Oppitunti 3. Sisältöjen levi(tt)äminen: Vastuu ja valinnat media-arjessamme

Tavoitteet:

Mediavaikuttamisella pyritään vaikuttamaan ihmisten asenteisiin, tietoon, uskomuksiin, arvoihin ja toimintaan. Eri tavoin vaikuttamiseen pyrkivät sisällöt leviävät usein omista sosiaalista verkostoista ja lähipiiriltä tulevien suositusten ja jakojen avulla. Tämän oppitunnin tavoitteena on tukea osallistujia tiedostamaan vastuunsa mediakulttuurissa ja pohtimaan kriittisesti, millaisten sisältöjen jakamiseen ja levittämiseen he itse osallistuvat yksityisissä ja julkisissa mediaympäristöissä. Oppilaat arvioivat, miksi jotkin mediasisällöt leviävät helpommin kuin toiset ja pohtivat erityisesti tunteiden roolia mediasisältöjen kierrättämisessä. Tunnilla tarkastellaan myös, millaisia yleisöjä ja erilaisia tulkintoja viestit voivat saada, ja millaisia eri motiiveja mediasisältöjen jakamiselle voisi olla.

Valmistelut: Toteutustavasta riippuen tulosta ja leikkaa “Miten toimisit?” -oheismateriaalista laput. Erottele vastaanottajat ja viestit eri pinoihin. Muistiinpanoja varten tarvitaan mahdollisesti kyniä ja paperia.

Lähteitä ja lisälukemista:

Suosittelualgoritmit ja informaatiokupla: Näin sinua ohjataan Facebookissa ja internetissä (19.12.2016, Tapio Kantele)
https://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/12/19/nain-sinua-ohjataan-facebookissa-ja-internetissa

Mediakasvatuskeskus Metka: Tiedonvälityksen näkökulma: Elämää informaatiokuplassa (11.4.2018)
https://www.youtube.com/watch?v=FSO90Ihh-nE

Valheenpaljastaja: Valheet leviävät faktoja nopeammin – Facebookin faktantarkistus ei toimi (21.04.2017, Johanna Vehkoo)
https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/04/21/valheenpaljastaja-valheet-leviavat-faktoja-nopeammin-facebookin-faktantarkistus

Faktabaarin käsikirja
https://faktabaari.fi/baaripuhetta/sisallysluettelo-faktabaarin-kasikirja/

Koulukino ry & Katri Schroderus (2017): Disinformaatio, vihapuhe ja mediakasvatuksen keinot: Disinformaatiomateriaalin lähteet ja lukemisto
http://www.koulukino.fi/disinformaatio-vihapuhe-ja-mediakasvatuksen-keinot-tyokaluja-teemojen-kasittelyyn/disinformaatio-ja-valemedia-lahteet-ja-lukemisto

Euroopan komissio

Hankkeen osarahoittajana toimii Euroopan komission **Viestintäverkkojen, sisältöjen ja teknologian pääosasto** osana **Media Literacy for All -pilottihanketta** Rahoitussopimus **LC-00644630.**

Tässä materiaalissa esitetty informaatio ja mielipiteet ovat niiden tekijöiden omia, eivätkä välttämättä edusta Euroopan Unionin virallista kantaa. Euroopan unionin instituutioita, toimielimiä tai niitä edustavia toimijoita ei voida pitää vastuullisina siitä, miten ja mihin sivustolla olevaa tietoa käytetään.

A. Orientoiva keskustelu

- Ohjaa oppilaat pohtimaan 2–3 hengen pienryhmissä, millä tavalla erilaiset mediasisällöt ja -viestit (uutisista henkilökohtaisiin kuviin) leviävät. Kenelle jaatte tai linkkaatte mediasisältöjä (esim. meemejä)? Millä tavoin reagoitte muiden viesteihin tai julkisiin postauksiin (tykkääminen jne.)?

- Palauttakaa mieleen erilaisia mediavaikuttamisen muotoja (oppitunti 2). Millaista mediavaikuttamiseen pyrkivää sisältöä olisit itse valmis jakamaan omalle sosiaaliselle verkostollesi? Miksi?

- Muistelkaa tilannetta, jossa epäröitte jonkin sisällön jakamisen tai julkaisemisen suhteen. Miksi epäröitte? Mitä päätitte tehdä ja mihin se johti? Teittekö omasta mielestänne oikean ratkaisun?

- Arvioikaa väitettä

  ”Tunteet vaikuttavat enemmän kuin järki siihen, mitä jaamme somessa.”

  Miten perustelette kantanne? Keskustelkaa koko ryhmän kanssa.

B. Aktiviteetti: Aikajana

- Keskustelkaa koko luokan kanssa: palauttakaa mieleen ensimmäisellä tunnilla käsiteltyjä määritelmiä oheismateriaalista.

- Valitkaa jokin ilmiö tai ”kohu”, joka on ollut julkisuudessa pidempään, ja etsikää siitä julkaistuja sisältöjä sekä sosiaalisessa mediassa että muualla internetissä (esim. verkkolehdissä).

- Poimikaa esimerkkejä eri kanavista ja yrittäkää palata mahdollisimman kauas taaksepäin. Tehkää aikajana, johon kokoatte ja sijoitatte löytämiänne sisältöjä niiden julkaisupäivän mukaan.

  Miksi sisällöt ovat levinneet? Kuka niitä on jakanut? Millä tavalla tarina on muuttunut matkan varrella?Miten arvelette tunteiden vaikuttaneen sisällön jakamiseen?

- Verkkosisällön **tahmeus** tarkoittaa sitä, kuinka tehokkaasti se saa katsojan tai lukijan pysymään sivulla tai jakamaan sen. Samalla se viittaa siihen, kuinka voimakkaan tunnereaktion sisältö aiheuttaa. **Sensationalistinen** sisältö pyrkii aisteihin vaikuttamalla herättämään mahdollisimman voimakkaan reaktion. Pohtikaa, miten nämä käsitteet liittyvät valitsemaanne ilmiöön/kohuun.

Euroopan komissio

Hankkeen osarahoittajana toimii Euroopan komission **Viestintäverkkojen, sisältöjen ja teknologian pääosasto** osana **Media Literacy for All -pilottihanketta** Rahoitussopimus **LC-00644630.**
Tässä materiaalissa esitetty informaatio ja mielipiteet ovat niiden tekijöiden omia, eivätkä välttämättä edusta Euroopan Unionin virallista kantaa. Euroopan unionin instituutioita, toimielimiä tai niitä edustavia toimijoita ei voida pitää vastuullisina siitä, miten ja mihin sivustolla olevaa tietoa käytetään.

C. Aktiviteetti: Faktantarkistus ja oikaisujen levi(tt)äminen

- Mediasisältöjen luotettavuuden arviointi edellyttää yleistietoa ja kykyä kyseenalaistaa. Joskus täytyy nähdä paljonkin vaivaa ennen kuin voidaan varmistua siitä, että joku asialliselta näyttävä lähde on todella luotettava. (Esim. edes tuhannet näyttökerrat tai peukutukset eivät tarkoita sitä, että video on luotettavasta lähteestä).

- Oikaisujen ja faktantarkistusten ongelmana on, etteivät ne leviä yhtä tehokkaasti kuin alkuperäiset virheelliset tiedot. Useimmat harhaanjohtavaan tietoon törmänneet ihmiset eivät ikinä tule lukeneeksi virheellisen tiedon oikaisuja. *Mistä tämä voisi johtua? Millaisia ratkaisuja tähän voisi keksiä?*

- Pohtikaa erilaisia yleisöjä ja vastaanottajia, joita sisältö voisi tavoittaa. Käykää läpi Johanna Vehkoon ohjeet** siitä, miten disinformaatioon tulisi vastata: Varo, ettet pahenna ongelmaa. Oikaisun otsikko toistaa usein väärän tiedon, ja oikea tieto tarjotaan vasta leipätekstissä: vastaanottaja saattaa lukea vain otsikon.

- Tarjoa korvaavaa selitystä myytin tilalle. Tyhjä tila tulee täyttää. Visuaalinen viesti tehoaa usein paremmin kuin sanat. Haasta itse asia, älä ihmistä.

**Lähde: Johanna Vehkoon ohjeet siitä, miten verkossa olevaan disinformaatioon tulisi vastata: "Misinformaatio verkossa – miksi siihen uskotaan ja miten sitä voisi vastustaa". Live-streamtallenne keskuskirjastokokouksesta 19.1.2017 (33:00) https://www.kirjastokaista.fi/johanna-vehkoo-misinformaatio-verkossa-miksi-siihen-uskotaan-ja-miten-sita-voisi-vastustaa/

Tuunatkaa otsikko!

- Tekstiä sisältävien viestin vastaanottajat pysähtyvät usein otsikkoon, eivätkä välttämättä jaksa edes avata linkkiä.

- Oppilaiden tehtävänä on pohtia, miten oikaisujen otsikoista saisi kiinnostavampia sortumatta sensationalismiin.

- Oppilaat voivat valita tuunattavaksi esimerkiksi iltapäivälehtien otsikon, jotka käydään lopuksi yhdessä läpi.

Vinkki:

Klikinsäästäjä
https://www.facebook.com/klikinsaastaja

Euroopan komissio

Hankkeen osarahoittajana toimii Euroopan komission **Viestintäverkkojen, sisältöjen ja teknologian pääosasto** osana **Media Literacy for All -pilottihanketta** Rahoitussopimus **LC-00644630.**
Tässä materiaalissa esitetty informaatio ja mielipiteet ovat niiden tekijöiden omia, eivätkä välttämättä edusta Euroopan Unionin virallista kantaa. Euroopan unionin instituutioita, toimielimiä tai niitä edustavia toimijoita ei voida pitää vastuullisina siitä, miten ja mihin sivustolla olevaa tietoa käytetään.

D. Aktiviteetti: Miten toimisit? -peli

- Jaa luokka 3-4 hengen pienryhmiin. Ennen pelaamisen aloittamista ryhmien tavoitteena on selvittää, mitä tarkoittavat käsitteet vahvistusharha ja informaatiokupla. Voitte lämmitellä ottamalla leikkimielisen kilpailun siitä, mikä ryhmä löytää määritelmät nopeimmin ja/tai kenen tiedonlähteet ovat luotettavimmat. Käykää yhdessä läpi tiedonhaun tulokset.

- Pelatkaa ”Miten toimisit?” -peliä. Pelissä nostetaan sattumanvaraisesti mediasisältöä kuvaileva lappu ja toisesta pinkasta kuviteltu vastaanottaja.

  *) Pelissä tarkoituksena on eläytyä pelissä valmiiksi määriteltyjen vastaanottajien asemaan ja miettiä, miten he toimisivat tilanteessa, jossa he kohtaisivat erilaisia mediasisältöjä. Millaiset asiat vaikuttavat siihen, miten he reagoivat tilanteessa (esim. päättävät jakaa tai olla jakamatta sisältöä? Ryhmän jäsenten tehtävänä on keksiä tarina, joka tilanteeseen liittyy. Oppilaat pohtivat, miten vastaanottaja suhtautuisi kohtaamaansa mediasisältöön: Levittäisikö hän sisältöä? Miksi?

- Oppilaat pohtivat erilaisten vastaanottajien motiiveja jakaa sisältöjä eteenpäin ja sitä,

  1) millaisille yleisöille hän haluaisi jakaa sisällön (esim. oma kaveripiiri, jokin tietty ryhmä, laaja yleisö)

  2) millaisissa kanavissa hän voisi jakaa sisällön

  3) millaisesta näkökulmasta kyseinen henkilö haluaisi esittää asian (esim. jakaa suoraan eteenpäin; kommentoi sisällön laatua; ottaa kantaa sanomaan).

- Ryhmät pohtivat, millaisia asioita tulee miettiä ennen sisällön jakamista: lähdekritiikki eli mistä sisältö on peräisin; millaisia tunteita sisältö herättää ja miten se pyrkii vaikuttamaan; mitä haittaa tai hyötyä sisällön jakamisesta olisi muille. Miten toimisitte, jos törmäisitte itse tämän henkilön jakamaan sisältöön?

Esimerkki tarinasta: *“Nuoriso-ohjaaja (vastaanottaja) saa vahingossa WhatsAppissa kaverisi vain sinulle lähettämän kuvan, jossa on kaverin bongaama kyykäärme (sisältö). Hän vastaa sinulle humoristiseen sävyyn, jolloin huomaat, että kaverillesi tarkoittama viesti menikin jostain syystä väärälle henkilölle. Pahoittelet, kerrot että kyseessä oli vahinko ja pyydät olemaan jakamatta kuvaa. Nuoriso-ohjaaja ymmärtää tilanteen ja lupaa olla jakamatta sisältöä.”*

Apukysymyksiä pienryhmäkeskusteluun:

- Millaisia tunteita mediasisältö voisi herättää vastaanottajassa?
- Millaisiin arvoihin tai asenteisiin sisältö pyrkii vetoamaan?
- Mitä muita vaikuttamistekniikoita sisällössä mahdollisesti käytetään (ks. oppitunti 2)?
- Jakaisiko vastaanottaja sisällön vai ei? Kannattaisiko sitä jakaa vai ei? Miksi?
- Mitä haittaa tai mahdollisesti hyötyä sisällön jakamisesta olisi?
- Millaisesta (uudesta) näkökulmasta vastaanottaja voisi haluta esittää mediasisällön? Miksi?

Lopuksi ryhmät valitsevat esitettäväksi koko ryhmälle yhden tarinan ja perustelunsa sille, miten tilanteessa toimisivat. Halutessanne voitte äänestää ”voittajan”, eli realistisimman/hauskimman tarinan, rakentavimmat toimintaohjeet ja pitävimmät perustelut.

***Vaihtoehtoinen toteutus:**
Arpokaa valmiiksi erilaisia sisältö–vastaanottaja-pareja, jotka koko luokan kanssa käytte läpi yksitellen. Asemoitukaa eri puolille luokkaa sen mukaan, uskotteko henkilön jakavan sisällön eteenpäin vai ette (a) omalle sosiaaliselle verkostolleen b) julkisesti. Perustelkaa mielipiteenne.

Euroopan komissio

Hankkeen osarahoittajana toimii Euroopan komission **Viestintäverkkojen, sisältöjen ja teknologian pääosasto** osana **Media Literacy for All -pilottihanketta** Rahoitussopimus **LC-00644630.**
Tässä materiaalissa esitetty informaatio ja mielipiteet ovat niiden tekijöiden omia, eivätkä välttämättä edusta Euroopan Unionin virallista kantaa. Euroopan unionin instituutioita, toimielimiä tai niitä edustavia toimijoita ei voida pitää vastuullisina siitä, miten ja mihin sivustolla olevaa tietoa käytetään.

Keskustelkaa koko ryhmän kanssa!

- Millaisia mediavaikuttamisen muotoja tehtävässä oli? Miten eri tavoin eri ihmiset reagoivat erilaisiin sisältöihin? Millaisia eri yleisöjä erilaisissa medioissa jaetuilla sisällöillä on?
- Millainen on kuvattujen henkilöiden media-arki? Millaisia stereotypioita edellä oleviin yleisöjen edustajiin ja heidän tapaansa reagoida johonkin mediasisältöön liittyy?
- Millaisia a) positiivisia tai b) negatiivisia seurauksia sisällön jakamisella voi olla? Millä tavoin se voi olla hyödyllistä/haitallista?
- Miettikää, millaisissa medioissa, sovelluksissa, palveluissa ja tilanteissa sisältöjen luotettavuus on erityisen tärkeää. Onko joitain sovelluksia, joissa tiedon/sisällön luotettavuutta ei tarvitse arvioida niin tarkasti (esim. pikaviestipalvelut, WhatsApp vrt. YouTube tai Google)?

Hankkeen osarahoittajana toimii Euroopan komission **Viestintäverkkojen, sisältöjen ja teknologian pääosasto** osana **Media Literacy for All -pilottihanketta** Rahoitussopimus **LC-00644630.**
Tässä materiaalissa esitetty informaatio ja mielipiteet ovat niiden tekijöiden omia, eivätkä välttämättä edusta Euroopan Unionin virallista kantaa. Euroopan unionin instituutioita, toimielimiä tai niitä edustavia toimijoita ei voida pitää vastuullisina siitä, miten ja mihin sivustolla olevaa tietoa käytetään.

E. Purku: Mitä opimme tällä oppitunnilla?

- Pyydä oppilaita tiivistämään opittu muutamaan ydinajatukseen. Miten tunteet vaikuttavat mediasisältöjen kiertämiseen sosiaalisessa mediassa? Miksi sisältöjen jakamisessa kannattaa olla erityisen tarkkana?

- Mitä tulisi ottaa huomioon, ennen kuin jakaa mediasisältöjä läheisilleen tai julkisesti? Tehkää yhdessä 4–5 kohdan lista otsikolla ”Ennen kuin jaat somesisältöä, mieti näitä asioita!” Voitte tehdä posterin, videon tms., joka jaetaan koulussa tai oppilaiden läheisille. Miettikää kohdeyleisöä!

Vinkkejä oppimispäiväkirjaa varten:

- Reflektoikaa kokemuksianne päivän tunnilta: mitä uutta opitte tai mitä lisätietoa saitte teille tutusta ilmiöstä? Mikä jäi askarruttamaan ja miten kysymyksiin voisi löytää lisätietoa?

- Jos teidän täytyisi muokata sanomanne päivän tunnista sosiaalisen median postaukseen tm., minkä somekanavan valitsisitte ja kenelle sisällön jakaisitte?
Miksi? Perustelkaa!

- Pohtikaa, miten ja miksi mediasisältöjä jaetaan sosiaalisessa mediassa. Tarkastelkaa sekä yksityistä että suuremmalle yleisölle jaettavaa sisältöä. Millaisiin asioihin perustuu päätöksenne jakaa jokin mediasisältö? Pitäkää tunnepäiväkirjaa ja kirjatkaa havaintojanne siitä, miten tunteet vaikuttavat valintoihinne jakaa sisältöjä eri tilanteissa. Pohtikaa kokemuksianne suhteessa tunnilla käytettyihin käsitteisiin.

Euroopan komissio

Hankkeen osarahoittajana toimii Euroopan komission **Viestintäverkkojen, sisältöjen ja teknologian pääosasto** osana **Media Literacy for All -pilottihanketta** Rahoitussopimus **LC-00644630.**
Tässä materiaalissa esitetty informaatio ja mielipiteet ovat niiden tekijöiden omia, eivätkä välttämättä edusta Euroopan Unionin virallista kantaa. Euroopan unionin instituutioita, toimielimiä tai niitä edustavia toimijoita ei voida pitää vastuullisina siitä, miten ja mihin sivustolla olevaa tietoa käytetään.

Mediasisällöt	**Vastaanottajat**
Aivan lehtijutulta näyttävä teksti, jonka otsikon alla lukee pienellä ”kaupallinen yhteistyö”	Tunnettu tubettaja, joka ottaa usein julkisesti kantaa yhteiskunnallisiin ajankohtaisiin asioihin
Tekstiviesti, jossa lukee ”Olet voittanut munLuuri-puhelimen! SOITA HETI tähän numeroon ___, ja lähetämme sen sinulle jo tänään.”	Sellaisen yrityksen johtaja, johon haluaisit hakea harjoitteluun tai kesätöihin, tai olla joskus töissä
Kokkaussivustolla oleva resepti, jossa käytetään vain jonkin tietyn yrityksen tuotteita	Facebookin suljettu harrastusryhmä
Kuva Instagramissa, jossa kaikki muut paitsi kuvan ottanut näyttävät olevan kovassa humalassa	Kaveri, joka ei juuri käytä sosiaalista mediaa
Törkeää kielenkäyttöä sisältävä viesti harrastukseen liittyvässä suljetussa keskusteluryhmässä	Instagram-tähti, joka matkustaa työkseen eri puolilla maailmaa
Twiitti, jossa hyökätään uhkaavaan sävyyn julkkista vastaan, joka on ilmaissut mielipiteensä	Yksittäinen trolli, joka haluaa provosoida ja seurata sivusta kaaosta
Kaverisi vain sinulle lähettämä kuva, jossa on kaverin bongaama kyykäärme	Trolliarmeija, jonka työntekijät saavat palkkaa trollaamisesta
Populistinen poliittinen Facebook-kirjoitus, jossa vedotaan tunteikkaasti ”kansan tahtoon”	Kaverin isoveli tai -sisko, joka on lukion viimeisellä luokalla
Dramaattinen uutisotsikko: ”SHOKKI: Urheilijan tärkein raaja vääntyi ilkeään asentoon – kuvia!”	Kunnanjohtaja tai pormestari
Ryhmäkeskustelussa jaettu meemi, jossa on jokin tuntematon, aatteelliselta tai poliittiselta vaikuttava symboli	Nuoriso-ohjaaja
Kaveriporukan WhatsApp-keskustelu: ”Hei tiesittekö että toi Risto-Severi tykkää Julietta-Jannikasta??”	Harrastusporukan vetäjä tai vastuuhenkilö
Pikkusiskosi tai -veljesi henkilökohtainen viesti sinulle, jossa on hauska tai söpö kirjoitusvirhe	Rinnakkaisluokan opettaja
Video YouTubessa, jossa hehkutetaan ruokasoodan ”ihmevaikutuksia” känsään	Naapurustossa asuva mummo tai vaari
Keskustelupalstalla leviävä salaliittoteoria	Koulun rehtori
Mairitteleva meemi, jossa jokin valtio pyrkii luomaan sen diktaattorista (hirmuhallitsijasta) supersankarimaista hahmoa	Toisella puolella maailmaa oleva saman ikäinen oppilas, joka etsii tietoa jostain suomalaiseen kulttuuriin liittyvästä asiasta
Vähän trollaukselta vaikuttava viesti YouTuben blogin kommenteissa	Kaverin 8-vuotias pikkusisko tai -veli
Satiirilta vaikuttava mielipidekirjoitus – voisi ehkä olla kirjoitettu tosissaankin	Helsingin Sanomien toimittaja

Euroopan komissio

Hankkeen osarahoittajana toimii Euroopan komission **Viestintäverkkojen, sisältöjen ja teknologian pääosasto** osana **Media Literacy for All -pilottihanketta** Rahoitussopimus **LC-00644630.**
Tässä materiaalissa esitetty informaatio ja mielipiteet ovat niiden tekijöiden omia, eivätkä välttämättä edusta Euroopan Unionin virallista kantaa. Euroopan unionin instituutioita, toimielimiä tai niitä edustavia toimijoita ei voida pitää vastuullisina siitä, miten ja mihin sivustolla olevaa tietoa käytetään.