

# VEENE KEELE AINEKAVA

## gümnaasiumi 11. klassile

### I. Taotletavad teadmised, oskused ja hoiakud

11. klassis vene keele õppetamisega taotletakse, et õpilane:

1. mõistab vene keele kui emakeele rolli individuaalse identiteedi kujundamisel, lähtudes funktsionaalsetest, eetilistest ja esteetilistest kaalutlustest;
2. väljendab ennast nii suulises kui ka kirjalikus suhtluses selgelt, eesmärgipäraselt ja üldkirjakeele normide järgi, kasutab keeleallikaid;
3. analüüsib ja hindab kriitiliselt erinevaid tekste ning tunneb tekstide mõjutusvahendeid, kasutab sihipäraselt ja eetiliselt teabeallikaid;
4. teab tekstide ülesehituse põhimõtteid ja iseärasusi, loob ning analüüsib eri liiki suulisi ja kirjalikke tekste;
5. mõistab keele tähendust ühiskonnas, tajub keele ajaloolist kujunemist, väärtustab keeleoskust;
6. arendab lugedes oma keeleoskust.

### II. III kursuse „Meedia ja mõjutamine“ õppesisu – 35 tundi

Kommunikatsioon. Lihtsaim kommunikatsioonimudel, kommunikatsiooni toimumise tingimused. Infoühiskond, demokraatliku infoühiskonna iseloomulikud jooned. Lühiväljaande meedia ajaloo. Meediakanalid. Muutused uue meedia ajastul, sotsiaalmeedia. Tekstiliigid. Tekst ja kontekst. Meediateksti vastuvõtu eripära. Olulisemad meediažanrid (uudis, reportaaž, intervjuu, arvamus). Kvaliteetajakirjanduse ja meelelahutusajakirjanduse erinevused. Eri tüüpi meediatekstide vastuvõtu spetsiifika; verbaalse teksti taju heli ja pildi kontekstis. Meediatekstide usaldusväärus. Meedia kui diskursuse kujundaja. Verbaalne ja visuaalne mõjutamine. Demagoogia- ja manipulatsioonivõtted; keeleline manipulatsioon. Meediaetika ja meediakriitika. Oma seisukoha eetiline ja asjakohane sõnastamine. Autoripositsioon, infoallikad ja nende usaldusväärus. Kriitiline ja teadlik lugemine. Fakti ja arvamus eristamine. Meedia retoorika ning argumendid. Sotsiaalsete tunnuste ja müütide konstrueerimine meediatekstis.

Reklaam (kommertsreklaam, poliitiline reklaam, sotsiaalreklaam). Reklaami sihtrühmad ja kanalid. Reklaam mainekujundusvahendina. Erandlik keelekasutus ning tähelepanu äratamise võtted. Reklaami varjatud sõnum. Reklaam ja seadused. Kriitilise reklaamitarbija kujundamine.

## IV kursuse „Suulise teksti vastuvõtt ja loomine“ õppesisu - 35 t.

Suuline kõne, selle erinevus kirjalikust. Kõnekeele spontaansus. Ettevalmistamata (spontaanne intervjuu, pressikonverents, dialoog otse eetris) osaliselt ette valmistatud ja ettevalmistatud suuline kõne. Suhtlussituatsiooni arvestamine suulise teksti loomisel kui eduka kommunikatsiooni tingimus. Suhtlusviisid (kontaktne ja distantne, dialoog ja monoloog, privaatne ning ametlik).

Suuline kõnekeel, selle erijooned. Kõnekeele dialoogiline iseloom. Dialoogi pidamise taktika. Erineva tähendusega dialoogid (kaastunne, heakskiit, vastuvaidlus, hoiatus jt).

Ametlik suuline kõne. Suulised teadaanded. Ametlik vestlus, selle variandid. Ametliku vestluse korraldamine tööle võtmiseks.

Koosolek, selle eesmärgid ja tüübid. Juhataja roll. Peaküsimuste

arutlemine. Kriitikakultuur. Teadusliku sisuga suuline kõne. Suuline vastus, selle struktuur. Vastuse hindamise kriteeriumid. Ettekanne: allikad, struktuur, esitus.

Ettekande hindamise kriteeriumid. Lühiloeng (sisu mõistmine ja selle fikseerimine).

Avalik suuline kõne. Diskussioon, juhtija roll. Diskussioonide eesmärgid ja tüübid. Tõestuse ja ümberlükkamise struktuur. Argumentide tüübid.

Mittenõusoleku väljendamise kultuur. Intervjuu žanr. Ettevalmistus usutluseks.

Oraatorikõne, selle erijooned. Dialoogilisus. Retoorikavõtted.

Auditooriumiga suhtlemise kultuur.

Suulise kommunikatsiooni ebaõnnestumise põhjused, nendest hoidumise võimalused.

## III Õpitulemused

11.klassi III kursuse lõpul õpilane:

1. tunneb tänapäevast teabekeskkonda ja selle arengut kujundavaid protsesse, selgitab kommunikatsiooni olemust ja toimumise tingimusi;
2. leiab meediatekstist argumendid ja põhilised mõjutamisvõtted, selgitab teksti autori eesmärgid ning motiive;
3. eristab fakti arvamusest ja usaldusväärset infot küsitavast, kontrollib infoühiku sisu tõesust, sealhulgas tõlgitud info tähendusvälja muutumist;
4. analüüsib kriitiliselt reklaami ning arutleb reklaami ja mainekujunduse teemadel;
5. tunneb meediakanaleid, analüüsib nende erijooni, iseloomustab erinevaid meediažanre;
6. analüüsib vahetu ja vahendatud kommunikatsiooni erinevusi ja osalejate taotlusi;
7. hindab kriitiliselt meediamanipulatsioone, tunneb ära propaganda, libauudised ja müüdi loome;
8. väljendab oma seisukohta loetu, kuuldu ja nähtu kohta ning valib selleks sobivad keelevahendid;
9. analüüsib kriitiliselt oma meediakäitumist, sh sotsiaalmeedias, ja kohandab seda vastavalt olukorrale;

10. leiab viiteid ja vihjeid teistele tekstidele, tõlgendab teksti, eristab privaatset ja avalikku informatsiooni.

11.klassi IV kursuse lõpul õpilane:

1. teadvustab vene keele rolli suhtlemisel erinevate partneritega;
2. koostab eri allikatest pärineva info põhjal suulise kokkuvõtte või teeb ettekande;
3. edastab oma tundeid, mõtteid ja hinnanguid nii isiklikus, avalikus kui ka ametlikus suhtluses;
4. kuulab avalikku esinemist, hindab seda kriitiliselt, esitab ettekandjale küsimusi;
5. loob suulisi tekste vastavalt suhtluseesmärgile ja -olukorrale;
6. argumenteerib veenvalt ja selgelt ning kaitseb oma seisukohti aruteludes;
7. võtab vastu ja loob ise eri stiilis suulisi tekste.

#### **IV Hindamine:**

- Kujundav
- Jooksev
- Kokkuvõttev (kursus)

Kursuse jooksul õpilane peab saama 3 - 4 jooksvat hinnet, mille alusel saab panna kursuse lõpliku hinne.

Jooksev hindamine sisaldab:

- Hinded suulise vastuse koostamisele
- Hinded kirjaliku töö eest (kirjand, narratiiv, esse, õigekeelsuse testid ja komplektse teksti analüüs)
- Hinded kirjalikke ja suuliste küsimuste vastuste eest
- Hinded loominguliste tööde eest
- Hinded peast oskamise eest
- Hinded erinevate veebiallikate kasutamise eest
- Hinded üldistava kontrolltööde eest

#### **V Õppekirjandus**

Mitmekesine õppekirjandus, mis vastab riikliku õppekavale.

## VI Õppevahendid

- Valdav osa õpet toimub klassis, kus saab mööblit sobivalt ümber paigutada liikumistegevusteks (nt dramatiseeringud, õppemängud), ümarlauavestlusteks, rühmatööks.
- Klassiruumis kasutatakse õigekeelsussõnaraamatuid ja võõrsõnade leksikoni.
- Tundides kasutatakse tänapäevastel info- ja kommunikatsioonitehnoloogiatel põhinevaid õpikeskkondi ning õppematerjale ja -vahendeid, sh netisõnaraamatuid.
- Tunde peetakse vajaduse korral arvutiklassis ja kooli raamatukogus ning väljaspool kooli.
- [www.e-koolikott.ee](http://www.e-koolikott.ee)
- [www.gramota.ru](http://www.gramota.ru)