**Uus meedia**

**Uus** ehk **digitaalne meedia** on internetipõhine meedia, mis toimib arvutite ja nutiseadmete kaudu. Uue meedia vahendid võimaldavad aktiivset kaasalöömist meedias ja info lisamist.

**Uue meedia tunnused on**

* digitaalsus, mis võimaldab luua erisugustest osadest (videod, heli, graafika jm) tekstikogumit;
* võimalus reaalajas infot lisada, täiendada;
* interaktiivsus, kiire tagasisidestamise ja kommenteerimise võimalus.

**Uue meedia alla kuuluvad**

* traditsioonilise meedia võrguversioonid, nt postimees.ee;
* iseseisvad võrguväljaanded ja ajakirjandusliku sisuga portaalid, nt delfi.ee;
* blogid ja vlogid.

Uue meedia alla kuuluvad ka **otsimootorid, veebifoorumid** jms. Tänapäeva meediatarbijad seovad uudise-, teabe-, meelelahutus-, suhtlusmeediaportaalid oma mobiiltelefoniga, mis võimaldab kiiresti pääseda ligi huvi pakkuvale infole.

Väga kiiret ligipääsu soovitud programmidele võimaldavad **äpid**. Need on rakendused, mille kaudu saab nutiseadmes liikuda kiiresti soovitud veebilehele või tegevuse juurde.

**Blogi** ehk **ajaveeb** on päevikulaadne avalik kodulehekülg ühismeedias, kuhu tehakse pidevalt sissekandeid. Need võivad olla kindlal teemal (spordi-, moe-, kirjandus-, kokandusblogid jne), aga ka täiesti isiklikud. Blogi sissekanded võivad olla tekstid, fotod. Üha enam populaarsust koguvad vlogid ehk videoblogid.

Enamasti on blogid interaktiivsed, nii et lugejad saavad kommenteerida ja arvamust avaldada.

Veebiajakirjanduse tunnused

* väga kiire ja operatiivne, info avalikustatakse võimalikult kiiresti, seega kasutatakse vähe allikaid, mis suurendab pealiskaudsust;
* võimaldab infot pidevalt uuendada ja täiendada;
* piiramatu maht, tarbijal suur valikuvõimalus, mis paneb veebikeskkondi klõpsude nimel pingutama ja tarbijaga manipuleerima;
* annab inimestele suurema osalemisvõimaluse: saab kommenteerida, ise infot luua.

**Ühis-** ehk **sotsiaalmeediaks** nimetatakse igasugust suhtlust veebikeskkonnas. Ühismeedia sisu tekib kollektiivselt suhtluse käigus. Infot ei loo ajakirjanikud, vaid kõik need, kes osalevad veebisuhtluses. Igaüks võib osaleda meediainfo loomises. Niisugust meedias osalemist ja tagasiside andmist meediavahendite kaudu nimetatakse **osalusmeediaks**.

**Ülesanded**

**Ülesanne 1. You Tube**

1. Mida saab You Tube’is teha? Lisa vähemalt **viis** tegevust.

* Meelelahutus videoid vaadata
* Õpetavaid videoid vaadata
* Kommenteerida videote alla
* Ise videoid üles laadida
* Jälgida YouTubereid

2. Täida tabel!

|  |  |
| --- | --- |
| **Kategooria** | **Vastus. Põhjenda vastust! Videote juurde lisa ka link!** |
| Lemmik *youtuber* | Growling Sidewinder, sest mind huvitab lennundus ja ta seletab tihti, mida ta teeb. |
| Parim YouTube`i video | https://www.youtube.com/watch?v=zgDZ4BLk0Pw  kuna see on lihtsalt eriti huivtav. |
| Parim muusikavideo | https://www.youtube.com/watch?v=Yu8eYFrC\_ks  sellepärast, et seal on tegemist selle muusika tegemisega ka. |
| Parim muusikapala | https://www.youtube.com/watch?v=dwn7xRsyb4Y  kuna see tundub rahulik. |
| Populaarne video, mis sulle meeldib | https://i.ytimg.com/an\_webp/D\_Y18GEjfNY/mqdefault\_6s.webp?du=3000&sqp=CLiJq6AG&rs=AOn4CLC1Xaxn7B\_0giWKM\_VHLyliFP7-Hg  sellepärast, et see tundub maitsev. |

4. Miks on YouTube oluline?

Sellepärast, et see on nii populaarseks tõusnud.

5. Sõnasta reeglid YouTube’i kasutamiseks!

Eriti reegleid pole, aga soovitatav on olla sõbralik teiste vastu. Ei tohiks videote kommentaare ujutada liigsete või ebavajalikke kommentaaridega.

**Ülesanne 2. Sotsiaalmeedia I**

1. **Milliseid sotsiaalmeedia rakendusi kasutad?**

**YouTube, Discord, Twitter, TikTok, Reddit, Snapchat.**

1. **Mine ühele oma sotsiaalmeedia kontole ja uuri sõbralistis oleva vabalt valitud kolme sõbra kontot ning vasta järgmistele küsimustele:**

**NB! Vastates ära kasuta inimeste nimesid ning enne täitmist loe kõik ülesanded läbi.**

1.1 Missugust infot avaldavad kasutajad endast sotsiaalmeedias? Anna sellest kokkuvõtlik ülevaade tabelis!

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| kasutaja | info (elukoht, pildid, kool, sõbrad, sünnipäevad, lemmikud jne) | kommentaar |
| 1. | Kasutajanimi, ajatsoon, kust ta pärit on. |  |
| 2. | Tema hüüdnimi, teksti järgi on arusaadav, et tegemist on eestlasega ja tema teised kontod eri platvormides. |  |
| 3. | Kasutajanimi, eri platvormide kontod, Spotify kontonimest on leitav ta eesnimi. |  |

1.2 Kirjuta tabeli põhjal mõnelauseline kokkuvõte, missugust infot avaldavad kasutajad endast sotsiaalmeedias!Kirjutades ära unusta õigekirja ja sõnastust!

Kõik oleneb väga palju, mis täpset sotsiaalmeedia platvormi sa kasutad. Mõnedes platvormides ongi täpselt mõeldud, et sa kasutad oma avalikku nime ja muud infot ning teistes on mõeldud, et sa oled rohkem anonüümne. Näiteks tabeli täitmiseks ma kasutasin Discordi sõpru. Discordis on just üks nendest platvormidest, kus on mõeldud, et sa jääd anonüümnseks.

1.3 Mis on avaldatud info positiivsed küljed ja võimalikud ohud? Too oma seisukohtade tõestamiseks ka näiteid infost, mida keegi avaldanud on. **NB! Töölehtedel ära kasutajate nimesid kasuta, kirjuta anonüümselt.**

Positiivne on see, et sa saad teada kellega räägid või kes täpselt see olema peaks, tema huvialad, vanuse ja muu sellise, aga teiselt küljelt on see kõik ohtlik, kuna seda kõike on võimalik kuritarvitada.

1.4 Missugust infot annavad kasutajate postitatud pildid neist? Anna kokkuvõtlik ülevaade ja hinda, kas avaldatud pildid on sobilikud avalikku veebiruumi!

Piltidest on võimalik näiteks aru saada, kus inimene on ja kes tal tuttavad on. Ma küll arvan ikka, et need on sobilikud, kuna sa pead ikka täpselt teab, mis kohaga näiteks tegu on.

1.5 Mida soovitad kaheksa uuritud profiili põhjal sotsiaalmeedia kasutajatele, et hoiduda internetiohtudest? Nimeta vähemalt 5 soovitust.

Jälgi täpsemalt, mida oma profiilile enda kohta kirjutad.

Ära ole liiga avalik oma piltidega.

Kui on võimalik siis kuva ainult oma usaldatud sõpradele infot endast täpsemalt ja nendele, kes lihtsalt su profiili külastavad näita vähem infot.

Vaata ka et, su teised kontod, mida on võimalik leida proofililt ei sisalda sensitiivset infot.

Ära usalda kohe inimesi, keda sa ei tea.

**Ülesanne 3. Sotsiaalmeedia II**

Leia vabalt valitud sotsiaalmeedia kanalist (Facebook, Instagram või muu, kus sul kasutajakonto on) üks pilt ja uuri, missugust infot see **inimese** kohta annab. Uuri pilti 3 rollist lähtuvalt ehk kord, kui oled

1. selle inimese sõber;
2. see inimene on sulle täiesti võõras;
3. oled täiskasvanud, nt selle inimese tulevane tööandja.

**Abistavad küsimused pildilt info leidmiseks**:

1. Keda/mida pildil kujutatakse? Nimeta isikud, objektid!

Inimest Circle K ees kolme üks teise sees.

1. Isikute/objektide põhjal, mida pildil kujutatakse, nimeta 2-3 mõtet, mis sul pildiga seoses tekkisid või mida sa kujutatu põhjal järeldasid.

Et tegemist on nii õelda *gangsteriga*. Et inimene üritab lihtsalt lahe tunduda.

1. Mida pildil tehakse?

Poositakse kaamera jaoks ja üritatakse välja näha äge.

1. Missugust meeleolu pildiga edastatakse? Millega seda  meeleolu edasi antakse?

Et neid ei huvita inimesed, kellel on halvad arvamused temast. Pildi poosiga,

1. Missugust infot inimene sotsiaalmeedias oleva pildiga endast avaldab? Kas see võib olla talle tulevikus kasulik ja/või kahjulik?

Mis ta huvid on, milline ta välja näeb, millega ta tegeleb ja kui tead kes teised piltidel on siis saad teada, kes ta sõbrad on.

**Ülesanne 4. Päivi Tampere loeng „Mida teeb kriis sotsiaalmeediaga?“**

<https://novaator.err.ee/260113/uhe-minuti-loeng-mida-teeb-kriis-sotsiaalmeediaga>

1. Missuguseid osalejaprofiile kommunikatsiooniuurija nimetab?

............................................................................................................................................................................................................................................................................................................

1. Kes neist on toimuva suhtes kõige kriitilisemad, kes kõige positiivsemad? ……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..
2. Missugusesse rühma sina enda arvates kuulud? Miks? ……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..
3. Kas kriisiolukord mõjutab meedias osalejate käitumist või tegutsetakse harjumuspäraselt? ……………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………………..