 esitatud pildid valiti välja mais 2024. Ajakohase ja asjakohase sisu tagamiseks uuendage vajaduse korral pilte.
- Lisage või eemaldage pilte tegevuses 1 sõltuvalt grupi suuruselt. Mida suurem on rühm, seda rohkem pilte on vaja.
- Pange iga nutitelefonita osaleja paari kellegagi, kellel see olemas on.
- Kuna osalejatel palutakse postitada organisatsiooni sotsiaalmeedia kontodele, veenduge, et teil on olemas nõuetekohane administraatori luba. Praktikas võivad osalejad postitada oma kontole ja märgistada (tägida) väljavalitud organisatsiooni, samuti võite kopeerida postituse oma kontolt organisatsiooni kontole.



Soojendus: "Roheline sõnapilv"

- 5 minutit

Osalejad koostavad ühiselt sõnapilve "roheline" sõnade jaoks (kõik, mis on seotud keskkonnasäästlikkusega).



Juhised:

1. Avage Word Cloud generaator ekraanil, et kõik saaksid seda näha. Jagage QR-koodi, et osalejad saaksid liituda.
2. Paluge neil lisada sõnu, mida nad seostavad rohelise mõtteviisiga või mis tahes keskkonnasäästlikku tavaga.
3. Arutlege lühidalt valminud sõnapilve üle, juhtides osalejate tähelepanu ideele, et ettevõtted kasutavad rohelisi termineid ajupesuse eesmärgil, pannes meid arvama, et nad on keskkonnasäästlikud, kuigi sageli see nii ei ole (või vähemalt mitte sellisel määral, nagu nad väidavad) → rohepesu.



Tegevus 1: Analüüs - "Kuidas märgata rohepesu: ma näen, ma mõtlen, ma juurdlen"

- 15 minutit

Osalejad analüüsivad erinevaid rohepesu tehnikaid rahvusvaheliste ettevõtete reklaamides.



Juhised:

1. Arutage plakati "Kuidas märgata rohepesu" (vt 1"), tõstes esile levinud trikke:
 - a. Roheliselt kõlav keel
 - b. Ebakohased väited
 - c. Eksitavad arvud ja protsendid
 - d. Rohelised pakendid

ja kuidas mõista, kas kaubamärk on siiras (AACT-tehnika):

- a. Vastutus
 - b. Akrediteering
 - c. Selge märgistus
 - d. Igilavus
1. Jagage osalejad väikestesse rühmadesse.
 2. Rühmad käivad ruumis ringi ja vaatavad 6 pilti rohepesu reklaamidest (vt 2"). Nad peaksid tuvastama (ja vastused kuidagi üles märkima):
 - a. **Ma näen** – ettevõtte (kes)
 - b. **Ma mõtlen** – rohepesu tehnika ja tegelikkus (mis)
 - c. **Ma juurdlen** – põhjus (miks)
 3. Juhendaja peaks ruumis ringi käima ja rühmadega suhtlema, edendades arutelu (eelkõige mis puudutab "reaalsust" – mis selles reklaamis/selle ettevõttega tegelikult toimub ja mis on selle põhjus).
 4. Kui osalejad on vaadanud kõiki 6 pilti, koguge terve grupp kokku.



Tegevus 2: Arutelu/järelarutelu – "Rohelise paljastamine"

- 15 minutit

Osalejad viivad läbi arutelu, mis aitab mõista rohepesu reklaami.



Juhised:

1. Projitseerige vastused (vt "3").
2. Arutage 3 aspekti, mida osalejatel tuvastada paluti (kes, mida, miks), tuues esile petlikke andmeid reklaamidest ja mõningaid hiljutisi tagajärgi, millega ettevõtted on silmitsi seisnud oma eksitavate või väärade keskkonnahoidlike väidete tõttu.
3. Paluge osalejatel jagada:
 - a. Mille poolest erinesid väikeste rühmade arutelutulemused õigetest vastustest?
 - b. Mis oli sama?
 - c. Kuidas nad saavad AACT-tehnikat (vastutus, akrediteering, selge märgistus ja jälgitavus) rakendada reklaamide suhtes, millega nad tulevikus kokku puutuvad?



Tegevus 3: Loominguline hetk – "Sõnakõlksudesse sukeldumine"

- 25 minutit

Osalejad loovad sotsiaalmeedia postitusi, milles kirjeldatakse üksikasjalikult rohepesu ja tuuakse asjakohaseid näiteid, selgitades teistele noortele, kuidas rohepesu ära tunda.



Juhised:

1. Jagage osalejad väikestesse rühmadesse.
2. Määrake igale väikesele rühmale paar Maailma Looduse Fondi 18-st "sõnakõlksust" (sõltuvalt rühma suurusest).
3. Osalejad loovad valitud organisatsiooni jaoks sotsiaalmeedia postituse, milles tõstetakse esile neile määratud märksõnu (see võib olla üks postitus või mitu). Postitus peaks sisaldama internetist leitud reklaami (pilti või videot), milles kasutatakse ühte sõnakõlksudega seotud tehnikat.
 - a. Bio
 - b. Biolagunev
 - c. Süsinikneutraalne
 - d. Kliimasõbralik
 - e. Komposteeritav
 - f. Lagunev
 - g. Öko
 - h. Keskkonnasõbralik
 - i. Roheline
 - j. Neto-null
 - k. Ookeaniplastik
 - l. Oksülagunev
 - m. Taimepõhine
 - n. Plastivaba
 - o. Taaskasutatud
 - p. Taaskasutatav
 - q. Korduvkasutatav
 - r. Jätkusuutlik

4. Osalejad peaksid kasutama AACT-tehnikat, et mõista, miks nende leitud reklaami peetakse rohepesuks.
5. Sotsiaalmeedia postitus peaks sisaldama järgmist:
- a. Ettevõtte (kes)*
 - b. Rohepesu tehnika (mis)*
 - c. Reaalsus (mis 2)*
 - d. Põhjus (miks)*
 - e. Üks AACT-tehnika – näidake teistele noortele, kuidas märgata rohepesu.*



Refleksioon/järelarutelu

- 5 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga.

Korraldaja juhhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele").



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

- Lõpetage edasijõudnute töötuba A6. "Rohelise edendamine, hea edendamine: rohepesu vastane võitlus", mis käsitleb rohepesu.
- Lõpetage põhitaseme töötuba B7. "Tõeline või võlts: mis toimub sellel pildil?", mis käsitleb digitaalse meedia mõistmist.



Materjalid

1. Kuidas märgata rohepesu – tutvustav plakat

Juhised: Kasutage tegevuses 1 järgmist Sustainable Agency plakatit, millel on näidatud rohepesu tehnikaid ja näpunäiteid nende tuvastamiseks.

Kuidas rohelist pesu ära tunda

Rohepesu ja kahtlaste jätkusuutlikkuse väidete tuvastamise hõlbustamiseks saate kasutada mõnda levinud nippi:

EBAMÄRK KEEL, MIS KÕLAB ROHELISELT:

Pöörake tähelepanu sõnadele, mis kõlavad esmapilgul hästi, kuid millel puudub konkreetne õiguslik tähendus, näiteks "värske talu" või "teadlik".

ASJAKOHAMATUD VÄITED:

Suure teingu tegemine väikese rohelise atribuudiga täiesti rohelise toote vastu.

SUURED ŽESTID HALVASTI MÕELDUD:

Klassikaline näide on see, kui idee pärineb turundusmeeskonnalt, mitte ekspertidelt.

! EKITAVAD NUMBRID JA PROTSENTSID

ÜBERMÄRGIMINE, ET KAASADA LOODUSLIKU PAKENDI

Tooted, mis muudavad välimust, et rakendada jätkusuutlikkuse spooni, kuid tegelikult midagi muutmata.



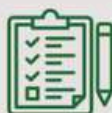
TOOTE PAKENDI ROHELISEKS MUUTAMINE

Rohepesu on oma olemuselt seotud vale suunaga.

MIDA PEAKSIME OTSIME, ET TEADA, KUI BRÄND ON PÄRIS?

Vastutus

Irooniline, et tõeliselt jätkusuutlikud kaubamärgid on keskkonnamõju osas läbipaistvad.



Selge märgistus

Säästvad tooted peaksid sisaldama lihtsas keeles silte selle kohta, mis tootes täpselt on.

Akrediteerimine

Ärge võtke ainult kaubamärkide sõna. Otsige ettevõtteid, mis on auditeeritud või akrediteeritud kolmandate osapoolte poolt.



Jälgitavus

Mõned uuenduslikud kaubamärgid on aidanud ostjatel kasuliku tehnoloogia abil jälgida oma toodete jätkusuutlikkust.

2.Kuidas märgata rohepesu reklaame – osaleja versioon

Juhised: Kasutage tegevuses 1 järgmist 6 reklaami, mis sisaldavad rahvusvaheliste ettevõtete rohepesu.



3. How to Spot Greenwashing Ads – Facilitator Version

Instructions: Use the following table to lead the discussion in Activity 2.



H&M – ebaausad väited jätkusuutliku moe kohta

Eksitav – H&M'i jätkusuutlikkuse väited olid 96% ulatuses eksitavad (ei vasta täielikult tõele).

Rohepesu – roheliselt kõlav keel.

Allikas –

<https://thesustainableagency.com/blog/greenwashing-examples/#delta>



RyanAir – valeväited madala saastekoguse kohta

Eksitav – reklaamiti, et see on Euroopa "madalaima heitkogusega lennufirma", mis ei vasta tõele.

Rohepesu – eksitavad arvud ja protsendid.

Allikas –

<https://thesustainableagency.com/blog/greenwashing-examples/#delta>



Ikea – taaskasutatavate toodete reklaamimine

Eksitav:

- Jätkusuutmatu raie Brasiilias ja ebaseaduslik raie Ukrainas mööbli valmistamiseks.
- Tähelepanu tõmbamine ühele väikesele jätkusuutlikule aktsioonile, et vältida tagasilööke teistes tegevustes.

Rohepesu – julged väited.

Allikas –

<https://thesustainableagency.com/blog/greenwashing-examples/#delta>



Nestlé – keskkonnasõbralike pudelite kasutamine

Eksitav:

- Pisikesed muudatused maailma suurima toidu- ja joogiettevõtte jaoks.
- Jätksuutlikkuse missioonis puuduvad selged eesmärgid ja ajakava.

Rohepesu – rohelised pakendid.

Reaktsioon – "Nestlé avaldus plastpakendite kohta sisaldab järjekordselt keskkonnahoidlikke tibusamme nende endi loodud kriisi lahendamiseks. See ei vähenda ühekordselt kasutatava plasti hulka olulisel määral ning seab maailma suurimale toidu- ja joogitootjale uskumatult madalad standardid" (Greenpeace, 2018).

Allikas – <https://earth.org/greenwashing-companies-corporations/>



Shell – päikesepaneelide kasutamine tanklates

Eksitav – Reklaamid keskenduvad jätkusuutlikkusele, kuigi ettevõtte heitmed moodustavad 1–2% kogu maailma CO2 heitkogustest.

Rohepesu – ebaolulised väited.

Tagajärjed – Euroopa kohus andis Shellile korralduse vähendada oma süsinikdioksiidi heitkoguseid 2030. aastaks 45% võrra võrreldes 2019. aasta tasemega. See on esimene kord, kui eraettevõttele on antud korraldus vähendada oma heitkoguseid kindlaksmääratud perioodil konkreetse koguse võrra.

Allikas –

<https://thesustainableagency.com/blog/greenwashing-examples/#delta>



Coca-Cola – jätkusuutlikkuse väited mittedäästvate tavade puhul

Eksitav:

- Coca-Cola on maailma suurim plastreostuse tekitaja ja ei loobu plastpudelite kasutamisest.
- Nad on võtnud endale kohustuse saada kõik pudelid ringlussevõtuprogrammide kaudu tagasi 2030. aastaks.

Rohepesu – ebaolulised väited.

Tagajärjed – Earth Island Institute esitas 2021. aastal kohtuasja keskkondliku valereklaami eest, sest ettevõtte on maailma suurim plastikreostuse tekitaja.

Allikas – <https://earth.org/greenwashing-companies-corporations/>

Akepa. (2021, 23 July). Greenwashing: 14 recent stand-out examples. Retrieved from <https://thesustainableagency.com/blog/greenwashing-examples/#delta>. Vaadatud 2.5.2024.

Live Cloud. (n.d.). Live Word Cloud. Retrieved from <https://livecloud.online/en/wordcloud>. Vaadatud 2.5.2024.

Robinson, D. (2022, 17 July). 10 Companies Called Out For Greenwashing. *Earth.org*. Retrieved from <https://earth.org/greenwashing-companies-corporations/>. Vaadatud 2.5.2024.

United Nations, Climate Action. (n.d.). *Greenwashing – the deceptive tactics behind environmental claims*. Retrieved from <https://www.un.org/en/climatechange/science/climate-issues/greenwashing>. Vaadatud 2.5.2024.

World Wildlife Fund. (n.d.). *WWF Guide to Greenwashing*. Retrieved from <https://www.wwf.org.uk/learn/guide-to-greenwashing>. Vaadatud 2.5.2024.



TÕELINE VÕI VÕLTS: MIS TOIMUB SELLEL PILDIL?

Tase	Põhitase
Kokkuvõte	Osalejad õpivad, kuidas muudetud pilte märgata ja kriitiliselt hinnata, ning kuidas teha Google'is pöördpildiotsingut.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba suudavad osalejad: - Tuvastada muudetud pilte - Viia läbi Google'i pöördpildiotsingut
Kestus	60 minutit
Sihtrühm	Noored vanuses 15–18 aastat. Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelud/järelarutelud, teadmiste rakendamine
Digipädevused	- Info- ja andmekirjaoskus - Kommunikatsioon ja koostöö - Turvalisus - Probleemide lahendamine Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefoni), projektor, trükitud materjalid VÕI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides "Mis toimub sellel pildil? – osaleja versioon" "Mis toimub sellel pildil? – juhendaja versioon"
Erikaalutlused	- Tagage osalejatele juurdepääs erinevatele sotsiaalmeedia platvormidele. - Pange ilma nutiseadmeta ja/või sotsiaalmeediata osalejad paari nendega, kellel need olemas on. - Kasutage digivahendeid! Vältige materjalide trükkimist ja pange kõik võrku. – "Tõeline või võlts – YouVerify! viktoriin" – "Mis toimub sellel pildil?" – "Väide, tõendid, põhjendused" – Google'i pöördpildiotsing "YouVerify!" projekt "YouVerify!" viktoriin Getty Images New York Times: "What's Going on in this Picture?" Sissejuhatus õppekavasse Google Lens – pöördpildiotsing Commonsense Education, "Reverse Image Search" [Plakat] Artiklid: "Repopulating coral reefs" ("Korallrahude taastamine") – New York Times "Climate scientists using orange dye to track glacier melt in Switzerland" ("Kliimateadlased kasutavad Sveitsi liustike sulamise jälgimiseks oranži värvainet") – New York Times "Climate change forcing agricultural workers to harvest at night due to extreme heat" ("Kliimamuutused sunnivad põllumajandustöötajaid äärmusliku kuumuse tõttu saaki öösel koristama") – New York Times "Rehoming tourist elephants in Thailand" ("Turisticide elevantide ümberasustamine Tais") – New York Times



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Osalejad õpivad, kuidas muudetud pilte märgata ja kriitiliselt hinnata, ning kuidas läbi viia Google'i pöördpildiotsingut.



Teoreetiline ettevalmistus:

"YouVerify!" – Euroopa Komisjoni rahastatud projekt, mille eesmärk on "tegeleda desinformatsiooni põhjustatud oluliste probleemidega ning aidata noortel arendada nii teadmisi kui ka oskusi, et eristada igapäevaselt tõelisi ja manipuleeritud pilte ja videoid".

Getty Images on visuaalmeedia ettevõtte, mis pakub fotopanga teenust. Getty teeb koostööd meedia loojatega ning kliendid ostavad seda isiklikuks või ametialaseks kasutamiseks. Fotopanga kasutamise eripära seisneb selles, et ostetud pildi kontekst ei ole tingimata seotud looga, mille jaoks seda kasutatakse.

"What's Going on in this Picture" ("Mis toimub sellel pildil?") on New York Timesi ja organisatsiooni Visual Thinking Strategies iganädalane tegevus, mille käigus avaldatakse pilt ilma pealkirja ja allkirjata. Noori julgustatakse pilti analüüsima ja seejärel teiste noortega kommentaaride kaudu suhtlema. Neil palutakse esitada väide, tõendid ja väite põhjendused.

Paar päeva hiljem avaldatakse internetis pildi pealkiri ja allkiri, mis sütitab uusi arutelusid.

- Väide – mis toimub sellel pildil?
- Tõendid – miks te seda väidate?
- Põhjendus – kuidas on tõendid seotud teie väitega?

Google Lens – pöördpildiotsing on Google'i visuaalne funktsioon, mis "võrdleb teie pildil olevaid objekte teistel pildidel olevate objektidega ning reastab otsingutulemused nende sarnasuse ja asjakohasuse alusel. Lens kasutab oma arusaamist teie pildil olevatest objektidest ka muude asjakohaste tulemuste leidmiseks veebist" (kuupäev puudub).





Füüsiline ettevalmistus:

1. Kleepige 1. tegevuse pildid ruumi laiali (vt 1").
 - a. Teine võimalus on näidata pilte erinevates seadmetes (paluge osalejatel laenata nutitelefone!).
2. Andke igale rühmale kleepuvad märkmepaberid.
3. Valmistage põhiseadmes ette projitseeritav virtuaalne taimer.



Pange tähele:

- Tegevuses 1 esitatud pildid valiti välja mais 2024. Ajakohase ja asjakohase sisu tagamiseks uuendage vajaduse korral pilte.
- Lisage või eemaldage pilte tegevuses 1 sõltuvalt grupi suurusest. Mida suurem on rühm, seda rohkem pilte on vaja.
- Pange iga nutitelefonita osaleja paari kellegagi, kellel see olemas on.
- Rühmatöö ajal peaks juhendaja pidevalt ringi käima ja rühmadega suhtlema, esitades suunavaid küsimusi, mis stimuleerivad kriitilist mõtlemist:
 - *Miks te seda arvate?*
 - *Kas te kõik olete sellega nõus?*
 - *Kas te olete mõelnud... (mängides saatana advokaati)*
- Juhendaja peaks suunama kogu grupiga toimuvat arutelu. Kui osalejate vahelises suhtluses tekib pause, esitage küsimusi (vt ülaltoodud küsimusi).



Soojendus: "Tõeline või võlts – YouVerify! viktoriin"

- 10 minutit

Osalejad läbivad viiest küsimusest koosneva viktoriini, mis testib nende oskust eristada võltsitud ja tõelisi pilte/videoid.



Juhised:

1. Täitke "YouVerify!" viktoriini esimene küsimus "Kas te olete teabe kontrollimise ekspert?" kogu grupiga.
2. Arutage lühidalt "YouVerify!" pildianalüüsi ning jaotisi "Analüüs" ja "Allikad". Näidake osalejatele originaalpilti ja arutage, mis on Getty Images.
3. Nüüd jagage osalejad väikestesse rühmadesse (mitte rohkem kui 4 liiget).
4. Väikesed rühmad vastavad viktoriiniküsimustele, arutavad vastuseid omavahel ning loevad iga küsimuse järel jaotisi "Analüüs" ja "Allikad".
5. Jalutage ringi ja osalege aruteludes.



Tegevus 1: Analüüs – "Mis toimub sellel pildil?"

- 20 minutit

Osalejad viivad läbi arutelu, et mõista internetis avaldatud piltide konteksti.



Juhised:

1. Osalejad liiguvad väikeste rühmadena ruumis ringi, analüüsides ja arutades pilte. Nad peaksid arutama järgmisi küsimusi:
 - a. Väide – mis toimub sellel pildil?
 - b. Tõendid – miks te seda väidate?
 - c. Põhjendus – kuidas on tõendid seotud teie väitega?
2. Kasutades kleepuvaid märkmepabereid, kirjutavad rühmad igale pildile pildiallkirja, ning asetavad klepsu pildi kõrvale kiri allapoole (et teised rühmad seda ei näeks).
3. 3–5 minuti pärast liiguvad rühmad järgmise pildi juurde. Neile võib anda märku kellukese, virtuaalse taimeri või helisignaali abil. Juhendajad peaksid ruumis ringi liikuma, suheldes osalejatega ja esitades järgnevaid küsimusi:
 - a. Miks te seda arvate?
 - b. Miks te selles veendunud olete? Kus on selle kohta tõendid?
 - c. Millised tõendid puuduvad sellelt pildilt?
 - d. Kas olete oma rühmakaaslastega nõus?
4. Kui iga rühm on näinud kõiki pilte, paluge neil klepsud ümber pöörata ja vabalt teiste rühmade pildiallkirju lugeda.



Tegevus 2: Arutelu/järelarutelu – "Väide, tõendid, põhjendused"

- 15 minutit

Osalejad arutlevad kogu grupiga oma kogemuste üle, rääkides sellest, mis neid üllatas, ning erinevatest strateegiatest piltide tähenduse ja konteksti väljaselgitamiseks.



Juhised:

1. Paljastage tegelikud pildipealkirjad ja pildiallkirjad kogu rühmale (ideaalis projitseerige uudisartikleid).
2. Juhtige rühmaarutelu teemal "Väide, tõendid ja põhjendused", kasutades mõnda järgmistest küsimustest:
 - a. Kui sarnased olid nende vastused tegelikele pealkirjadele?
 - b. Millised olid nende mõtted tegelikest pealkirjadest?
 - c. Mis mõtteid tekitasid neis teiste rühmade pealkirjad?
 - d. Milliseid strateegiaid nad kasutasid, et teha kindlaks, kas pilt on tõeline või võltsitud?



Tegevus 3: Praktiline rakendus – Google'i pöördpildiotsing

- 15 minutit

Juhendaja näitab kogu rühmale, kuidas teha pöördpildiotsingut. Seejärel harjutavad osalejad iseseisvalt.



Juhised:

1. Paluge osalejatel valida keskkonnaga seotud teema. Viige läbi Google'i otsing, et leida teemaga seotud pilte.
2. Paluge osalejatel valida üks pilt. Koos pilti vaadates mõelge esmalt jaotisele "Väide, tõendid ja põhjendused".
3. Nüüd demonstreerige Google'i pöördpildiotsingut (vt jaotist "Teoreetiline ettevalmistus" ja "Materjalid 3").
4. Arutage tulemusi osalejatega.
5. Vajaduse korral viige kogu grupiga läbi veel 1–2 arutelu erinevatel teemadel.
6. Osalejad valivad nüüd uue keskkonnaga seotud teema ja viivad iseseisvalt (individuaalselt või paarides) läbi pöördpildiotsingu.



Refleksioon/järelarutelu

- 5 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga.

Korraldaja juhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele").



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

- Lõpetage edasijõudnute töötuba A7. "Boti-püüdjad: meedia kinnitamine InVID pistikprogrammiga", mis käsitleb pildi- ja videoanalüüsi.
- Lõpetage põhitaseme töötuba B8. "Kasutatust kasutajaks: sotsiaalmeedia ümberõppimine meedia- ja infokirjaoskuse ajastul".
- Paluge osalejatel luua sotsiaalmeedia postitus kontrollitud piltidega, mis kujutavad kliimakriisi ja keskkonnaprobleeme.
- Julgustage osalejaid tutvuma teiste pöördpildiotsingu tööriistadega:
 - [TinEye](#)
 - [Yandex](#)
 - [Bing](#)
- Proovige tõeliste ja võltsitud piltide tuvastamiseks kasutada tehisintellekti tööriistu, näiteks ChatGPT-d.



Materjalid

1.Mis toimub sellel pildil? – osaleja versioon

Juhised: Kasutage tegevuses 1 järgmisi pilte New York Timesist, mis näitavad erinevaid keskkonnaga seotud tagajärgi.

Pildid



25.03.2024



12.02.2024



26.02.2024



29.01.2024

2. Mis toimub sellel pildil? – Juhendaja versioon

Juhised: Näidake tegevuses 2 järgmist tabelit, mis sisaldab piltide pealkirju ja allkirju.

Pilt	Tõeline artikkel
 25.03.2024	<u><i>"Repopulating coral reefs"</i></u> ("Korallrahude taastamine") – New York Times Pildiallkiri: <i>"A Desperate Push to Save Florida's Coral: Get It Out of the Sea"</i> ("Meeleheitlik samm Florida korallide päästmiseks: võtame need merest välja") Ookeanide taastamisele pühendunud meeskonnad toimetavad kiiresti proove maismaal asuvatesse mahutitesse, kuna mere kuumalaine hävitab terveid korallrahuseid.
 26.02.2024	<u><i>"Climate scientists using orange dye to track glacier melt in Switzerland"</i></u> ("Kliimateadlased kasutavad Sveitsi liustike sulamise jälgimiseks oranži värvainet") – New York Times Pildiallkiri: <i>"As Switzerland's Glaciers Shrink, a Way of Life May Melt Away"</i> ("Sveitsi liustikud kahanevad, ära võib sulada ka üks eluviis") Tõusvad temperatuurid ja taanduvad liustikud ohustavad Euroopa "veetorni", mis sunnib kohalikke talunikke kohanema ja ennustab suuremaid probleeme allavoolu.
 12.02.2024	<u><i>"Climate change forcing agricultural workers to harvest at night due to extreme heat"</i></u> ("Kliimamuutused sunnivad põllumajandustöötajaid äärmusliku kuumuse tõttu saaki öösel koristama") – New York Times Pildiallkiri: <i>"2023. aasta piltides: juuli"</i> Rekordilise kuumalaine ajal korjasid põllutöölised sibulat pimedal ajal, tunde enne päikesetõusu, kui töö oleks muutunud liiga raskeks.
 29.01.2024	<u><i>"Rehoming tourist elephants in Thailand"</i></u> ("Turistide elevantide ümberasustamine Tais") – New York Times Pildiallkiri: <i>"Thailand's Unemployed Elephants Are Back Home, Huge and Hungry"</i> ("Tai töötud elevantid on tagasi kodus – hiiglaslikud ja näljased") Kui nende seljas ratsutanud turistid kuurortidest kadusid, läksid Tai vangistatud elevantid ja nende omanikud tagasi oma sünniküladesse, kus piisava toidu leidmine on olnud raske.)

3. Infograafik – Google'i pöördpildiotsing

Juhised: Näidake järgmist pilti pöördpildiotsingu demonstreerimiseks tegevuses 3.

PÖÖRDPILDIOTSING

Kui pilt on väärt tuhat sõna, kas sõnad räägivad alati tõest lugu? Siin on üks viis teada saada.

Mis see on?

Pöördkujutise otsing on siis, kui kasutate veebist otsimiseks märksõna asemel pilti. Pildi otsimise asemel otsite pildiga.

Esiteks... Minge Google Images avalehele:
<http://images.google.com>

Siis... Otsi pildiga!
Valige üks järgmistest lihtsatest valikutest.

- 1** Lohistage mis tahes pildifail otsinguribale.
- 2** Kopeerige ja kleepige pildi URL või laadige üles pildifail.
- 3** Paremkliõpsake Chrome'is mis tahes pildil ja valige "Otsi Google'ist pilti".

Nüüd... Tõlgenda oma tulemusi!
Esitage selliseid küsimusi: mis tüüpi veebisaitidel see pilt kuvatakse? Kas on vihjeid selle kohta, kust pilt tekkis? Kas pilti on juba muudetud?

 <http://www.commonsense.org/education/teaching-strategies>

Allikas: <https://www.commonsense.org/sites/default/files/pdf/2018-05/document-reverse-image-search-3.pdf>

Common Sense Education. (n.d.). Reverse Image Search. [Poster]. Retrieved from <https://www.commonsense.org/sites/default/files/pdf/2018-05/document-reverse-image-search-3.pdf>. Vaadatud 19.5.2024.

Getty Images. (2024). Retrieved from <https://www.gettyimages.pt/about-us>. Vaadatud 19.5.2024.
Google. (n.d.). *What is Google Lens?* Retrieved from <https://lens.google/howlensworks/>. Vaadatud 19.5.2024.

Gulley, J. (2023, 31 July). A Desperate Push to Save Florida's Coral: Get It Out of the Sea. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2023/07/31/climate/coral-reefs-heat-florida-ocean-temperatures.html>. Vaadatud 24.5.2024.

Lacey, M. (n.d.). 2023: The Year in Pictures. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/interactive/2023/world/year-in-pictures.html#july>. Vaadatud 23.5.2024.

New York Times, The Learning Network. (2024). *Sissejuhatus to What's Going On in This Picture?*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2021/07/28/learning/Sissejuhatus-to-whats-going-on-in-this-picture.html>. Vaadatud 19.5.2024.

New York Times, The Learning Network. (2024). *What's Going On in This Picture?*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/column/learning-whats-going-on-in-this-picture>. Vaadatud 19.5.2024.

Porter, C. (2024, 21 January). As Switzerland's Glaciers Shrink, a Way of Life May Melt Away. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2024/01/21/world/europe/switzerland-glaciers.html>. Vaadatud 26.5.2024.

Suhartono, M. (2023, 1 April). Thailand's Unemployed Elephants Are Back Home, Huge and Hungry. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2023/04/01/world/asia/thailand-elephants-tourism-debate.html>. Vaadatud 19.5.2024.

YouCheck Project, EU. (2019–21). *Quiz You Verify!*. Retrieved from <https://youverify.eu/quiz>. Vaadatud 19.5.2024.

YouCheck Project, EU. (2019–21). *You Verify! Project*. Retrieved from <https://youverify.eu/project>. Vaadatud 19.5.2024.



KASUTATUST KASUTAJAKS: SOTSIAALMEEDIA ÜMBERÕPPIMINE MEEDIA- JA INFOKIRJAOSKUSE AJASTUL

Tase	Põhitase
Kokkuvõte	Osalejatele tutvustatakse sotsiaalmeedia põhimõisteid, sealhulgas selle mõju tervisele ja keskkonnale. Osalejad harjutavad sotsiaalmeedia tööriistade kasutamist keskkonda puudutavate informatiivsete postituste loomiseks.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba suudavad osalejad: - Mõista sotsiaalmeedia platvormide erinevusi, sealhulgas nende nüansse, algoritme ja sihtrühmi - Lua postitusi erinevatel sotsiaalmeedia platvormidel
Kestus	75 minutit
Sihtrühm	Noored vanuses 15–18 aastat. Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelud/järelarutelud, teadmiste rakendamine, loovus
Digipädevused	- Info- ja andmekirjaoskus - Kommunikatsioon ja koostöö - Digitaalse sisu loomine - Turvalisus - Probleemide lahendamine Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefon), projektor, trükitud materjalid VÕI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides "Juhendatud meditatsioon: digitaalne heaolu" "Sissejuhatus sotsiaalmeediasse" "Sotsiaalmeedia load: autoriõigused ja fotopanga pildid" "Sotsiaalmeedia tööriistad: parima postituse loomine"
Erikaalutlused	- Tagage osalejatele juurdepääs erinevatele sotsiaalmeedia platvormidele. - Pange ilma nutiseadmeta ja/või sotsiaalmeediata osalejad paari nendega, kellel need olemas on. <i>Kasutage digivahendeid!</i> Vältige materjalide trükkimist ja pange kõik võrku. – "Juhendatud meditatsioon: digitaalne heaolu" – "Sotsiaalmeediast kokkuvõtlikult" – "Mis kahju sellest on?" Sotsiaalse süsinikujalajälje arvutamine – "Sotsiaalmeedia ja autoriõigus: harjutamine teeb meistriks" Juhendatud meditatsiooni nõuanded Süsinikujalajalg Sotsiaalse süsinikujalajälje kalkulaator Autoriõigus "How Social Media Habits are Contributing to Internet Pollution" – Earth.org "Social Media Platform Comparison" – Chicago Digital Marketing Agency Pexel "Choosing the Right Social Media Platform for Your Business" [Plakat] – Accion Opportunity Fund "A Beginner's Guide to Social Media" – Friends of the Earth "Which Of These Crazy Climate Headlines Are Actually True?" [Video] Instagrami postitused: World Food Safety Day @one_healthenv_eu @bbcearth Sotsiaalmeedia tööriistad: Canva Wepik InShOt CapCut Descript Töötoa inspiratsioon: Digital Mindfulness



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Osalejatele tutvustatakse sotsiaalmeedia põhimõisteid, sealhulgas selle mõju tervisele ja keskkonnale. Osalejad harjutavad sotsiaalmeedia tööriistade kasutamist keskkonda puudutavate informatiivsete postituste loomiseks.



Teoreetiline ettevalmistus:

P.I.E.S. mudel on teadlikkuse tööriist, mis aitab osalejatel suunata, kuidas nad end füüsiliselt (*physically*), intellektuaalselt (*intellectually*), emotsionaalselt (*emotionally*) ja vaimselt (*spiritually*) tunnevad. Sageli kohandatakse seda mudelit vastavalt konkreetsetele teemadele, mille üle mõtiskletakse.

Enne osalejate kaasamist vaadake juhendatud meditatsiooni näpunäiteid.

Süsinikujalajälg on meie tegevusest tulenevate kasvuhoonegaaside kogus. Kasvuhoonegaaside paikamine keskkonda soojendab planeeti, põhjustades kliimamuutusi. Keskmiselt tekitavad ameeriklased 16 tonni kasvuhoonegaase aastas (üks maailma kõrgemaid näitajaid). Ülemaailmselt on see keskmiselt 4 tonni. Süsinikujalajälje vähendamine aitab langetada globaalset temperatuuri (ehkki ühe inimese mõju on väga väike). Teie isiklikku süsinikujalajälge aitavad vähendada sellised tegevused nagu lihatarbimise vähendamine, harvemad lennureisid ja riiete kuivatamine pesunõõril.

Autoriõigus on juriidiline termin, mis kirjeldab looja õigusi oma teostele. Registreerimisel antakse autorile seaduslik kasutusõigus kõigele, mis on loodud vastavate tingimuste alusel. Kui keegi kasutab teost ilma nõuetekohase loa või viideteta, rikub ta autoriõigusi, mis võib omakorda kaasa tuua tõsisid tagajärgi (näiteks trahvi või isegi vanglakaristuse).



Füüsiline ettevalmistus:

1. Varuge osalejate jaoks paberit ja pastapliiatseid, mida nad saavad kasutada oma sotsiaalmeedia kampaaniate koostamiseks.



Pange tähele:

- Tegevuses 2 kasutatakse Earth.org-i artikkel "*How Social Media Habits are Contributing to Internet Pollution*" on kirjutatud 2021. aastal. Mainige seda kindlasti osalejatele ja selgitage, et need arvud on praeguseks tõenäoliselt suuremad.
- Isegi kui osalejad ei kavatse osaleda töötoas 10, on tegevus 3 hea harjutus sotsiaalmeedia tööriistade kasutamiseks.
- Kui kõik osalejad kavatsevad läbida ka 10. töötoa, määrake kampaaniarühmad ja keskkonnateemad kohe, et nad saaksid juba 3. tegevuses koos töötada.
- Pange iga nutitelefonita osaleja paari kellegagi, kellel see olemas on.



Soojendus – "Juhendatud meditatsioon: digitaalne heaolu"

- 15 minutit

Osalejad praktiseerivad teadvelolekut läbi juhendatud meditatsiooni, mis tõstab esile nende sotsiaalmeedia tavasid.



Juhised:

1. Leidke vaikne koht, kus osalejad saavad laiali hargneda ja mugavalt istuda või lamada (soovitavalt kusagil looduses).
2. Paluge osalejatel silmad sulgeda ja keskenduda oma kehale.
3. Juhtige meditatsiooni P.I.E.S. mudeli abil, käsitledes osalejate sotsiaalmeedia kasutamist ja nende praegust heaolu. Soovituslikud küsimused leiate jaotisest "Juhendatud meditatsioon: digitaalne heaolu" (vt 1").
4. Pärast 10–15-minutist juhendatud meditatsiooni tooge osalejad tagasi käesolevasse hetke ja istuge ringis.
5. Veetke 5–10 minutit meditatsiooni üle mõtiskledes, paludes osalejatel jagada oma kogemusi või alustades otse meditatsiooni jätkuküsimustega (vt "").
6. Lõpetage refleksioon, küsides osalejatelt:
 - *Millised on tänapäeval peamised sotsiaalmeediaga seotud väljakutsed?*
 - *Kuidas mõjutab sotsiaalmeedia keskkonda?*



Tegevus 1: "Sotsiaalmeediast kokkuvõtlikult"

- 15 minutit

Osalejad õpivad tundma kõige levinumate sotsiaalmeedia platvormide põhitõdesid.



Juhised:

1. Jagage grupp väikesteks rühmadeks ja andke igale rühmale paberileht, millele on kirjutatud üks neljast kõige populaarsemast sotsiaalmeedia platvormist (Instagram, Facebook, X ja YouTube).
2. Andke osalejatel 5 minutit, et nad saaksid paberile kirjutada kõik, mida nad nende platvormide kohta teavad.
3. Koguge grupp kokku ning näidake neile graafikut ja tabelit "Sissejuhatus sotsiaalmeediasse" (vt 2"). Jagage vajaduse korral ka [seda linki](#), kui soovite põhjalikumalt tutvuda iga platvormi plusside ja miinustega.
4. Arutlege graafiku ja tabeli üle, tõstes esile 4 kõige populaarsemat platvormi. Esitage osalejatele järgmisi küsimusi:
 - *Miks on YouTube atraktiivne kõikidele vanusegruppidele?*
 - *Miks kasutavad teie arvates X-i kõige rohkem mehed?*
 - *Miks on need teie arvates kõige enam kasutatavad platvormid?*
 - *Mis asi on sinine linnuke?*
 - *Kuidas algoritm toimib?*
 - *Kas olete märganud algoritmi mõju oma sotsiaalmeedias?*



Tegevus 2: "Mis kahju sellest on? Interneti süsinikujalajälg"

- 15 minutit

Osalejad õpivad mõistma, et sotsiaalmeedia kasutamine mõjutab keskkonda.



Juhised:

1. Osalejad külastavad individuaalselt veebilehte "Social Carbon Footprint Calculator".
2. Arutage lühidalt süsinikujalajäle ideed (vt "Teoreetiline ettevalmistus") ja seda, kuidas see kalkulaator töötab.
3. Kasutades oma telefoni ekraaniaja näitu, sisestavad osalejad andmed süsinikujalajäle kalkulaatorisse.
4. Kui tulemused on genereeritud, võrrelda neid kogu grupiga.
5. Nüüd jagage grupp kolme rühma.
6. Andke igale rühmale üks osa Earth.org-i artiklist "*How Social Media Habits are Contributing to Internet Pollution*"
 - a. "*Counting Emissions: From a Post, to a Search, to an Email*"
 - b. "*Social Media & Internet Pollution*"
 - c. "*Minimizing Internet Pollution & Online Carbon Footprint*"
7. Osalejad peaksid kulutama 5 minutit artikli lugemisele ja koostama "kiirjuhendi", kus on loetletud kogu statistika ja/või sammud, mida tuleb astuda süsinikujalajäle vähendamiseks internetis.
8. Osalejad esitavad oma teabe kiiresti ülejäänud rühmale.



Tegevus 3: Praktiline rakendus - "Sotsiaalmeedia ja autoriõigus: harjutamine teeb meistriks"

- 30 minutit

Osalejad harjutavad erinevate sotsiaalmeedia tööriistade kasutamist, valmistudes sotsiaalmeedia kampaaniaks.



Juhised:

1. Tutvustage osalejatele 10. töötoa sotsiaalmeedia kampaania tegevust ("Tegevus 2").
 - a. Kui osalejad kavatsevad läbida 10. töötoa, määrake rühmad ja teemad juba praegu.
2. Osalejad võivad töötada individuaalselt, paarides või väikestes rühmades.
3. Selgitage, et nad harjutavad sotsiaalmeedia tööriistade rakendamist, kasutades oma kampaaniateemat näitena.
4. Tutvustage osalejatele autoriõiguse ja autoriõiguse rikkumise mõisteid (vt "3").
5. Arutage, kuidas paljud sotsiaalmeedia postitused rikuvad autoriõiguse seadusi, kasutades pilte ja videoid ilma nõuetekohase loata. Sotsiaalmeedias ei ole see alati nii keeruline, sest sageli piisab lihtsast sildist (kasutades @ märki).
6. Kasutage näitena 25. juunil 2024 avaldatud BBCEarth'i postitust, mis asub jaotises "3".
7. Nüüd arutage fotopanga pilte, tuues näiteks Instagrami konto "One Health, One Environment EU", mille leiate jaotisest ""
8. Tutvustage tasuta piltide kasutamist platvormil [Pexels](https://www.pexels.com/).
9. Nüüd on osalejate kord!
10. Juhendajad peaksid ringi käima ja osalejaid aitama, tagades, et platvorme kasutatakse asjakohaselt. Samuti julgustage fotopanga kasutamist, et osalejad ei kasutaks autoriõigusega kaitstud meediat.



Refleksioon/järelarutelu

- 5 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga.

Korraldaja juhhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele").



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

- Lõpetage edasijõudnute töötuba A8. "Miks me mõjutame?", mis käsitleb sotsiaalmeediat.
- Lõpetage töötuba B10 ja A10. "Rohelised teemad ja sotsiaalmeedia: kogukonnaaktivismi kampaania", mis käsitlevad sotsiaalmeedia kampaaniate loomist.



Materjalid

1. Juhendatud meditatsioon: digitaalne heaolu

Juhised: Kasutage tegevuses 1 järgmist Sustainable Agency plakatit, millel on näidatud rohepesu tehnikaid ja näpunäiteid nende tuvastamiseks.

Aspekt	Küsimused <i>Kuidas on sotsiaalmeedia kasutamine mõjutanud teie _____ seisundit?</i>	Pärast meditatsiooni/ refleksioon
Füüsiline	• Milline on teie energiatase? • Kas te magate hästi? • Kas te kasutate oma telefoni enne magamaminekut? • Kas tunnete kaela-, õla- või seljavalu?	• Mida saate teha, et hästi magada? • Mida saate teha, et vältida seadmete kasutamisest tekkivat <u>kaelavalu</u>?
Intellektuaalne	• Milliseid vooge te kõige sagedamini jälgite (meelelahutus, uudised, aktivism jne)?	• Kuidas saab vältida pidevat negatiivsete uudiste lugemist (<u>doomscrolling</u>)?
Emotsionaalne	• Milliseid tundeid tekitab teie vaadatav sisu? • Milline on viimasel ajal olnud teie valdav emotsioon (viha, hirm, kurbus, rõõm)? • Milline sisu toob teile kõige rohkem rõõmu? Kõige rohkem kurbust?	Mida saate teha pärast kerimise lõpetamist, et muuta oma meeleolu tagasi neutraalseks/rahulolevaks?
Vaimne	• Kas te tunnete, et olete teistega ühenduses? • Kas teie sotsiaalne elu edeneb veebis hästi? Väljaspool sotsiaalmeediat? • Kas tunnete end internetis üksildasena või isoleerituna?	• Kuidas saate oma sotsiaalmeedia kogukonna reaalsesse maailma tuua? • Kuidas saate võidelda üksinduse vastu?

2. Sissejuhatus sotsiaalmeediasse

Juhised: Kasutage järgmist graafikut ja tabelit tegevuses 1, et tutvustada osalejatele sotsiaalmeediat.



Allikas: <https://aofund.org/reAllikas/choosing-right-social-media-platform-your-business/>

Sissejuhatus sotsiaalmeediasse

Sotsiaal-meedia	Teave	Kinnitamine Sinine linnuke tähistab platvormi poolt kinnitatud autentset kasutajat.	Algoritm	Demograafilised andmed Ameerika Ühendriikides asuvate kasutajate andmed.
Instagram (IG) - Meta	- Foto- ja videosisu, mille all asuvad lühikirjeldused. - Sarnaneb Facebookiga. - Ühendab kasutajaid "meeldimiste" kaudu.			• 18-29-aastased kasutavad seda iga päev. • 30-49-aastased kasutavad seda sageli. • Üle 65-aastased kasutavad seda harva.
Facebook (FB) - Meta	Sisaldab 2 osa: - Leht (page) - mini-veebileht, sisaldab uudispostitusi, värskendusi ja suhtlust, suurepärane vahend reklaamiks. - Messenger - leheomanike vaheline suhtlusvahend. Grupp - foorum aruteludeks ja grupiliikmete ühendamiseks, mida haldab moderaator	Kaks võimalust: 1. Tasuline kinnitatud konto (15\$/kuu). 2. Autentne, ainulaadne ja tähelepanuväärne kasutaja.	- Prioritiseerib sisu, mida te võiksite soovida sõpradega jagada. - Mida rohkem on "meeldimisi" ja kommentaare, seda tõenäolisemalt te sisu näete. - Segab sisu, mida te soovite näha, ning mida platvorm arvab, et soovite näha.	• 30-64-aastased • Nooremad kui 30-aastased kasutavad seda, kuid see ei ole nende peamine allikas. • Üle 65-aastased kasutavad seda kõige rohkem.
Threads - Meta	Meta versioon X-ist			• Sarnaneb Twitteriga
X (Twitter)	- Mikroblogimise sait ja avalik foorum. - Edastab kasutajate mõtteid jälgijatele. - Uudiste, meelelahutuse ja arutelude allikas. - 280 tähemärgi piirang, kuid lubatud on lingid.	Mõlemad: 1. Tasuline X Premium (3 \$/kuu). 2. Aktiivne ja reaalne kasutaja, mitte petlik.	- Populaarsed uudised - Mida rohkem on "meeldimisi" ja kommentaare, seda tõenäolisemalt te sisu näete.	• Seda ei kasutata nii regulaarselt kui muud sotsiaalmeediat. • Enim kasutavad seda 18-29-aastased. • Üle 65-aastased ei kasuta seda kunagi. • Seda kasutavad rohkem mehed.
YouTube	- Videote jagamise platvorm. - Avalikkuse loodud sisu. - Hariduse, meelelahutuse ja arutelu allikas.	Tuleb koguda 100 000 jälgijat	- Soovitused lähtuvad kasutajate huvidest ja vaatamisajaloost. - Põhineb sellistel teguritel nagu videote tulemuslikkus ja kvaliteet.	• Levinud kõikides demograafilistes rühmades. • Seda kasutab üle 80% kõigist 18-64-aastastest.

2.Sotsiaalmeedia load: autoriõigused ja fotopanga pildid

Juhised: Osalejad kasutavad 3. tegevuses järgmisi mõisteid.

Märksõna	Definitsioon
Autoriõigus	Juriidiline termin, mis kirjeldab looja õigusi oma tööle. Registreerimisel antakse autoritele seaduslik kasutusõigus kõigele, mis on loodud vastavate tingimuste alusel.
Autoriõiguste rikkumine	Kui keegi kasutab teost ilma nõuetekohase loa või viideteta, rikub ta autoriõigusi, mis võib sõltuvalt rikkumise ulatusest kaasa tuua kas rahatrahvi või isegi vanglakaristuse.
Fotopank	Valik fotosid, mis on litsentseeritud konkreetseks otstarbeks või mida pakutakse avalikuks kasutamiseks, sageli tasuta. • Pexels • Pixabay • Freepik • Unsplash

Näide korrektse märgistamise (tagging) kohta Instagrammis

BBC Earth (25.06.24), Instagrami postitus:



Allikas: <https://www.instagram.com/bbcearth/?hl=en>

Näide fotopanga pildist Instagramis

One Health, One Environment EU (07.06.2024), Instagrami postitus:



Allikas: https://www.instagram.com/p/C76DXrtNDxR/?hl=en&img_index=1

3.Sotsiaalmeedia tööriistad: parima postituse loomine

Juhised: Osalejad kasutavad tegevuses 3 järgmisi tööriistu.

Tööriist	Kasutusviis
<u>Canva</u>	<u>Pildipostitused ja videod</u>
<u>Wepik</u>	Lood
<u>InShOt</u>	Videod • Töötab ainult nutitelefonis
<u>CapCut</u>	Videod
<u>Descript</u>	Videod (kasutab tehisintellekti)
Hea postitus peaks sisaldama	1. Konkursi 2. Detaile 3. Üleskutset/kutset tegevusele 4. Asjakohaseid ja ajakohaseid materjale 5. Asjakohast visuaalset materjali Allikas: https://groups.friendsoftheearth.uk/resources/beginners-guide-social-media

Accion Opportunity Fund. (2024). *Choosing the Right Social Media Platform for Your Business*. Retrieved from <https://aofund.org/reAllikas/choosing-right-social-media-platform-your-business/>. Vaadatud 25.5.2024.

BBC Earth [@bbcearth]. (2024, 25 June). Scientists theorise that penguins used to be able to fly, but that their wings became better adapted to swimming with evolution [Photograph]. *Instagram*. Retrieved from <https://www.instagram.com/p/C8osXszokZr/?hl=en>. Vaadatud 25.6.2024.

Canva. (2024). Retrieved from <https://www.canva.com/>. Vaadatud 29.5.2024.

CapCut. (2024). Retrieved from <https://www.capcut.com/>. Vaadatud 29.5.2024.

Chicago Digital Marketing Agency. (2024). *Social Media Platform Comparison*. Retrieved from <https://seodesignchicago.com/marketing/social-media-platform-comparison/>. Vaadatud 29.5.2024.

Compare the Market AU. (2024). Social Carbon Footprint Calculator. Retrieved from <https://www.comparethemarket.com.au/energy/features/social-carbon-footprint-calculator/>. Vaadatud 24.5.2024.

Democracy Rally EU. (n.d.). Digital Well-being. Retrieved from <https://www.democracyrally.eu/wp-content/uploads/2023/08/EUDR-Digital-Well-Being.pdf>. Vaadatud 30.5.2024.

Descript. (2024). Retrieved from <https://www.descript.com/>. Vaadatud 30.5.2024.

Friends of the Earth. (2024). A beginner's guide to social media. Retrieved from <https://groups.friendsoftheearth.uk/reAllikass/beginners-guide-social-media>. Vaadatud 29.5.2024.

InShot. (2024). Retrieved from <https://www.inshot.com/>. Vaadatud 29.5.2024.

The Nature Conservancy. (2024). Calculate Your Carbon Footprint. Retrieved from <https://www.nature.org/en-us/get-involved/how-to-help/carbon-footprint-calculator/>. Vaadatud 29.5.2024.

One Health One Environment EU [@one_healthenv_eu]. (2024, 7 June). Happy #WorldRahvusSafetyDay! This year, we're tackling the unexpected in Rahvus safety. Accidents, Rahvus fraud, or natural events – we're ready for it all [Photograph]. *Instagram*. Retrieved from https://www.instagram.com/p/C76DXrtNDxR/?hl=en&img_index=1. Vaadatud 7.6.2024.

Pexels. (2024). Retrieved from <https://www.pexels.com/>. Vaadatud 24.5.2024.

Tam, C. (2021, 27 September). How Social Media Habits are Contributing to Internet Pollution. *Earth.org*. Retrieved from <https://earth.org/how-social-media-habits-are-contributing-to-internet-pollution/>. Vaadatud 29.5.2024.

WePik. (2024). Retrieved from <https://wepik.com/templates/instagram-stories>. Vaadatud 29.5.2024.

World Intellectual Property Organization (2024). Copyright. Retrieved from <https://www.wipo.int/copyright/en/>. Vaadatud 29.5.2024.

Varnum, H. (2019, 24 December). How to lead a guided meditation. The Guided Meditation Framework. Retrieved from <https://guidedmeditationframework.com/blog/how-to-lead-a-guided-meditation>. Vaadatud 29.5.2024.



SISSEJUHATUS TEHISINTELLEKTI

Tase	Põhitase
Kokkuvõte	Osalejad tutvuvad tehisintellekti põhitõdedega, õppides tundma masinõppe ja generatiivse tehisintellekti tööriistu.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba suudavad osalejad: • Mõista tehisintellekti toimimise põhitõdesid • Kasutada elementaarseid masinõppe ja generatiivse tehisintellekti tööriistu
Kestus	75 minutit
Sihtrühm	Noored vanuses 15–18 aastat. Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelud/järelarutelud, teadmiste rakendamine
Digipädevused	• Info- ja andmekirjaoskus • Kommunikatsioon ja koostöö • Digitaalse sisu loomine • Turvalisus • Probleemide lahendamine Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefon), projektor, trükitud materjalid VÕI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides 1. "Tehisintellekti definitsioonid ja levinud tööriistad" 2. "Opetatava masina test – orgaanilised vs. mitteorgaanilised jäätmed" 3. "Harjutamine teeb meistriks" – bioloogilise mitmekesisuse hävimist käsitleva sotsiaalmeedia kampaania näide
Erikaalutlused	• Tagage osalejatele juurdepääs erinevatele sotsiaalmeedia platvormidele. • Pange ilma nutiseadmeta ja/või sotsiaalmeediata osalejad paari nendega, kellel need olemas on. • <i>Kasutage digivahendeid!</i> Vältige materjalide trükkimist ja pange kõik võrku. – "Quick, Draw!" 1. – "Sissejuhatus tehisintellekti" ja "Müüdimurdjad" 2. – "Ma õpetan, see õpib: masinõpe" 3. – "Harjutamine teeb meistriks" • Tehisintellekti müüdimurdjad – "Kahoot!" viktoriin • Tehisintellekti puudutavad müüdid ◦ Pennsylvania Ülikool ◦ Forbes • "AI & Climate Change", WE foorum • "AI Citations", Browni Ülikool • "Machine Learning for Kids", interaktiivne mäng Tehisintellekti tööriistad: • Google'i "Quick, Draw" • Google'i "Teachable Machine" • OpenAI ChatGPT • PhotoEditorAI Töötoa inspiratsioon: • Experience AI, Raspberry Pi Foundation



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Osalejad tutvuvad tehisintellekti põhitõdedega, õppides tundma masinõppe ja generatiivse tehisintellekti tööriistu.



Teoreetiline ettevalmistus:

Tehisintellekt (AI) on intelligentset käitumist jäljendavate süsteemide projekteerimine ja uurimine. Üldiselt põhineb tehisintellekt **masinõppel**, kasutades **suuri keelemudeleid** (LLM) – see tähendab, et masin õpib andmete kujul esinevate näidete põhjal. Tehisintellekt ei mõtle, see on loodud ülesannete täitmiseks viisil, mis näib olevat intelligentne.



Generatiivne tehisintellekt on loodud sisu, näiteks teksti, piltide või heli äratundmiseks, tõlkimiseks, prognoosimiseks ja/või loomiseks. Enamik üldsusele suunatud rakendusi kasutab genereerivat tehisintellekti. Tehisintellekti abil loodud disainilahendused põhinevad masinõppel, mis kasutab miljoneid internetist leiduvaid andmekilde. Selle tulemusel valmis disain on kõigi andmete kogum, mis võtab arvesse ka kasutaja juhiseid (Experience AI, kuupäev puudub).

Teachable Machine on Google'i tasuta ja hõlpsasti kasutatav tööriist, mis aitab mõista, kuidas masinõpe toimib. Mängige tööriistaga ja vaadake lisatud õpetusi, et mõista selle toimimist, sest te kasutate seda tegevuses 2.

ChatGPT on OpenAI generatiivsel tehisintellektil põhinev juturobot ja virtuaalne assistent, mis suhtleb vestluslikult. See kogub masinõppe abil kasutajatelt andmeid oma protsesside ja vastuste täiustamiseks, võimaldades viipadega vestlust rafineerida ja juhtida. ChatGPT-l on mitmeid piiranguid, kuna see annab sageli eksitavaid, ebaõigeid või isegi mõttetuid vastuseid. Siiski on see kõige laialdasemalt kasutatav generatiivse tehisintellekti mudel, sest see on tasuta, lisaks oli see üks esimesi kasutajasõbralikke lahendusi, mida saatis rahvusvaheline edu. PhotoEditorAI on generatiivse tehisintellekti visuaalne platvorm, mis genereerib pilte või redigeerib kasutajate poolt üleslaetud pilte, kasutades masinõpet. Töötlusvahendid võimaldavad detaile redigeerida, pilti laiendada, värvida/joonistada, tausta eemaldada, puhastada, täiustada ja eraldusvõimet muuta.



Füüsiline ettevalmistus:

1. Arutelude juhtimiseks on vaja tahvlit või pabertahvlit ja markereid.
 - a. Teise võimalusena võite kuvada jagatud Google Docs dokumenti.



Pange tähele:

- Lisage videotele subtiitrid, et toetada osalejate arusaamist.
- Google'i õpetataval masinal ei ole nutitelefonide jaoks mõeldud versiooni, seega proovige kasutada osalejate sülearvuteid ja tahvelarvuteid või varuge lisaseadmeid. Kui see on probleemiks, võib tegevust 2 läbi viia ühe rühmana. Selleks, et see toimiks, peate andma loa kaamera kasutamiseks.
- Kui õpilane tunneb end 2. tegevuses ekraanil ebamugavalt, pange ta kellegagi paari või laske tal kasutada mõnda teist ruumis olevat objekti.
- Hoidke varuks üks või kaks orgaanilist jäätmematerjali, et saaksite neid kasutada 2. tegevuse masinõppe testis.
- Isegi kui osalejad ei kavatse 10. töötoas osaleda, on tegevus 3 hea harjutus generatiivse tehisintellekti tööriistade kasutamiseks.
- Kui kõik osalejad kavatsevad läbida ka 10. töötoa, määrake kampaaniarühmad ja keskkonnateemad kohe, et nad saaksid juba 3. tegevuses koos töötada.
- Kui kasutate sotsiaalmeedia kampaania näidet (vt ""), ärge järgige seda täpselt, sest kuvatavad tulemused ei ole samad. Esmalt mängige tehisintellekti tööriistadega. Näide on mõeldud esialgse juhisenäitega, mis sisaldab näpunäiteid ja märkusi, mida tuleks osalejatega jagada.
- Pange iga nutitelefoniga osaleja paari kellegagi, kellel see olemas on.



Soojendus: "Quick, Draw!"

- 5 minutit

Osalejad tutvuvad masinõppe võimsusega interaktiivse kogemuse kaudu, kasutades Google'i "Quick, Draw" programmi.



Juhised:

1. Jagage osalejad paaridesse ja laske neil minna Google'i veebilehele "Quick, Draw" (kergesti leitav Google'i otsingust).
2. Laske neil mängida 2–3 vooru, kus nad joonistavad pilte vastavalt tehisintellekti juhistele.
 - a. Täieliku efekti saavutamiseks lülitage heli sisse (et kuulda AI reaktsiooni).
3. Kutsuge kogu grupp kokku, et vaadata mängu tutvustav videot (1 minut ja 41 sekundit).
 - a. Selle leiate vasakust ülanurgast, roosast küsimärgiga märgistatud kastist.



Tegevus 1: Arutelu – "Sissejuhatus tehisintellekti ja müüdimurdjad"

- 15 minutit

Osalejad tutvuvad tehisintellekti põhitõdedega, sealhulgas õpivad tundma põhimõisteid.



Juhised:

Osa 1: "Sissejuhatus tehisintellekti"

1. Küsi osalejatelt, mida nad tehisintellekti kohta teavad. Kirjutage tahvile märksõnade nimekiri.
 - a. Vt jaotist "Teoreetiline ettevalmistus".
2. Tutvustage neile kolme kõige levinumat märksõna, kasutades jaotist "Tehisintellekti definitsioonid ja levinud tööriistad". (vt 1").
 - a. AI (tehisintellekt)
 - b. Masinõpe
 - c. Generatiivne tehisintellekt
3. Juhtige arutelu, rääkides sellest, kuidas osalejad juba praegu igapäevaelus tehisintellekti kasutavad. Andke neile teada, et selle töötoa keskmes on masinõpe ja generatiivne tehisintellekt.
4. Nüüd kui osalejad teavad, mis on tehisintellekt, looge tahvile nimekiri selle plussidest ja miinustest.
5. Juhtige arutelu järgmiste küsimustega:
 - a. Mis muudab tehisintellekti kasulikuks? Kahjulikuks?
 - b. Kuidas saaks AI teid isiklikult aidata? Teile kahju teha?
 - c. Kes kontrollib tehisintellekti? Kas keegi kontrollib seda?
 - d. Mis teis tehisintellekti puhul põnevust tekitab? Mida te kardate?
6. Nüüd vaadake läbi levinud tehisintellekti müüdid, kasutades rakenduse "Kahoot!" viktoriini: "Tehisintellekti müüdimurdjad"
7. Arutlege vastuste üle, kasutades jaotist "Materjalid 1".



Tegevus 2: Analüüs – "Mina õpetan, see õpib: masinõpe"

- 25 minutit

Osalejad õpivad praktilise kogemuse kaudu, kuidas masinõpe toimib.



Juhised:

1. Suunake osalejad paarikaupa või individuaalselt Google'i veebilehele "[Teachable Machine](#)" (hõlpsasti leitav otsinguga).
2. Andke õpilastele kiire ülevaade töövahendist ja selle eesmärgist (masinõpe), kasutades veebikaamera näidet endast ja millestki muust ruumis (veepudel, pliiatsid, tool jne).
3. Nüüd julgustage osalejaid tegema sama, kasutades ennast ja midagi ruumis või oma kotis olevat.
4. Kui kõigil on olnud võimalus tööriistaga mängida, koguge grupp kokku, et arutada järgmist:
 - a. *Kuidas arvuti õppis?*
 - b. *Kuidas te seda õpetasite?*
 - c. *Kuidas te saaksite valminud mudelit kasutada?*
5. Nüüd korrake protsessi, lisades 2 kategooriat: orgaanilised jäätmed ja mitteorgaanilised jäätmed (kasutage pilte jaotisest "Materjalid 2").
6. Testige tehisintellekti mudelit, hoides käes erinevaid jäätmeid:
 - a. Ehtne banaanikoor
 - b. Veepudel
 - c. Pastakas
 - d. Apelsinikoor
7. Arutelu:
 - a. *Mis juhtus?*
 - b. *Kuidas saaks seda mudelit kasutada keskkonna kaitsmiseks?*
 - c. *Kuidas saaks tehisintellekti mudeleid üldiselt kasutada keskkonna kaitsmiseks?*
8. Nüüd jagage, kuidas tehisintellekt juba praegu keskkonda toetab.



Tegevus 3: Praktiline rakendus – "Harjutamine teeb meistriks"

- 30 minutit

Osalejad harjutavad erinevate generatiivse tehisintellekti tööriistade kasutamist, et valmistuda sotsiaalmeedia kampaaniaks.



Juhised:

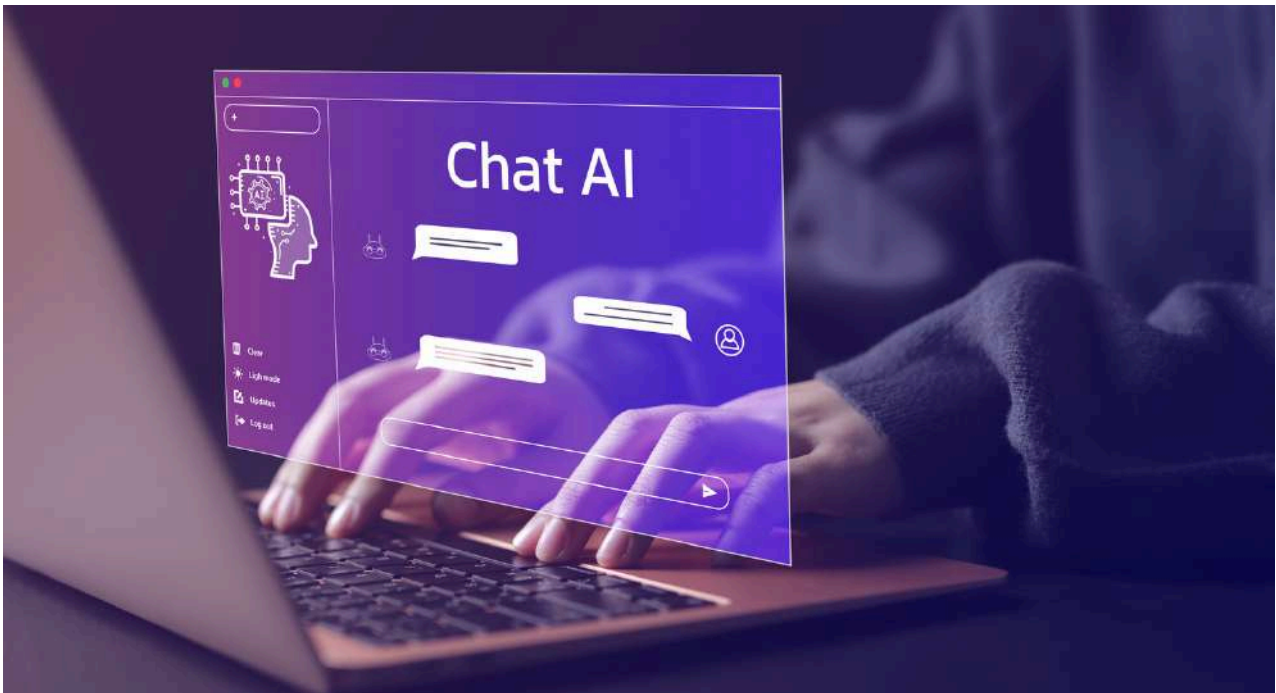
1. Tutvustage osalejatele sotsiaalmeedia kampaania tegevust 10. töötoast ("Tegevus 2").
 - a. Kui osalejad kavatsevad läbida 10. töötoa, määrake rühmad ja teemad juba praegu.
2. Osalejad võivad töötada individuaalselt, paarides või väikestes rühmades.
3. Selgitage, et nad harjutavad generatiivse tehisintellekti kasutamist oma kampaaniateema näitel.
4. Tooge näide, kasutades ChatGPT-d (kirjutamine) ja PhotoEditorAI-d (pildid) (vt "").
5. Tutvustuse ajal esitage osalejatele küsimusi:
 - a. ChatGPT
 - i. *Kuidas saame seda tööriista kasutada oma kampaania läbiviimiseks?*
 - ii. *Kas ma peaksin usaldama kõike, mida ChatGPT mulle ütleb?*
 - iii. *Kas on sobilik sisu ChatGPT-st kopeerida?*
 - iv. *Mida ma siis kasutama peaksin?*
 - b. PhotoEditorAI
 - i. *Kuidas saame seda tööriista kasutada oma kampaania läbiviimiseks?*
 - ii. *Kas ma peaksin PhotoEditorAI abil looma mis tahes pilte?*
 - iii. *Kas te suudate eristada tehisintellekti abil loodud pilti reaalsest pildist?*
 - iv. *Mida ma siis kasutama peaksin?*

c. Tuletage osalejatele meelde, et nad peaksid kasutama sama ettevaatlikult kõiki generatiivse tehisintellekti tööriistu:

- i. Kontrollige alati fakte – ärge usaldage kõike
- ii. Looge eesmärgiga – asjakohaste faktidega
- iii. Olge detailne!

6. Nüüd on osalejate kord!

7. Juhendajad peaksid ringi käima ja küsimusi esitama (vt eespoolt), tagades, et osalejad kasutavad platvorme korrektselt.



Refleksioon/järelarutelu

- 5 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga.

Korraldaja juhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele").



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

- Lõpetage edasijõudnute töötuba "Ettevaatust, botid", mis käsitleb tehisintellekti.
- Lõpetage töötuba "Rohelised teemad ja sotsiaalmeedia: kogukonnaaktivismi kampaania", mis käsitleb sotsiaalmeedia kampaaniate loomist.
- Suunake osalejad teise masinõppe tööriista "Machine Learning for Kids" juurde, mille abil loodud mudeleid saab asendada koodiga, et luua arvutimänge programmis "Scratch".



Materjalid

1. Tehisintellekti definitsioonid ja levinud tööriistad

Juhised: Kasutage järgmist tabelit 1. tegevuses, et aidata osalejatel mõista tehisintellekti.

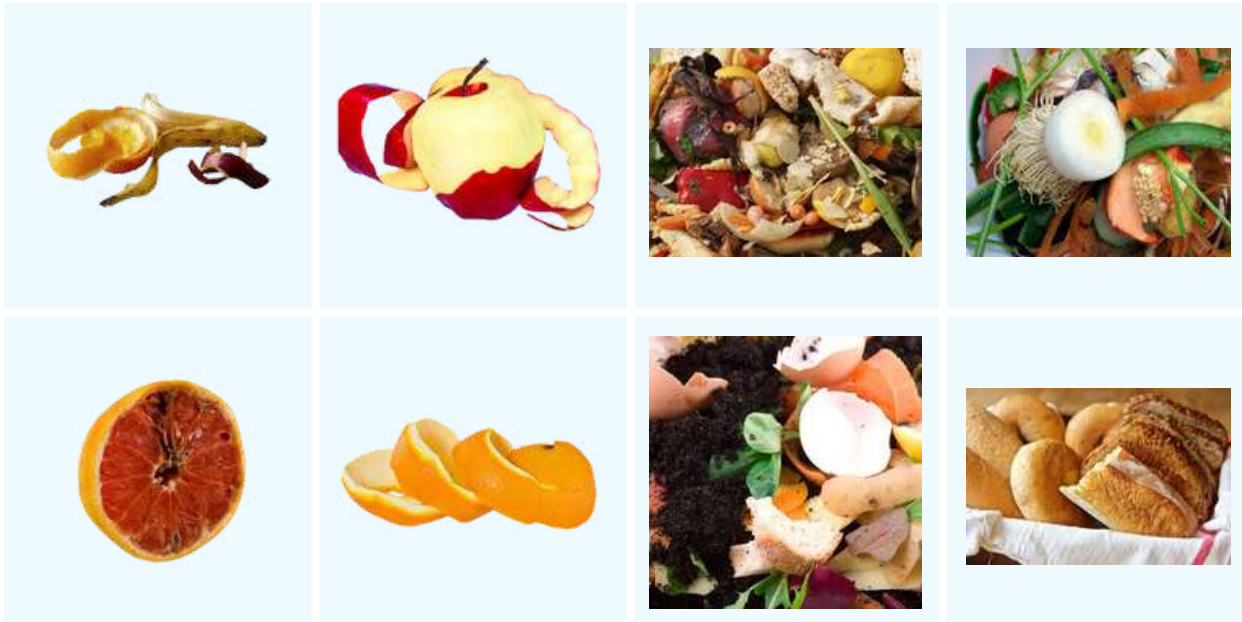
Märksõna	Definitsioon
Tehisintellekt (AI)	Arvutiga juhitava robot, mis suudab täita ülesandeid, mida tavaliselt seostatakse intelligentsete olenditega, näiteks inimestega.
Masinõpe	Masin õpib andmete näitel.
Levinud tehisintellekt/ juba kasutusel	• Telefonide näotuvastus • Sotsiaalmeedia algoritmid • Interneti-otsingud • Siri/Alexa/Google Home/Cortana – digitaalsed häälassistendid • Netflix – voogedastusteenused
Generatiivne tehisintellekt	See on loodud sisu, näiteks teksti, piltide või heli genereerimiseks. Enamik üldsusele suunatud rakendusi kasutab genereerivat tehisintellekti. Tehisintellekti abil loodud disainilahendused põhinevad masinõppel, mis kasutab miljoneid internetist leitud andmekilde. Selle tulemusel valmis disain on kõigi andmete kogum, mis võtab arvesse ka kasutaja juhiseid.
Levinud generatiivne tehisintellekt Tööriistad	• ChatGPT (OpenAI) • Bard (Google) • Copilot (Microsoft) Tekst
	• Claude (Anthropic) • Copy.ai Kirjutamine
	• Midjourney • Photo Editor AI • Craiyon Pildid/kunst
	• Synthesia Video
	• Eleven Labs Hääli
	• Suno Muusika
	• Wix Veebilehtede loomine
	• Pico Rakenduste loomine
Tehisintellekti müüdid	1. Tehisintellekt ei tee kunagi vigu. 2. Tehisintellekt saavutab inimestasemel mõistmise. 3. Tehisintellekt asendab inime töötajaid. 4. Tehisintellekt vallutab maailma. 5. Tehisintellekt on vastus kõigi probleemidele. 6. Tehisintellekt täiustab alati inimeste sooritust. 7. Tehisintellekt mõistab konteksti. 8. Tehisintellekt omab teadlikku mõtlemist. Allikad: • “Five Myths About Generative AI That Leaders Should Know” – Pennsylvania Ülikool • “18 Tech Experts Discuss AI Myths That Should Be Debunked” – Forbes

Allikass: <https://experience-ai.org/en/units/experience-ai-lessons>

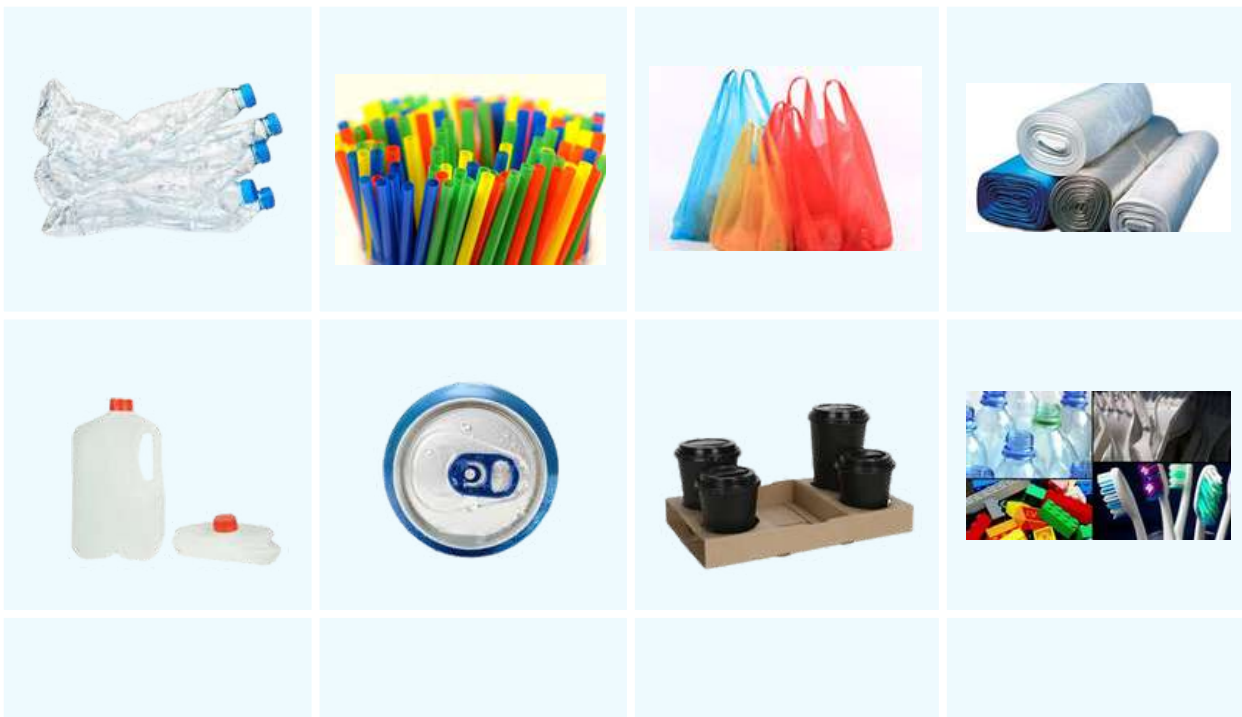
2.Õpetatava masina test – orgaanilised vs. mitteorgaanilised jäätmed

Juhised: Laadige järgmised pildid programmi "Teachable Machine", et näidata, kuidas tehisintellekti õppemudeleid saab kasutada keskkonna toetamiseks.

Orgaanilised jäätmed



Mitteorgaanilised jäätmed



Kuidas tehisintellekt aitab kliimamuutustega toime tulla

- Kaardistab jäämägede sulamist, raadamist ja metsade taastamist, ookeaniprügi
- Prognoosib ilmastikumustreid ja kliimakatastroofe
- Muudab jäätmekäitluse tõhusamaks
- Prognoosib taastuvate energiaallikate tootmiskahtu
- Jälgib kasvuhoonegaaside koguseid

Allikas: sisaldab informatiivseid videoid kõikide projektide kohta – <https://www.weforum.org/agenda/2024/02/ai-combat-climate-change/#:~:text=The%20use%20of%20artificial%20intelligence,the%20World%20Economic%20Forum%20says>

3. Harjutamine teeb meistriks – bioloogilise mitmekesisuse hävimist käsitleva sotsiaalmeedia kampaani näide

Juhised: Järgige seda struktuuri, et näidata osalejatele, kuidas kasutada generatiivset tehisintellekti oma sotsiaalmeedia kampaaniates. Seda ei ole vaja järgida sõna-sõnalt – see on vaid juhend, mis aitab teil alustada.

ChatGPT		
Juhised	Pange tähele	Nõuanded
–Alustage üldiste kampaaniat puudutavate küsimustega ja paluge soovitusi. – <i>"Ma loon sotsiaalmeedia kampaaniat...kas saad mind aidata?"</i>	See annab teile liiga palju üksikasju, mis ei pruugi vastata ülesande eesmärgile/parameetritele.	*Kasutage alati sama lehekülge, nii mäletab (õpib) see teie teemat ja juba öeldut.
–Olge täpsem – esitage seoses kampaaniaga üks üksikasjalik küsimus. – <i>Millised juhtivad keskkonnaaktivistid tegelevad bioloogilise mitmekesisuse vähenemisega?</i>	See annab teile taas pika nimekirja.	*Võite alati vajutada "Stop" nuppu, kui see hakkab andma ebaolulist või liiga üksikasjalikku teavet.
–Kitsendage teemat veelgi. – <i>Kust võib leida usaldusväärseid allikaid, mis räägivad Jane Goodalli tööst bioloogilise mitmekesisuse vähenemise valdkonnas?</i>	Kõik allikad ei ole usaldusväärsed! Te PEATE allikaid kontrollima (lateraalne lugemine, faktide kontrollimine jne).	*Kõik lingid ei tööta.
–Küsi allikaid konkreetsetelt veebilehtedelt. – <i>Too mulle näide artiklist, mis käsitleb bioloogilise mitmekesisuse vähenemist ja milles mainitakse Jane Goodalli'i National Geographicust.</i>	Paljudel allikatel on ChatGPT suhtes piirangud ning vastupidi. ChatGPT ei saa jagada Nat Geo artiklite linke, vaid ainult artikli nime ja juhiseid selle leidmiseks. Järgige neid juhiseid, et näha, kas see toimib!	*Kõik ChatGPT artiklisoovitused ei ole reaalsed – mõnikord leiutatakse artikleid. *ChatGPT TEEB VIGU
PhotoEditorAI		
Juhised	Pange tähele	Nõuanded
–Alustage üldiste teemat puudutavate küsimustega. – <i>"Bioloogilise mitmekesisuse vähenemine keskkonna hävimise tõttu."</i>	Mõistke, et see on liiga laialivalguv, seega peab teil olema ettekujutus konkreetsest disainist.	* Mõned näevad palju realistlikumad välja kui teised.
–Muutke juhiseid, küsides konkreetset pilti. – <i>"Simpansite elupaikade kadumine."</i>	See ei ole piisavalt konkreetne!	* Ärge kasutage täielikke lauseid, vaid ainult märksõnu.
–Vaja on täpseid üksikasju, sh kujundeid, värve, emotsioone ja konteksti (millal, kus, kuidas). – <i>"Simpansid raadamine kurb Tansaania"</i>	Pange tähele, et ebaselgeid tegevusi on raske kujutada, seega lisage ka see, kes ja kuidas tegevust sooritab.	*Olge detailidega ettevaatlik, mõnikord on vaja soovitud tulemuse saavutamiseks sõnastust muuta. Alati katsetage!
"Simpansid grupp raadamine kurb Tansaania reostus"	Laadige see alla! Ning ärge unustage oma postituses viidata PhotoEditorAI-le, et teavitada lugejaid generatiivse tehisintellekti kasutamisest.	*Sageli on nii, et mida rohkem juhiseid antakse, seda ebareaalsem on foto.
Lõpptulemus		

Brown University Library. (2024). Generative Artificial Intelligence. Retrieved from <https://libguides.brown.edu/c.php?g=1338928&p=9868287#:~:text=Individual%20publishers%20may%20have%20their,use%20them%20in%20your%20work>. Vaadatud 30.5.2024.

Experience AI. (n.d.). Foundations of AI [Lesson Plans]. *Google DeepMind & Raspberry Pi Foundation*. Retrieved from <https://experience-ai.org/en/units/experience-ai-lessons>. Vaadatud 30.5.2024.

Forbes Technology Council. (2023, 21 April). 18 Tech Experts Discuss AI Myths That Should Be Debunked. *Forbes*. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2023/08/21/18-tech-experts-discuss-ai-myths-that-should-be-debunked/>.

Google. (2024). Quick, Draw! Retrieved from <https://quickdraw.withgoogle.com/#>. Vaadatud 24.5.2024.

Google. (2024). Teachable Machine. Retrieved from <https://teachablemachine.withgoogle.com/train/image>. Vaadatud 24.5.2024.

Kahoot!. (2024). AI Mythbusters [Quiz]. <https://create.kahoot.it/share/ai-mythbusters/3e6ca504-ca62-4328-89da-8d83bf36684f>.

Machine Learning for Kids (2024). Retrieved from <https://machinelearningforkids.co.uk/#!/welcome>. Vaadatud 23.5.2024.

Masterson, V. (2024, 12 February). 9 ways AI is helping tackle climate change. *World Economic Forum*. Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2024/02/ai-combat-climate-change/#:~:text=The%20use%20of%20artificial%20intelligence,the%20World%20Economic%20Forum%20says>. Vaadatud 30.5.2024.

Open AI. (2024). ChatGPT. Retrieved from <https://openai.com/index/chatgpt/>. Vaadatud 30.5.2024.

Photo Editor AI. (2024). Photo Editor. Retrieved from <https://photoeditor.ai/>. Vaadatud 30.5.2024.

Snyder, S. (2024, 30 April). Five Myths About Generative AI That Leaders Should Know. *Wharton School of Business, University of Pennsylvania*. Retrieved from <https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/five-myths-about-generative-ai-that-leaders-should-know/>.



KES ON NÜÜD EKSPERT?

Tase	Edasijõudnud
Kokkuvõte	Läbi eksperte käsitleva interaktiivse mängu selgitatakse osalejatele, mida on vaja selleks, et neid saaks pidada mingi teema eksperdiks, ning millised tuntud organisatsioonid kaasavad oma artiklite loomisesse sageli eksperte.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba suudavad osalejad: • Mõista erinevaid allikatüüpe • Eristada internetiallikate usaldusväärsuse taset • Otsida usaldusväärseid artikleid
Kestus	90 minutit
Sihtrühm	Noored vanuses 19–30 aastat, kellel on mõningad eelteadmised sellistest teemadest nagu eksperdid ja usaldusväärsed allikad. Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelud/järelarutelud, teadmiste rakendamine
Digipädevused	• Info- ja andmekirjaoskus • Kommunikatsioon ja koostöö • Turvalisus • Probleemide lahendamine
	Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefon), projektor, plakatipaber, markerid, teip, trükitud materjalid VOI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides. 1. "Ekspertide" ID-kaardid 2. Organisatsioonide ID-kaardid 3. Vastused – ekspertide ja organisatsioonide kaardid 4. "Leia oma ekspert"
Erikaalutlused	• Pange ilma nutiseadmeta osalejad paari nendega, kellel see olemas on. • Trükkige artiklite esimene lehekülg välja nende töötubade jaoks, kus puudub internetiühendus. • <i>Kasutage digivahendeid!</i> Vältige materjalide printimist ja pange need ühiselt kasutatavasse Google Docs dokumenti. Jagage seda osalejatega, et nad saaksid lisada artikleid igasse allikarühma.
	– "Ekspert ruumis" 1. – "Kes on nüüd ekspert?" 2. – "Oot, mida?" 3. – "Leia oma ekspert"
	• Eksperti definitsioon: Cambridge University Dictionary Allikad: • Environmental Science & Policy • Euroopa Keskkonnaagentuur • National Geographic • Huffington Post • Buzzfeed • Instagram • InfoWars



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Läbi eksperte käsitleva interaktiivse mängu selgitatakse osalejatele, mida on vaja selleks, et neid saaks pidada mingi teema eksperdiks, ning millised tuntud organisatsioonid kaasavad oma artiklite loomisesse sageli eksperte.

"Ekspertid":

1. Ekspert – dr Emily Chen ja dr Andrew Kim
2. Professionaal – Jessica Martinez ja Mikhail Popović
3. Poliitikakujundaja – John Smith
4. Entusiast – Maya Patel
5. Aktivist – Ryan Garcia
6. Vandenõuteoreetik – Alex Jones

Organisatsioonid:

1. Teadusajakiri – Environmental Science & Policy
2. Valitsuse allikas – Euroopa Keskkonnaagentuur
3. Valitsusväline organisatsioon – Nat Geo
4. Uudisteväljaanne – Huffington Post
5. Digitaalmeedia ettevõtte – BuzzFeed
6. Sotsiaalmeedia – Instagram
7. Arvamusartiklid/blogi – Eco-life Tips
8. Alternatiivsed uudised – InfoWars



Teoreetiline ettevalmistus:

Ekspert on isik, kellel on kõrgetasemelised teadmised või oskused seoses konkreetse teema või tegevusega (Britannica, 2024). Sõltuvalt teemast leidub erinevaid eksperte, kelle usaldusväärsuse tase varieerub.

Eksperti pädevuse tase määratakse tihtipeale kindlaks tõlgendamise ja lateraalse lugemisoskuse kaudu.



Füüsiline ettevalmistus:

1. Soojendusharjutuste läbiviimiseks varuge kõigi osalejate jaoks piisavalt märkmepabereid ja pastapliiatseid.
2. Printige kõigile osalejatele piisavalt ID-kaarte ja vastuseid (vt jaotist).
 - a. Teise võimalusena võite pakkuda digitaalseid koopiaid, kasutades Google'i dokumente. Paluge osalejatel oma digitaalseid märkmeid interaktiivse mängu ajal telefonides kuvada.



Pange tähele:

- Tegevuses 1 nimetatud eksperdid on fiktiivsed (välja arvatud Alex Jones).
- Kõik tegevuses 1 nimetatud organisatsioonid on reaalsed, välja arvatud Eco-life Tips (blogi).
- Akadeemilistele ajakirjadele ligipääsuks on sageli vaja tellimust. Seega, kuigi need on usaldusväärsed, ei ole need sageli nii kättesaadavad kui muud allikad.
- Kui osalejaid on rohkem kui 16, looge ise uusi kaarte vastavalt teemale või korrake kaarte. Kui osalejaid on vähem kui 16, eemaldage üks ekspert ja professionaal, seejärel entusiast ja aktivist.



Soojendus: "Ekspert ruumis"

- 20 minutit

Tutvustage töötuba interaktiivse mänguga, kus osalejad teesklevad, et nad on mingi valdkonna eksperdid.



Juhised:

1. Paluge osalejatel valida teema, milles nad sooviksid olla eksperdid.
 - a. See võib olla midagi, millega nad on tuttavad, või midagi täiesti teistsugust. Julgustage neid olema loovad!
2. Nüüd kirjutavad nad oma märkmekaartidele, mis teeb neist eksperdid (vt näiteid allpool).
 - a. Põhjendused peaksid olema üksikasjalikud, kuid mitte liiga pikad.
 - b. Näidake osalejatele näiteid ainult siis, kui nad satuvad segadusse. Laske neil esmalt loovalt tegutseda, andmata liiga palju juhiseid.
3. Jagage kogu grupp pooleks. Üks rühm seisab, hoides üleval oma ekspertide kaarte, teine rühm kõnnib ringi ja loeb kaarte. Suhtlemine ei ole vajalik.
4. Ringi kõndiv rühm peab nüüd üheskoos eksperdid järjekorda panema – kõige asjatundlikumast kuni kõige vähem asjatundlikumani.
 - a. Oleks kasulik teha sellest järjestusest pilt, et saaksite seda arutelu ajal näidata. Või paluge osalejatel oma järjekord meelde jätta.
5. Vahetage rolle. Nüüd kõnnib ringi "ekspertide" rühm, lugedes teise rühma kaarte ja pannes need järjekorda.
6. Arutlege, miks "ekspertid" selliselt järjestati.
 - a. Mis tegi "kõige asjatundlikuma" isiku oma teema ekspertiks?
 - b. Kuidas on lood kõige vähem asjatundliku inimesega?
 - c. Mida on vaja selleks, et olla mingi teema ekspert?
 - d. Mis annab märku, et keegi ei ole ekspert?
 - e. Miks on ekspertide leidmine internetis oluline?

Näidis: Ekspert 1

Võrkpall



Olen võrkpalli ekspert! Olen võrkpalli mänginud alates 11. eluaastast. Ühel suvel õpetasin võrkpalli lastelaagris ja nüüd korraldan sõpradega mängimiseks harrastusliigasid.

Näidis: Ekspert 2

Kokandus



Olen kokandusekspert. Tavaliselt valmistan endale toitu kord nädalas. Teistel päevadel tellin McDonaldsist. Mulle meeldib kartuleid mikrolaineahjus soojendada ja neid võiga üle valada.



Tegevus 1: Suhtlus – "Kes on nüüd ekspert?"

- 30 minutit

Osalejad viivad nüüd läbi sama interaktiivse tegevuse, kasutades tõeliste ekspertide (või mitte!) märkmekaarte. See aitab osalejatel mõista, mis iseloomustab eksperte ja millistest allikatest võib eksperte kõige sagedamini leida (või ka mitte!).

"Ekspertid"	Organisatsioonid
Dr Emily Chen (ekspert)	Environmental Science & Policy (teadusajakiri)
Dr Andrew Kim (ekspert)	Euroopa Keskkonnaagentuur (valitsusasutus)
Mikhail Popović (professionaal)	National Geographic (mittetulundusühing)
John Smith (poliitikakujundaja)	Huffington Post (uudisteväljaanne)
Jessica Martinez (professionaal)	Eco-life Tips (blogi)
Maya Patel (entusiast)	Buzzfeed (digitaalmeedia ettevõtte)
Ryan Garcia (aktivist)	Instagram (sotsiaalmeedia)
Alex Jones (vandenõuteoreetik)	InfoWars (alternatiivsed uudised)



Juhised:

Esimene osa – suhelge oma grupiga

1. Jagage kogu grupp pooleks. Andke ühele rühmale ekspertide ID-kaardid (vt "1") ja teisele rühmale organisatsioonide ID-kaardid (vt "2").
2. Osalejad tutvustavad ennast 5 minuti jooksul teistele ekspertidele/organisatsioonidele oma rühmas.
3. Iga rühm peab otsustama, milline on nende kaartide eksperditase. Neil palutakse eksperdid/organisatsioonid järjekorda panna – keskkonnateadustes kõige asjatundlikumast kuni kõige vähem asjatundlikumani (see võib olla mõnevõrra tõlgendamise küsimus).
4. Juhendaja peaks ringi käima ja aitama rühmadel kaarte järjestada, esitades suunavaid küsimusi, näiteks:
 - a. Mis tegi "kõige asjatundlikuma" isiku oma teema ekspertiks?
 - b. Kuidas on lood kõige vähem asjatundliku inimesega?
 - c. Mida on vaja selleks, et olla selle teema ekspert?
 - d. Mis annab märku, et keegi ei ole ekspert?
5. Paluge osalejatel kaartide järjestus paberile kirjutada, et saaksite selle seinale riputada. Osalejad peavad oma ID-kaardile kirjutama eksperdi oletatava taseme (hinne 1 on kõrgeim).
 - a. Ekspertid 1–6
 - b. Organisatsioonid 1–8
 - c. Samuti tuleb kasuks järjestuse pildistamine, et seda oleks võimalik arutelu ajal näidata.

Teine osa – suhelge teise rühmaga

1. Nüüd paluge mõlemal rühmal kokku tulla ja suhelda osalejatega, kellel on teist tüüpi kaart (eksperdid organisatsioonidega). Andke osalejatele selleks umbes 5 minutit.
 - a. Osalejad peaksid hakkama märkama, et ekspertide kaardid vastavad organisatsioonide kaartidele (nt. Dr. Chen avaldab sageli artikleid teadusajakirjas Environmental Science & Policy).
2. Nüüd paluge osalejatel oma kaardid kokku sobitada (eksperdid organisatsioonidega).
3. Kokku sobitatud paarides peaksid osalejad arutama järgmisi küsimusi:
 - a. *Miks me oleme kokku sobitatud?*
 - b. *Milline oli meie ekspertide skoor?*
 - c. *Kas me oleme üksteise hinnangutega nõus?*



Tegevus 2: Arutelu/järelarutelu – "Oot, mida?"

- 20 minutit

Osalejad arutlevad tegevuse käigus toimunu üle, et mõista, keda peetakse ekspertideks, mis teeb neist eksperdid ja kuidas aru saada, kas organisatsioon kasutab eksperte või mitte.



Juhised:

1. Nüüd andke igale rühmale vastused – nii ekspertidele kui ka organisatsioonidele (vt "3").
2. Paluge osalejatel paarides arutada:
 - a. *Kui lähedal nad õigele vastusele olid.*
 - b. *Mis teeb nende isikust/organisatsioonist eksperdi?*
3. Koguge terve grupp kokku.
4. Näidake osalejatele ekspertide tasemete vastuseid (vt "3").
5. Alustage arutelu selle üle, miks iga eksperti ja organisatsiooni peetakse usaldusväärseks või ebausaldusväärseks.
6. Inimestest rääkides tooge välja neile määratud kategooriad. Arutlege, mida need kategooriad tähendavad ja miks mõned neist on usaldusväärsemad kui teised.
 - a. Ekspert
 - b. Professionaal
 - c. Poliitikakujundaja
 - d. Entusiast
 - e. Aktivist
 - f. Vandenõuteoreetik
7. Organisatsioonidest rääkides tooge välja neile määratud erinevad kategooriad. Arutlege, mida need kategooriad tähendavad ja miks mõned neist on usaldusväärsemad kui teised.
 - a. Teadusajakiri
 - b. Valitsuse allikas
 - c. Valitsusväline organisatsioon (VVO)
 - d. Uudisteväljaanne
 - e. Digitaalmeedia ettevõtte
 - f. Arvamusartikkel/blogi
 - g. Alternatiivsed uudised



Tegevus 3: Praktiline rakendus – "Leia oma ekspert"

- 20 minutit

Osalejad kasutavad õpitut ekspertide leidmiseks, kes on kirjutanud usaldusväärseid keskkonnaalaseid uudisartikleid.



Juhised:

1. Pange ekspertide ID-kaartidega osalejad paari organisatsioonide ID-kaartidega osalejatega.
2. Osalejad otsivad tegelikke eksperte, kes sarnanevad nende kaardil olevale isikule ja kes on kirjutanud uudisartikleid organisatsioonikaardil välja toodud teemal (vt "").
3. Andke vandenõuteoreetikute ja alternatiivsete uudiste kaartidega osalejatele veel üks kaart, sest me ei saa neid millegi asjatundjateks pidada!
4. Andke õpilastele ligipääs ülesandele "Leia oma ekspert" (vt), mis sisaldab konkreetseid juhiseid uurimisprotsessi kohta.
5. Juhendajad peaksid osalejaid toetama, kõndides ringi ja esitades järgmisi küsimusi:
 - Mida see hüperlink teile autori kohta ütleb?
 - Mida te LinkedIn'ist otsite?
 - Mis teeb sellest inimesest eksperdi?
 - Kui valisite teise organisatsiooni, siis mis muudab selle usaldusväärseks?



Refleksioon/järelarutelu

- 5 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga.

Korraldaja juhhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele").



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

- Jätkake edasijõudnute töötoaga A2. "SIFT-meetod kliimakriisi käsitlemisel: mis muudab allika usaldusväärseks?", mis õpetab konkreetset tehnikat usaldusväärsete allikate leidmiseks.



Materjalid

1. Ekspertide ID-kaardid

Juhised: Jagage neid kaarte juhuslikult pooltele tegevuses 1 osalejatele.

Inimesed

Nimi: Alex Jones

Varjunimi: InfoWarrior

Vanus: 48

Elukutse: meediaisiksus

Fookus: Alex Jones on meediaisik, kes on tuntud erinevate teemade, sealhulgas keskkonnavalaste teooriate propageerimise poolest. Alex osaleb sageli internetiaruteludes ja -saadetes, kus ta räägib kliimamuutustest kui pettusest, jagab keemiapiilve vandenõud ning teooriaid sellest, kuidas valitsused kontrollivad keskkonda. Ta kasutab InfoWars'i veebiplatvormi oma seisukohtade levitamiseks ja suure publiku mõjutamiseks.

Nimi: John Smith

Elukutse: keskkonnapoliitika analüütik

Vanus: 45

Haridus: bakalaureusekraad politoloogias

Fookus: John on kogenud poliitikaanalüütik, kellel on rohkem kui 20-aastane töökogemus valitsuse keskkonnavalastades. Ta mängib võtmerolli keskkonnavõimaluste uurimisel ja analüüsimisel, poliitiliste ettepanekute koostamisel ning valitsusametnike nõustamisel keskkonnamääruste ja -algatuste osas. Johni töö aitab kaasa tõhusate poliitikate väljatöötamisele, mis käsitlevad pakilisi keskkonnaprobleeme ja edendavad jätkusuutlikkust. Ta annab sageli teavet kohalikele uudistekanalitele, näiteks Huffington Postile.

Nimi: Dr Emily Chen

Elukutse: kliimateadlane

Vanus: 38

Haridus: doktorikraad atmosfääriteadustes

Fookus: Dr. Cheni teadustöö keskendub äärmuslike ilmastikunähtuste dünaamika mõistmisele ja nende seosele kliimamuutustega. Ta kasutab arvutuslikku modelleerimist ja satelliidiandmeid, et uurida põua, orkaanide ja kuumalainete mustreid. Dr. Chen jagab oma uurimistulemusi teaduskonverentsidel, juhtivates kliimateaduslikes ajakirjades, nagu Environmental Science & Policy, ning suhtleb avalikkusega ka YouTube'i õppevideote ja taskuhääling kaudu.

Nimi: Mikhail Popović

Elukutse: keskkonnavalastanalüütik

Vanus: 30

Haridus: magistrikraad keskkonnajuhtimises

Fookus: Mikhail on spetsialiseerunud keskkonnapoliitika ja -regulatsioonide tõhususe analüüsimisele selliste probleemide lahendamisel nagu õhu- ja veereostus, metsade hävitamine ja ressurside säästev majandamine. Ta avaldab poliitikaülevaateid ja aruandeid valitsusasutustele ja valitsusvälistele organisatsioonidele, kirjutab arvamuskirjutusi ajalehtedele ja ajakirjadele, näiteks National Geographicule, ning osaleb aktiivselt veebifoorumitel ja veebiseminaridel, kus arutatakse keskkonnapoliitikat ja keskkonnavõimalust.

Nimi: Maya Patel

Elukutse: graafiline disainer

Vanus: 31

Haridus: bakalaureusekraad graafilises disainis

Fookus: Maya kasutab oma disainioskusi visuaalse sisu loomiseks, mis tõstab teadlikkust keskkonnaprobleemidest ja edendab jätkusuutlikkust. Ta jagab oma keskkonnasõbralikke elustiili näpunäiteid, infograafikat ja digitaalset kunsti Instagramis ja TikTokis, kus tal on kasvav hulk keskkonnateadlikke jälgijaid. Lisaks teeb Maya koostööd keskkonnaorganisatsioonide ja kaubamärkidega, et luua sotsiaalmeedia jaoks mõjusaid kampaaniaid ja visuaalseid materjale.

Nimi: Ryan Garcia

Elukutse: kolledžitudeng

Vanus: 21

Haridus: omandab bakalaureusekraadi keskkonnauuringute erialal

Fookus: Ryan suhtub kirglikult keskkonnaaktivismi ja jätkusuutlikkuse algatustesse nii oma kolledžis kui ka mujal. Ta jagab kogemusi, uurimistulemusi ja keskkonnavalasteid üleskutseid Instagramis ja Snapchatis, kus ta suhtleb kaasõpilaste ja noorte aktivistidega. Lisaks töötab Ryan vabatahtlikuna kohalikes keskkonnaorganisatsioonides ning võtab osa kliimastreikidest ja kogukonna koristustalgutest.

Nimi: Jessica Martinez

Elukutse: keskkooli loodusteaduste õpetaja

Vanus: 35

Haridus: bakalaureusekraad bioloogias ja hariduses

Fookus: Jessica püüab keskkonnaharidust kirglikult oma õppekavasse integreerida ja tõsta õpilaste teadlikkust jätkusuutlikkusest. Ta jagab keskkonnaalaseid nõuandeid, klassitegevusi ja isiklikke mõtteid Twitteris ja oma blogis "Eco-life Tips", kus ta suhtleb teiste haridustöötajate ja keskkonnakaitsjatega, et vahetada ideid ja ressursse ning tutvustada säästvat eluviisi laiemale avalikkusele.

Nimi: Dr Andrew Kim

Elukutse: keskkonnateadlane

Vanus: 42

Haridus: doktorikraad keskkonnateadustes

Fookus: Dr Kim on spetsialiseerunud mereökosüsteemidele avalduvate kliimamuutuste mõju uurimisele. Ta uurib ookeanide hapestumist, korallide pleekimist ja meretaseme tõusu. Dr. Kim avaldab oma töid eelretsenseeritud teadusajakirjades ja suhtleb avalikkusega ka sotsiaalmeedia platvormide (nt Twitter ja Instagram) ning valitsusasutuste (nt Euroopa Keskkonnaagentuur) kaudu, jagades uusi uuringutulemusi ja edastades teaduslikke kontseptsioone arusaadaval viisil.

2. Organisatsioonide ID-kaardid

Juhised: Jagage neid kaarte juhuslikult pooltele tegevuses 1 osalejatele.

Organisatsioonid

Ajakirja nimi: Environmental Science & Policy

Asutamisaasta: 1998

Fookus: Environmental Science & Policy on interdistsiplinaarne akadeemiline ajakiri, mis avaldab teadusartikleid, ülevaateid ja kommentaare mitmesugustel keskkonnateemadel, mis hõlmavad poliitikaanalüüse, jätkusuutlikkust ja loodusvarade majandamist. Ajakirja eesmärk on ületada lõhe teadusuuringute ja poliitika vahel, pakkudes poliitikakujundajatele, praktikutele ja avalikkusele kättesaadavat ja asjakohast teadusinfot.

Organisatsiooni nimi: Huffington Post

Asutamisaasta: 2005

Fookus: Huffington Post on uudiste ja arvamustartiklite veebileht, mis käsitleb mitmesuguseid teemasid, sealhulgas keskkonnaküsimusi. HuffPost avaldab sageli artikleid, arvamustlugusid ja uurimisaruandeid sellistel teemadel nagu kliimamuutused, reostus ja jätkusuutlikkus. Nad teevad koostööd ekspertide, aktivistide ja poliitikakujundajatega, et pakkuda keskkonnaküsimustes erinevaid vaatenurki. Huffington Post levitab sisu oma veebilehe, sotsiaalmeedia kanalite ja uudiskirjade kaudu, eesmärgiga teavitada ja innustada lugejaid keskkonnaküsimustes tegutsema.

Organisatsiooni nimi: Euroopa Keskkonnaagentuur (EKA)

Asutamisaasta: 1990

Fookus: EKA on Euroopa Liidu asutus, mis vastutab sõltumatu keskkonnateabe pakkumise eest. EKA kogub andmeid, viib läbi hindamisi ja koostab aruandeid mitmesugustel keskkonnateemadel, sealhulgas õhu ja vee kvaliteedi, bioloogilise mitmekesisuse ja kliimamuutuste valdkonnas. Poliitikakujundajad, teadlased ja avalikkus kasutavad EKA aruandeid ja publikatsioone keskkonnaprobleemide mõistmiseks ja tõenduspõhiste lahenduste väljatöötamiseks. EKA veebileht on Euroopa riikide keskkonnaandmete ja -aruannete keskus.

Veebilehe nimi: InfoWars

Asutamisaasta: 1999

Fookus: InfoWars on veebileht ja meediaplattform, mis avaldab sageli artikleid ja saateid, milles eitatakse kliimamuutuste tegelikkust ja propageeritakse skeptitsismi keskkonnaküsimustes valitseva teadusliku konsensuse suhtes. Veebileht kasutab publiku kaasamiseks ja keskkonnavaenuliku tegevuskava propageerimiseks sensatsioonilisi pealkirju, faktide valikulist esitlemist ja sütitavat keelekasutust.

Organisatsiooni nimi: National Geographic Society

Asutamisaasta: 1888

Fookus: National Geographic Society on ülemaailmne mittetulundusühing, mis on pühendunud planeedi uurimisele ja kaitsmisele. Oma ajakirja, telekanali, veebilehe ja haridusprogrammide kaudu käsitleb National Geographic mitmesuguseid keskkonnateemasid, sealhulgas eluslooduse kaitset, kliimamuutusi ja loodusvarade majandamist. Nad toetavad teadusuuringuid, kaitseprojekte ja jutuvestmisalgatusi, mis inspireerivad inimesi maailmast hoolima ja seda kaitsma.

Organisatsiooni nimi: Instagram

Asutamisaasta: 2010

Fookus: Instagram on fotode ja videote jagamise võrgustik, mis võimaldab kasutajatel meediasisu avalikult üles laadida. Kasutajad saavad sirvida teiste kasutajate postitusi ja leida trendikat sisu teemaviidete kaudu. Kuna Instagrami sisu on kasutajate loodud, tsenseeritakse seda harva, välja arvatud juhul, kui seda peetakse kohatuks või kahjulikuks.

Organisatsiooni nimi: BuzzFeed

Asutamisaasta: 2006

Fookus: BuzzFeed on digitaalmeedia ettevõtte, mis on tuntud oma viraalse sisu ja meelelahutus uudiste poolest. BuzzFeed käsitleb aeg-ajalt keskkonnateemasid oma uudisartiklites, viktoriinides ja loeteludes. Nad võivad uurida selliseid teemasid nagu plastreostus, ohustatud liigid või keskkonnasõbralik eluviis. BuzzFeed jagab sisu peamiselt oma veebilehe, sotsiaalmeedia platvormide ja mobiilirakenduse kaudu, jõudes suure hulga noorte täiskasvanuteni, kes on huvitatud popkultuurist ja aktuaalsetest sündmustest.

Blogi: Eco-life Tips

Autor: Jessica Martinez

Blogi pealkiri: "5 lihtsat viisi süsinikujalajälje vähendamiseks"

Fookus: Jessica blogi pakub praktilisi näpunäiteid ja soovitusi inimestele, kes tahavad vähendada oma süsinikujalajälge ja elada säästlikumalt. Tuginedes oma isiklike kogemustele, tsiteeritud uuringutele ja teadmiste teadusõpetajana, käsitleb Jessica lihtsaid elustiili muutusi, nagu liha tarbimise vähendamine, taaskasutatavate ostukottide kasutamine ja energia säästmine kodus. Samuti suhtleb ta haridustöötajate ja keskkonnakaitsjatega, et vahetada ideid ja ressursse. Ta jagab oma blogipostitusi sotsiaalmeedia platvormidel nagu Instagram ja Facebook, kus ta suhtleb oma jälgijatega ja julgustab arutelusid jätkusuutlikkuse ja keskkonnasõbraliku eluviisi üle.

3. Vastused – ekspertide ja organisatsioonide kaardid

Juhised: kasutage seda tabelit, et juhtida arutelu tegevuses 2.

JUHENDAJA VERSIOON		
Inimesed		
Ekspert	Nimi: Dr Emily Chen Elukutse: kliimateadlane Vanus: 38 Haridus: doktorikraad atmosfääriteadustes Fookus: Dr. Cheni teadustöö keskendub äärmuslike ilmastikunähtuste dünaamika mõistmisele ja nende seosele kliimamuutustega. Ta kasutab arvutuslikku modelleerimist ja satelliidiandmeid, et uurida põua, orkaanide ja kuumalainete mustreid. Dr. Chen jagab oma uurimistulemusi teaduskonverentsidel, juhtivates kliimateaduslikes ajakirjades, nagu Environmental Science & Policy, ning suhtleb avalikkusega ka YouTube'i õppevideote ja taskuhäälingute kaudu.	
		Dr Chen on ekspert, sest tal on doktorikraad atmosfääriteadustes (mis on asjakohane keskkonnateadus), ta kasutab kvantitatiivseid uurimismeetodeid ja on avaldanud oma töid akadeemilistes ajakirjades.

Ekspert	Nimi: Dr Andrew Kim Elukutse: keskkonnateadlane Vanus: 42 Haridus: doktorikraad keskkonnateadustes Fookus: Dr Kim on spetsialiseerunud mereökosüsteemidele avalduvate kliimamuutuste mõju uurimisele. Ta uurib ookeanide hapestumist, korallide pleekimist ja meretaseme tõusu. Dr. Kim avaldab oma töid eelretsenseeritud teadusajakirjades ja suhtleb avalikkusega ka sotsiaalmeedia platvormide (nt Twitter ja Instagram) ning valitsusasutuste (nt Euroopa Keskkonnaagentuur) kaudu, jagades uusi uuringutulemusi ja edastades teaduslikke kontseptsioone arusaadaval viisil.	Dr Kim on ekspert, sest tal on doktorikraad keskkonnateaduses, ta kasutab kvantitatiivseid uurimismeetodeid ja on avaldanud oma töid eelretsenseeritud teadusajakirjades.
Professionaal Mõningal määral ekspert	Nimi: Mikhail Popović Elukutse: keskkonnanalüütik Vanus: 30 Haridus: magistrikraad keskkonnajuhtimises Fookus: Mikhail on spetsialiseerunud keskkonnapoliitika ja – regulatsioonide tõhususe analüüsimisele selliste probleemide lahendamisel nagu õhu- ja veereostus, metsade hävitamine ja ressursside säästev majandamine. Ta avaldab poliitikaülevaateid ja aruandeid valitsusasutustele ja valitsusvälistele organisatsioonidele, kirjutab arvamuskirjandeid ajalehtedele ja ajakirjadele, näiteks National Geographicule, ning osaleb aktiivselt veebifoorumitel ja veebiseminaridel, kus arutatakse keskkonnapoliitikat ja keskkonnakaitset.	Mikhail on mõningal määral ekspert, sest ta on keskkonnaküsimuste analüüsiga tegelev spetsialist. Samuti on tal keskkonnauuringutega seotud akadeemiline taust. Ta avaldab oma töid, kuid sageli arvamuspõhistel platvormidel ja arutelufoorumites. Ta kasutab oma teadmisi keskkonnast, kuid ei rakenda teaduslikke uurimismeetodeid.
Professionaal Mõningal määral ekspert	Nimi: Jessica Martinez Elukutse: keskkooli loodusteaduste õpetaja Vanus: 35 Haridus: bakalaureusekraad bioloogias ja hariduses Fookus: Jessica püüab keskkonnaharidust kirklikult oma õppekavasse integreerida ja tõsta õpilaste teadlikkust jätkusuutlikkusest. Ta jagab keskkonnanäpudeid nõuandeid, klassitegevusi ja isiklike mõtteid Twitteris ja oma blogis "Eco-life Tips", kus ta suhtleb teiste haridustöötajate ja keskkonnakaitsjatega, et vahetada ideid ja ressursse ning tutvustada säästvat eluviisi laiemale avalikkusele.	Jessica on mõningal määral ekspert, sest ta on professionaal, kes töötab keskkooli loodusainete õpetajana. Samuti on tal akadeemiline taust bioloogias. Ta avaldab oma töid, kuid sageli arvamuspõhistel platvormidel ja arutelufoorumites. Ta kasutab oma teadmisi keskkonnast, kuid ei rakenda teaduslikke uurimismeetodeid.
Poliitikakuju ndaja	Nimi: John Smith Elukutse: keskkonnapoliitika analüütik Vanus: 45 Haridus: bakalaureusekraad politoloogias Fookus: John on kogunud poliitikaanalüütik, kellel on rohkem kui 20-aastane töökogemus valitsuse keskkonnanõukogudes. Ta mängib võtmerolli keskkonnaküsimuste uurimisel ja analüüsimisel, poliitiliste ettepanekute koostamisel ning valitsusametnike nõustamisel keskkonnamääruste ja – algatuste osas. Johni töö aitab kaasa tõhusate poliitikate väljatöötamisele, mis käsitlevad pakilisi keskkonnaprobleeme ja edendavad jätkusuutlikkust. Ta annab sageli teavet kohalikele uudistekanalitele, näiteks Huffington Postile.	Kuigi tema hariduslik taust on seotud politoloogiaga, on John oma 20-aastase kogemuse kaudu arendanud teadmisi keskkonnapoliitika väljatöötamise, rakendamise ja hindamise alal.

Entusiast	Nimi: Maya Patel Elukutse: graafiline disainer Vanus: 31 Haridus: bakalaureusekraad graafilises disainis Fookus: Maya kasutab oma disainioskusi visuaalse sisu loomiseks, mis tõstab teadlikkust keskkonnaprobleemidest ja edendab jätkusuutlikkust. Ta jagab oma keskkonnasõbralikke elustiili näpunäiteid, infograafikat ja digitaalset kunsti Instagramis ja TikTakis, kus tal on kasvav hulk keskkonnateadlikke jälgijaid. Lisaks teeb Maya koostööd keskkonnaorganisatsioonide ja kaubamärkidega, et luua sotsiaalmeedia jaoks mõjusaid kampaaniaid ja visuaalseid materjale.	
Aktivist	Nimi: Ryan Garcia Elukutse: kolledžitudeng Vanus: 21 Haridus: omandab bakalaureusekraadi keskkonnauuringute erialal Fookus: Ryan suhtub kirglikult keskkonnaaktivismi ja jätkusuutlikkuse algatustesse nii oma kolledžis kui ka mujal. Ta jagab kogemusi, uurimistulemusi ja keskkonnavalaseid üleskutseid Instagramis ja Snapchatis, kus ta suhtleb kaasõpilaste ja noorte aktivistidega. Lisaks töötab Ryan vabatahtlikuna kohalikes keskkonnaorganisatsioonides ning võtab osa kliimastreikidest ja kogukonna koristustalgutest.	
Vandenõuteoreetik	Nimi: Alex Jones Varjunimi: InfoWarrior Vanus: 48 Elukutse: meediaisiksus Fookus: Alex Jones on meediaisik, kes on tuntud erinevate teemade, sealhulgas keskkonnavalaste teooriate propageerimise poolest. Alex osaleb sageli internetiaruteludes ja –saadetes, kus ta räägib kliimamuutustest kui pettusest, jagab keemiapilve vandenõud ning teooriaid sellest, kuidas valitsused kontrollivad keskkonda. Ta kasutab InfoWars'i veebiplatvormi oma seisukohtade levitamiseks ja suure publiku mõjutamiseks.	Tal puuduvad teadmised keskkonnateadusest. Tähelepanu äratamiseks ja oma eesmärkide edendamiseks kasutab ta sageli sensatsioonilist retoorikat ja hirmu õhutavaid taktikaid. Kuigi mitmed eksperdid on Alexi väited ümber lükanud, levitab ta jätkuvalt segadust ja skeptitsismi keskkonnateaduste suhtes.
Organisatsioonid		
Teadusajakiri Ekspert	Ajakirja nimi: Environmental Science & Policy Asutamisaasta: 1998 Fookus: Environmental Science & Policy on interdistsiplinaarne akadeemiline ajakiri, mis avaldab teadusartikleid, ülevaateid ja kommentaare mitmesugustel keskkonnateemadel, hõlmates poliitikaanalüüse, jätkusuutlikkust ja loodusvarade majandamist. Ajakirja eesmärk on ületada lõhe teadusuuringute ja poliitika vahel, pakkudes poliitikakujundajatele, praktikutele ja avalikkusele kättesaadavat ja asjakohast teadusinfot.	Environmental Science & Policy on pühendunud avatud juurdepääsuga publitseerimisele. Nende artiklid on internetis vabalt kättesaadavad, et tagada maksimaalne nähtavus ja mõju. Ajakirja veebileht on platvorm, kus teadlased ja akadeemikud saavad jagada oma töid ning aidata kaasa keskkonnateaduse ja –poliitika edendamisele.

Valitsuse allikas Ekspert	Organisatsiooni nimi: Euroopa Keskkonnaagentuur (EKA) Asutamisaasta: 1990 Fookus: EKA on Euroopa Liidu asutus, mis vastutab sõltumatu keskkonnateabe pakkumise eest. EKA kogub andmeid, viib läbi hindamisi ja koostab aruandeid mitmesugustel keskkonnateemadel, sealhulgas õhu ja vee kvaliteedi, bioloogilise mitmekesisuse ja kliimamuutuste valdkonnas. Poliitikakujundajad, teadlased ja avalikkus kasutavad EKA aruandeid ja publikatsioone keskkonnaprobleemide mõistmiseks ja tõenduspõhiste lahenduste väljatöötamiseks. EKA veebileht on Euroopa riikide keskkonnaandmete ja -aruannete keskus.	See on usaldusväärne keskkonnateabe allikas, mis toetab poliitikakujundajaid, teadlasi ja keskkonnaprobleemidest huvitatud kodanikke.
Mittetulundusühing Mõningal määral ekspert	Organisatsiooni nimi: National Geographic Society Asutamisaasta: 1888 Fookus: National Geographic Society on ülemaailmne mittetulundusühing, mis on pühendunud planeedi uurimisele ja kaitsmisele. Oma ajakirja, telekanali, veebilehe ja haridusprogrammide kaudu käsitleb National Geographic mitmesuguseid keskkonnateemasid, sealhulgas eluslooduse kaitset, kliimamuutusi ja loodusvarade majandamist. Nad toetavad teadusuuringuid, kaitseprojekte ja jutuvestmisalgatusi, mis inspireerivad inimesi maailmast hoolima ja seda kaitsma.	Mittetulundusühingute eesmärk ei ole raha teenida, kuid nende missioon põhineb sageli teatud ideoloogial, mida nad oma lugejatele peale suruvad. Teadusartiklitele viidates võivad need olla head ja usaldusväärsed allikad, mille sisu on mõnevõrra asjatundlik.
Uudisteväljanne Mõningal määral ekspert	Organisatsiooni nimi: Huffington Post Asutamisaasta: 2005 Fookus: Huffington Post on uudiste ja arvamusartiklite veebileht, mis käsitleb mitmesuguseid teemasid, sealhulgas keskkonnaküsimusi. HuffPost avaldab sageli artikleid, arvamuslugusid ja uurimisaruandeid sellistel teemadel nagu kliimamuutused, reostus ja jätkusuutlikkus. Nad teevad koostööd ekspertide, aktivistide ja poliitikakujundajatega, et pakkuda keskkonnaküsimustes erinevaid vaatenurki. Huffington Post levitab sisu oma veebilehe, sotsiaalmeedia kanalite ja uudiskirjade kaudu, eesmärgiga teavitada ja innustada lugejaid keskkonnaküsimustes tegutsema.	Ei ole ekspert, kuid nad kaasavad ja tsiteerivad oma artiklites eksperte. Olge ettevaatlik, sest paljudel uudistekanalitel on poliitiline eesmärk, seega mõelge, milliseid eelarvamusi võivad iga väljaande artiklid sisaldada.
Digitaalmee dia ettevõte Vähesel määral ekspert	Organisatsiooni nimi: BuzzFeed Asutamisaasta: 2006 Fookus: BuzzFeed on digitaalmee dia ettevõtte, mis on tuntud oma viraalse sisu ja meelelahutus uudiste poolest. BuzzFeed käsitleb aeg-ajalt keskkonnateemasid oma uudisartiklites, viktoriinides ja loeteludes. Nad võivad uurida selliseid teemasid nagu plastreostus, ohustatud liigid või keskkonnasõbralik eluviis. BuzzFeed jagab sisu peamiselt oma veebilehe, sotsiaalmeedia platvormide ja mobiilirakenduse kaudu, jõudes suure hulga noorte täiskasvanuteni, kes on huvitatud popkultuurist ja aktuaalsetest sündmustest.	Kuigi BuzzFeedi keskkonnateemade käsitus võib olla hõlpsasti ligipääsetav ja kaasahaarav, tuleks seda täiendada ekspertidelt saadud teabega.
Sotsiaalmeedia ettevõte Vähesel määral ekspert	Organisatsiooni nimi: Instagram Asutamisaasta: 2010 Fookus: Instagram on fotode ja videote jagamise võrgustik, mis võimaldab kasutajatel meediasisu avalikult üles laadida. Kasutajad saavad sirvida teiste kasutajate postitusi ja leida trendikat sisu teemaviidete kaudu. Kuna Instagrami sisu on kasutajate loodud, tsenseeritakse seda harva, välja arvatud juhul, kui seda peetakse kohatuks või kahjulikuks.	Instagram ei ole ühegi teema ekspert, kuigi paljud asjatundjad kasutavad seda sisu postitamiseks. Sisu usaldusväärsuse tuvastamiseks tuleb otsida viiteid ja kontrollida fakte mis tahes Instagramis avaldatud meedia puhul.

Blogi Vähesel määral ekspert	Blogi: Eco-life Tips Autor: Jessica Martinez Blogi pealkiri: "5 lihtsat viisi süsinikujalajälje vähendamiseks" Fookus: Jessica blog pakub praktilisi näpunäiteid ja soovitusi inimestele, kes tahavad vähendada oma süsinikujalajälge ja elada säästlikumalt. Tuginedes oma isiklike kogemustele, tsiteeritud uuringutele ja teadmistele teadusõpetajana, käsitleb Jessica lihtsaid elustiili muutusi, nagu liha tarbimise vähendamine, taaskasutatavate ostukottide kasutamine ja energia säästmine kodus. Samuti suhtleb ta haridustöötajate ja keskkonkaitsjatega, et vahetada ideid ja ressursse. Ta jagab oma blogipostitusi sotsiaalmeedia platvormidel nagu Instagram ja Facebook, kus ta suhtleb oma jälgijatega ja julgustab arutelusid jätkusuutlikkuse ja keskkonnasõbraliku eluviisi üle.	Kuigi Jessica ei ole keskkonnaekspert, viitab ta sageli teaduslikele tõenditele ja omab teadmiste pagasit loodusteaduste õpetajana. Tema blogipostituste eesmärk on tõsta teadlikkust keskkonnaküsimustest ja innustada teisi oma igapäevaelus tegutsema. Siiski sisaldab suur osa blogist arvamusi, nii et see on väga erapoolik selle suhtes, mis on keskkonnasõbralik elustiil.
Alternatiivsed uudised vandenõuteo- oriad/ pettus	Veebilehe nimi: InfoWars Asutamisaasta: 1999 Fookus: InfoWars on veebileht ja meediaplattform, mis avaldab sageli artikleid ja saateid, milles eitatakse kliimamuutuste tegelikkust ja propageeritakse skeptitsismi keskkonnaküsimustes valitseva teadusliku konsensuse suhtes. Veebileht kasutab publiku kaasamiseks ja keskkonnaväenuliku tegevuskava propageerimiseks sensatsioonilisi pealkirju, faktide valikulist esitlemist ja sütitavat keelekasutust.	InfoWars on veebileht ja meediaplattform, mis on tuntud vandenõuteooriate ja väärinfo levitamise poolest mitmesugustel teemadel, sealhulgas keskkonnaküsimustes. See ei ole usaldusväärne allikas korrektse teabe saamiseks. InfoWars'i sisule tuleb läheneda äärmise skeptitsismiga ja selle õigsust tuleb kontrollida usaldusväärsete allikate abil.

4.Ülesanne "Leia oma ekspert"

Juhised: Osalejad kasutavad 3. tegevuses navigeerimiseks jaotist "Ülesanded", ning jaotist "Nädisuuring", kui neil tekib uurimistööga raskusi.

Etapid	Ülesanded
1	Alustuseks minge organisatsiooni veebilehele ja otsige artikleid, mis käitlevad eksperdi erialaga seotud teemat.
2	Kui asjakohane artikkel on valitud, otsige välja selle autor.
3	Kui on lisatud hüperlingid, klõpsake autori nimele ja lugege lähemalt nende tausta kohta (kui mitte, minge otse järgmise sammu juurde).
4	Otsige seda isikut LinkedIn'ist. Kui sama nimega isikuid on liiga palju, lisage märksõnu, mis põhinevad loetud artiklist saadud teabel. Näiteks millisest riigist nad pärit on või millises ettevõttes nad töötavad.
5	Lugege jaotisi "About" ja "Experience".
6	Otsustage: Kas see inimene on oma valdkonna ekspert? Miks?

Näidisuuring

Mikhail Popovic (professionaal) ja National Geographic (mittetulundusühing)

- Otsime professionaali, kes on kirjutanud artikli National Geographicule (või mõne teise mittetulundusühingu väljaandele).
1. Läheme Nat Geo veebilehele ja otsime märksõna "*environment*" (keskkond). Otsime kõike, mis on seotud õhu- ja veereostuse, metsade raadamise ja ressursside säästva majandamisega.
 2. Leidsime artikli "*Deforestation from Amazon's new headquarters under watch from environmental groups*", mille autor on Rita Silva.
 3. Rita Silva kohta puudus hüperlink, kuid artikli lõpus oli kirjas, et ta on keskkonnaanalüütik, kelle tööandjaks on Veolia Portugal, ning lisatud oli ka pilt.
 4. Läksime LinkedIn'i ja otsisime Rita Silvat. Tulemusi oli 1500, seega lisasime otsingu kitsendamiseks märksõnad "Veolia" ja "Portugal".
 - a. Leidsime õige Rita Silva!
 5. Vaatasime läbi tema LinkedIn'i ja leidsime, et ta on töötanud Veolias 10 aastat keskkonnaanalüütikuna ja omandanud magistrikraadi keskkonnajuhtimises Antwerpeni Ülikoolis Belgias. Ta on avaldanud mitmeid artikleid ajakirjas Nat Geo ja olnud peaesineja kolmel erineval keskkonnaval tippkohtumisel.
 6. Saadud teave annab alust arvata, et ta **on ekspert** metsade raadamise küsimuses.

Viited

Buzzfeed News. (2024). Retrieved from <https://www.buzzfeed.com/>. Vaadatud 5.5.2024.

Cambridge University Dictionary. (2024). Expert. Retrieved from https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/expert#google_vignette. Vaadatud 5.5.2024.

Environmental Science & Policy Journal. (2024). Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/journal/environmental-science-and-policy>. Vaadatud 5.5.2024.

European Environmental Agency. (2024). Retrieved from <https://www.eea.europa.eu/en>. Vaadatud 5.5.2024.

Huffington Post. (2024). Retrieved from <https://www.huffpost.com/>. Vaadatud 5.5.2024.

Instagram. (2024). Retrieved from <https://www.instagram.com/>. Vaadatud 5.5.2024.

InfoWars. (2024). Retrieved from <https://www.infowars.com/>. Vaadatud 5.5.2024.

National Geographic. (2024). Retrieved from <https://www.nationalgeographic.com/>. Vaadatud 5.5.2024.



SIFT-MEETOD KLIIMAKRIISI KÄSITLEMISEL: MIS MUUDAB ALLIKA USALDUSVÄÄRSEKS?

Tase	Edasijõudnud
Kokkuvõte	Kasutades erinevaid kliimamuutustega seotud artikleid, õpivad osalejad põhjaliku analüüsi ja arutelu kaudu mõistma allikate kategooriaid ja erinevusi nende usaldusväärsuses.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba suudavad osalejad: • Mõista erinevaid allikatüüpe • Eristada internetiallikate usaldusväärsuse taset • Otsida usaldusväärseid artikleid
Kestus	90 minutit
Sihtrühm	19–30-aastased noored, kellel on mõningad eelteadmised sellistest teemadest nagu eelarvamused ja arusaam sellest, kes on mingi valdkonna ekspert. Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelu/järelarutelu, teadmiste rakendamine, loovus
Digipädevused	• Info- ja andmekirjaoskus • Kommunikatsioon ja koostöö • Digitaalse sisu loomine • Turvalisus • Probleemide lahendamine Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefon), projektor, plakatipaber, markerid, teip, trükitud materjalid VÕI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides. 1. SIFT-meetodi plakat 2. "Kahoot!" viktoriini küsimused ja vastused 3. "SIFT-meetod kliimakriisi käsitlemisel – osaleja versioon" 4. "SIFT-meetod kliimakriisi käsitlemisel – juhendaja versioon"
Erikaalutlused	• Pange ilma nutiseadmeta osalejad paari nendega, kellel see olemas on. • Trükkige artiklite esimene lehekülg välja nende töötubade jaoks, kus puudub internetiühendus. • <i>Kasutage digivahendeid!</i> Vältige materjalide printimist ja pange need ühiselt kasutatavasse Google Docs dokumenti. Jagage seda osalejatega, et nad saaksid lisada artikleid igasse allikarühma. – WHO "Kahoot!" viktoriin 1. – "SIFT-meetod kliimakriisi käsitlemisel" 2. – "Allikate ja usaldusväärsuse taseme mõistmine" 3. – "Õpeta mind, õpeta mind!" 4. – "SIFTiga sõelumine!" • "Identifying Bias" – Bridgewateri Kolledž • "SIFT Method" – Chicago Ülikool • "Lateral Reading" – News Literacy Project • "The Importance of the Source" – Maailma Terviseorganisatsiooni rakendus "Kahoot!" • "Reputable News Sources" – Democracy Rally EU Artiklid: • "The economic commitment of climate change" – Nature Journal • "Climate Change Data is Based On Fraud, And Scientists Around The World Are Pushing Back Against The Narrative" – InfoWars • "The Show is Over" – Medium • "Climate Change Evidence" – NASA • "Record-breaking increase in CO2 levels in world's atmosphere" – The Guardian Töötoa inspiratsioon: • "Notion Check Please" [Õppekava]



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Kasutades erinevaid kliimamuutustega seotud artikleid, õpivad osalejad põhjaliku analüüsi ja arutelu kaudu mõistma erinevusi allikate usaldusväärsuses.

Allikad on jagatud 5 kategooriasse:

1. Teadusajakirjad ja aruanded
2. Valitsuse allikad
3. Uudisteväljaanded
4. Arvamusartiklid
5. Alternatiivsed uudised



Teoreetiline ettevalmistus:

Eelarvamus on autori seisukoht esitatud teabe suhtes. Seda mõjutavad tema isiklikud kogemused ja väärtused ning see, kuidas ta maailma näeb.

Kuigi mõned autorid lasevad eelarvamustel oma kirjutisi mõjutada, jäävad teised erapooletuks ja objektiivseks, käsitledes erinevaid vaatenurki – need autorid pakuvad seega tõsiseltvõetavat sisu, mida võib pidada usaldusväärseks (Bridgewater College Libraries, 2023).

SIFT-meetod on strateegia, mille abil hinnatakse veebipõhiste teabeallikate sisu usaldusväärsust. Selle töötas välja digitaalse kirjaoskuse ekspert Mike Caulfield (University of Chicago Libraries, 2023).

SIFT

S. Stop (stopp) – peatuge ja mõelge allikale.

I. Investigate the source (uurige allikat) – leidke teavet usaldusväärsusest allikatest.

F. Find better coverage (leidke paremaid kajastusi) – hankige teavet mitmest allikast.

T. Trace claims, quotes and media to original context – jälgige väidete, tsitaatide ja meediakanalite algset konteksti, kontrollige kaheldavaid väiteid.

Lateraalne lugemine on materjali kontrollimine selle lugemise ajal, et määrata kindlaks autori ja allika usaldusväärsus, kavatsused ja eelarvamused. Lateraalne lugemine hõlmab teiste autorite samateemaliste artiklite otsimist (et näha, kuidas nemad teemat käsitlevad) ja uuritava autori teiste artiklite otsimist (et näha, kuidas ta teisi teemasid käsitleb) (News Literacy Project, 2024).

Füüsiline ettevalmistus:



1. Kirjutage 5 allikakategooriat erinevatele paberilehtedele ning riputage need ruumi laiali.
2. Printige välja või kuvage akronüüm SIFT, et seda saaks kasutada kiirviitena (vt "").
3. Printige iga väikese rühma jaoks välja piisavalt koopiad jaotisest "SIFT-meetod kliimakriisi käsitlemisel – osaleja versioon"
4. Osalejad vajavad kääre ja teipi, et allikad välja lõigata ja ruumi laiali kleepida.



Pange tähele:

- Seda loetakse edasijõudnute õppetunniks, seega on osalejad üldiselt tuttavad eelarvamustega ja mõistavad, mis teeb kellestki eksperdi. Kui alustate tegevust ja leiате, et osalejad ei ole nende ideedega kursis, võite läbi viia tutvustava arutelu või kasutada töötuba A1. "Kes on nüüd ekspert?".
- Kuigi valitsuse allikad on sageli usaldusväärsed, on oluline mõista teavet levitava riigi poliitilist konteksti. Näiteks on Põhja-Korea valitsuse ametlikul allikal Saksamaa valitsuse allikaga võrreldes väga erinev teave.
- Arvamusartiklid, isegi kui need ilmuvad usaldusväärses portaalis, ei pruugi kajastada meediaväljaande väärtusi. Oluline on uurida autoreid ja andmete avaldamise eesmärki.
- Töötoas kasutatavad artiklid leiti 2024. aasta mais. Tegevuse läbiviimiseks soovitame otsida ajakohastatud artikleid, sealhulgas artikleid, mis on seotud osalejate tegelikkusega (päritoluriik, vanusegrupp, huvid jne).
- Kui osalejad loovad 4. tegevuses informatiivseid plakateid, siis muutke need kasulikuks ka oma organisatsioonile! Riputage plakatid üles noorteruumi või tehke need digitaalseks ja postitage sotsiaalmeediasse!



Soojendus: "Kahoot!" viktoriin

- 10 minutit
- Tutvustage töötuba rakenduse "Kahoot!" viktoriiniga, mille autor on Maailma Terviseorganisatsioon (WHO). Viktoriin käsitleb usaldusväärseid allikaid ja faktide kontrollimist: *"The Importance of the Source – How to Become a Fact Checker"* (küsimused/vastused leiate jaotisest "").
- Lõpetage viktoriin pärast küsimust 10/11 (käsitleb Wikipediat).
- Arutlege mõne viktoriinis välja toodud idee üle, näiteks:
- Usaldusväärsus
- SIFT – võrdlusplakat, lisaks vaadake läbi jaotis "" (vt "Materjalid 2").
- Eelarvamus
- Lateraalne lugemine
- Lõpuks tutvustage rühmale allikate kategooriaid (kuvage seda 1. tegevuse käigus).

Allikate kategooriad

1. Teadusajakirjad ja aruanded
2. Valitsuse allikad
3. Uudisteväljaanded
4. Arvamusartiklid
5. Alternatiivsed uudised



Tegevus 1: Analüüs – "SIFT-meetod kliimakriisi käsitlemisel"

- 20 minutit

Osalejad tutvuvad SIFT-meetodiga, analüüsides kliimakriisiga seotud artikleid. See aitab neil kindlaks teha, kas artiklid on usaldusväärsed või mitte.



Juhised:

1. Jagage osalejad väikestesse rühmadesse ja andke neile numbrid/nimed (mitte rohkem kui 4 liiget rühma kohta).
2. Rühmades kasutavad osalejad SIFT-meetodit, et analüüsida 5 kliimakriisiga seotud artiklit (seda on üksikasjalikult kirjeldatud tegevuslehel "SIFT-meetod kliimakriisi käsitlemisel" – vt 3").
3. Osalejad peaksid andma igale artiklile SIFT-meetodil põhineva usaldusväärsuse skoori 1–5.
 - a. 1 on kõige usaldusväärsem
 - b. 5 on kõige vähem usaldusväärne
4. Samuti peaksid nad kindlaks määrama, millisest allikaliigist artikkel pärineb (vt eeltoodud loetelu).
5. Nad kasutavad analüüsi toetamiseks SIFT-meetodit.
6. Juhendaja peaks pühendama aega igale väikesele rühmale, aidates vastata küsimustele ja esitades asjakohaseid jätkuküsimusi arutelude stimuleerimiseks:
 - Miks te seda arvate? (seotud mis tahes küsimustega)
 - Kust võib tavaliselt leida teavet autori kohta?
 - Mida te teete, kui autor/kuupäev puudub?
 - Kuidas te teate, kas keegi on oma ala ekspert?
 - Kuidas te teate, kas allikas pakub üldjuhul ausat teavet?

- *Kuidas te teate, kas allikas pakub üldjuhul ausat teavet?*
 - *Kuidas te tavaliselt tõendeid leiate?*
 - *Kuidas on võimalik kindlaks teha, kas ühte ideed eelistatakse teisele?*
 - *Kust võib üldjuhul leida artikli viiteid? Mida teha, kui neid ei ole?*
7. Lõpuks peaksid rühmad oma 5 artiklit välja lõikama, et need erinevate allikakategooriate kaupa ruumi üles riputada.



Tegevus 2: Arutelu/järelarutelu – "Allikate ja usaldusväärsuse taseme mõistmine"

- 20 minutit

Osalejad tulevad kokku analüüsi protsessi käsitlevaks rühmaaruteluks, kus mõeldakse selle üle, millised on parimad meetodid allika usaldusväärsuse määramiseks.



Juhised:

Analüüsi järelarutelu

1. Alustage arutelu siis, kui rühmad on lõpetanud artiklite liigitamise viide erinevasse allikarühma. Arutelu keskendub igale allikaliigile, samuti selgitatakse, mille järgi rühmad artikleid erinevatesse kategooriatesse paigutasid. Tõstke esile rühmade vahelisi lahknevusi, julgustades osalejaid oma otsuseid põhjendama. Keskenduge küsimustele 1–5.
2. Kui allikaliikide arutelu on lõppenud ja valitseb üldine üksmeel, liikuge edasi allikate usaldusväärsuse juurde. See peaks keskenduma küsimusele nr 6. Julgustage osalejaid põhjendusi andma. Kogu rühm peaks jõudma üksmeelele iga allika usaldusväärsuse osas. Näidake seda füüsiliselt, paigutades allikaliigid järjestikku nii, et kõige usaldusväärsem on kõige eespool.

Refleksioon

1. Nüüd, kui osalejatel on arusaam erinevat tüüpi allikatest ja nende usaldusväärsusest, peaks arutelu jätkuma järgmiste ideedega. Paluge ühel osalejal olla protokollija, kes lisab need ideed seintel olevatele plakatitele ja loob uusi plakateid uute allikakategooriate kohta. Juhendina kuvage jaotist "SIFT-meetod kliimakriisi käsitlemisel – juhendaja versioon" (vt 4").
 - a. Allikate näited igas allikakategoorias:
 - i. Teadusajakirjad ja aruanded: Energy & Environmental Science, Nature Climate Change, Nature Sustainability, Lancet Planetary Health (keskendub keskkonnale)
 - ii. Valitsuse allikad: NASA, ELi algatused (nt. Climate-ADAPT), ÜRO algatused (nt. United Nations Environment Programme)
 - iii. Uudisteväljaanded: AFP, Reuters, The Guardian, The New York Times, Al Jazeera, BBC, AP News
 - iv. Arvamusartiklid: Medium
 - v. Alternatiivsed uudised: The Onion
2. Küsige osalejatelt, millised allikad on nende riigis/keeles kõige silmapaistvamad, ning jagage seda usaldusväärsete saitide andmebaasi (Democracy Rally EU).
 - a. Muud tüüpi allikad:
 - i. Mittetulundusühingud – National Geographic ja Maailma Looduse Fond
 - ii. Avalik arvamus – Wikipedia

- iii. Sotsiaalmeedia – Instagram
 - iv. Entsüklopeedia – Britannica
 - v. Blogid – WordPress
 - vi. Foorumid – Reddit
 - vii. Teaduslikud/hariduslikud mittetulundusühingud – Discovery jne
3. Arutlege, kuidas SIFT-meetodi kasutamine on eriti oluline kliimamuutustest rääkides.



Tegevus 3: Loominguline hetk – "Õpeta mind, õpeta mind!"

- 20 minutit

Osalejad koostavad visuaalseid "kiirjuhiseid" erinevate allikakategooriate kohta, et teavitada teisi usaldusväärsetest allikatest.



Juhised:

1. Jagage osalejad 5 rühma.
 - a. Kui tegemist on suure rühmaga, võivad 2–3 rühma luua sama kategooria plakateid.
2. Osalejad loovad oma allikakategooria(te) visuaalse esituse. See võib olla paberil või digitaalne.
 - a. Sihtrühm: Noored vanuses 19–30 eluaastat
 - b. Eesmärk: Teavitada teisi eri tüüpi allikate usaldusväärsusest
 - c. Plakatid peaksid sisaldama järgmist:
 - i. Allikakategooria nimi
 - ii. Usaldusväärsuse tase ja põhjus
 - iii. Allika näited



Tegevus 4: Praktiline rakendus – "SIFTiga sõelumine! "

- 20 minutit

Rakendades usaldusväärsete allikate ja erinevate allikakategooriate kohta õpitut, leiavad osalejad usaldusväärse kliimamuutusi käsitleva allika.



Juhised:

1. Nüüd peaksid osalejad leidma artikli kliimamuutuste kohta, mis on usaldusväärne ja sisaldab vähe eelarvamusi.
 - a. Samuti peaks artikkel olema kirjutatud viisil, mis on osalejatele arusaadav (st ärge kasutage teadusajakirju, kus on 20–leheküljelised akadeemilised artiklid).
 - b. Seda võib teha väikestes rühmades või individuaalselt, sõltuvalt grupi suurusest.
2. Juhendaja peaks ruumis ringi käima ja aitama õpilastel kindlaks teha, kas allikad on usaldusväärsed või mitte. Tuletage neile meelde, et nad kasutaksid SIFT-meetodit, seekord oma mõtetes!
3. Seejärel jagavad osalejad kogu rühmaga lühidalt, mida nad kliimamuutuste kohta teada said, tuues artiklist välja 2–3 huvitavat fakti. Samuti räägivad nad sellest, millist allikat nad kasutasid ja miks see on usaldusväärne.



Refleksioon/järelarutelu

- 5 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga.

Korraldaja juhhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele").



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

- Osalejatel palutakse otsida artikkel teist tüüpi allikast (blogi, foorum jne). Nad tutvustavad oma artikli pealkirja ja paluvad teistel osalejatel kasutada SIFT-meetodit artikli usaldusväärsuse taseme määramiseks.
- Jätkake edasijõudnute töötoaga A3. "Võimas faktikontrollija", mis käsitleb faktikontrolli tehnikaid.



Materjalid

1."Kahoot!" viktoriini küsimused ja vastused

Juhised: Kasutage seda viitena "Kahoot!" viktoriini ettevalmistamiseks ja soojendustegevuse järelaruteluks.

1. Küsitlus: Kuidas te kontrollite, kas teave vastab tõele?
 - a. Ma küsin sõpradelt või pereliikmetelt, keda usaldan.
 - b. Ma võrdlen mitmeid allikaid, mis jagavad järjepidevalt usaldusväärset teavet
 - c. Ma vaatan sotsiaalmeedia konto jälgijate arvu.
 - d. Wikipedia on minu parim sõber.
2. Millised järgmistest allikatest on usaldusväärsed?
 - a. Faktikontrolli veebilehed, näiteks International Fact Checking Network.
 - b. Riigi tervishoiuosakonna või ministeeriumi veebilehed
 - c. Rahvusvaheliste uudisteagentuuride veebilehed, näiteks The Associated Press
 - d. Nõbu Kati
3. Mõnikord võivad inimestel olla teabe suhtes eelarvamused või emotsioonid, mis mõjutavad nende arvamust tõest.
 - a. Tõeline või mitte?
4. Kuidas saab kontrollida, kas tegemist on väärinfoga?
 - a. Vaadates allika sotsiaalmeedia profiile.
 - b. Uurides tõendusmaterjali, otsides usaldusväärsed veebilehti.
 - c. Lugeses pealkirjast enamat.
 - d. Tutvudes teabega faktikontrolli veebilehtedel.
5. Millised uudisloo aspektid aitavad kindlaks teha, kas teave on täpne ja asjakohane?
 - a. Avaldamise kuupäev
 - b. Lugu pealkirja taga
 - c. Autori kogemused või eriteadmised antud teemal
 - d. Tõendusmaterjali allikas (allikad).
6. Tuvastage selle postituse ohumärgid, mida tuleks väite kontrollimiseks lähemalt uurida.



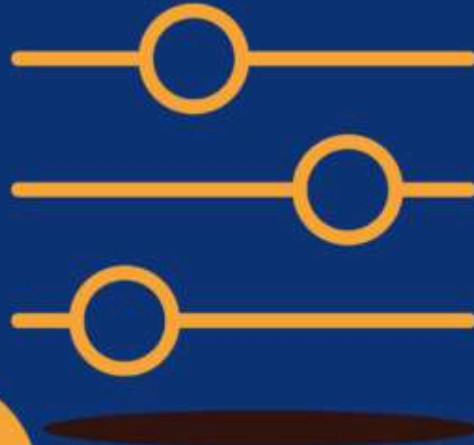
- a. Profiili loomise kuupäev
 - b. Faktikontrolli silt
 - c. Väike jälgijate arv
 - d. Sõnade õigekiri
7. Milliseid lateraalse lugemise taktikaid saate kasutada veebilehe usaldusväärsuse kontrollimiseks?
- a. Avan uue vahekaardi ja uurin ettevõtet veebis.
 - b. Otsin veebilehel mainitud inimesi.
 - c. Vaatan veebilehe sotsiaalmeedia kanaleid.
 - d. Klõpsan veebilehel olevatel välislinkidel.
8. Lateraalne lugemine on allika kohta teabe otsimine artikli lugemise ajal.
- a. Tõsi
9. Mis kehtib lateraalse lugemise kohta?
- a. See hõlmab loetava artikli faktide kontrollimist.
 - b. See sisaldab ka täiendavate allikate vaatamist.
 - c. See annab väärinfole rohkem jõudu.
 - d. See tähendab kogu teabe lugemist ühelt veebilehelt.
10. Wikipedia artikkel, mis sisaldab viiteid mitmetele välistele allikatele, võib olla hea koht usaldusväärsuse allikate leidmiseks?
- a. Tõsi

2.SIFT-meetodi plakat

Juhised: Printige see välja ja riputage seinale või esitage digitaalselt, et osalejad saaksid seda töötoa käigus kasutada. Kasutage seda soojendusarutelu ajal.

SIFT- lähenemine

KRIITILINE MÕTLEMINE JA LÄHENEMINE



PEATAMA

Kontrolli oma emotsioone. Tugev reaktsioon? Hoolitse. Samuti kontrollige, milliseid eelarvamusi olete lubanud, näiteks kinnituse kallutatust (teabe eelistamine, mis kinnitab seda, mida peate tõeseks).



KÜSIMUSED KÜSIDA

- Milline on minu esmane reaktsioon pealkirjale?
- Mida ma selle teema kohta juba tean?
- Mida ma allika kohta tean?

UURIMINE

Uurige väidete autorit, avaldajat või teabe allikat. Hinnake, milliseid eelarvamusi neil võib olla, et oma usaldusväärsust paremini mõista.



KÜSIMUSED KÜSIDA

- Kes on autor?
- Mis on allika ülesanne?
- Kas on võimalik eelarvamusi?

LEIA

Vaadake ja leidke muid kinnitavaid või vastuolulisi aruandeid muudest allikatest, näiteks veebisaitidelt, valdkonna tunnustatud ekspertidelt ja mujalt. Kaaluge tehisintellekti kasutamist, et leida muid vastuolulisi allikaid.



KÜSIMUSED KÜSIDA

- Kas teised usaldusväärsed allikad teatavad sellest?
- Kas faktikontrollid toetavad esitatud väiteid?

JÄLGIMINE

Jälgige väiteid, tsitaate ja meediat nende algse kontekstiga. Kas need võeti kuidagi kontekstist välja? Kas neid tuleks selle väite puhul tõesti kohaldada?



KÜSIMUSED KÜSIDA

- Kas on võimalik leida originaaluuringuid või kuulutusi?
- Kas teave on esitatud selle tegelikus kontekstis?

Kohandatud Kaitlyn Van Kampeni tööst Chicago ülikooli raamatukogus. Lisateavet TCEA SIFT-i rakendamise kohta K-12 hariduses aadressil <https://blog.tcea.org>

3.SIFT-meetod kliimakriisi käsitlemisel – osaleja versioon

Juhised: Printige igale väikesele rühmale välja järgmine tabel, mida kasutatakse tegevuses 1. Osalejad kasutavad seda abimaterjalina allikate leidmiseks ja artiklite otsimiseks veebis. Enne arutelu kleeбивad nad iga artikli pealkirja sellele vastava allikarühma juurde, lähtuvalt oma analüüsist.

- Arutelu korraldamiseks paluge osalejatel kirjutada iga artikli juurde oma väikese rühma number, usaldusväarsuse skoor ja allikakategooria.

OSALEJA VERSIOON

STOP (stopp)– mida ma allika kohta juba tean?

INVESTIGATE (uuri)

1. *Autor:* Kes artikli kirjutas? Kas nad on kliimamuutuste valdkonna eksperdid?
2. *Allikas:* Kus artikkel avaldati? Kas see on pakub teadaolevalt ausat ja erapooletut teavet?
3. *Eelarvamus:* Kas artikkel annab teemast tasakaalustatud ülevaate, näidates argumendi mõlemat poolt? Või näitab see, et üks pool on selgelt eelistatud?
4. *Hiljutine:* Millal see artikkel kirjutati? Kas see põhineb uutel teadusuuringutel?

FIND (leia) – Mida väidavad teised allikad selle teema kohta?

TRACE (jälgi)

1. *Tõendid:* Kas artikkel esitab tõendeid oma väidete toetuseks? Kust need tõendid pärinevad?
2. *Usaldusväarsus:* Millise üldise usaldusväarsuse skoori annaksite sellele artiklile eelnenud küsimuste põhjal (1 on kõrgeim ja 5 madalaim)?

Väikese rühma nr: ____
Usaldusväarsuse skoor: ____

Allika kategooria:

"The economic commitment of climate change"

Nature Journal

Kotz, M., Levermann, A. ja Wenz, L. The economic commitment of climate change. Nature 628, 551–557 (2024).

<https://doi.org/10.1038/s41586-024-07219-0>

Avaldatud: 17.04.2024

Väikese rühma nr: ____

Usaldusväarsuse skoor: ____
Allika kategooria:

"Climate Change Data is Based On Fraud, And Scientists Around The World Are Pushing Back Against The Narrative"

InfoWars – Natural News, Lance D. Johnson

13.03.2024, 06:24

<https://www.infowars.com/posts/climate-change-data-is-based-on-fraud-and-scientists-around-the-world-are-pushing-back-against-the-narrative/>

Väikese rühma nr: ____

Usaldusväarsuse skoor: ____
Allika kategooria:

"The Show is Over"

Greta Thunberg, Medium

01.07.2021

<https://gretathunberg.medium.com/the-show-is-over-66e03dd38efa>

Väikese rühma nr: ____

Usaldusväarsuse skoor: ____
Allika kategooria:

Kliimamuutustega seotud tõendid

NASA

<https://science.nasa.gov/climate-change/evidence/>

Väikese rühma nr: ____
Usaldusväarsuse skoor: ____

Allika kategooria:

"Record-breaking increase in CO2 levels in world's atmosphere"

Eksperdid annavad hoiatuse – märtsis oli ülemaailmne keskmine kontsentratsioon 4,7 ppm võrra kõrgem kui eelmise aasta samal perioodil.

The Guardian, Oliver Milman

Neljapäev, 09.05.2024, 18.20 CEST

<https://www.theguardian.com/environment/article/2024/may/09/carbon-dioxide-atmosphere-record>

4.SIFT-meetod kliimakriisi käsitlemisel – juhendaja versioon

Juhised: Kuvage 2. tegevuse arutelu käigus järgmist teavet.

JUHENDAJA VERSIOON	
1. Teadusajakiri Kõige usaldusväärsem, põhineb teadusuuringutel	<i>"The economic commitment of climate change"</i> Nature Journal Kotz, M., Levermann, A. ja Wenz, L. The economic commitment of climate change. Nature 628, 551–557 (2024). https://doi.org/10.1038/s41586-024-07219-0 Avaldatud: 17.04.2024
2. Valitsuse allikas Väga usaldusväärne, teadmised valitsusest	Kliimamuutustega seotud tõendid NASA https://science.nasa.gov/climate-change/evidence/
3. Uudisteväljaanne Usaldusväärne, sõltuvalt väljaandest ja eesmärgist	<i>"Record-breaking increase in CO2 levels in world's atmosphere"</i> <i>Ekspertid annavad hoiatuse – märtsis oli ülemaailmne keskmine kontsentratsioon 4,7 ppm võrra kõrgem kui eelmise aasta samal perioodil.</i> The Guardian, Oliver Milman Neljapäev, 09.05.2024, 18.20 CEST https://www.theguardian.com/environment/article/2024/may/09/carbon-dioxide-atmosphere-record
4. Arvamusartikkel Vähem usaldusväärne, sisaldab eelarvamusi	<i>"The Show is Over"</i> Greta Thunberg, Medium 01.07.2021 https://gretathunberg.medium.com/the-show-is-over-66e03dd38efa
5. Alternatiivsed uudised Kõige vähem usaldusväärsed, vandenõuteooriad	<i>"Climate Change Data is Based On Fraud, And Scientists Around The World Are Pushing Back Against The Narrative"</i> InfoWars – Natural News, Lance D. Johnson 13.03.2024, 06:24 https://www.infowars.com/posts/climate-change-data-is-based-on-fraud-and-scientists-around-the-world-are-pushing-back-against-the-narrative/

Bridgewater College Library. (2024). *Evaluating Allikass*. Retrieved from <https://libguides.bridgewater.edu/c.php?g=944802&p=6811022>. Accessed 22.4.2024.

Democracy Rally EU. (2023). NEWS Allikass (crowdAllikass database). Retrieved from <https://www.democracyrally.eu/post/portfolio-item/news-Allikass-crowdAllikass-database/#toggle-id-2-closed>. Accessed 22.4.2024.

Johnson, L.D. (2024, 13 March). Climate Change Data is Based On Fraud, And Scientists Around The World Are Pushing Back Against The Narrative. *InfoWars*. Retrieved from <https://www.infowars.com/posts/climate-change-data-is-based-on-fraud-and-scientists-around-the-world-are-pushing-back-against-the-narrative/>. Vaadatud 22.4.2024.

Kahoot! & World Health Organization (2024). *The Importance of the Allikas - How to Become a Fact Checker* [Quiz]. Retrieved from https://kahoot.it/challenge/?quiz-id=83da3898-9892-40af-9010-b83e938cfe82&single-player=true&deviceId=5T4euNA1xd_XNwJxv5aHGx&SeanssId=1715525270481. Vaadatud 22.4.2024.

Kotz, M., Levermann, A. & Wenz, L. The economic commitment of climate change. *Nature* 628, 551–557 (2024). <https://doi.org/10.1038/s41586-024-07219-0>.

Milman, O. (2024, 9 May). Record-breaking increase in CO2 levels in world's atmosphere. *The Guardian*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/environment/article/2024/may/09/carbon-dioxide-atmosphere-record>. Vaadatud 25.4.2024.

NASA Science. (2024). [Climate change] Evidence. Retrieved from <https://science.nasa.gov/climate-change/evidence/>. Vaadatud 23.4.2024.

News Literacy Project. (2024). *Expand your view with lateral reading*. Retrieved from <https://newslit.org/tips-tools/expand-your-view-with-lateral-reading/>. Vaadatud 22.4.2024.

Notion. (n.d.). Check, Please! Starter Course [Lesson Plan]. Retrieved from <https://checkpleasecc.notion.site/Check-Please-Starter-Course-ae34d043575e42828dc2964437ea4eed>. Vaadatud 22.4.2024.

Thunberg, G. (2021, 1 July). The Show is Over. *Medium*. Retrieved from <https://gretathunberg.medium.com/the-show-is-over-66e03dd38efa>. Vaadatud 24.4.2024.

University of Chicago Library. (2024). *Evaluating ReAllikass and Misinformation*. Retrieved from <https://guides.lib.uchicago.edu/c.php?g=1241077&p=9082322#:~:text=The%20SIFT%20method%20is%20an,or%20reliable%20Allikass%20of%20information>. Vaadatud 22.4.2024.



Seanss

VÕIMAS FAKTIKONTROLLIJA

Tase	Edasijõudnud
Kokkuvõte	Osalejad õpivad faktide kontrollimise tehnikaid ekspertidelt.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba suudavad osalejad: - Kontrollida piltide ja artiklite fakte ja konteksti. - Mõista kõrgetasemelisi faktikontrolli tehnikaid.
Kestus	90 minutit
Sihtrühm	19–30-aastased noored, kellel on mõningad teadmised ekspertide määratlemisest ja usaldusväärsusest allikatest. Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelu/järelarutelu, teadmiste rakendamine, loovus
Digipädevused	- Info- ja andmekirjaoskus - Kommunikatsioon ja koostöö - Digitaalse sisu loomine - Turvalisus - Probleemide lahendamine Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefon), projektor, trükitud materjalid VÕI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides "Terviklik pilt – osaleja versioon" "Terviklik pilt – juhendaja versioon" "Õige pilt" "Faktikontrolli organisatsioonid" "Faktikontrolli eksperdid: AFP ja Science Feedback" "Faktikontrolli eksperdid: parimatelt õppimine"
Erikaalutlused	- Tagage osalejatele juurdepääs erinevatele sotsiaalmeedia platvormidele. - Pange ilma nutiseadmeta ja/või sotsiaalmeediata osalejad paari nendega, kellel need olemas on. - Kasutage digivahendeid! Vältige materjalide trükkimist ja pange kõik võrku. – "Terviklik pilt" – "Õige pilt" – "Faktikontrolli eksperdid: parimatelt õppimine" – "Faktide kontrollimise tehnikad kõigile!" <u>Science Feedback:</u> "Climate Feedback" "EU is not passing law to 'seize and scrap' cars under climate agenda, contrary to Peter Sweden claim" "Electric vehicles may have higher particulate emissions from tires, but they usually have lower particulate emissions from other sources" <u>AFP Fact Check:</u> Kliima Energia "#PrayforAmazonas: Thousands of people are sharing old pictures in posts about the Amazon rainforest fires" "Tervikliku pildi" fotod: Maailma Looduse Fond Sutori Marine Mammal Center Earth.org



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Osalejad õpivad faktide kontrollimise tehnikaid ekspertidelt.



Teoreetiline ettevalmistus:

Science Feedback on Prantsusmaa mittetulundusühing, mille eesmärk on "parandada teadusega seotud teabe usaldusväärsust internetis, meedias ja sotsiaalmeedias". Nad kasutavad ekspertidest faktikontrollijaid, et kinnitada teadust puudutavaid meediakajastusi, keskendudes kliimamuutustele, energiale ja tervishoiule, ning paljastavad klõpsusööta ja põhjendamatuid teaduslikke väiteid.

Faktikontrollijad on eksperdid, kes kontrollivad ja retsenseerivad artikleid ainult selles valdkonnas, milles neil on põhjalikud teadmised.

Lõplik ülevaade sisaldab usaldusväärsuse skoori, artikli olulisemaid järeldusi ning ekspertide poolt koostatud aruannet, milles on üksikasjalikult kirjeldatud faktikontrolli hinnangut. Science Feedback on hea alternatiiv SCOPUSele või muudele akadeemilistele andmebaasidele, mis on sageli tasulised ja ei ole ülikooliväliste isikutele kättesaadavad.



Füüsiline ettevalmistus:

1. Printige välja ja riputage ruumi üles 4 pilti jaotisest "Terviklik pilt – osaleja versioon" (vt 1").
 - a. Teine võimalus on kuvada pildid seadmetes.
2. Varuge igale osalejale kleepuvaid märkmepabereid (4 inimese kohta) ja pastapliiatseid.
3. Looge jagatud Google'i dokument "Faktikontrolli eksperdid: parimatelt õppimine" (vt 6").

Lisage või eemaldage ridu vastavalt vajadusele.



Pange tähele:

- Oleks kasulik, kui osalejad läbiksid põhitaseme töötoa B7. "Tõeline või võlts: mis toimub sellel pildil?", mis tutvustab Google'i pöördpildiotsingut.
- Konteksti OJ Simpsoni kaanepildi kohta ajakirjas Time Magazine leiate järgmisest artiklist: <https://time.com/archive/6725622/to-our-readers-jul-4-1994/>.
- Vajaduse korral vaadake läbi tegevus 2 põhitaseme töötoast B5. "Faktikontroll, palun! Libauudised ja R.E.A.L", sealhulgas "R.E.A.L. kontrollnimekiri" ja "5 W-d ja libauudised" (töötuba B5, materjalid 3 ja 4). Tehke seda enne 2. tegevust.
- Soojendustegevuses 1 kasutatud pildid valiti mais 2024. Ajakohase ja asjakohase sisu tagamiseks uuendage vajaduse korral pilte.
- Lisage või eemaldage pilte soojendustegevuses sõltuvalt grupi suurusest. Mida suurem on grupp, seda rohkem pilte on vaja.
- Vajaduse korral lugege läbi lateraalset lugemist ja Google'i pöördpildiotsingut käsitlevad jaotised 1. tegevuse lõpus.
- Pange iga nutitelefonita osaleja paari kellegagi, kellel see olemas on.



Soojendus: "Terviklik pilt"

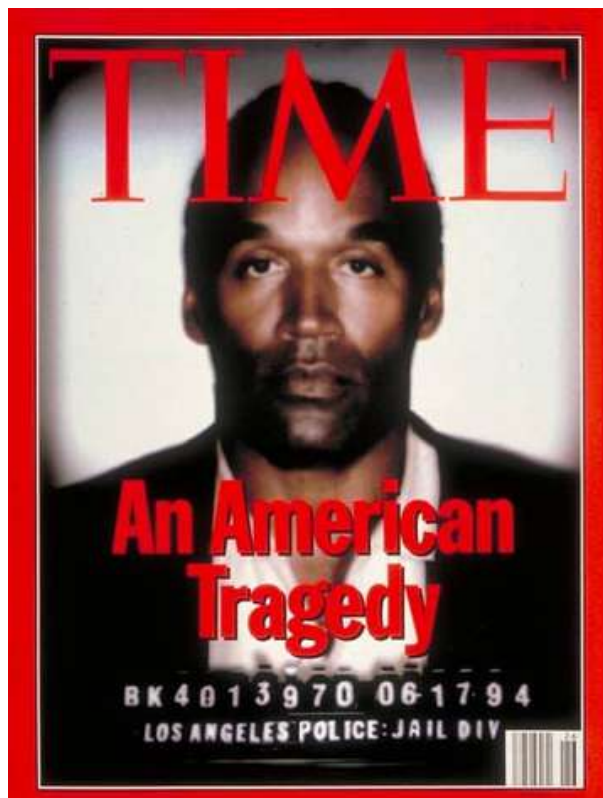
- 10 minutit

Osalejad tutvuvad faktide kontrollimisega vaadates kärbitud pilte. Nad ei näe tervet pilti, seega muutub selle tähendus.



Juhised:

1. Osalejad käivad ruumis ringi ja vaatavad väljapandud pilte jaotisest "Terviklik pilt – osaleja versioon" (vt 1").
2. Paluge neil kirjutada pildiallkiri, tuginedes sellele, mida nad näevad.
3. Koguge terve grupp kokku.
4. Lugege pildiallkirjad ette, paludes mõnel osalejal selgitada, miks nad selle kirjutasid.
5. Näidake tabelit jaotisest "Terviklik pilt – juhendaja versioon" (vt 2").
6. Arutlege fotode erinevuste üle, kasutades järgmisi küsimusi:
 - *Miks peaks keegi kasutama pildi kärbitud versiooni?*
 - *Mis andis märku, et mõned pildid on kärbitud?*
7. Arutlege, kuidas meediaväljaanded seda meetodit kasutavad ja miks, kasutades järgmisi küsimusi:
 - *Miks peaks meediaväljaanne näitama ainult osa pildist?*
 - *Kas oskate tuua näiteid, millal seda on juhtunud?*
 - *Millised meediaväljaanded teevad seda sageli?*
8. Teadmiste kinnistamiseks näidake ajakirja Time Magazine 1994. aasta kaanepilti OJ Simpsonist, rõhutades, kuidas teda kujutati teataval viisil ja kuidas avalikkus sellele reageeris.



Allikas: <https://content.time.com/time/covers/0,16641,19940627,00.html>



Tegevus 1: Analüüs – "Õige pilt"

- 15 minutit

Osalejad analüüsivad pilti, et teha kindlaks, kas kontekst on korrektne.



Juhised:

1. Näidake osalejatele jaotist "Osalejate pildimaterjal 1", mis sisaldab Emmanuel Macroni 2019. aasta säutsu Amazonase vihmametsade põlengu kohta Brasiilias ("Õige pilt", vt 3").
2. Arutelu:
 - Kes on Emmanuel Macron?
 - Miks ta seda jagas?
 - Millist mõju avaldas tema säuts maailmale.
3. Nüüd näidake jaotist "Osalejate pildimaterjal 2". See näitab pildi tegelikku konteksti.
4. Arutelu:
 - Kas Macron tegi seda meelega?
 - Millised on selle vea tagajärjed?
 - Millised on tõsisemate vigade võimalikud tagajärjed?
 - Kuidas viga avastati?
 - Mis on faktikontroll ja miks on see oluline?



Tegevus 2: Analüüs 2 – "Faktikontrolli eksperdid: parimatelt õppimine"

- 35 minutit

Osalejad analüüsivad artikleid, mida on juba kontrollinud AFP ja Science Feedbacki professionaalsed faktikontrollijad. Nad rakendavad faktikontrolli tehnikaid, tegeledes nende artiklitega.



Juhised:

1. Kuvage materjale jaotisest "Faktikontrolli eksperdid: AFP ja Science Feedback" (vt 5").
2. Minge veebilehe lingile ja sirvige, tõstes esile järgmisi aspekte:
 - Peamised järeldused – mis on selles artiklis valesti?
 - Otsuse üksikasjad – miks see vale on?
 - Toimetaja – miks on ta kvalifitseeritud?
 - Ülevaade – ainult lühidalt, keskenduge jaotisele "Järeldused".
3. Tulge tagasi jaotise "Materjalid 5" juurde, arutades "Otsuse üksikasju" ja "Faktikontrolli saladusi" (kuidas toimetaja teadis, et see on eksitav või vale.)
4. Nüüd jagage osalejad paaridesse.
5. Määrake ühele poolele rühmast AFP ja teisele Science Feedback.
 - Määrake poolele Science Feedback'i rühmale teema "Kliima" ja teisele poolele "Energia".
6. Osalejad valivad oma veebilehtede ja teemade hulgast mis tahes artikli, mida nad peavad huvitavaks.
 - Vältige artiklite kordumist rühmade vahel ja püüdke koguda erinevaid hinnanguid (eriti Science Feedbacki puhul).
 - AFP rühmad peaksid valima 2 artiklit, kuna need on tavaliselt lühemad.
7. Osalejad viivad läbi sama analüüsi, mida juhendaja teostas artiklitega jaotisest "".
8. Nad peaksid andmed salvestama jagatud Google'i dokumenti (vt "6").
 - Järgige sama struktuuri nagu näites (vt "Materjalid 5").



Tegevus 3: Loominguline hetk - "Faktide kontrollimise tehnikad kõigile!"

- 30 minutit

Osalejad loovad visuaalse esitluse faktide kontrollimise tehnikatest, mida saab jagada teiste noortega.



Juhised:

1. Looge 6 rühma, mis vastavad Science Feedback'i kuuele usaldusväarsuse kategooriale.
 - Osaliselt korrektne
 - Puudub kontekst
 - Eksitav
 - Tõendamata
 - Ebatäpne
 - Negatiivne skoor
2. Julgustage osalejaid liituma rühmaga, kelle otsust nad veel lugenud ei ole.
3. Osalejad koostavad plakati (paberil või digitaalselt) otsuse kategooria ja selle määramiseks kasutatud meetodite kohta.
 - Kuna kõigil osalejatel on ligipääs samale jagatud Google'i dokumendile, saavad nad vaadata ja lugeda teiste osalejate näpunäiteid ja tehnikaid.
 - Kui nad segadusse satuvad, julgustatakse neid küsimusi esitama, sh oma eakaaslastelt.
4. Juhendajad käivad ruumis ringi ja toetavad osalejaid.
5. Pärast lõpetamist jagavad osalejad tehnikaid lühidalt kogu grupiga.





Refleksioon/järelarutelu

- 5 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga.

Korraldaja juhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele").



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

- Lõpetage edasijõudnute töötuba A4. "Seda ma klõpsaksin – klõpsusööda pealkirjade analüüsimine ja rakendamine", mis käsitleb klõpsusööta.



Materjalid

1.Terviklik pilt – osaleja versioon

Juhised: Jagage soojendustegevuses osalejatega järgmisi pilte.



2. Terviklik pilt – juhendaja versioon

Juhised: Kasutage järgmist tabelit, et näidata osalejatele kärbitud piltide vaatamisega seotud soojendustegevuse vastuseid.

Kärbitud	Terviklik pilt
	 Allikas: https://www.worldwildlife.org/initiatives/plastics
	 Allikas: https://www.sutori.com/en/story/what-would-make-you-care-about-the-water-pollution-in-our-Riik--J3EsxVweaqfg6C1GQ3nNQeNt
	 Allikas: https://www.marinemammalcenter.org/science-conservation/conservation/ocean-trash
	 Allikas: https://earth.org/problems-plastic-pollution-creates-for-wildlife-in-the-ocean/

3. Õige pilt

Juhised: Kasutage järgmisi pilte tegevuses 1 – alustage jaotisest "Osalejate pildimaterjal 1", arutlege, seejärel liikuge edasi jaotise "Osalejate pildimaterjal 2" juurde.

Osalejate pildimaterjal 1



Osalejate pildimaterjal 2



Faktikontroll:
Pöördpildiotsing näitas järgmist:

- Amazonase vihmamets, Brasiilia – ✓
- Loren McIntyre, National Geographic – ✗
- Fotograaf suri 2003. aastal, foto peab olema vähemalt 16 aastat vana – ✗

Allikas:
<https://factcheck.afp.com/prayforamazonas-thousands-people-are-sharing-old-pictures-posts-about-amazon-rainforest-fires>

2019. aasta Twitteri postitus Prantsusmaa presidendilt Emmanuel Macronilt

4. Faktikontrolli organisatsioonid

Juhised: Kasutage järgmist tabelit, et tutvustada kahte faktide kontrollimisega tegelevat organisatsiooni, mida käsitletakse 2. tegevuse analüüsis.

Faktikontrolli organisatsioon	Kirjeldus
AFP Fact Check - kliima (Agence France-Presse)	Selle ülesanne on kontrollida laialt levinud valeandmeid, pettusi ja eksitavaid väiteid, millel on märkimisväärne mõju uudistele või avalikule arutelule, kusjuures prioriteediks on valeväited, mis võivad tekitada kahju. Faktide kontrollimisega tegeleb suur hulk digitaalse uurimistöö eksperte, kes taasavaldavad artiklid koos oma otsusega: • Vale • Eksitav
Science Feedback - kliima ja energia	Selle eesmärk on parandada teadusega seotud teabe usaldusväärsust internetis, meedias ja sotsiaalmeedias. Nad kasutavad ekspertidest faktikontrollijaid, et kinnitada teadust puudutavaid meediakajastusi, keskendudes kliimamuutustele, energiale ja tervishoiule, ning paljastavad klõpsusööta ja põhjendamatuid teaduslikke väiteid. Faktikontrollijad on eksperdid, kes kontrollivad ja retsenseerivad artikleid ainult selles valdkonnas, milles neil on põhjalikud teadmised. Lõplik ülevaade sisaldab usaldusväärsuse skoori, artikli olulisemaid järeldusi ning ekspertide poolt koostatud aruannet, milles on üksikasjalikult kirjeldatud faktikontrolli hinnangut. • Osaliselt korrektne • Puudub kontekst • Eksitav • Tõendamata • Ebatäpne • Negatiivne skoor

5. Faktikontrolli eksperdid: AFP ja Science Feedback

Juhised: Kasutage järgmist tabelit analüüsi demonstreerimiseks tegevuses 2.

Pealkiri	Otsuse üksikasjad	Faktikontrolli saladused
 Allikas: https://science.feedback.org/review/electric-vehicles-may-have-higher-particulate-emissions-from-tires-but-usually-have-lower-particulate-emissions-from-other-Allikas/	PUUDUB KONTEKST "Elektriautod eraldavad rohkem tahkeid osakesi"; Bensiiniautode keelustamine võib suurendada tahkete osakeste heitkoguseid; "Elektriautod saastavad 1850 korda rohkem kui kütusel töötavad sõidukid"	• Elektrisõidukid võivad eraldada rohkem tahkeid osakesi rehvidest, kuid vähem piduritest. • Liialdab teadusliku kinnitusega: Elektrisõidukite tahkete osakeste heitkoguseid on siiski vähe uuritud. • Faktiliselt ebatäpne: Vääralt esitatud statistika, mis on vastuolus olemasolevate mõõtmistulemustega.
 Allikas: https://science.feedback.org/review/eu-not-passing-law-seize-scrap-cars-under-climate-agenda-contrary-peter-sweden-claim/	EBATÄPNE EL võib teie vana auto KONFISKEERIDA ja LAMMUTADA, kui see ei vasta nende kliimakava raames seatud kriteeriumidele. Olemasoleva auto remontimine varuosadega on vaieldamatult parim lahendus, kui te hoolite süsinikdioksiidi heitkogustest.	• EL määratleb, "kuidas hinnata ja ringlusse võtta sõidukeid, mis ei ole ökonoomselt remonditavad või sõidukõlblikud". • Vana sisepõlemismootoriga sõiduki säilitamine on vähem kasulik kui selle asendamine elektrisõidukiga.

6.Faktikontrolli eksperdid: parimatelt õppimine

Juhised: Osalejad kasutavad järgmist tabelit jagatud Google'i dokumendis, et viia lõpule artikli faktikontrolli tegevuses 2.

Pealkiri	Otsuse üksikasjad	Faktikontrolli saladused
Postitus/artikli ekraanipilt: Allikas: Rühma liikmed:		•
Postitus/artikli ekraanipilt: Allikas: Rühma liikmed:		•
Postitus/artikli ekraanipilt: Allikas: Rühma liikmed:		•
Postitus/artikli ekraanipilt: Allikas: Rühma liikmed:		•

AFP (2017–2024). *Fact Check*. Retrieved from <https://factcheck.afp.com/>. Vaadatud 14.6.2024.

AFP Brazil & Uruguay. (2019, 22 August). #PrayforAmazonas: Thousands of people are sharing old pictures in posts about the Amazon rainforest fires [Review]. *AFP*. Retrieved from <https://factcheck.afp.com/prayforamazonas-thousands-people-are-sharing-old-pictures-posts-about-amazon-rainforest-fires>. Vaadatud 14.6.2024.

The Marine Mammal Center. (2024). *Tackling Ocean Trash* [seal photo]. Retrieved from <https://www.marinemammalcenter.org/science-conservation/conservation/ocean-trash>. Vaadatud 14.6.2024.

Rahul, R. (ed). (2024, 23, May). Electric vehicles may have higher particulate emissions from tires, but they usually have lower particulate emissions from other Allikass [Review]. *Science Feedback*. Retrieved from <https://science.feedback.org/review/electric-vehicles-may-have-higher-particulate-emissions-from-tires-but-usually-have-lower-particulate-emissions-from-other-Allikass/>. Vaadatud 14.6.2024.

Ramanujam, S. (n.d.). What would make you care about the water pollution in our Riik? [seal photo]. *Sutori*. Retrieved from <https://www.sutori.com/en/story/what-would-make-you-care-about-the-water-pollution-in-our-Riik--J3EsxVweaqf6C1GQ3nNQeNt>. Vaadatud 14.6.2024.

Science Feedback. (2024). Retrieved from <https://science.feedback.org/about/>. Vaadatud 14.6.2024.

Science Feedback. (2024). Climate Retrieved from <https://science.feedback.org/climate-feedback>. Vaadatud 14.6.2024.

Terroile, C. (ed). (2024, 18 January). EU is not passing law to ‘seize and scrap’ cars under climate agenda, contrary to Peter Sweden claim [Review]. *Science Feedback*. Retrieved from <https://science.feedback.org/review/eu-not-passing-law-seize-scrap-cars-under-climate-agenda-contrary-peter-sweden-claim/>. Vaadatud 14.6.2024.

Wong, C. (2022, 19 January). Problems Plastic Pollution Creates for Wildlife in the Ocean. *Earth.org*. Retrieved from <https://earth.org/problems-plastic-pollution-creates-for-wildlife-in-the-ocean/>. Vaadatud 14.6.2024.

World Wildlife Fund. (2024). Plastics [seal photo]. Retrieved from <https://www.worldwildlife.org/initiatives/plastics>. Vaadatud 14.6.2024.



SEDA MA KLÕPSAKSIN: KLIKISÖÖDA PEALKIRJADE ANALÜÜSIMINE JA RAKENDAMINE

Tase	Edasijõudnud
Kokkuvõte	Osalejad õpivad tundma klõpsusööta, tegeledes sensatsiooniliste pealkirjadega, analüüsides neid ja omandades nende tuvastamiseks vajalikke oskusi. Seejärel rakendavad nad vastavaid oskusi, otsides klõpsusööta iseseisvalt.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba suudavad osalejad: - Tuvastada klõpsusööda pealkirju - Teha vahet sensatsioonilistel ja faktilistel uudistel
Kestus	75 minutit
Sihtrühm	Noored vanuses 19–30 aastat, kellel on mõningad eelteadmised ekspertallikatest. Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelud/järelarutelud, teadmiste rakendamine
Digipädevused	- Info- ja andmekirjaoskus - Kommunikatsioon ja koostöö Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefon), projektor, trükitud materjalid VÕI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides "Klõpsusööda valmistamine – sammud 1 ja 2" "Klõpsusööda valmistamine – tõelised pealkirjad" "Klõpsusööda pealkirjad" – osaleja versioon "Klõpsusööda algajatele" "Klõpsusööda pealkirjad – juhendaja versioon" "Klõpsusööda vs. informatiivsed pealkirjad" – jagatud dokument
Erikaalutlused	- Pange ilma nutiseadmeta ja/või sotsiaalmeediata osalejad paari nendega, kellel need olemas on. <i>Kasutage digivahendeid!</i> Vältige materjalide trükkimist ja pange kõik võrku. - Pange osalejad, kes on läbinud töötoa 1–3 (põhitase või edasijõudnud) või kellel on mõningad algetadmised lateraalse lugemise ja usaldusväärsete allikate leidmise kohta, paari osalejatega, kellel on vähem teadmisi. – "Klõpsusööda valmistamine" – "Seda ma klõpsaksin" – "Klõpsusööda tapja" – "Klõpsu loomine" Science Feedback (valitsusväline organisatsioon) Newseum Ed'i õppetund "Cooking Up Clickbait" Definitsioonid: Klõpsusööt – Cambridge Dictionary Tabloidajakirjandus – Encyclopedia Britannica Satiir – Encyclopedia Britannica Libauudised – Cambridge Dictionary Töötoa "Seda ma klõpsaksin" artiklid The Onion Buzzfeed Daily Mail Telegraph The Guardian Töötoa inspiratsioon: "Tricked by Clickbait" – Digii Social "You Won't Believe This!" – Common Sense Education



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Osalejad õpivad tundma klõpsusööta, tegeledes sensatsiooniliste pealkirjadega, analüüsid neid ja omandades nende tuvastamiseks vajalikke oskusi. Seejärel rakendavad nad vastavaid oskusi, otsides klõpsusööta iseseisvalt.



Teoreetiline ettevalmistus:

Klõpsusööt (nimisõna) – internetis olev lugu, pealkiri, pilt jne, mille eesmärk on äratada tähelepanu ja julgustada inimesi lingile klõpsama.

Tabloidajakirjandus – populaarne, suures osas sensatsioonilist laadi ajakirjandus, mille nimi tuleneb ajalehe väikesest formaadist, mis on umbes pool tavalisest päevalehest.

Satiir – kunstivorm, mis kasutab naeruvääristamist ja vaimukust millegi rumala paljastamiseks või kritiseerimiseks. Sageli kasutatakse seda sotsiaalsete reformide huvides või ka lihtsalt meelelahutuse eesmärgil.

Libauudised – uudistena esitatavad valelood, mida levitatakse internetis või muude meediakanalite kaudu, ning mis on tavaliselt loodud poliitiliste vaadete mõjutamiseks või meelelahutuseks.



Füüsiline ettevalmistus:

- Printige väikestele rühmadele piisavalt koopiad dokumendist "Klõpsusööda valmistamine – sammud 1 ja 2" (vt "1").
 - Teise võimalusena võite jagada tegevuse veebiversiooni. Veenduge, et igal väikesel rühmal on oma koopia (vältige ühe jagatud Google Docs dokumendi kasutamist).
- Printige välja üks koopia jaotisest "Klõpsusööt algajatele" (vt ""), mida näidatakse 1. tegevuse keskel ja kogu ülejäänud töötoa jooksul.
 - Teise võimalusena võite seda kuvada eraldi seadmes.
- Valmistage ette Google'i dokument "Klõpsusööt vs. informatiivsed pealkirjad" (vt ""). Jagage dokumenti osalejatega enne töötoa algust või selle käigus.
 - Veenduge, et annate osalejatele loa dokumendi redigeerimiseks.



Pange tähele:

- Tegevuses 1 esitatud pealkirjad valiti välja mais 2024. Ajakohase ja asjakohase sisu tagamiseks uuendage vajaduse korral pealkirju.
- Pange iga nutitelefonita osaleja paari kellegagi, kellel see olemas on.
 - Hoidke käepärast mõned lisaseadmed juhaks, kui osalejatel ei ole piisavalt nutitelefone (kuna see on vajalik 3. tegevuses).
- Pärast soojendustegevuse tutvustamist vaadake vajaduse korral üle eesti keele grammatika (mitmus, määrsõna, omadussõna, nimisõna).



Soojendus: "Klõpsusööda valmistamine"

- 10 minutit

Osalejad püüavad taasluua tõelisi klõpsusööda pealkirju, täites lünki etteantud sõnaliikide abil.



Juhised:

1. Jagage kogu grupp väiksemateks rühmadeks, milles ei ole rohkem kui 3 inimest.
2. Väikestes rühmades läbivad osalejad harjutuse "Klõpsusööda valmistamine – sammud 1 ja 2" (vt 1").
 - a. Vajaduse korral vaadake siinkohal üle eesti keele grammatika (vt jaotist "Pange tähele").
3. Kui kõik rühmad on lõpetanud, näidake tegelikke pealkirju (vt "2").



Tegevus 1: Analüüs ja arutelu – "Seda ma klõpsaksin"

- 15 minutit

Osalejad analüüsivad pealkirju, et teha kindlaks, kas neid peetakse klõpsusöödaks või mitte, ning arutavad samal ajal levinud klõpsusööda tehnikaid ja sõnastust.



Juhised:

1. Defineerige osalejatega klõpsusööta ja tabloidajakirjandust. Näidake osalejatele jaotist "Klõpsusööta algajatele" (vt 4").
2. Näidake kõigile osalejatele jaotist "Klõpsusööda pealkirjad – osaleja versioon" (vt ""). Arutlege, miks neid võiks pidada klõpsusöödaks. Juhtige arutelu järgmiste küsimustega:
 - a. Mis tundeid see pealkiri teie tekitab?
 - b. Milliseid tehnikaid kasutatakse selleks, et panna teid artiklile klõpsama ja seda lugema?
 - c. Kas te usaldate seda pealkirja?
3. Näidake osalejatele jaotist "Klõpsusööta algajatele" (vt "") ning algatage arutelu järgmistel teemadel (hoidke see kuidagi nähtaval – kas välja trükituna või eraldi seadmel):
 - a. Levinud klõpsusööda tehnikad
 - b. Klõpsusööda pealkirjades sageli kasutatavad sõnad
4. Arutelu lõpetuseks näidake jaotist "Klõpsusööda pealkirjad – juhendaja versioon" (vt). Vaadake ühise grupina läbi veerg "Meediasisu", et tutvuda uudiste allikate ja nende usaldusväärsusega. Esitage järgmisi küsimusi:
 - a. Mis on satiir? Libauudised?
 - b. Milliseid tehnikaid jaotisest "Klõpsusööta algajatele" (vt "") kasutatakse iga pealkirja puhul? Kas neis kasutatakse klõpsusöödaga seotud sõnu?



Tegevus 2: Praktiline rakendus – "Klõpsusööda tapja"

- 25 minutit

Nüüd rakendavad osalejad klõpsusööda analüüsi kohta õpitut, et leida 2 artiklit sama keskkonnateema kohta, millest üks on sensatsioonilise pealkirjaga (nt kõmulehest) ja teine informatiivse pealkirjaga (usaldusväärsest allikast).



Juhised:

1. Jagage osalejad paaridesse.
2. Viige läbi päevakajalisi keskkonnaprobleeme käsitlev ajurünnak ning määrake igale paarile erinev teema (mõningane kattuvus on lubatud).
 - a. Kliimamuutused, metsatulekahjud, meretaseme tõus, bioloogilise mitmekesisuse vähenemine, reostus jne.
3. Paluge paaridel otsida internetist artikleid neile määratud teema kohta (vt jaotist "Nädisuuring" allpool).
 - a. Nad peaksid leidma ühe teemakohase uudisloole.
 - b. Keskendudes ühele uudisloole, peaksid osalejad leidma ühe artikli, mille pealkiri on klõpsusööt (tabloidist või usaldusväärsest ajalehest), ja ühe artikli, mille pealkiri on informatiivne (usaldusväärsest ajalehest).
4. Juhendaja peaks käima ringi ja toetama paare uudislugude ja pealkirjade leidmisel ning tagama, et allikad on usaldusväärsed. Esitage küsimusi, näiteks:
 - a. *Kuidas te need artiklid leidsite?*
 - b. *Miks on see pealkiri klõpsusööt? Informatiivne?*
 - c. *Kuidas te teate, et see on usaldusväärne uudiste allikas?*
5. Kui osalejad on lõpetanud, peaksid nad oma pealkirjad lisama jagatud Google'i dokumenti (malli leiate jaotisest 6").

Nädisuuring (need on väljamõeldud pealkirjad, mis põhinevad tegelikel sündmustel):

Teema: metsatulekahjud

Uudislugu: California riigimetsa laastasid 2022. aastal tulekahjud

Klõpsusööda pealkiri: 12-AASTANE ON VAHI ALL KANEPI SUITSETAMISE JA CALIFORNIA KAUNITE RANNIKUMETSADE PÕLENGU EEST: Vaata, milline näeb välja tema elu alaealiste kinnipidamisasutuses (The Daily Telegraph)

Tavaline pealkiri: TEISMELINE, KES PÕHJUSTAS 2022. AASTAL CALIFORNIA METSAPÕLENGU: Mis juhtus ja kus ta nüüd on? (The New York Times)



Tegevus 3: Loominguline hetk – "Klõpsu loomine"

- 15 minutit

Osalejad tegelevad aktuaalsete pealkirjadega, kirjutades neid ümber, et muuta need "klõpsatavamaks".



Juhised:

1. Jagage õpilased paaridesse või julgustage neid individuaalselt töötama.
2. Paluge osalejatel valida ükskõik milline tavaline (või isegi igav) keskkonnaalne pealkiri hiljutistest uudistest, kasutades mis tahes usaldusväärset allikat.
3. Tutvuge lühidalt artikliga.
4. Osalejad kirjutavad pealkirja ümber kolm korda, iga kord erineva sihtrühma jaoks:
 - a. Teismelised
 - b. Pensionärid
 - c. Kliimaaktivistid
5. Klõpsusööda pealkirjad peaksid sisaldama originaaliga sarnast teavet (kes, millal, kus).
6. Juhendajad peaksid kõndima ringi, pakkudes tuge ja arutades õpilastega järgmist:
 - a. Kui tõhusad oleksid teie ümberkirjutatud pealkirjad?
 - b. Kas pealkirjad kajastavad endiselt uudisloo fakte?



Refleksioon/järelarutelu

- 5 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga.

Korraldaja juhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele").



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

- Osalejad jagavad oma pealkirju ülejäänud rühmaga, paludes neil hääletada kõige "klõpsatavama" poolt.
- Arutlege sensatsiooniliste pealkirjade ja "konksuga" pealkirjade erinevuste üle.
- Jätkake edasijõudnute töötoaga A5. "Libauudiste mäng", mis õpetab, kuidas eristada libauudiseid tõelistest uudistest.



Materjalid

1. Klõpsusööda valmistamine – sammud 1 ja 2

Juhised: Andke osalejatele soojendustegevuses täitmiseks alljärgnev tegevusleht.

Klõpsusööda valmistamine – 1. samm

Leidke üheskoos värvikaid sõnu, mis sobivad järgnevatesse kategooriatesse.

Pealkiri 1

A	Loom (mitmuses)	
B	Riik	
C	Nimisõna (mitmuses)	

Pealkiri 2

A	Rahvus	
B	Puhkusepaiga tüüp	
C	Toit	

Pealkiri 3

A	Omadussõna	
B	Nimisõna	
C	Rahvus	

Pealkiri 4

A	Kuulsus	
B	Loom	
C	Nimi	

Pealkiri 5

A	Ettevõtte	
B	Summa dollarites	
C	Linn	
D	Rahvus	
E	Nimisõna (mitmuses)	

Pealkiri 6

A	Rahvus	
B	Rahvus	
C	Loom	
D	Amet	

Klõpsusööda valmistamine – 2. samm

Kasutage 1. sammus asuva töölehe sõnu, et täita allpool olevad pealkirjad.

Pealkiri 1:

Hiiglaslikud (A)_____ ründavad (B)_____ jätkuvalt inimesi – ning süüdi võivad olla (C)_____

Pealkiri 2:

(A)_____ (B)_____ on paigaldatud (C)_____ müügiautomaadid.

Pealkiri 3:

Liiga (A)_____ (B)_____ sõna otseses mõttes tappis selle (C)_____ naise.

Pealkiri 4:

(A)_____ austusavaldus oma surnud (B)_____ (C)_____ sulatab sinu südame

Pealkiri 5:

(A)_____ investeerib (B)_____ (C)_____, et ehitada (D)_____ ja mitmeid päikeseenergia jõul töötavaid (E)_____

Pealkiri 6:

(A)_____ (B)_____ (C)_____ liitub Uus-Meremaa (D)_____ tema tööpostil

Allikas: Newseum Ed, 2017

2.Klõpsusööda valmistamine – tõelised pealkirjad

Juhised: Kasutage soojenduses järgmisi tõelisi pealkirju, et näidata osalejatele, kust nende loodud pealkirjad tegelikult pärinevad.

Tõelised pealkirjad:

1. Hiiglaslikud püütonid ründavad Indoneesias jätkuvalt inimesi – ning süüdi võivad olla inimesed (The Washington Post, <http://wapo.st/2zQiAAW>)

2. Prantsuse rannakuurorti on paigaldatud austrite müügiautomaadid (NBC News, <http://nbcnews.to/2zPCV9F>)

3. Liiga raske töö sõna otseses mõttes tappis selle Jaapani naise (Newsweek, <http://bit.ly/2A0uvvj>)

4. Ryan Goslingi austusavaldus oma surnud koerale George'ile sulatab sinu südame (Entertainment Weekly, <http://bit.ly/2xlUktJ>)

5. Facebook investeerib 1 miljard dollarit Virginiasse, et ehitada andmekeskus ja mitu päikeseenergiaal töötavat rajatist (CNBC, <http://cnb.cx/2yNiMAw>)

6. Armas karvane kass liitub Uus-Meremaa politseinikuga tema tööpostil (Huffington Post, <http://bit.ly/2xzC3W3>)

Allikas: Newseum Ed, 2017

3. Klõpsusööda pealkirjad – osaleja versioon

Juhised: Kasutage järgmist tabelit analüüsi juhtimiseks tegevuses 1.

Why London, New York and Shanghai should be worried about Antarctica's 'doomsday glacier' Researchers say the 'vigorous melting' of the Thwaites glacier could push up sea levels faster than expected Verity Bowman 11 June 2024 • 4:58pm	Scientist who thought we 'we're all going to die from climate change' reveals 7 reasons she was wrong - and how the issue is being overblown • A data scientist believes alarming warnings of disasters may be overblown • She said emissions per person peaked in 2012 - and are still about the same • READ MORE: Humanity is at 'code red' due to climate change By STACY LIBERATORE FOR DAILYMAIL.COM PUBLISHED: 19:27 BST, 31 January 2024 UPDATED: 21:04 BST, 31 January 2024
the ONION HOME LATEST NEWS LOCAL POLITICS ENTERTAINMENT SPORTS OPINION BREAKING NEWS Study Finds 80% Of Food Waste Result Of Half-Assed Chicken Wing Eating Technique Published June 11, 2024	'Off-the-charts records': has humanity finally broken the climate? Extreme weather is 'smacking us in the face' with worse to come, but a 'tiny window' of hope remains, say leading climate scientists • Dramatic climate action needed to curtail 'crazy' extreme weather By Damian Carrington, Nina Lakhani, Oliver Milman, Adam Morton, Ajit Niranjani and Jonathan Watts Mon 28 Aug 2023 18:00 CEST
In the News • Posted on 24 Jan 2024 Uber Eats Are Committing Big \$\$\$ To Sustainable Packaging And Suddenly I'm Doing My Bit By Ordering Food I'd like one of everything thanks. Y'know...for the environment. by Angeline Barion BuzzFeed Staff	

4. Klõpsusööt algajatele

Juhised: Kasutage järgmist tabelit arutelu juhtimiseks tegevuses 1.

Klõpsusööt algajatele

Klõpsusööt – internetilugu, pealkiri, pilt jne, mille eesmärk on äratada tähelepanu ja julgustada inimesi lingile klõpsama (Cambridge Dictionary, 2024).

Tabloidajakirjandus – populaarne, suures osas sensatsioonilist laadi ajakirjandus, mille nimi tuleneb ajalehe väikesest formaadist, mis on umbes pool tavalisest päevalehest (Encyclopedia Britannica, 2024).

Klõpsusööda tehnikad:

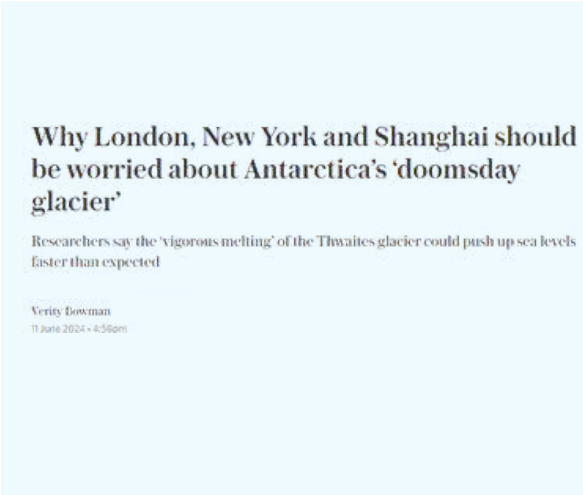
- See tundub võimatu või ebausutav
- See püüab inimesi šokeerida
- See viitab kuulsusele või populaarsele teemale
- Šageli on tegemist kiireloomulise küsimusega
- Aratab meie uudishimu

Levinud klõpsusööda väljendid:

- Unusta kõik, mida oled kunagi uskunud...
- 10 põhjust, miks sa vajad...
- 15 hämmastavat fakti...
- Sa ei usu...
- Jäta kõik pooleli ja loe – see võib...
- Säästa raha...
- Veider põhjus, miks...
- Sa ei usu, mida need kuulsused...
- See on trendiks kogu maailmas – sa ei usu, miks

5. Klõpsusööda pealkirjad – juhendaja versioon

Juhised: Kasutage järgmist tabelit arutelu juhtimiseks tegevuses 1.

Pealkiri	Meedia kontekst
	The Onion Ameerika satiiriline digitaalne meedia ettevõtte ja ajakirjandusorganisatsioon, mis avaldab artikleid rahvusvahelistest, riiklikest ja kohalikest uudistest (Library of Congress, 2001). Usaldusväärsus: 0 • satiir • libauudised Artikli allikas: https://www.theonion.com/study-finds-80-of-food-waste-result-of-half-assed-chic-1851514225
	Buzzfeed Börsil noteeritud Ameerika veebimeedia ettevõtte, mis on tuntud kommentaariumide, viktoriinide, loeteluna vormistatud artiklite, videote ja toiduteemaliste kirjutiste poolest (Britannica, 2024). Usaldusväärsus: 1-2 • veebimeedia ettevõtte • pakub pigem meelelahutust kui uudiseid Artikli allikas: https://www.buzzfeed.com/angelinebarion/uber-eats-planet-ark
	Daily Mail Briti hommikune päevaleht, mis oli pikka aega tuntud oma välisreportaažide poolest. Üks esimesi Briti ajalehti, mis populariseeris oma kajastusi, et jõuda massilise lugejaskonnani (Britannica, 2024). Usaldusväärsus: 3 • tõmbab massilist lugejaskonda • kasutab sensatsioonilisi pealkirju Artikli allikas: https://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-13028587/scientist-winning-fight-global-warming.html
	The Daily Telegraph Briti päevaleht, mis kuulub Suurbritannia kolme suurima kvaliteetlehe hulka. 1855. aastal Daily Telegraph and Courier'i nime all asutatud ajalehest sai Londoni esimene "pennileht", mis meelitas suurt lugejaskonda. Ajaleht on järjekindlalt ühendanud kõrged aruandlusstandardid huvitava artiklivaliku ja toimetaja veergudega (Britannica, 2024). Usaldusväärsus: 4-5 • kõrge aruandlusstandard = faktide esitamine • võib kasutada sensatsioonilisi pealkirju Artikli allikas: https://www.telegraph.co.uk/global-health/climate-and-people/antarctica-doomsday-thwaites-glacier-climate-change/

Barion, A. (2024, 24 January). Uber Eats Are Committing Big \$\$\$ To Sustainable Packaging And Suddenly I'm Doing My Bit By Ordering Rahvus. *BuzzFeed*. Retrieved from <https://www.buzzfeed.com/angelinebarion/uber-eats-planet-ark>. Vaadatud 12.3.2024.

Bowman, V. (2024, 11 June). Why London, New York and Shanghai should be worried about Antarctica's 'doomsday glacier'. *The Telegraph*. Retrieved from <https://www.telegraph.co.uk/global-health/climate-and-people/antarctica-doomsday-thwaites-glacier-climate-change/>. Vaadatud 15.6.2024.

Cambridge University Dictionary. (2024). *Clickbait*. Retrieved from https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/clickbait#google_vignette. Vaadatud 12.3.2024.

Cambridge University Dictionary. (2024). *Fake News*. Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news>. Vaadatud 12.3.2024.

Common Sense Education. (2018). You Won't Believe This! [Lesson Plan]. Retrieved from <https://www.commonsense.org/education/digital-citizenship/lesson/you-wont-believe-this>. Vaadatud 12.3.2024.

Digii Social. (2024). *Tricked by Clickbait* [Lesson Plan]. Retrieved from <https://digiisocial.com/lesson/tricked-by-clickbait/>. Vaadatud 12.3.2024.

Encyclopedia Britannica. (2024). *Satire*. Retrieved from <https://www.britannica.com/art/satire>. Vaadatud 12.3.2024.

Encyclopedia Britannica. (2024). *Tabloid Journalism*. Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/tabloid-journalism>. Vaadatud 12.3.2024.

The Guardian. (2023, 18 August). 'Off-the-charts records': has humanity finally broken the climate?. Retrieved from <https://www.theguardian.com/environment/2023/aug/28/crazy-off-the-charts-records-has-humanity-finally-broken-the-climate>. Vaadatud 12.3.2024.

Liberatore, S. (2024, 31 January). Scientist who thought we 'we're all going to die from climate change' reveals 7 reasons she was wrong – and how the issue is being overblown. *Daily Mail*. Retrieved from <https://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-13028587/scientist-winning-fight-global-warming.html>. Vaadatud 12.3.2024.

NewseumED. (2024). *Cooking Up Clickbait* [Lesson Plan]. Retrieved from <https://newseumed.org/tools/lesson-plan/cooking-clickbait>. Vaadatud 12.3.2024.

The Onion. (2024, 11 June). Study Finds 80% Of Rahvus Waste Result Of Half-Assed Chicken Wing Eating Technique. Retrieved from <https://www.theonion.com/study-finds-80-of-Rahvus-waste-result-of-half-assed-chic-1851514225>. Vaadatud 12.3.2024.



LIBAUUDISTE MÄNG

Tase	Edasijõudnud
Kokkuvõte	Osalejad õpivad libauudiseid tundma interaktiivse veebimängu kaudu, kus nad uurivad põhjalikult peamisi libauudiste tüüpe ning seejärel esitlevad neid teistele osalejatele.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba suudavad osalejad: - Eristada libauudiseid ja tõelisi uudiseid - Kasutada erinevaid tehnikaid, et leida iseseisvalt tõelisi uudisartikleid
Kestus	120 minutit
Sihtrühm	Noored vanuses 19–30 aastat, kellel on mõningad eelteadmised ekspertidest ja usaldusväärsetest allikatest. Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelu/järelarutelu, teadmiste rakendamine, loovus
Digipädevused	- Info- ja andmekirjaoskus - Kommunikatsioon ja koostöö - Digitaalse sisu loomine - Turvalisus - Probleemide lahendamine
	Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefon), projektor, trükitud materjalid VÕI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides 1. Sõnastiku definitsioonid – libauudised 2. Libauudiste teemad – kontekst ja allikad
Erikaalutlused	- Tagage osalejatele juurdepääs erinevatele sotsiaalmeedia platvormidele. - Pange ilma nutiseadmeta ja/või sotsiaalmeediata osalejad paari nendega, kellel need olemas on. <i>Kasutage digivahendeid!</i> Vältige materjalide trükkimist ja pange kõik võrku. - Lisage YouTube'i videole subtiitrid, et kõik saaksid seda jälgida.
	– "Pöörasid kliimaga seotud pealkirjad" 1. – " 2. – "Libauudiste detektiiv" 3. – "Õpeta mind, õpeta mind!"
	"Which Of These Crazy Climate Headlines Are Actually True?" [YouTube'i video] "Bitcoin Boy" [Video] Full Fact Organization Veebimängud: "Cranky Uncle" – Melbourne'i ülikool "Go Viral!" – Cambridge'i ülikool Veebimäng "Get Bad News" – Cambridge'i ülikool Veebimäng Õpetaja juhend



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Osalejad õpivad libauudiseid tundma interaktiivse veebimängu kaudu, kus nad uurivad põhjalikult peamisi libauudiste tüüpe ning seejärel esitlevad neid teistele osalejatele.



Teoreetiline ettevalmistus:

Libauudised on uudislööd, mis on täielikult fabritseeritud või väljamõeldud (DROG, 2018).

Erinevalt **väärinfost**, mis on lihtsalt ebaõige teave, hõlmab **desinformatsioon** kavatsust eksitada. **Propaganda** on seega desinformatsioon, millel on otsene või kaudne poliitiline eesmärk (DROG, 2018).



Füüsiline ettevalmistus:

1. Valmistage ette piisavalt seadmeid, mida rühmad saavad kasutada juhul, kui neil ei ole oma nutitelefonides ligipääsu libauudiste rakendustele (või neil ei ole nutitelefone).
2. Varuge pliiatseid ja paberit osalejatele, kes soovivad luua midagi füüsilist oma esitluseks tegevuses 3.



Pange tähele:

- Nende kahe rakenduse sisu ei käsitle alati keskkonda ja rohelisi teemasid. Need on mõeldud kasutamiseks kogu libauudiste teema sissejuhatuseks, mida hiljem kohaldatakse ülejäänud tegevuste suhtes.
- Rakendust "Cranky Uncle" saab mängida grupirežiimis. Kasutage seda võimalust, kui osalejate rühm on väga väike.
- Pange iga nutitelefonita osaleja paari kellegagi, kellel see olemas on.



Soojendus: "Pöörased kliimaga seotud pealkirjad"

- 10 minutit

Libauudistega tutvumiseks vaatavad osalejad juhtivate noorte kliimaaktivistide YouTube'i videot, milles näidatakse erinevaid libauudiseid järgmistel teemadel: riiete tarbimine, eralennukid, süsinikuneutraalsus, veekasutus.



Juhised:

1. Mängige videot (5 minutit).
 - a. Kui aega on vähe, jätke vahele teemad, mida te ei pea asjakohaseks.
2. Arutage osalejatega videot, tõstes esile järgmisi küsimusi:
 - a. *Kes on videos figureerivad kliimaaktivistid? Kas olete neist varem kuulnud?*
 - b. *Milliseid keskkonnateemasid käsitleti? Miks need probleemiks on?*
 - c. *Mis on libauudised?*
 - d. *Kuidas mõjutavad libauudised avalikkust?*
 - e. *Kas libauudised on teid mõjutanud?*
3. Jõudke osalejatega üksmeelele järgmiste definitsioonide osas:
 - a. *Libauudised*
 - b. *Väärinfo*
 - c. *Desinformatsioon*
4. Nüüd jagage sõnaraamatu definitsioone (vt "1").



Tegevus 1: "Libauudiste mäng"

- 20 minutit

Osalejad kasutavad kahte erinevat veebirakendust, mis käsitlevad libauudiseid, väärinfot ja eitamist. Mõlemad rakendused õpetavad oskusi libauudiste tuvastamiseks internetis.

Juhised:

1. Jagage rühm pooleks. Nüüd jagage kumbki pool paarideks.
2. Üks pool mängib mängu "Cranky Uncle". Teine pool mängib mängu "Get Bad News".
3. Kuna mõlemad pooled on jagatud paaridesse, on igas mängus korraga mitu võistkonda. Mängudes on esile tõstetud mitu teemat ("*badges*").
 - a. Rakendus "Cranky Uncle" – teaduse eitajate tuvastamine (ainult nutitelefonis)
 - Libaeksperdid
 - Arutlusvead
 - Võimatud ootused
 - Faktide valimine
 - Vandenõuteooriad
 - b. "Get Bad News" – libauudiste mäng (nutitelefonides ja arvutites)
 - (Kellegi) kehastamine
 - Emotsioon

- Polarisatsioon
- Vandenõu
- Diskrediteerimine
- Trollimine

4. Juhendaja peaks käima ringi, pakkudes tehnilist tuge ja vastates osalejate küsimustele.

5. Kuna rühmad lõpetavad eri aegadel, alustage arutelu mängu lõpetanud paaridega. Küsige neilt:

- a. Mis neile mängu juures meeldis?
- b. Mida nad libauudiste kohta õppisid?
- c. Mis neid üllatas?
- d. Kas nad suutsid libauudiseid hõlpsasti märgata?

6. Kui kõik on mängu lõpetanud (või kui möödunud on 30 minutit), kutsuge grupp uuesti kokku, et arutada punktis 5 esitatud küsimusi.



Tegevus 2: Analüüs – "Libauudiste detektiiv"

- 30 minutit

Osalejad uurivad erinevaid libauudiste kategooriaid, et mõista, kust need artiklid pärinevad ja miks.



Juhised:

1. Jagage osalejad 6 väiksesse rühma.
2. Määrake igale rühmale uurimiseks libauudiste kategooria (leiate need rakendusest "Get Bad News"):
 - a. (Kellegi) kehastamine
 - b. Emotsioon
 - c. Polarisatsioon
 - d. Vandenõu
 - e. Diskrediteerimine
 - f. Trollimine
3. Arutage kategooriaid lühidalt, kasutades libauudiste plakati (vt "2").
4. Osalejad kasutavad teema uurimiseks tabelit "Libauudiste teemad – kontekst ja allikad" (vt "2").
 - a. Julgustage osalejaid leidma ka teisi asjakohaseid allikaid, kasutades usaldusväärsete allikate leidmiseks SIFT-meetodit ja lateraalset lugemist.
 - b. Nad peaksid otsima:
 - i. Definitsiooni
 - ii. Kuidas seda kasutatakse
 - iii. Üks või kaks reaalist näidet, mis keskenduvad keskkonnale



Tegevus 3: Loominguline hetk – "Õpeta mind, õpeta mind!"

1.60 minutit

Osalejad koostavad esitluse, et tutvustada teistele osalejatele oma libauudiste kategooriat. See aitab kinnistada õpitut ja annab võimaluse tutvuda teiste teemadega.

Juhised:



1. Samades väikestes rühmades peaksid osalejad koostama lühikese tegevuse (mitte rohkem kui 5 minutit), et tutvustada teistele osalejatele libauudiste kategooriaid.

- a. Esitlused peaksid olema loominguks (Kahoot!, Canva, interaktiivsed mängud jne)
- b. Esitlused peaksid sisaldama järgmist:
 - i. Kategooria nime
 - ii. Definitsiooni
 - iii. Kuidas seda kasutatakse
 - iv. Üks või kaks reaalset näidet, mis keskenduvad keskkonnale



Refleksioon/järelarutelu

- 5 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga.

Korraldaja juhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele").



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

- Jätkake edasijõudnute töötoaga A6. "Rohelise edendamine, hea edendamine: rohepesu vastane võitlus", kus tutvutakse ettevõtete rohepesuga.
- Vaadake Madalmaade noorte toodetud lühikest dokumentaalfilmi "*Bitcoin Boy*", et tutvuda libauudiste ohtudega ning näha, kui kergesti ja kiiresti need levida võivad.



Materjalid

1.Sõnastiku definitsioonid – libauudised

Juhised: Kasutage järgmisi definitsioone, et aidata osalejatel soojendustegevuse käigus libauudistega tutvuda.

Sõna	Definitsioon
Libauudised	Uudistena esitatavad valellood, mida levitatakse internetis või muude meediakanalite kaudu, ning mis on tavaliselt loodud poliitiliste vaadete mõjutamiseks või meelelahutuseks.
Väärinfo	Vale või eksitav teave
Desinformatsioon	Väärinfo levitamine inimeste petmiseks

Allikas: Cambridge Dictionary, 2024

4.Libauudiste teemad - kontekst ja allikad

Juhised: Kasutage järgmist plakatit ja jaotist "Libauudiste teemad" 2. tegevuse analüüsis.



Source: E. Meszaros and M. Goodsett, "Debunking & Prebunking: Strategies for Librarians to Eradicate Misinformation" (2022). Michael Schwartz Library Publications, 183.
https://engagedscholarship.csuohio.edu/msl_facpub/183

Libauudiste teemad	Kontekst ja asjakohased allikad
(Kellegi) kehastamine	Internetis kellegi imiteerimine, sealhulgas tegeliku isiku või organisatsiooni kehastamine, jälgendades nende välimust või esitledes end usaldusväärse uudiste allika või eksperdina. • “Impersonation Scams” (ScamWatch, Austraalia valitsus) • “Meet the People Pretending to Be Celebrities on Social Media” (Vice News, 2015) • “How to Make Big Money Online with Fake News” (101 Geek, 2019)
Emotsioon	See ei ole tingimata võlts, kuid mängib teadlikult inimeste põhiliste emotsioonidega, nagu hirm, viha või empaatia. • “How emotions fuel fake news on social media” (Pittsburghi Ülikool, 2022) • “Tackling disinformation in the global media environment – new Council of Europe report” (Euroopa Nõukogu, 2017) • “Emotional Content to Earn More Attention” (Smart Insights, 2013)
Polarisatsioon	Teadlikud katsed laiendada rühmade vahelist lõhet (sageli poliitiline). • “Fake news and polarization: The story-telling opportunity” (Friedrich Naumann Foundation, 2023) • “How partisan polarization drives the spread of fake news” (Brookings, 2021) • “Political Polarization & Media Habits” (Pew Research, 2014)
Vandenõu	Uskumus, et seletamatuid sündmusi korraldab salajane grupp või organisatsioon. • “All About Conspiracy Theories” (Newcastle University Library, 2023) • “2017’s Biggest Conspiracy Theories” (Snopes, 2017) • “Fake news and the spread of misinformation: A research roundup” (The Journalist’s Resource, 2017)
Diskrediteerimine	Tähelepanu kõrvalejuhtimine iseendalt, süüdistades või rünnates kedagi teist, või eitades probleemi olemasolu. • “Fighting Fire With Fire? Relegitimizing Strategies for Media Institutions Faced With Unwarranted “Fake News” Accusations” (Ric Neo, 2022)
Trollimine	Emotsionaalse reaktsiooni tahtlik esilekutsumine sööda abil. • “Internet Trolling: How do you Spot a Real Troll?” (LifeWire, 2024) • “Trolling the News in an Attention Economy” (Penn State, 2024)

Allikas: Inspired by Cambridge University’s [“Get Bad News Game”](#) and the subsequent [educator guide](#) created by DROG (2018).

Cook, J. (2024). Cranky Uncle [Online Game]. Melbourne Centre for Behaviour Change at the University of Melbourne. Retrieved from <https://crankyuncle.com/>. Vaadatud 25.5.2024.

DROG & Cambridge University. (2018). Bad News [Online Game]. Retrieved from <https://www.getbadnews.com/en>. Vaadatud 25.5.2024.

DROG & Cambridge University. (2018). Bad News Information Sheet [PDF]. Retrieved from <https://biotech.law.lsu.edu/blog/Bad-News-Game-info-sheet-for-educators-English.pdf>. Vaadatud 25.5.2024.

EarthRise. (2023, 21 November). Which Of These Crazy Climate Pealkiris Are Actually True? [Video]. YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=rqKgFft9MEo>. Vaadatud 25.5.2024.

Full Fact. (2024). Latest Fact Checks. Retrieved from <https://fullfact.org/latest/>. Vaadatud 25.5.2024.

Hrvatski filmski savez. (2019, 16 September). Bitcoinboy_NL-ENG [Video]. Vimeo. Retrieved from <https://vimeo.com/360245788>. Accessed on 15.10.2024.

University of Cambridge. (n.d.). Go Viral! [Online Game]. Retrieved from <https://www.cam.ac.uk/stories/goviral>. Vaadatud 24.5.2024.



ROHELISE EDENDAMINE, HEA EDENDAMINE: ROHEPESU VASTANE VÕITLUS

Tase	Edasijõudnud
Kokkuvõte	Pärast rohepesu trikkide ja tehnikate läbivaatamist avastavad ja tutvustavad osalejad kohalike ettevõtete, mis on tõeliselt keskkonnasäästlikud.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba suudavad osalejad: • Märgata rohepesu tehnikaid reklaamides • Olla kursis kohalike jätkusuutlike ettevõtetega • Suhelda kohalike ettevõtjatega • Viia läbi intervjuud
Kestus	120 minutit
Sihtrühm	Noored vanuses 19–30 aastat, kellel on mõningane arusaam rohepesust (vt töötuba B6. "Võltsrohelise mahapesemine: rohepesu trikid ja tehnikad"). Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelu/järelarutelu, teadmiste rakendamine, suhtlemine, loovus
Digipädevused	• Info- ja andmekirjaoskus • Kommunikatsioon ja koostöö • Digitaalse sisu loomine • Turvalisus • Probleemide lahendamine Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefon), projektor, trükitud materjalid VÕI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides 1. "Kuidas märgata rohepesu – tutvustav plakat" 2. "Kuidas märgata rohepesu reklaame – osaleja versioon" 3. "Kuidas märgata rohepesu reklaame – juhendaja versioon"
Erikaalutlused	• Tagage osalejatele juurdepääs erinevatele sotsiaalmeedia platvormidele. • Pange ilma nutiseadmeta ja/või sotsiaalmeediata osalejad paari nendega, kellel need olemas on. • <i>Kasutage digivahendeid!</i> Vältige materjalide printimist, kasutades erinevaid seadmeid.
	– "Kuidas märgata rohepesu" 1. – "Rohelise paljastamine" 2. – "Kohalikud jätkusuutlikkuse sõdalased" 3. – "Rohelise edendamine, hea edendamine: rohepesu vastane võitlus"
	• Rohepesu, ÜRO kliimameetmed • "Kuidas märgata rohepesu" [Plakat] • Rohepesu: hiljutised väljapaistvad juhtumid • Rohepesus süüdi olevad ettevõtted 2 (Earth.org) Reklaamid: • H&M, RyanAir, Ikea, Shell • Nestlé ja Coca-Cola



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Osalejad tutvuvad rohepesuga, analüüsides näiteid. Seejärel leiavad nad kohalikke ettevõtteid, mis võitlevad rohepesu vastu, kasutades säästvaid ressursse. Pärast ettevõtte intervjuerimist koostavad osalejad sotsiaalmeedia postitusi, mis reklaamivad ettevõtet teistele kohalikele noortele.



Teoreetiline ettevalmistus:

Rohepesu on taktika avalikkuse eksitamiseks, mis paneb inimesi uskuma, et ettevõtted teevad keskkonnakaitseks rohkem, kui nad tegelikult teevad (ÜRO kliimameetmed, kuupäev puudub). Ettevõtted kasutavad mitmeid meetodeid, mis hõlmavad tarbijate eksitamist, tähelepanu kõrvalejuhtimist, petmist või isegi valetamist. Taolised tehnikad võimaldavad ettevõtetel säilitada müügiüld tšapäävases maailmas, kus tarbijad on keskkonnateadlikumad, ning aitavad vältida soovimatut tähelepanu või kohtuprotsesse, kui nad midagi valesti teevad. Jaotis "Kuidas märgata rohepesu" (vt ka "") on kiirjuhend, mis aitab mõista levinud trikke ja tehnikaid, mida tarbijad peaksid kasutama petturite väljajuurimiseks. Tutvuge nende trikkide ja tehnikatega, sest neid käsitletakse tegevustes 1–3.



Füüsiline ettevalmistus:

1. Projitseerige plakat "Kuidas märgata rohepesu" (vt 1")
2. Printige ja kleepige soojenduseks vajalikud pildid ruumi laiali (vt "").
 - a. Teine võimalus on näidata pilte erinevates seadmetes (paluge osalejatel laenata nutitelefone!).
3. Andke igale rühmale kleepuvad märkmepaberid.
4. Valmistage projitseeritava põhiseadmel ette virtuaalne taimer.



Pange tähele:

- Soojendustegevuses kasutatavad pildid valiti mais 2024. Ajakohase ja asjakohase sisu tagamiseks uuendage vajaduse korral pilte.
- Pange iga nutitelefoni osaleja paari kellegagi, kellel see olemas on.
- TEGEVUS 2: Praktiline rakendus
 - Kui jagasite 3 gruppi väiksemateks rühmadeks ja kõik väiksemad rühmad intervjuerivad sama ettevõtet, koondage nad intervjuuks. Nad võivad 3. tegevuses uuesti rühmadeks jaguneda ja luua erinevaid sotsiaalmeedia postitusi (ideaalis erinevatel platvormidel!).
 - Mõelge kohalikele ettevõtetele, kes toodavad ja/või müüvad säästvat moodi/mööblit ning väldivad plasti.
 - Kui teate, et see on teie kogukonnas eriti keeruline, helistage eelnevalt välja valitud ettevõtetele/organisatsioonidele ning küsige luba nende intervjuerimiseks teie töötoa käigus, või salvestage nende vastused küsimustele juba eelnevalt.
 - Kui te ei leia oma kogukonnast ühtegi näidet, otsige kaugemalt, näiteks naabruses asuvatest linnadest.
 - Kui see on hädavajalik (nt ei ole võimalik), jätke intervjuu osa täielikult vahele ja liikuge edasi loomingulise hetke juurde. Osalejad saavad siiski ettevõtet reklaamida, ilma et nad teaksid kõiki üksikasju.
 - Veenduge, et osalejad on saanud telefonikõne jaoks asjakohase ettevalmistuse. Harjutage seda eelnevalt iga rühmaga.



Soojendus: "Kuidas märgata rohepesu"

- 15 minutit

Osalejad analüüsivad erinevaid rohepesu tehnikaid rahvusvaheliste ettevõtete reklaamides.



Juhised:

1. Arutage plakati "Kuidas märgata rohepesu" (vt 1"), tõstes esile levinud trikke:

- a. Roheliselt kõlav keel
- b. Ebakohased väited
- c. Eksitavad arvud ja protsendid
- d. Rohelised pakendid

ja kuidas mõista, kas kaubamärk on siiras (AACT-tehnika):

- a. Vastutus
- b. Akrediteering
- c. Selge märgistus
- d. Jälgitavus

1. Jagage osalejad väikestesse rühmadesse.

2. Rühmad käivad ruumis ringi ja vaatavad 4 pilti rohepesu reklaamidest (vt "2"). Nad peaksid tuvastama (ja vastused kuidagi üles märkima):

- a. **Ma näen** – ettevõtte (kes)
- b. **Ma mõtlen** – rohepesu tehnika ja tegelikkus (mis)
- c. **Ma juurdlen** – põhjus (miks)

3. Juhendaja peaks ruumis ringi käima ja rühmadega suhtlema, edendades arutelu (eelkõige mis puudutab "reaalsust" – mis selles reklaamis/selle ettevõttega tegelikult toimub ja mis on selle põhjus).

4. Kui rühmad on vaadanud kõiki 4 pilti, koguge terve grupp uuesti kokku.



Tegevus 1: Arutelu/järelarutelu – "Rohelise paljastamine"

- 15 minutit

Osalejad viivad läbi arutelu, mis aitab mõista rohepesu reklaami.

Juhised:

1. Projitseerige vastused (vt "3").

2. Arutage 4 aspekti, mida neil paluti käsitleda (kes, mida, miks), tuues esile petlikke andmeid reklaamidest ja mõningaid hiljutisi tagajärgi, millega ettevõtted on silmitsi seisnud oma eksitavate või väärade keskkonnahoidlike väidete tõttu.

3. Paluge osalejatel jagada:

- a. Mida ettevõtete rohepesu puudutas? (Kiirmood, kiirmööbel, plasti tarbimine)
- b. Mille poolest erinesid väikeste rühmade arutelutulemused vastustest?
- c. Mis oli sama?
- d. Kuidas nad saavad AACT-tehnikat (vastutus, akrediteering, selge märgistus ja jälgitavus) rakendada reklaamide suhtes, millega nad tulevikus kokku puutuvad?



Tegevus 2: Praktiline rakendus – "Kohalikud jätkusuutlikkuse sõdalased"

- 60 minutit

Osalejad uurivad erinevaid rohepesuga seotud teemasid ning seejärel intervjuueerivad kohalikke ettevõtteid/organisatsioone, kes rohepesu aktiivselt väldivad, rakendades jätkusuutlikke lahendusi.

Teemad:

1. **Kiirmood**
2. **Kiirmööbel**
3. **Plasti tarbimine**



Juhised:

1. Looge 3 rühma, millest igaüks keskendub ühele teemale (kui on vaja väiksemaid rühmi, looge iga teema käsitlemiseks 2–3 väikest rühma).
2. Rühmad uurivad oma teemasid üksikasjalikult, otsides järgmist:
 - a. *Mis (teema määratlus)*
 - b. *Kes (levinud süüdlased)*
 - c. *Kuidas (nad tavaliselt rohepesuga tegelevad)*
 - d. *Miks (nad rohepesuga tegelevad)*
 - e. *Võimalused rohepesu vältimiseks*
3. Juhendaja peaks toetama rühmade uurimistööd, julgustades osalejaid võtma erinevaid rolle:
 - a. Veebilehitseja (otsib internetist ideid)
 - b. Sekretär (vastab küsimustele ja teeb märkmeid jagatud Google Docs dokumendis)
 - c. Faktikontrollija (lateraalne lugemine, ekspertide kontrollimine ja artiklitest erapoolikuse otsimine)
 - d. Viidete meister (tagab, et iga vastus sisaldab korrektset viidet – nimi ja kuupäev!)
4. Kui osalejad on lõpetanud üldised uuringud ning saanud ekspertideks **kiirmoe, kiirmööbli ja plastiku vältimise** osas, pöörduvad nad kohalike uuringute juurde, otsides:
 - a. Kohalikku ettevõtet, mis toodab või müüb säästvat moodi/mööblit või on plastivastane.
5. Kui selline ettevõtte on leitud, peaksid osalejad nendega telefoni teel ühendust võtma, esitades järgmisi küsimusi:
 - a. *Kuidas te toodate või müüte jätkusuutlikke materjale?*
 - b. *Miks te sellega tegelema hakkasite?*
 - c. *Kuidas te tavaliselt oma jätkusuutlikke materjale reklaamite?*
 - d. *Kas me võime luua postitusi sotsiaalmeedias, et reklaamida teie head, rohelist tööd?* (pärast töötoa eesmärgi ja organisatsiooni rolli tutvustamist)
6. Juhendajad peaksid osalejaid toetama enne telefonikõnet ja selle käigus, meenutades neile professionaalse suhtluse parimaid tavaid (olge viisakad, lugupidavad, küsige luba, avaldage tänu jne).



Tegevus 3: Loominguline hetk - "Rohelise edendamine, hea edendamine: rohepesu vastane võitlus"

- 30 minutit

Osalejad koostavad sotsiaalmeedia postitusi, mis reklaamivad kohalikke ettevõtteid, kes töötavad jätkusuutlikult ja toodavad tõeliselt keskkonnasõbralikke materjale.



Juhised:

1. Kui rühmad on intervjuud lõpetanud, sünteesivad nad õpitut loovalt ja informatiivselt sotsiaalmeedia postituse kaudu, mis on suunatud teistele kogukonna noortele. Postitus peaks sisaldama:
 - a. Ettevõtte nime ja asukohta
 - b. Millisel viisil on nad jätkusuutlikud
 - c. Miks nad on jätkusuutlikud
 - d. Kuidas nad väldivad kiirmoodi, kiirmööblit ja/või plasti



Refleksioon/järelarutelu

- 5 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga.

Korraldaja juhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele").



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

- Jätkake edasijõudnute töötoaga A7. "Boti-püüdjad: meedia kinnitamine InVID pistikprogrammiga", mis käsitleb võltsingute tuvastamist piltidelt ja videotest.



Materjalid

1. Kuidas märgata rohepesu - tutvustav plakat

Juhised: Kasutage soojendustegevuses järgmist Sustainable Agency plakati, millel on näidatud rohepesu tehnikaid ja näpunäiteid nende tuvastamiseks.

Kuidas rohelist pesu ära tunda

Rohepesu ja kahtlaste jätkusuutlikkuse väidete tuvastamise hõlbustamiseks saate kasutada mõnda levinud nippi:

EBAMÄRK KEEL, MIS KÕLAB ROHELISELT:

Pöörake tähelepanu sõnadele, mis kõlavad esmapilgul hästi, kuid millel puudub konkreetne õiguslik tähendus, näiteks "värske talu" või "teadlik".

ASJAKOHAMATUD VÄITED:

Suure tehingu tegemine väikese rohelse atribuudiga täiesti rohelse toote vastu.

SUURED ŽESTID HALVASTI MÕELDUD:

Klassikaline näide on see, kui idee pärineb turundusmeeskonnalt, mitte ekspertidelt.

! EKITAVAD NUMBRID JA PROTSENTSID

ÜMBERMÄRGIMINE, ET KAASADA LOODUSLIKU PAKENDI

Tooted, mis muudavad välimust, et rakendada jätkusuutlikkuse spooni, kuid tegelikult midagi muutmata.



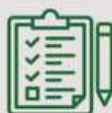
TOOTE PAKENDI ROHELISEKS MUUTAMINE

Rohepesu on oma olemuselt seotud vale suunaga.

MIDA PEAKSIME OTSIME, ET TEADA, KUI BRÄND ON PÄRIS?

Vastutus

Irooniline, et tõeliselt jätkusuutlikud kaubamärgid on keskkonnamõju osas läbipaistvad.



Selge märgistus

Säästvad tooted peaksid sisaldama lihtsas keeles silte selle kohta, mis tootes täpselt on.

Akrediteerimine

Ärge võtke ainult kaubamärkide sõna. Otsige ettevõtteid, mis on auditeeritud või akrediteeritud kolmandate osapoolte poolt.



Jälgitavus

Mõned uuenduslikud kaubamärgid on aidanud ostjatel kasuliku tehnoloogia abil jälgida oma toodete jätkusuutlikkust.

2.Kuidas märgata rohepesu reklaame – osaleja versioon

Juhised: Kasutage soojendustegevuses järgmist 4 reklaami, mis sisaldavad rahvusvaheliste ettevõtete rohepesu.



3.Kuidas märgata rohepesu reklaame – juhendaja versioon

Juhised: Kasutage järgmist tabelit arutelu juhtimiseks tegevuses 2.

Kiirmood		H&M – ebaausad väited jätkusuutliku moe kohta Eksitav – H&Mi jätkusuutlikkuse väited olid 96% ulatuses eksitavad (ei vasta täielikult tõele). Rohepesu – roheliselt kõlav keel. Allikas – https://thesustainableagency.com/blog/greenwashing-examples/#delta
Kiirmööbel		Ikea – taaskasutatavate toodete reklaamimine Eksitav: - Jätkusuutmatu raie Brasiilias ja ebaseaduslik raie Ukrainas mõõbli valmistamiseks. - Tähelepanu tõmbamine ühele väikesele jätkusuutlikule aktsioonile, et vältida tagasilööke teistes tegevustes. Rohepesu – julgend väited. Allikas – https://thesustainableagency.com/blog/greenwashing-examples/#delta

Plasti tarbimine



Nestlé – keskkonnasõbralike pudelite kasutamine

Eksitav:

- Pisikesed muudatused maailma suurima toidu- ja joogiettevõtte jaoks.
- Jätkusuutlikkuse missioonis puuduvad selged eesmärgid ja ajakava.

Rohepesu – rohelised pakendid.

Reaktsioon – "Nestlé avaldus plastpakendite kohta sisaldab järjekordselt keskkonnahoidlikke tibusamme nende endi loodud kriisi lahendamiseks. See ei vähenda ühekordselt kasutatava plasti hulka olulisel määral ning seab maailma suurimale toidu- ja joogitootjale usumatult madalad standardid" (Greenpeace, 2018).

Allikas –

<https://earth.org/greenwashing-companies-corporations/>

Plasti tarbimine



Coca-Cola – jätkusuutlikkuse väited mitesäästvate tavade puhul

Eksitav:

- Coca-Cola on maailma suurim plastreostuse tekitaja ja ei loobu plastpudelite kasutamisest.
- Nad on võtnud endale kohustuse saada kõik pudelid ringlussevõtuprogrammide kaudu tagasi 2030. aastaks.

Rohepesu – ebaolulised väited.

Tagajärjed – Earth Island Institute esitas 2021. aastal kohtuasja keskkondliku valereklaami eest, sest ettevõtte on maailma suurim plastikreostuse tekitaja.

Allikas –

<https://earth.org/greenwashing-companies-corporations/>

Viited

Akepa. (2021, 23 July). Greenwashing: 14 recent stand-out examples. Retrieved from <https://thesustainableagency.com/blog/greenwashing-examples/#delta>. Vaadatud 2.5.2024.

Robinson, D. (2022, 17 July). 10 Companies Called Out For Greenwashing. *Earth.org*. Retrieved from <https://earth.org/greenwashing-companies-corporations/>. Vaadatud 2.5.2024.

United Nations, Climate Action. (n.d.). *Greenwashing – the deceptive tactics behind environmental claims*. Retrieved from <https://www.un.org/en/climatechange/science/climate-issues/greenwashing>. Vaadatud 2.5.2024.

World Wildlife Fund. (n.d.). *WWF Guide to Greenwashing*. Retrieved from <https://www.wwf.org.uk/learn/guide-to-greenwashing>. Vaadatud 2.5.2024.



Seanss

BOTI-PÜÜDJAD: MEEDIA KINNITAMINE INVID PISTIKPROGRAMMIGA

Tase	Edasijõudnud
Kokkuvõte	Osalejad õpivad, kuidas muudetud pilte ja videoid märgata ning kriitiliselt hinnata. Nad kasutavad tööriistu taolise meedia leidmiseks ja selle ümberlukkamiseks.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba suudavad osalejad: - Kasutada veebipõhiseid tööriistu, mis aitavad eristada võltsitud ja tõelisi pilte ja videoid. - Lua sotsiaalmeedia postitusi.
Kestus	75 minutit
Sihtrühm	Noored vanuses 19–30 aastat, kellel on mõningad eelteadmised usaldusväärsetest allikatest. Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelu/järelarutelu, teadmiste rakendamine, loovus
Digipädevused	- Info- ja andmekirjaoskus - Kommunikatsioon ja koostöö - Digitaalse sisu loomine - Turvalisus - Probleemide lahendamine
<u>Materjalid</u>	Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefon), projektor, trükitud materjalid VÕI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides
Erikaalutlused	- Tagage osalejatele juurdepääs erinevatele sotsiaalmeedia platvormidele. - Pange ilma nutiseadmata ja/või sotsiaalmeediata osalejad paari nendega, kellel need olemas on. <i>Kasutage digivahendeid!</i> Vältige materjalide trükkimist ja pange kõik võrku.
	– "Tõeline või võlts – "YouVerify!" viktoriin" 1. – "Boti-püüdjad: libauudiste mäng ja InVID-WeVerify pistikprogramm" 2. – "InVID-WeVerify pistikprogrammi videoanalüüs" 3. – "Sotsiaalmeedia InVID-iga"
	Getty Images New York Times: "What's Going on in this Picture?" Sissejuhatus õppekavasse Google Lens – pöördpilditsing "YouVerify!" ressursid: Projektist InVID pistikprogramm Viktoriin "Boti-püüdjad" – libauudiste mäng Agence France-Presse



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Osalejad õpivad, kuidas muudetud pilte ja videoid märgata ning kriitiliselt hinnata. Nad kasutavad tööriistu taolise meedia leidmiseks ja selle ümberlukkamiseks.



Teoreetiline ettevalmistus:

"YouVerify! " on Euroopa Komisjoni rahastatud projekt, mille eesmärk on "tegeleda desinformatsiooni põhjustatud oluliste probleemidega ning aidata noortel arendada nii teadmisi kui ka oskusi, et eristada igapäevaselt tõelisi ja manipuleeritud pilte ja videoid" (kuupäev puudub).

Laadige alla [InVID pistikprogramm](#) ning tutvuge jaotistega "*Video Analysis*" ja "*Image Analysis*". Mängige mängu "*BotBusters: Fake News Game*" (missioonid "*Life on Land*" ja "*Climate Action*"). "YouVerify! " teeb koostööd Prantsuse agentuuriga [Agence France-Presse](#), mille "missiooniks on pakkuda täpset, tasakaalustatud ja erapooletut uudiste kajastamist" (2017–2024).

[Getty Images](#) on visuaalmeedia ettevõtte, mis pakub fotopanga teenust. Getty teeb koostööd meedia loojatega ning kliendid ostavad seda isiklikuks või ametialaseks kasutamiseks. Fotopanga kasutamise eripära seisneb selles, et ostetud pildi kontekst ei ole tingimata seotud looga, mille jaoks seda kasutatakse.

[Google Lens – pöördpilditsing](#) on Google'i visuaalne funktsioon, mis "võrdleb teie pildil olevaid objekte teistel pildidel olevate objektidega ning reastab otsingutulemused nende sarnasuse ja asjakohasuse alusel. Lisaks kasutab Lens oma arusaamist pildil olevatest objektidest, et leida veebist teisi asjakohaseid tulemusi" (kuupäev puudub).



Füüsiline ettevalmistus:

1. Varuge osalejatele paar lisaseadet juhaks, kui nutitelefone ei ole piisavalt, ning julgustage neid oma sülearvuteid kaasa võtma.
 - a. Paigaldage pistikprogramm seadmetesse.



Pange tähele:

- InVID–WeVerify pistikprogramm töötab Google Chrome'i veebilehitsejas. Valmistage ette piisav arv seadmeid, kuhu on programm juba alla laaditud, või aidake osalejatel seda 1. tegevuse alguses alla laadida.
- Pange iga nutitelefoni osaleja paari kellegagi, kellel see olemas on.
- Kuna osalejatel palutakse postitada organisatsiooni sotsiaalmeedia kontodele, veenduge, et teil on olemas nõuetekohane administraatori luba. Praktikas võivad osalejad postitada oma kontole ja märgistada (tägida) väljavalitud organisatsiooni, samuti võite kopeerida postituse oma kontolt organisatsiooni kontole.



Soojendus: "Tõeline või võlts - "YouVerify!" viktoriin"

- 10 minutit

Osalejad läbivad viiest küsimusest koosneva viktoriini, mis testib nende oskust eristada võltsitud ja tõelisi pilte/videoid.



Juhised:

1. Täitke "YouVerify!" viktoriini esimene küsimus "Kas te olete teabe kontrollimise ekspert?" kogu grupiga.
2. Arutage lühidalt "YouVerify!" pildianalüüsi ning jaotisi "Analüüs" ja "Allikad". Näidake osalejatele originaalpilti ja arutage, mis on Getty Images.
3. Nüüd vastake viktoriini teisele küsimusele kogu grupiga. Näidake osalejatele, kuidas läbi viia Google'i pöördpildiotsingut.
4. Nüüd jagage osalejad väikestesse rühmadesse (mitte rohkem kui 4 liiget).
5. Väikesed rühmad vastavad viktoriiniküsimustele, arutavad vastuseid omavahel ning loevad iga küsimuse järel jaotisi "Analüüs" ja "Allikad".
6. Jalutage ringi ja osalege aruteludes.



Tegevus 1: Analüüs - "Boti-püüdjad: libauudiste mäng ja InVID-WeVerify pistikprogramm"

- 30 minutit

Osalejad mängivad interaktiivset mängu InVID-WeVerify pistikprogrammiga tutvumiseks ning õpivad, kuidas tuvastada manipuleeritud pilte ja videoid (vajaduse korral laadige InVID-WeVerify pistikprogramm kohe alla).



Juhised:

1. Paaridena mängivad osalejad interaktiivset mängu "Bot Busters". Nad peaksid valima kas SDG 15 (*Life on Land*) või SDG 13 (*Climate Action*). SDG 12 ja 3 ei ole keskkonnaga seotud. Nad täidavad missioone, analüüsides kahte meediakajastust.
 - a. Sõltuvalt ajast võivad partnerid täita kas ühe või mõlemad keskkonnateemalised missioonid.
2. Juhendajad peaksid käima ringi, pakkudes tehnilist tuge ja kaasates paare aruteludesse, keskendudes järgmistele teemadele:
 - a. Miks nad valisid "Tõeline" või "Võlts".
 - b. Miks peaks keegi pilti või videot manipuleerima/muutma?
 - c. Milliseid strateegiaid nad kasutavad, et teha kindlaks, kas meedia on tõeline või võltsitud.
3. Seejärel peaksid osalejad oma arvutisse alla laadima InVID-WeVerify programmi.



Tegevus 2: Praktiline rakendus - "InVID-WeVerify pistikprogrammi videoanalüüs"

- 10 minutit

Juhendaja näitab kogu rühmale, kuidas kasutada pistikprogrammi videoanalüüsi tööriistu. Seejärel harjutavad osalejad iseseisvalt.



Juhised:

1. Paluge osalejatel valida keskkonnaga seotud teema. Otsige teemat YouTube'ist, et leida seda käsitlevaid videoid.
2. Paluge osalejatel valida üks video. Esmalt analüüsige seda põgusalt üheskoos, kasutades "Boti-püüdjatest" õpitud oskusi.
3. Nüüd demonstreerige videoanalüüsi (vt jaotist "Teoreetiline ettevalmistus").
4. Arutage tulemusi osalejatega.
5. Vajaduse korral viige kogu grupiga läbi veel 1-2 arutelu erinevatel teemadel.
6. Osalejad valivad nüüd YouTube'ist uue keskkonnaga seotud teema ja viivad iseseisvalt (individuaalselt või paarides) läbi InVid-WeVerify videoanalüüsi.



Tegevus 3: Loominguline hetk – "Sotsiaalmeedia InVID-iga"

- 25 minutit

Osalejad koostavad üheskoos sotsiaalmeedia postitusi, mis sisaldavad keskkonnateemalisi videoid (enda valitud teemadel).



Juhised:

1. Kasutades videoid tegevusest 2, koostavad osalejad sotsiaalmeedia postitusi, mis harivad vaatajaid valitud keskkonnateemal ning sisaldavad ühte näpunäidet, mida nad saavad kasutada videote analüüsimiseks.
2. Postitus peaks sisaldama:
 - a. Keskkonnateemat
 - b. Asjakohaseid fakte teema kohta (1-3)
 - c. Ühte näpunäidet video usaldusväärsuse analüüsimiseks
 - d. Viidet
3. Postitused lisatakse eelnevalt valitud organisatsiooni sotsiaalmeedia lehele.



Refleksioon/järelarutelu

- 5 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga.

Korraldaja juhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele").



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

- Jätkake edasijõudnute töötoaga A8. "Miks me mõjutame? Sotsiaalmeedia kasutamise motivatsioon", mis käsitleb inimeste ajendeid sotsiaalmeedia kasutamiseks.

Agence-France Presse. (2017–24). Fact Check. Retrieved from <https://factcheck.afp.com/about-afp>. Vaadatud 25.5.2024.

Common Sense Education. (n.d.). Reverse Image Search. [Poster]. Retrieved from <https://www.commonsense.org/sites/default/files/pdf/2018-05/document-reverse-image-search-3.pdf>. Vaadatud 19.5.2024.

Getty Images. (2024). Retrieved from <https://www.gettyimages.pt/about-us>. Vaadatud 19.5.2024.

Google. (n.d.). *What is Google Lens?* Retrieved from <https://lens.google/howlensworks/>. Vaadatud 19.5.2024.

Gulley, J. (2023, 31 July). A Desperate Push to Save Florida's Coral: Get It Out of the Sea. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2023/07/31/climate/coral-reefs-heat-florida-ocean-temperatures.html>. Vaadatud 24.5.2024.

InVID & WeVerify. (2024). Fake news debunker. [plug-in]. Retrieved from <https://chromewebstore.google.com/detail/fake-news-debunker-by-inv/mhccpoafgdbhnjfhkcmgknndkeenfhe?pli=1>. Vaadatud 24.5.2024.

Lacey, M. (n.d.). 2023: The Year in Pictures. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/interactive/2023/world/year-in-pictures.html#july>. Vaadatud 23.5.2024.

New York Times, The Learning Network. (2024). *Sissejuhatus to What's Going On in This Picture?*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2021/07/28/learning/Sissejuhatus-to-whats-going-on-in-this-picture.html>. Vaadatud 19.5.2024.

New York Times, The Learning Network. (2024). *What's Going On in This Picture?*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/column/learning-whats-going-on-in-this-picture>. Vaadatud 19.5.2024.

Porter, C. (2024, 21 January). As Switzerland's Glaciers Shrink, a Way of Life May Melt Away. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2024/01/21/world/europe/switzerland-glaciers.html>. Vaadatud 26.5.2024.

Suhartono, M. (2023, 1 April). Thailand's Unemployed Elephants Are Back Home, Huge and Hungry. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2023/04/01/world/asia/thailand-elephants-tourism-debate.html>. Vaadatud 19.5.2024.

YouCheck Project, EU. (2019–21). *BotBusters: Fake News Game* [Online Game]. Retrieved from <https://youverify.eu/en/node/27>. Vaadatud 19.5.2024.

YouCheck Project, EU. (2019–21). *Quiz You Verify!*. Retrieved from <https://youverify.eu/quiz>. Vaadatud 19.5.2024.

YouCheck Project, EU. (2019–21). *You Verify! Project*. Retrieved from <https://youverify.eu/project>. Vaadatud 19.5.2024.



MIKS ME MÕJUTAME? SOTSIAALMEEDIA KASUTAMISE MOTIVATSIOON

Tase	Edasijõudnud
Kokkuvõte	Osalejad õpivad mõistma sotsiaalmeedia kasutajate ja tarbijate motivatsiooni.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba suudavad osalejad: - Mõista, mis motiveerib inimesi sotsiaalmeediat kasutama ja postitama. - Leida sotsiaalmeediast tähtsamaid kohalikke keskkonnaaktiviste
Kestus	75 minutit
Sihtrühm	19–30-aastased noored, kes on mõningal määral kursis peamiste sotsiaalmeedia platvormidega. Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelu/järelarutelu, teadmiste rakendamine, loovus
Digipädevused	- Info- ja andmekirjaoskus - Kommunikatsioon ja koostöö - Digitaalse sisu loomine - Turvalisus - Probleemide lahendamine Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefon), projektor, trükitud materjalid VÕI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides "Jagamine ja tarbimine veebis: miks me seda teeme?" "Kuulsustest mõjutajad: mis motiveerib neid postitama?" "Keskkondlikud mõjutajad" "Keskkondlikud mõjutajad: mis motiveerib neid postitama?"
Erikaalutlused	- Tagage osalejatele juurdepääs erinevatele sotsiaalmeedia platvormidele. - Pange ilma nutiseadmeta ja/või sotsiaalmeediata osalejad paari nendega, kellel need olemas on. <i>Kasutage digivahendeid!</i> Vältige materjalide trükkimist ja pange kõik võrku. – "Kas teil on sotsiaalmeedias suhtlemiseks vajalikud oskused?" – "Jagamine ja tarbimine veebis: miks me seda teeme?" – "Miks me mõjutame?" – "Minu keskkondlik mõjutaja"
Viited	"Social Media 4 Peace" [Viktoriin] "The Psychology of Sharing: Why do People Share Online" "Uses & Gratifications Theory" Sotsiaalmeedia postitused: Elon Musk Leonardo DiCaprio Instagrami kontod: Everyday Climate Change Helana Gualinga Alexis Nikole Pattie Gonia (Wyn Wiley) Isaias Hernandez Lily, the Imperfect Idealist Carleigh Bodrug Chef Max La Manna The Zero Waste Guide Chix



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Osalejad õpivad mõistma sotsiaalmeedia kasutajate ja tarbijate motivatsiooni.



Teoreetiline ettevalmistus:

Vaadake andmeid sotsiaalmeedia kasutajate ja tarbijate motivatsioonide kohta, mis on leitavad jaotisest "".



Füüsiline ettevalmistus:

1. Igaks juhuks valmistage töötoas kasutamiseks ette mõned lisaseadmed.



Pange tähele:

- Tegevuses 2 välja toodud Instagrami mõjutajad valiti 2024. aasta mais. Ajakohase ja asjakohase sisu tagamiseks uuendage vajaduse korral mõjutajaid, lisades kindlasti esindajaid nii kohalikust piirkonnast kui ka teistest maailmajagudest (eelkõige Aafrikast, Lähis-Idast ja Aasiast).
- Kui osalejaid ei ole piisavalt, et läbida töötada kogu tegevuses 2 esitatud mõjutajate nimekiri, ei ole see probleem. Lihtsalt jätke välja kõik ebavajalikud isikud.
- Jaotist "Keskkondlikud mõjutajad: mis motiveerib neid postitama?" (vt "") tuleks võimaluse korral osalejatega jagada enne töötoa algust.
- Pange iga nutitelefoni osaleja paari kellegagi, kellel see olemas on.



Soojendus: "Kas teil on sotsiaalmeedias suhtlemiseks vajalikud oskused?"

- 5 minutit

Osalejad hindavad oma arusaamist sotsiaalmeediast.



Juhised:

1. Suunake osalejad UNESCO projekti "Social Media 4 Peace" veebilehele.
2. Osalejad vastavad individuaalselt kümnest küsimusest koosnevale viktoriinile.
 - Vastuseid on mitu.
3. Arutage tulemusi:
 - Milliseid teemasid viktoriinis arutati?
 - Meedia- ja infokirjaoskus
 - Sõnavabadus
 - Solvav sisu/vihakõne
 - Libauudised/desinformatsioon/väärinfo
 - Mida te nendest teemadest teate?
 - Kuidas on need teemad seotud sotsiaalmeediaga?
 - Kas olete sotsiaalmeedia kasutamise käigus nende teemadega kokku puutunud?



Tegevus 1: Arutelu/järelarutelu – "Jagamine ja tarbimine veebis: miks me seda teeme?"

- 15 minutit

Osalejad õpivad mõistma veebipõhise meedia jagamise ja tarbimise psühholoogiat ning analüüsivad näiteid.



Juhised:

1. Alustage teemat lühikese aruteluga, mis käsitleb jagamist ja tarbimist sotsiaalmeedias:
 - Millistel veebiplatvormidel te kõige sagedamini postitate?
 - Mida te internetis kõige sagedamini postitate?
 - Miks te internetis postitate?
 - Millistel platvormidel te kõige sagedamini veebisisu tarbite?
 - Millist veebisisu te kõige rohkem tarbite?
 - Miks te veebisisu tarbite?
2. Tutvustage osalejatele eeltoodud küsimusi puudutavaid statistilisi andmeid, näidates jaotist "Jagamine ja tarbimine veebis: miks me seda teeme?" (vt 1").
3. Arutage järgmist:
 - Kas nõustute andmetega selle kohta, miks inimesed jagavad?
 - Millisesse kategooriasse kuulub teie peamine põhjus postitamiseks?
 - Kas nõustute andmetega selle kohta, mida inimesed internetis jagavad?
 - Kas sellest nimekirjast on midagi puudu?
 - Milline sotsiaalmeedia kasutusviis teid kõige rohkem kõnetab?
 - Kas sellest nimekirjast on midagi puudu?

4. Nüüd näidake osalejatele Leonardo DiCaprio postitust Instagramis ja Elon Muski postitust X-is, mis on leitud jaotisest "Kuulsustest mõjutajad: mis motiveerib neid postitama?" (vt 2").
5. Arutlege postituste, lisatud piltide ja pildiallkirjade, tooni ja postituste motivatsiooni üle.



Tegevus 2: Analüüs – "Miks me mõjutame?"

- 30 minutit

Osalejad sukelduvad Instagrami, et analüüsida keskkondlike mõjutajate postituste motiive.



Juhised:

1. Tutvustage osalejatele mõnda tuntud keskkonnaalast mõjutajat nende Instagrami lehekülgede kaudu (vt 1").
2. Paluge osalejal kulutada 5 minutit nende lehekülgede sirvimisele, soovi korral võivad nad lehti ka jälgida.
3. Jagage grupp 10 väikesesse rühma vastavalt sellele, milline mõjutaja osalejatele kõige rohkem meeldib.
4. Nüüd peaksid osalejad sirvima neile määratud mõjutaja sotsiaalmeedia kontosid (IG ja muud), otsides postitusi, mis on kooskõlas kõigi põhjustega, miks inimesed sotsiaalvõrgustikes jagavad.
 - Kui nad ei leia igat põhjust, siis pole probleemi!
5. Kui postitused on leitud, peaksid osalejad need lisama oma dokumenti "Keskkondlikud mõjutajad: mis motiveerib neid postitama?" (vt 4").
6. Juhendajad peaksid rühmadega suhtlema, esitades neile postitusi puudutavaid jätkuküsimusi, näiteks:
 - Millised olid teie arvates tema emotsioonid, kui ta selle postitas?
 - Milliseid tundeid see postitus teie tekitab?
 - Kas tema postitus oli tõhus? Miks?
 - i. Vaadake "meeldimiste" ja kommentaaride arvu.
 - Kas ta viitas postituses korrektselt oma allikatele?



Tegevus 3: Jagamine – "Minu keskkondlik mõjutaja"

- 25 minutit

Osalejad jagavad kogu grupiga teavet oma keskkondliku mõjutaja kohta, julgustades neid jälgima mõjutaja sotsiaalmeedia postitusi!



Juhised:

1. Osalejad jagavad oma keskkondlikke mõjutajaid kogu rühmaga, kasutades selleks põhiseadet, et teised saaksid vaadata aktivisti sotsiaalmeedia lehekülge.
 - a. Ükski esitus ei tohiks olla pikem kui 2–3 minutit.
2. Osalejad peaksid esile tõstma järgmist:
 - a. Sotsiaalmeedia kasutajanimi
 - b. Keskkonnaalne fookus (ning muud asjakohased aspektid)
 - c. Millal nad alustasid
 - d. Miks nad alustasid
 - e. Mida nad teevad
 - f. Kuidas nad seda teevad
 - g. Kõige sagedasem põhjus postitamiseks
 - h. Kõige sagedasem postituse tüüp



Refleksioon/järelarutelu

- 5 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga.

Korraldaja juhhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele").



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

- Paluge osalejatel leida kohalikke keskkondlikke mõjutajaid ning jagada neid rühmaga (see võib asendada tegevust 3).
- Jätkake edasijõudnute töötoaga A9. "Ettevaatust, botid", mis tutvustab tehisintellekti.



Materjalid

1.Jagamine ja tarbimine veebis: miks me seda teeme?

Juhised: Kasutage järgmist tabelit teemade tutvustamiseks tegevuses 1.

Jagamine veebis: miks me seda teeme? (Juhul, kui selleks ei ole rahaline kasu.)

- Informatsiooni haldamiseks
 - Teabe töötlemiseks ja mõistmiseks
- Teistele väärtusliku ja meelelahutusliku sisu pakkumiseks
 - Suusõnaliste soovitude kaudu
- Enesemääratluse eesmärgil
 - Et anda teistele mõista, kes me oleme
- Suhte arendamiseks
 - Ühenduses püsimiseks
 - Suhtlemiseks teistega, kellel on samad huvid
- Eneseteostus eesmärgil
 - Et tunda ennast maailma kaasatuna
- Info levitamiseks algatuse või kaubamärgi kohta

Mida inimestele meeldib sotsiaalmeedias jagada



Fotod

43%



Arvamused

26%



Olekuvärskendused selle kohta, mida ja kuidas nad teevad

26%



Lingid artiklitele

26%



Isiklikud soovitusel asjade kohta, mida nad armastavad

25%



Uudised

22%



Lingid teistele lehtedele

21%



Lingid teiste inimeste postitustele

21%



Nende tunnete oleku värskendamine

19%



Videoklipid

17%



Edasiste tegevuste plaanid, reiseid ja plaanid

9%



MIKS INIMESED

Jaga

Sotsiaalse jagamise psühholoogia



Lõbus

49% ütleb, et jagamine võimaldab neil teavitada teisi toodetest, millest nad hoolivad, ja võivad muuta meelt või innustada tegutsema.



Määrake meid

Jagage 68%, et anda inimestele parem ülevaade sellest, kes nad on ja millest nad hoolivad.



Suhted

78% jagavad teavet veebis, sest see võimaldab neil hoida sidet inimestega, kellega nad muidu ei suhtleks.



Eneseteostus

69% jagab teavet, sest see võimaldab neil tunda end maailmas rohkem kaasatuna.



Toetage põhjust

84% jagab, sest see on viis toetada põhjust või probleeme, millest nad hoolivad.

Source: The New York Times Customer Insight Group

 CoSchedule

Allikas: [The Psychology of Sharing: Why do People Share Online](#), The New York Times Customer Insight Group (2024).

Tarbimine veebis: miks me seda teeme?

Kasutuse ja rahulduse teooria (*Uses and Gratification Theory*) – Kirjeldab, miks ja kuidas otsivad inimesed meediat oma konkreetsete vajaduste rahuldamiseks. Herta Herzog töötas selle välja 1940. aastatel ning alates raadio ajastust on seda seostatud igat liiki meediaga.



Kontrolli

Teavita avalikkust maailmas toimuvast.

Näiteks: uudised, sport, twitter, facebook

Ümbersõit

Avalikkus kasutab meediat reaalsuse ja meelelahutuse eest põgenemise vormina. Aja veetmise viis.

Näiteks: märulifilmid, tõsielusaated, nimekirjad

Isiklik identiteet

Publik leiab meediast eeskujusid, õpib ja võrdleb end teistega ning avastab seeläbi, kellega on tegu.

Näiteks: kuulsuste intervjuud, kokandussaadet

Isiklikud suhted

Teisi jälgides saavutame empaatiavõime, loome tegelastega suhteid ja kogeme meedia vahendusel suhtlemisel "vesijahuti" efekti.

Näiteks: seebiooperid, tõsielusaadete elimineerimised

Allikas: https://medium.com/@allie_ringuette/uses-and-gratifications-995216cc174f

2. Kuulsustest mõjutajad: mis motiveerib neid postitama?

Juhised: Kasutage tegevuses 1 järgmist kuut reklaami, mis sisaldavad rahvusvaheliste ettevõtete rohepesu.

Leonardo DiCaprio: <https://www.instagram.com/leonardodicaprio/>

Miks ta jagab:

- Algatuse toetamiseks
- Eneseteostus eesmärgil
- Enda määratlemiseks

Mida ta jagab:

- Lingid artiklitele ja muudele veebilehtedele
- Uudislood

Miks ta jagab:

- Algatuse toetamiseks
- Eneseteostus eesmärgil
- Suhete loomiseks
- Meelelahutuseks

Mida ta jagab:

- Pildid
- Olekuvärskendused selle kohta, mida ta teeb ja tunneb
- Isiklikud soovitusel asjadest, mis talle meeldivad
- Lingid teiste inimeste kontodele

24.06.2024



17.11.2023



Elon Musk: <https://x.com/elonmusk>

Miks ta jagab:

- Algatuse toetamiseks
- Enda määratlemiseks

Mida ta jagab:

- Arvamused

Miks ta jagab:

- Meelelahutuseks

Mida ta jagab:

- Isiklikud soovitusel asjadest, mis talle meeldivad
- Olekuvärskendused selle kohta, mida ta tunneb

25. juuni 2023



18. mai 2022



3. Keskkondlikud mõjutajad Instagramis

Juhised: Osalejad kasutavad Instagrami keskkondlike mõjutajate nimekirja 2. tegevuses.

Instagrami kontod	Teave
Organisatsioonide kontod, mida jälgida	BBC Earth, Earth Alliance, Greenpeace International, National Geographic
Everyday Climate Change @everydaycliamtechange 130 000 jälgijat	Rühm fotograafe, kes jagavad pilte kliimamuutuste põhjustatud hävingust kogu maailmas.
Helana Gualinga @helenagualinga 110 000 jälgijat	Ecuadori-Rootsi aktivist, kes võitleb põlisrahvaste õiguste kõrval ka jätkusuutlikkuse eest.
Alexis Nikole @blackforager 1,8 miljonit jälgijat	Õpetab vaatajatele, kuidas kasutada toiduvalmistamiseks oma koduõues leiduvaid tooraineid.
Pattie Gonía (Wyn Wiley) @pattiegonia 662 000 jälgijat	<i>Drag queen</i> , keskkonnakaitsja ja LGBTQ+ aktivist, kes võitleb selle eest, et igaüks saaks loodust nautida.
Isaias Hernandez @queerbrownvegan 123 000 jälgijat	Noor aktivist, kes selgitab keerulisi keskkonnateemasid kergesti arusaadavate ja informatiivsete videote abil. Seisab homoseksuaalide ja muu kui valge nahavärvusega inimeste eest.
Lily, the Imperfect Idealist @imperfectidealist 26 800 jälgijat	Tema postitused on pühendatud teadlikule ja aktiivsele eluviisile. Jagab jätkusuutlikku moodi ja reisijuhiseid, mis põhinevad isiklikel kogemustel.
Carleigh Bodrug @plantyou 5,1 miljonit jälgijat	Taimepõhised, väheste jäätmetega retseptid, mis edendavad nii paremat tervist ja pikaalisust kui ka planeedi säästmist.
Chef Max La Manna @maxlamanna 1 miljon jälgijat	Taimepõhisele, jäätmevabale toiduvalmistamisele pühendunud noor kokk, kes jagab retsepte ja väikseid igapäevaseid muudatusi keskkonna toetamiseks.
The Zero Waste Guide @thezerowasteguide 770 000 jälgijat	Jätkusuutliku eluviisi teejuht, mis sisaldab nõuandeid, mida igaüks saab oma igapäevaelus kasutada.
Chix (varem Chicks for Climate) @chixmag 349 000 jälgijat	Ühendab feminismi ja keskkonnakaitsset. Üks juhtivaid naishääli kliimamuutuste valdkonnas, kes julgustab naisi kliimakaitse meetmeid rakendama.

4. Keskkonnasõbralikud mõjutajad: mis motiveerib neid postitama?

Juhised: Osalejad kasutavad järgmist tabelit oma Instagrami mõjutaja ajendite täitmiseks tegevuses 3. Nad peaksid tegema tabelist koopia.

Mõjutaja:
Allikas:

Miks mõjutatakse:

•

Mida jagatakse:

•

Miks mõjutatakse:

•

Mida jagatakse:

•

Kuupäev:
Ekraanipilt:

Kuupäev:
Ekraanipilt:

Miks mõjutatakse:

•

Mida jagatakse:

•

Miks mõjutatakse:

•

Mida jagatakse:

•

Kuupäev:
Ekraanipilt:

Kuupäev:
Ekraanipilt:

Miks mõjutatakse:

•

Mida jagatakse:

•

Miks mõjutatakse:

•

Mida jagatakse:

•

Kuupäev:
Ekraanipilt:

Kuupäev:
Ekraanipilt:

Miks mõjutatakse:

•

Mida jagatakse:

•

Miks mõjutatakse:

•

Mida jagatakse:

•

Kuupäev:
Ekraanipilt:

Kuupäev:
Ekraanipilt:

Alexis Nikole [@blackforager]. (2024). *Instagram*. Retrieved from <https://www.instagram.com/blackforager/?hl=en>. Vaadatud 12.5.2024.

Allot [@thezerowasteguide]. (2024). *Instagram*. Retrieved from <https://www.instagram.com/thezerowasteguide/?hl=en>. Vaadatud 11.5.2024.

Carleigh Bodrug [@plantyou]. (2024). *Instagram*. Retrieved from <https://www.instagram.com/plantyou/?hl=en>. Vaadatud 12.5.2024.

Chix [@chixmag]. (2024). *Instagram*. Retrieved from <https://www.instagram.com/chixmag/?hl=en>. Vaadatud 13.5.2024.

Elon Musk [@elonmusk]. (2023, 25 June). Important to note that what happens on Earth's surface (eg farming) has no meaningful impact on climate change [Post]. X. Retrieved from <https://x.com/elonmusk/status/1672793968587702272>. Vaadatud 24.6.2024.

Elon Musk [@elonmusk]. (2022, 18 May). Exxon is rated top ten best in world for environment, social & governance (ESG) by S&P 500, while Tesla didn't make the list! [Post]. X. Retrieved from <https://x.com/elonmusk/status/1526958110023245829>. Vaadatud 24.6.2024.

Everyday Climate Change [@everydayclimatechange]. (2024). *Instagram*. Retrieved from <https://www.instagram.com/everydayclimatechange/?hl=en>. Vaadatud 13.5.2024.

Isaias Hernandez [@queerbrownvegan]. (2024). *Instagram*. Retrieved from <https://www.instagram.com/queerbrownvegan/?hl=en>. Vaadatud 14.5.2024.

Leonardo DiCaprio [@leonardodicaprio]. (2024, 24 June). Our planet is faced with an unprecedented human-driven biodiversity crisis. Without immediate and ambitious action [Post]. *Instagram*. Retrieved from <https://www.instagram.com/p/C8nI-RhyMmK/>. Vaadatud 24.6.2024.

Leonardo DiCaprio [@leonardodicaprio]. (2023, 17 November). Working with @lilygladstone will forever be a highlight of my career. Watching her become the soul of Mollie Burkhart while filming [Post]. *Instagram*. Retrieved from <https://www.instagram.com/p/Czw1fpT01Mc/>. Vaadatud 24.6.2024.

Lily [@imperfectidealist]. (2024). *Instagram*. Retrieved from <https://www.instagram.com/imperfectidealist/?hl=en>. Vaadatud 14.5.2024.

Max la Manna [@maxlamanna]. (2024). *Instagram*. Retrieved from <https://www.instagram.com/maxlamanna/?hl=en>. Vaadatud 14.5.2024.

The New York Times & Customer Insight Group. (n.d.). The Psychology of Sharing: Why do People Share Online [PDF]. Retrieved from https://www.bostonwebdesigners.net/wp-content/uploads/POS_PUBLIC0819-1.pdf. Vaadatud 14.5.2024.

Pattie Gonia [@pattiegonia]. (2024). *Instagram*. Retrieved from <https://www.instagram.com/pattiegonia/?hl=en>. Vaadatud 16.5.2024.

Ringuette, A. (2021, 11 April). Uses and Gratifications Theory. *Medium*. Retrieved from https://medium.com/@allie_ringuette/uses-and-gratifications-995216cc174f. Vaadatud 16.5.2024.

Social Media 4 Peace. (n.d.) Social Media 4 Peace [Quiz]. Retrieved from <https://socialmedia4peace-quiz.org/>. Vaadatud 13.5.2024.

Sumak Helena Gualinga [@helenagualinga]. (2024). *Instagram*. Retrieved from <https://www.instagram.com/helenagualinga/?hl=en>. Vaadatud 13.5.2024.



ETTEVAATUST, BOTID: TEHISINTELLEKTI VARJUKÜLG

Tase	Edasijõudnud
Kokkuvõte	Osalejad sukelduvad tehisintellekti maailma, uurides selle puudusi ja negatiivseid tagajärgi.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba suudavad osalejad: • Märgata süvavõltsinguid. • Mõista tehisintellekti kasutamise piiranguid ja tagajärgi. • Arutada tehisintellektiga seotud aktuaalseid küsimusi.
Kestus	120 minutit
Sihtrühm	Noored vanuses 19–30 aastat, kellel on mõningane arusaam generatiivsest tehisintellektist ning selle levinumate tööriistade ja funktsioonide kasutamisest. Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelud/järelarutelud, teadmiste rakendamine, väitlus
Digipädevused	• Info- ja andmekirjaoskus • Kommunikatsioon ja koostöö • Turvalisus • Probleemide lahendamine Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefon), projektor, trükitud materjalid VÕI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides 1. "Tõeline või võlts? – osaleja versioon" 2. "Tõeline või võlts? – juhendaja versioon" 3. "Süvavõltsingud: põhitõed" 4. "Tehisintellekti kallutatus" 5. "Tehisintellekti kallutatus – arutelu küsimused"
Erikaalutlused	• Tagage osalejatele juurdepääs erinevatele sotsiaalmeedia platvormidele. • Pange ilma nutiseadmeta ja/või sotsiaalmeediata osalejad paari nendega, kellel need olemas on. • <i>Kasutage digivahendeid!</i> Vältige materjalide trükkimist ja pange kõik võrku. – "Koer jalgrattal" 1. – "Süvavõltsing 9" 2. – "Testige oma teadmisi!" 3. – "Harry Potter, AI kallutatud versioon" 4. <u>väitlus</u> – "Mis saab keskkonnast?"

Artiklid:

- [“Formaalsed väitlused”](#) – Harvard
- [“Võltsingute tuvastamine”](#) – Northwesterni Ülikool
- [“Kuidas märgata AI võltsinguid”](#) – McGilli Ülikool
- [“AI genereeritud Met Gala”](#) – Forbes
- [“Kuidas märgata süvavõltsingut”](#) – AP News
- [“Uued sammud desinformatsiooni vastu võitlemiseks”](#) – Microsoft News

Viktoriinid:

- [“Süvavõltsingu tuvastamine”](#) [Viktoriin]
- [“Tehislik või tõeline”](#) [Viktoriin]

Videod:

- [“Harry Potter, kuid Itaalias”](#)
- [“Harry Potter, kuid Berliinis”](#)
- [“Kuidas tehisintellekti pildigeneraatorid eelarvamusi süvendavad”](#) – The London Interdisciplinary School
- [“Tehisintellekt suudab nüüd luua videoid ja need näevad välja üsna realistlikud”](#) – Washington Post

Tehisintellekti tööriistad:

- [Craiyon AI](#)
- [Teachable Machine](#)

Sotsiaalmeedia postitused:

- [Võltsitud pilt Donald Trumpist](#) – Twitter
- [Tõeline pilt Donald Trumpist](#) – Twitter
- [Võltsitud pildid paavstist](#) – CNA Lifestyle
- [Tõelised pildid paavstist](#) – Vatican News
- [Katy Perry võltsitud Met Gala pilt](#) – Twitter
- [Katy Perry tõeline pilt](#)

Töötoa inspiratsioon

- [Experience AI, Raspberry Pi Foundation](#)



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Osalejad sukelduvad tehisintellekti maailma, uurides selle puudusi ja negatiivseid tagajärgi.



Teoreetiline ettevalmistus:

Tehisintellekt (AI) on intelligentset käitumist jäljendavate süsteemide projekteerimine ja uurimine. Enamasti põhineb tehisintellekt **masinõppel**, mis tähendab, et masin õpib andmete kujul esinevate näidete põhjal. Tehisintellekt ei mõtle, see on loodud ülesannete täitmiseks viisil, mis näib olevat intelligentne.

Generatiivne tehisintellekt on loodud sisu, näiteks teksti, piltide või heli genereerimiseks. Enamik üldsusele suunatud rakendusi kasutab genereerivat tehisintellekti. Tehisintellekti abil loodud disainilahendused põhinevad masinõppel, mis kasutab miljoneid internetist leiduvaid andmekilde. Selle tulemusel valmiv disain on kõigi andmete kogum, mis võtab arvesse ka kasutaja juhiseid (Experience AI, kuupäev puudub).

Teachable Machine on Google'i tasuta ja hõlpsasti kasutatav tööriist, mis aitab mõista, kuidas masinõpe toimib. Mängige tööriistaga ja vaadake lisatud õpetusi, et mõista selle toimimist, sest te kasutate seda tegevuses 2.

Craiyon on teine generatiivse tehisintellekti visuaalne platvorm, mis genereerib pilte masinõppe abil. Nii nagu ChatGPT, suhtleb ka Craiyon vestluslikult, kutsudes kasutajaid üles lisama konkreetseid detaile lausetena (erinevalt PhotoEditorAI-st) (vt töötuba B9. "Sissejuhatus tehisintellekti").

Väitlus on ametlik arutelu konkreetasel teemal, kus esitatakse vastandlikke argumente, et mõjutada publiku arvamust enda kasuks. Väitlused võivad olla nii formaalsed kui ka mitteformaalsed. Formaalsetel väitlustel on konkreetne struktuur, mida tuleks järgida.



Füüsiline ettevalmistus:

1. Arutelude juhtimiseks on vaja tahvlit või pabertahvlit ja markereid.
 - a. Teise võimalusena võite kuvada jagatud Google Docs dokumenti.
2. Valmistuge väitluseks, seades valmis kaks lauda, mille ees on toolid kahe väitlustiimi jaoks.



Pange tähele:

- Lisage videotele subtiitrid, et toetada osalejate arusaamist.
- Asendage "Harry Potter, kuid ____" tegevuses 1 oma riigi piltidega, kui neid leidub.
- Tegevuses 1 esitatud pildid valiti välja mais 2024. Ajakohase ja asjakohase sisu tagamiseks uuendage vajaduse korral pilte.
- Isegi kui osalejad ei kavatse osaleda 10. töötoas, on tegevus 3 hea harjutus generatiivse tehisintellekti tööriistade kasutamiseks.
- Kui kõik osalejad kavatsevad läbida ka 10. töötoa, määrake kampaaniarühmad ja keskkonnateemad kohe, et nad saaksid juba 3. tegevuses koos töötada.
- Kui kasutate sotsiaalmeedia kampaania näidet (vt ""), ärge järgige seda täpselt, sest kuvatavad tulemused ei ole samad. Esmalt mängige tehisintellekti tööriistadega. Näide on mõeldud esialgse juhisenäitega, mis sisaldab näpunäiteid ja märkusi, mida tuleks osalejatega jagada.
- Pange iga nutitelefoniga osaleja paari kellegagi, kellel see olemas on.
- Tegevuseks 3 soovitatakse mitteformaalset väitlust, välja arvatud juhul, kui teil on aega ja vahendeid millegi formaalsema jaoks. Mitteformaalse väitluse korral ei ole vaja järgida kõiki aruteluetape ega ajalist struktuuri (lühemad on soovitatav), kuigi õigluse huvides peaks olema mingi struktuur eelnevalt kindlaks määratud.
- Vajaduse korral vaadake osalejatega läbi väitluse põhitõed (vt "Teoreetiline ettevalmistus").



Soojendus: "Koer jalgrattal"

- 10 minutit

Osalejad õpivad tundma generatiivse tehisintellekti võimsust ja puudusi, suheldes pildigeneraatoriga ja luues oma kunsti.



Juhised:

1. Osalejad peaksid individuaalselt külastama [Craiyon AI](#) veebilehte (kergesti leitav Google'i otsinguga).
2. Paluge neil olla loovad ja luua selle saidi abil oma kunsti.
3. Käige ruumis ringi ja esitage järgmisi küsimusi:
 - a. *Kas tehisintellekt sai teie viipadest aru? Kas saavutasite soovitud tulemuse?*
 - b. *Mitu korda pidite juhiseid korrigeerima?*
 - c. *Kas see pilt tundub realistlik? Miks?*
4. Kui osalejad on 5 minutit iseseisvalt mänginud, moodustage paarid.
5. Osalejad valivad oma lemmikpildi, mis vastab kõige paremini nende viipadele.
6. Osalejad jagavad valitud pilti oma paarilisega. Paariline peab ära arvama, millist viipa kasutati.
7. Vahetage rolle.
8. Näidake osalejatele näitena genereeritud pilti.
9. Arutlege, kuidas generatiivne tehisintellekt võib vigu teha.

Näide:

Viip – koer jalgrattal





Tegevus 1: Analüüs – "Süvavõltsing 9"

- 25 minutit

Osalejad saavad sissejuhatuse süvavõltsingutesse, õppides neid märkama.



Juhised:

1. Näidake pilte jaotisest "Tõeline või võlts? – osaleja versioon" (vt "Materjalid 1"), kahte korraga.
2. Arutage, milline pilt on ehtne ja milline võlts, kasutades järgmisi küsimusi:
 - *Miks on see võlts? Tõeline?*
 - *Miks peaks keegi postitama võltsitud versiooni?*
3. Nüüd jagage juhendaja versiooni (vt "") ning vaadake läbi vastused ja viisid võltsingute tuvastamiseks.
4. Jätkates eelmist arutelu tehisintellekti eksimuste teemal, hakake rääkima sellest, kuidas inimesed saavad tehisintellekti abil pilte manipuleerida, näiteks nägusid vahetada. Vaadake läbi teave jaotisest "Süvavõltsingud: põhitõed" (vt "").
5. Nüüd näidake järgmist videot Washington Postist, milles rõhutatakse, et süvavõltsinguid saab genereerida ka videotena: "Tehisintellekt suudab nüüd genereerida videoid ja need näevad välja üsna realistlikud".



Tegevus 2: "Testige oma teadmisi!"

- 25 minutit

Osalejad testivad süvavõltsingute kohta omandatud teadmisi veebipõhises viktoriinis.



Juhised:

1. Laske grupil vastata esimesele ja seejärel teisele viktoriinile. Nad võivad seda teha individuaalselt või paarides.
 - "Süvavõltsingu tuvastamine" (10 küsimust)
 - "Tehislik või tõeline" (10 küsimust)
2. Arutage tulemusi.



Tegevus 3: Arutelu/järelarutelu – "Harry Potter, AI kallutatud versioon"

- 25 minutit

Osalejad õpivad mõistma mõningaid tehisintellekti negatiivseid tagajärgi.



Juhised:

1. Jagage osalejatega kahte näidet tehisintellekti abil loodud piltidest/videotest:
 - "Harry Potter, kuid Itaalias"
 - "Harry Potter, kuid Berliinis"
2. Arutage järgmisi küsimusi, suunates osalejaid mõtisklema stereotüüpide ja eelarvamuste üle:
 - *Kas pildid olid realistlikud? Mis juhtus siis, kui kõneleti?*
 - *Millel pildid põhinesid?*
 - *Kas te nõustute teema kujutamisega?*
 - *Mida need videod tehisintellekti kohta näitavad?*
3. Tutvustage neile mõisteid, kasutades jaotist "Tehisintellekti kallutatus" (vt "").
4. Nüüd näidake videot "Kuidas tehisintellekti pildigeneraatorid eelarvamusi süvendavad" (London Interdisciplinary School; 8 minutit, võite vaadata ainult esimest 6 minutit).
5. Arutelu hõlbustamiseks kasutage tabelit "Tehisintellekti kallutatus – arutelu küsimused" (vt "").



Tegevus 4: Suur väitlus: "Mis saab keskkonnast?"

- 60 minutit

Osalejad õpivad mõistma, et tehisintellekti negatiivsed tagajärjed võivad mõjutada ka keskkonda ja keskkonnateadlikkust.



Juhised:

1. Alustage arutelu selle üle, kuidas tehisintellekti kallutatus ja süvavõltsingud võivad mõjutada keskkonda ja keskkonnateadlikkust.
 - Hea on lisada ka üldisi eetikateemasid, mis on seotud tehisintellektiga.
2. Looge seotud teemade nimekiri.
 - Potentsiaalsed teemad:
 - i. Tehisintellekt ja tulevik
 - ii. Tehisintellekti kasutamine keskkonnakampaaniates
 - iii. Süvavõltsingud: kliimaga seotud väärinfo levitamine
 - iv. Süvavõltsingud: vandenõuteooriate levitamine
 - v. Eelarvamused kliimaaktivismis: hetkel kajavate häälte vaigistamine
 - vi. Eelarvamused kliimaaktivismis: esilekerkivate häälte vaigistamine
3. Nüüd jagage grupp teemade kaupa rühmadesse, moodustades paaris arv meeskondi.
4. Määrake kahele meeskonnale sama teema, lastes neil lahata teema erinevaid tahke (poolt või vastu).
 - Näide Tehisintellekt ja tulevik
 - i. Poolt – tehisintellekt on meie tulevikule kasulik
 - ii. Vastu – tehisintellekt vallutab maailma
 - Süvavõltsingud: kliimaga seotud väärinfo levitamine
 - iii. Poolt – inimesed peaksid õppima korrektselt analüüsima
 - iv. Vastu – see on probleem, mida peaks reguleerima valitsus
5. Andke osalejatele aega uurimiseks ja väitlusteks valmistumiseks. Nad peaksid uurima oma teemat, leidma sellega seotud usaldusväärseid artikleid ja sõnastama argumentid meeskonnana.
6. Uurimistöö ajal peaks juhendaja ruumis ringi käima, tagades, et osalejad kasutavad usaldusväärseid allikaid ja leiavad asjakohast teavet. Väitluseks ettevalmistumiseks esitage neile järgmised küsimused:
 - *Miks on see argument pooldav? Kas teil on konkreetne näide?*
 - *Kas teil on selle tõestuseks statistikat?*
 - *Mida teine tiim selle kohta ütleks? Kas saate esitada vastuargumente?*
 - *Kuidas te väitlust alustate? Lõpetate? Need on sageli kõige meeldejäävamad osad!*
7. Tiimid väitlevad!
 - Publik peaks hääletama iga väitluse lõpus.
 - Juhendaja peaks pärast iga väitlust esitama väitlejatele ja publikule järelküsimusi.



Refleksioon/järelarutelu

- 5 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga. Korraldaja juhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele").



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

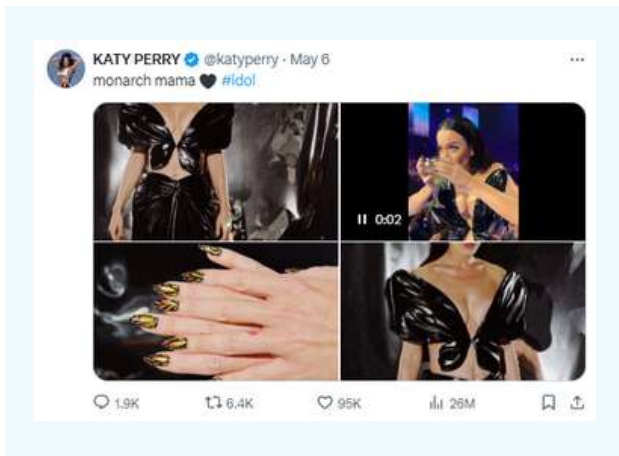
- Lõpetage töötoad B10 ja A10. "Rohelised teemad ja sotsiaalmeedia: kogukonnaaktivismi kampaania", mis käsitlevad sotsiaalmeedia kampaaniate loomist.
- Kui soovite harjutada süvavõltsingute tuvastamist, vaadake järgmist veebilehte: <https://detectfakes.kellogg.northwestern.edu/>



Materjalid

1.Tõeline või võlts? – osaleja versioon

Juhised: Jagage 1. tegevuse analüüsiks osalejatega järgmisi pilte.



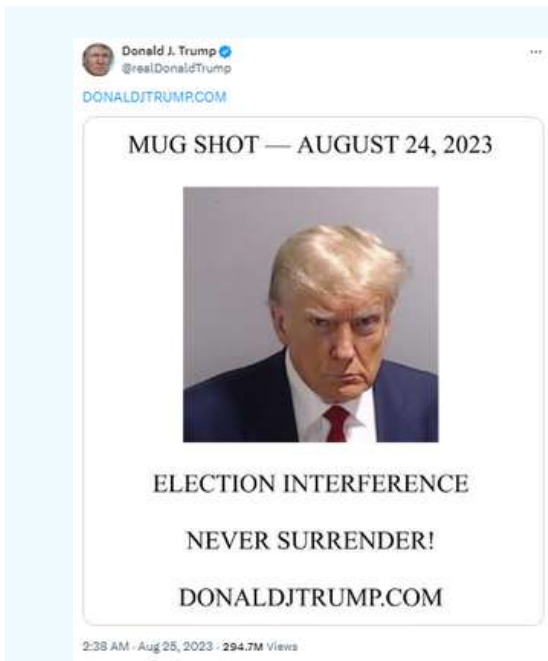
2. Tõeline või võlts? – juhendaja versioon

Juhised: Kasutage järgmist tabelit 1. tegevuse vastuste jagamiseks ja arutelu alustamiseks.



Allikas:

https://x.com/Trump_History45/status/1694730057150050463



Kuidas me seda teame?

- Kontekstil põhinevad vihjed
- Kasutajanimi
- Kinnitamine (X ja IG)

Allikas:

<https://x.com/realDonaldTrump/status/1694886846050771321>



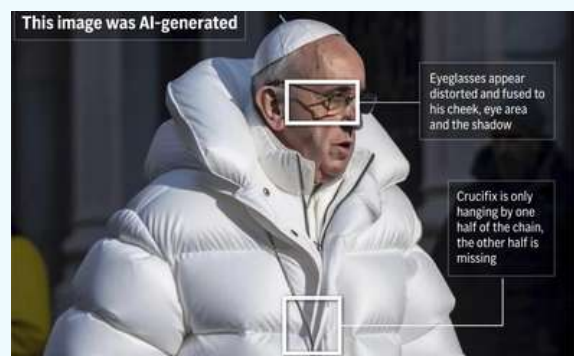
Allikas:

<https://cnaiflifestyle.channelnewsasia.com/trending/pope-francis-puffer-jacket-coat-fake-images-ai-midjourney-353311>



Kuidas me seda teame?

- Moonutatud pildid
- Puuduvad detailid



Allikas: <https://www.vaticannews.va/en/about-us.html>



Allikas:

<https://x.com/jxries/status/1787603212075233371>



Kuidas me seda teame?

- Kommentaarid
- Ristkontroll
- Lateraalne lugemine



Allikas:

Allikas: <https://x.com/katyperry>

3.Süvavõltsingud: põhitõed

Juhised: Kasutage järgmist tabelit, et aidata osalejatel mõista süvavõltsinguid tegevuses 1.

Põhimõisted	Kirjeldus
Süvavõltsing	Tehisintellekti vorm, mida nimetatakse "süvaõppeks", õpib andmekogumite abil iseseisvalt probleeme lahendama. Seda kasutatakse nägude vahetamiseks videotes ja piltidel, et luua realistliku välimusega libameediat. Seda saab kasutada kas komöödia eesmärgil või pahatahtlikult (kõige sagedamini pornograafia, "kättemaksuporno" või poliitilisi figuure sisaldava sisu valmistamiseks).
Kuidas tuvastada süvavõltsinguid (hetkel)	• Jäänukid: veidrused või midagi, mis on paigast ära. • Silmade liikumine: silmade veider pilgutamine või kummalised kordused. • Heli/video kvaliteet – suu liigutused ei vasta helile. • Allikad: tsitaadid, autor, lateraalne lugemine • Nägude vahetamine: hägusad hambad ja servad, nahatooni ebakõla. • Kontekst: Kas see, mida ma näen, on tõesti usutav? • Tehisintellekti kasutamine: ◦ "Uued sammud desinformatsiooni vastu võitlemiseks" – Microsoft News
Allikad	• "How to Spot AI Fakes" – McGill University • "AI Generated Met Gala" – Forbes • "How to Spot a Deepfake" – AP News

4. Tehisintellekti kallutatatus

Juhised: Kasutage järgmist tabelit, et aidata osalejatel mõista tehisintellekti ja kallutatust tegevuses 3.

Märksõna	Definitsioon
Stereotüübid	Laialt levinud, kuid fikseeritud ja liiga lihtsustatud kujutluspilt või idee teatud tüüpi inimesest või asjast.
Eelarvamus	Eelistus millegi poolt või vastu. Eelarvamused põhjustavad inimeses sageli teatud reaktsiooni millegi suhtes, olgu see siis positiivne või negatiivne.
Andmete kallutatatus	Masinõppe mudelite õpetamiseks kasutatavates andmetes esineb kallutatust. Andmete kallutatuse tõttu võivad masinõppe mudelid genereerida erapoolikuid prognoose. Andmete kallutatatus tuleneb ebatäielikest andmetest ja ühiskondlikest eelarvamustest.

Allikass: <https://experience-ai.org/en/units/experience-ai-lessons>

5. Tehisintellekti kallutatatus – arutelu küsimused

Juhised: Kasutage järgmisi küsimusi, et juhtida osalejate arutelu tegevuses 3.

Arutelu küsimused		
Sealhulgas jätkuküsimused ja vastused (kui see on asjakohane)		
Millist tüüpi pilte videos kasutati?		
Miks võib eelarvamus olla probleemiks?		
Millised on levinud eelarvamused?	Jätkuküsimused: - Kuidas need inimesi mõjutavad? - Millised tüübid on videos esile toodud?	Vastused: Rassiline ja sooline eelarvamus töökohtadel, vaesus, poliitiline hoiak
Mis on GAN?	Vastused: - Generatiivsed vastandvõrgud - Generaator (võltsija) – reageerib kasutaja viipadele. - Diskriminaator (detektiiv) – koolitatud andmekogumite põhjal, et see teaks, mida otsida.	
Kuidas tehisintellekt eelarvamusi kopeerib?		
Mis on eelarvamuste võimendamine?	Jätkuküsimused: Miks on see probleem?	
Kuidas saab vältida eelarvamuste võimendamist generatiivse tehisintellekti puhul?	Jätkuküsimused: Arutage osalejate seisukohti ja seda, kuidas need mõjutaksid eelarvamusi.	Võimalikud vastused: - Vaadelge praegust statistikat 50/50 jaotus - Juhuslik
Mida tehakse hetkel selleks, et vältida eelarvamuste võimendamist generatiivses tehisintellektis?	Vastused: - Vooruslikkuse esitlemine: "Käituge õigesti" - Tehnoloogiaettevõtete omavastutus	
Mida tuleks teie arvates teha selleks, et lahendada eelarvamuste võimendamise probleemi generatiivse tehisintellekti puhul?	Võimalikud vastused: Valitsuse kontroll: - Järelevalveorganite loomine kaebustega tegelemiseks. - Ettevõteteid sunnitakse algoritme ajakohastama. - Standardite kehtestamine õpetamiseks kasutatavatele andmekogumitele.	
Millised muud probleemid on generatiivse tehisintellektiga seotud?		

BBC. (2024). The monthly AI or real quiz: May 2023. Retrieved from <https://www.bbc.co.uk/bitesize/articles/zg78239>. Vaadatud 6.6.2024.

Burt, T. & Horvitz, E. (2020, 1 September). *New Steps to Combat Disinformation*. Microsoft News. Retrieved from <https://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2020/09/01/disinformation-deepfakes-newsguard-video-authenticator/>. Vaadatud 6.6.2024.

Chan, K. & Swenson, A. (2024, 21 March). *One Tech Tip: How to spot AI-generated deepfake images*. AP News. Retrieved from <https://apnews.com/article/one-tech-tip-spotting-deepfakes-ai-8f7403c7e5a738488d74cf2326382d8c>. Vaadatud 4.6.2024.

CNA Lifestyle. (2023, 27 March). *Those viral images of Pope Francis looking stylish in a white puffer jacket are fake*. Retrieved from <https://cnalifestyle.channelnewsasia.com/trending/pope-francis-puffer-jacket-coat-fake-images-ai-midjourney-353311>. Vaadatud 6.6.2024.

Crayon LLC. (2023). Create AI Art with our free AI image generator. Retrieved from <https://www.crayon.com/>. Vaadatud 6.6.2024.

Demonflyingfox. (2023, 5 November). Harry Potter but in Berlin [Video]. *YouTube*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=az7Kf0QkMu0>. Vaadatud 6.6.2024.

Demonflyingfox. (2023, 3 June). Harry Potter but in Italy [Video]. *YouTube*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=AN8FnobhJcw>. Vaadatud 6.6.2024.

Donald J. Trump [@realdonaldtrump]. (2023, 23 August). <http://DONALDJTRUMP.COM> [Photo]. X. Retrieved from <https://x.com/realDonaldTrump/status/1694886846050771321>. Vaadatud 6.6.2024.

Experience AI. (n.d.). Foundations of AI [Lesson Plans]. *Google DeepMind & Raspberry Pi Foundation*. Retrieved from <https://experience-ai.org/en/units/experience-ai-lessons>. Vaadatud 30.5.2024.

Google. (2024). Teachable Machine. Retrieved from <https://teachablemachine.withgoogle.com/train/image>. Vaadatud 24.5.2024.

Jarry, J. (2024, 14 March). *How to Spot AI Fakes (For Now)*. McGill University, Office for Science & Society. Retrieved from <https://www.mcgill.ca/oss/article/critical-thinking-technology/how-spot-ai-fakes-now>. Vaadatud 6.6.2024.

Javi. [@jxries]. (2024, 6 May). Katy Perry. That's it. #MetGala [Photo]. X. Retrieved from <https://x.com/jxries/status/1787603212075233371>. Vaadatud 6.6.2024.

Johnson, A. (2024, 7 May). *AI-Generated Met Gala Images Of Katy Perry, Rihanna Went Viral: Here's How To Spot A Deepfake*. Forbes. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/ariannajohnson/2024/05/07/ai-generated-met-gala-images-of-katy-perry-rihanna-went-viral-heres-how-to-spot-a-deepfake/>. Vaadatud 5.6.2024.

Katy Perry [@katyperry]. (2024, 6 & 9 May). wow ppl are STILL texting me that they can't believe they missed me at The Met or OMG you killed it etc etc... [Post]. X. Retrieved from <https://x.com/katyperry/status/1788352030857408565>. Vaadatud 6.6.2024.

Keller, T., Whittaker, J., & Burke, T. (2001). Student debates in policy courses: promoting police practice skills and knowledge through active learning. *Journal of Social Work*, 37(2), 343–55. Retrieved from https://ablconnect.harvard.edu/files/ablconnect/files/want_to_facilitate_a_debate_in_your_class.pdf.

LIS – The London Interdisciplinary School [@weare_lis]. (2023, 11 August). How AI Image Generators Make Bias Worse [Video]. *YouTube*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=L2sQRf1Cd8>. Vaadatud 6.6.2024.

Northwestern University, Kellogg School of Business. (n.d.). *Detect Fakes: AI-generated or Real?* Retrieved from <https://detectfakes.kellogg.northwestern.edu/>. Vaadatud 6.6.2024.

University of Washington, Center for an Informed Public. (n.d.). *Spot the Deepfake* [Quiz]. Retrieved from <https://www.spotdeepfakes.org/en-US/quiz>. Vaadatud 6.6.2024.

The Washington Post. (2024, 7 March). AI can now generate videos, and they look pretty realistic [Video]. *Washington Post Technology*. Retrieved from https://www.washingtonpost.com/video/technology/ai-can-now-generate-videos-and-they-look-pretty-realistic/2024/03/07/3480d72f-87d0-4dfe-beae-b334626c9f7b_video.html. Vaadatud 6.6.2024.

Trump History [@trump_history45]. (2023, 24 August). Donald Trump's mugshot has been released [Post]. X. Retrieved from https://x.com/Trump_History45/status/1694730057150050463. Vaadatud 5.6.2024.

Vatican News. (2017–2024). Pope. Retrieved from <https://www.vaticannews.va/en/pope.html>. Vaadatud 5.6.2024.



ROHELISED TEEMAD JA SOTSIAALMEEDIA: KOGUKONNAAKTIVISMI KAMPAANIA

Tase	Põhitase ja edasijõudnud
Kokkuvõte	Osalejad kasutavad eelnevatest töötubadest meedia- ja infokirjaoskuse kohta õpitut, et luua usaldusväärne ja teadlik sotsiaalmeedia kampaania keskkonnateemadel.
Õpieesmärgid	Pärast töötuba suudavad osalejad: • Koostada mitmeid sotsiaalmeedia postitusi parema kampaania loomiseks. • Levitada keskkonnavalast teadlikkust. • Hankida ja veenda jälgijaid.
Kestus	180 minutit – mitmepäevane
Sihtrühm	Noored vanuses 15–30 aastat, kes on eelnevalt omandanud meedia- ja infokirjaoskuse alaseid teadmisi. Minimaalselt 5, maksimaalselt 15 osalejat.
Haridusmeetodid	Rühmatöö, uurimistöö, kriitiline mõtlemine, arutelu/järelarutelu, teadmiste rakendamine, loovus, meeskonnatöö
Digipädevused	• Info- ja andmekirjaoskus • Kommunikatsioon ja koostöö • Digitaalse sisu loomine • Turvalisus • Probleemide lahendamine
	Internetiühendus, seadmed (arvuti, tahvelarvuti, nutitelefon), projektor, trükitud materjalid VÕI Google Docs, Canva, PowerPoint/Google Slides 1. Noorte juhitud keskkonnaaktivistide sotsiaalmeedia kampaaniad 2. "Sotsiaalmeedia kampaania loomine – teeme ära!"
Erikaalutlused	• Tagage osalejatele juurdepääs erinevatele sotsiaalmeedia platvormidele. • Pange ilma nutiseadmeta ja/või sotsiaalmeediata osalejad paari nendega, kellel need olemas on. • <i>Kasutage digivahendeid!</i> Vältige materjalide trükkimist ja pange kõik võrku.
	– "Mõjukas või mitte?" Sotsiaalmeedia kampaaniate analüüsimine. 1. – "Milline on hea kampaania?" 2. – "Sotsiaalmeedia kampaania loomine – teeme ära!"
	• “How to Create a Successful Digital Campaign” – YEE Project • “A Beginner’s Guide to Social Media” – Friends of the Earth Sotsiaalmeedia kampaaniad: • Climate Cardinals – Instagram • Re-Earth Initiative – X (Twitter) • Sunrise Movement – TikTok • Zero Hour – Facebook



Enne töötuba



Kokkuvõte:

Osalejad loovad sotsiaalmeediakampaania keskkonnateema kohta, mida meedias valesti tõlgendatakse.



Teoreetiline ettevalmistus:

- *"How to Create a Successful Digital Campaign"* – YEE Project
- *"A Beginner's Guide to Social Media"* – Friends of the Earth



Füüsiline ettevalmistus:

1. Pange valmis tahvel, pabertahvel või projitseeritav seade, mille ühele poolele on kirjutatud "Parimad tavad" ja teisele poolele "Asjad, mida vältida". Seda kasutatakse soojendustegevuses.
2. Varuge osalejate jaoks paberit ja pastapliiatseid, mida nad saavad kasutada oma sotsiaalmeedia kampaaniate koostamiseks.



Pange tähele:

- See töötuba peaks toimuma pärast seda, kui osalejad on läbinud vähemalt ühe teise töötoa (1-9) ja omandanud vajalikud oskused seatud eesmärkide edukaks elluviimiseks.
- Kuna tegemist on intensiivse töötoaga, mis on mõeldud kampaania käivitamiseks, mitte ainult ühe või kahe postituse loomiseks, peaks see kestma mitu tundi või isegi mitu päeva. See töötuba võiks olla kulminatsiooniks pärast mitmepäevast koolitust või vahetusprogrammi.
- Soojendustegevuses kasutatavad sotsiaalmeedia kampaaniad valiti mais 2024. Ajakohase ja asjakohase sisu tagamiseks ajakohastage vajaduse korral kampaaniaid.
- Pange iga nutitelefonita osaleja paari kellegagi, kellel see olemas on.



Soojendus: "Mõjukas või mitte?" Sotsiaalmeedia kampaaniate analüüsimine

- 20 minutit

Osalejad uurivad erinevaid keskkonnaalaseid sotsiaalmeedia kampaaniaid, et õppida tundma parimaid tavasid ja kõike, mida tuleks vältida.



Juhised:

1. Jagage osalejad 4-liikmelistesse rühmadesse.
2. Nüüd jagage 4-liikmelised rühmad kaheks paariks.
3. Iga paar vaatab kahte sotsiaalmeedia kampaaniat, mille loojateks on noorte juhitud kliimaorganisatsioonid (vt 1").
4. Paarid peaksid kampaaniatest otsima järgmist (nad võivad need soovi korral üles kirjutada):
 - a. **Parimad tavad** – konkreetsed asjad, mis kampaania puhul head on.
 - b. **Asjad, mida vältida** – konkreetsed asjad, mis kampaania puhul nii head ei ole.
5. Juhendajad peaksid ringi käima ja esitama paaridele järgmisi küsimusi (need aitavad osalejatel kindlaks teha, millised on head tavad ja milliseid asju tuleks vältida):
 - a. Milliseid tundeid see kampaania tekitas?
 - b. Kuidas te selle kampaania kokku võtaksite?
 - c. Mis teile kampaania juures huvi pakkus?
 - d. Mis oli kampaania kõige meeldejäävam osa?
 - e. Miks on see hea tava?
 - f. Kas te olete seda ka varem täheldanud?
6. Paarid peaksid uuesti neljaliikmelistesse rühmadesse kokku tulema, et jagada oma avastusi.
 - a. Ärge unustage esmalt üheskoos teisi kampaaniaid vaadata!



Tegevus 1: Arutelu/järelarutelu – "Milline on hea kampaania?"

- 15 minutit

Osalejad arutavad soojendustegevuse parimaid tavasid, selgitades välja, milline on hea sotsiaalmeedia kampaania ja milliseid asju tuleks vältida.



Juhised:

1. Kirjutage tahvli ühele poolele "Parimad tavad" ja teisele poolele "Asjad, mida vältida".
2. Küsige osalejatelt, mis nende arvates peaks igasse kategooriasse kuuluma, tuginedes eelmisele tegevusele ja varasematele teadmistele.
3. Küsige osalejatelt:
 - a. Kas mõni kasutatud strateegia üllatas teid?
 - b. Millised on mõned kõige tuntumad sotsiaalmeedia kampaaniad? Mis muudab need mõjukaks?
 - c. Kas sotsiaalmeedia on teid mõjutanud?
 - d. Kuidas te veendute, et sotsiaalmeedia postitused on usaldusväärsed? (ülevaade)
4. Tutvustage osalejatele YEE Project'i juhendit "How to Create a Successful Digital Campaign" ja Friends of the Earth'i juhendit "[A Beginner's Guide to Social Media](#)". See aitab neil ellu viia oma sotsiaalmeedia kampaaniaid tegevuses 3.



Tegevus 2: Praktiline rakendus ja loominguline hetk – "Sotsiaalmeedia kampaania loomine – teeme ära!"

- 120 minutit – mitmepäevane

Osalejad loovad sotsiaalmeediakampaania keskkonnateema kohta, mida meedias sageli valesti tõlgendatakse.



Juhised:

1. Jagage grupp tiimideks (vähemalt 4 inimest igas tiimis).
2. Tiimid valivad keskkonnaga seotud teema ja sotsiaalmeedia kanali, mida nad oma kampaania jaoks kasutavad.
 - a. Teemad: seotud keskkonnaga ja meedias sageli valesti/ebaselgelt kajastatud
 - Rohepesu ja jätkusuutlik roheline lähenemine.
 - Meedia kajastab taastuvenergiat positiivsena ja reostust negatiivsena, kuid ei selgita, kuidas seda vähendada.
 - Meedia keskendub sotsiaalsete aspektide asemel rohkem majanduslikele tagajärgedele.
 - Meedia ei anna teavet selle kohta, kuidas tavakodanikud saavad taastuvenergiat kasutada.
 - Meedia ei räägi puhtast õhu kasulikkusest inimeste tervisele.
 - Meedia ei kajasta ringlussevõtu energiakulusid (räägitakse, et ringlussevõtt on hea, kuid ei süveneta teemasse).
 - Teie valik
 - b. Sotsiaalmeedia:
 - Instagram
 - YouTube
 - X (Twitter)
 - Facebook
 - Threads
 - Teie valik
3. Hästi organiseeritud kampaania loomiseks vaatavad nad meeskonnana läbi töölehe "Sotsiaalmeedia kampaania loomine – teeme ära" (vt ").
4. Kogu protsessi vältel, eriti 6. sammu (uurimistöö) käigus, peaks juhendaja osalejaid toetama tehnoloogia, uurimismeetodite ja kriitilise mõtlemise osas. Pidevalt ruumis ringi käies esitage küsimusi, näiteks:
 - a. Kas see allikas on usaldusväärne?
 - b. Kas see vastab teie eesmärgile?
 - c. Kas see jõuab teie sihtrühmani?
 - d. Kas see on ainulaadne? Kas inimesed suudavad sellega seostuda? Informatiivne?
 - e. Kas olete lisanud kõik nõutavad komponendid?
 - f. Kas kontrollisite õigekirja?
5. Rühmad jagavad oma kampaaniaid üksteisega, et saada tagasisidet ja tuge.



Refleksioon/järelarutelu

- 15 minutit

Osalejad võtavad nüüd õpitu kokku ja koostavad ülevaate peamistest järeldustest, valmistades end ette teooria praktiliseks rakendamiseks ja selle ühendamiseks oma eluga.

Korraldaja juhib arutelu, paludes osalejatel jagada midagi, mida nad on õppinud, täiustanud, või mis on nende "ahaa-hetk" (inspiratsiooni saate dokumendist "Töövahendid noorsoo- ja haridustöötajatele"). Kuna tegemist on kulminatiivse töötoaga, on järgnevalt välja toodud mõned põhjalikumad küsimused:

- *Kui rahul olete oma tulemustega?*
- *Milline oli see kogemus teie jaoks?*
- *Kuidas nägi välja koostöö teie väikeses tiimis?*
 - *Kas teil tekkis probleeme?*
 - *Kas kõik olid tööprotsessis võrdselt kaasatud?*
- *Kui saaksite midagi teisiti teha, siis kas ja mida te teeksite?*
- *Mis kasu te sellest harjutusest saite?*



Pärast töötuba

Vabatahtlikud jätkutegevused/töövahendite komplektiga seotud tegevused

- Julgustage erinevaid rühmi, kes on läbinud töötoad 1–9, üheskoos 10. töötuba läbima. Nii saavad osalejad üksteisega jagada eelnevates töötubades omandatud oskusi.
- Rühmad jagavad kampaaniaid sotsiaalmeedias!
- Kampaaniarühmad suhtlevad sotsiaalmeedias teiste aktivistidega, et luua oma võrgustikku.





Materjalid

1. Noorte juhitud keskkonnaaktivistide sotsiaalmeedia kampaaniad

Juhised: Kasutage järgmist tabelit, et jagada osalejatega soojendustegevuseks nelja noorte juhitud sotsiaalmeedia kampaaniat.

Noorte aktivistide rühm	Sotsiaalmeedia platvorm ja kampaania kontekst
Climate Cardinals	Instagram Kampaania: "Voices for the Vanishing" (09.06.2024) Allikas: https://www.instagram.com/climatecardinals/ Teave: Töötatakse selle nimel, et muuta kliimaaktivism ligipääsetavaks ka mitte-ingliskeelsetele inimestele, hankides kliimateavet ja tõlkides seda enam kui 100 keelde.
Re-earth Initiative	X (Twitter) Kampaania: Xiye Bastida postituste jagamine (23.01.2024) Allikas: https://x.com/re1nitiative Teave: Tegeleb kliimalahenduste rahastamise, liikumise loomise ja jutuvestmis põhise propageerimisega, tehes koostööd teie ja eesliinil olevate kogukondadega.
Sunrise Movement	TikTok Kampaania: "This is what Big Oil is afraid of..." (05.2023) Allikas: https://www.tiktok.com/@sunrisemvmt/video/7372235257917033771 Teave: Töötavad selle nimel, et lõpetada valitsuse suhe fossiilkütustega ja anda võim tagasi "tavalistele inimestele", rõhutades investeerimisvajadust mitte-valgenahaliste ning töölisklassi kogukondadesse.
Zero Hour	Facebook Kampaania: "Flip the Switch" (21.02.2024) Allikas: https://www.facebook.com/ThisIsZeroHour/ Teave: Liikumine, mille eesmärk on luua sisenemisvõimalusi, koolitust ja ressursse uutele kliimamuutuste vastu võitlevatele aktivistidele ja organisatoritele.

2. Sotsiaalmeedia kampaania loomine – teeme ära!

Juhised: Osalejad peaksid oma sotsiaalmeedia kampaania juhtimiseks kasutama järgmist tabelit. Kopeerige see teise dokumenti ja jagage seda osalejatega, et nad saaksid täita oma isiklikku koopiat (või et neil oleks vähemalt ligipääs ressursilinkidele).

Etapid	Ülesanded
1	Mis on teie eesmärk?
2	Milline on teie strateegia selle eesmärgi saavutamiseks?
3	Kes on teie sihtrühm?
4	Milline on teie ajakava?
5	Kes juhib iga sammu? Reaalselt täidab iga liige iga ülesannet, eriti uurimistöö osas! • Projektijuht ◦ Parimad tavad – ajakava planeerimine • Tekstilooja ◦ Jutuvestmine ◦ Parimad tavad • Graafiline disainer/videograaf ◦ Parimad tavad – kuidas struktureerida head postitust ◦ Audiovisuaalne sisu ◦ Parimad tasuta sotsiaalmeedia tööriistad ◦ "How to Create a Successful Digital Campaign" – Creative Foundation, lk 22–23 ◦ Nutitelefoniga filmimine • Turundus ◦ Algoritmi mõistmine ◦ Tulemuslikkuse kontrollimine ◦ "How to Create a Successful Digital Campaign" – info levitamine, lk 18–21 • Uurija ◦ Vaadake töötubasid 1–4. • Toimetaja ◦ Vaadake lõpus kõik uuesti läbi! ◦ "How to Create a Successful Digital Campaign" – sotsiaalmeedia, lk 24–27
6	Uurige teemat, otsides: • Definitsioone • Kuidas seda hetkel meedias kajastatakse. • Miks see probleem on. • Mida ütlevad eksperdid selle teema kohta või selle kajastamise kohta meedias. <i>*Ärge unustage kasutada usaldusväärseid allikaid, mille autorid on eksperdid!</i>
7	Hakake looma! Iga postitus peab sisaldama: • Kampania loosungit ja/või sümbolit. • Selget sõnumit teema kohta. ◦ Näide: Postitus 1 – "Nii saate vähendada reostust tehisintellekti abil". • 5+ postitust teile määratud teemal, vabalt valitud sotsiaalmeedia platvormil. ◦ Instagram, YouTube, TikTok, X, Facebook jne. • Iga postitus peab sisaldama: ◦ Viidet ühele meedia- ja infokirjaoskuse töötoa teemale (lateraalne lugemine, SIFT-meetod, veebientsüklopeediad, faktikontroll, libauudised, klõpsusööt, rohepesu, tehisintellekt). ◦ Eksperdi nõuandeid. ◦ Viiteid
8	Mustand – koostage oma 5 postitust allpool:
9	Postitage! Ärge unustage viimast ülevaatus enne avaldamist!

Climate Cardinals [@climatecardinals]. (2024, 9 June). With 30,000 species per year going extinct and 5,760 acres destroyed each day, humans continue to negatively impact biodiversity through overfishing [Post]. *Instagram*. Retrieved from https://www.instagram.com/p/C8Akun9PGsd/?img_index=1. Vaadatud 9.6.2024.

Friends of the Earth. (2024). *A Beginner's Guide to Social Media*. Retrieved from <https://groups.friendsoftheearth.uk/reAllikass/beginners-guide-social-media>. Vaadatud 31.5.2024.

Re-Earth Initiative [@re1initiative]. (2024, 23 January). The market has not only forgotten where it came from, it is active destroying its origin. Can the market ever even respect nature and communities? [Re-post of Xiye Batista]. X. Retrieved from <https://x.com/xiyebastida/status/1749890256848175478>. Vaadatud 6.6.2024.

Sunrise Movement [@sunrisemvmt]. (2023, May). This is what Big Oil is afraid of. From Chicago to California to Bucks County, PA, governments are suing Big Oil [Video]. *TikTok*. Retrieved from <https://www.tiktok.com/@sunrisemvmt/video/7372235257917033771>. Vaadatud 31.5.2024.

Youth and Environment Europe, Erasmus+ Project. (2022). *How to create a successful digital campaign*. Retrieved from <https://yeenet.eu/wp-content/uploads/2022/08/Digital-Toolkit-1.pdf>. Vaadatud 31.5.2024.

Zero Hour. (2024, 21 February). This is Zero Hero [Post]. *Facebook*. Retrieved from <https://www.facebook.com/ThisIsZeroHour/>. Vaadatud 31.5.2024.



**Kaasrahastanud
Euroopa Liit**