

9. LUOKKA

Media ja hyvinvointi

Tehtävien tarkoituksena on vahvistaa oppilaiden medialukutaitoa.

Välineet: Välineet videon katsomista varten, jokaiselle parille/ryhmälle kynät ja tuloste tehtävistä 1–4 sivuilta 2–5 (yksi tehtävä / pari tai ryhmä).

Aloitus: MITEN MEIHIN VAIKUTETAAN

Aiheeseen virittäytymiseksi katsotaan video linkistä [Miten meihin vaikutetaan?](#) (kesto 2:20).

Työskentely: MEDIAVAIKUTTAMISEN TEKNIIKAT JA NIIDEN TUNNISTAMINEN

Oppilaat jaetaan pareiksi tai ryhmiin. Jokainen pari/ryhmä saa tehtäväkseen yhden neljästä mediavaikuttamisen tekniikoihin ja niiden tunnistamiseen liittyvästä tehtävästä sivuilta 2–5. Opettaja jakaa tehtävät satunnaisesti.

OHJE OPETTAJALLE Tulosta yksi tehtävä / pari tai ryhmä sivuilta 2–5.

TEHTÄVÄT 1–4

1. Voimakkaiden tunteiden herättäminen (s. 2)
2. Tiedon vääristely ja yksinkertaistaminen (s. 3)
3. Kohderyhmän tarpeisiin ja arvoihin vastaaminen (s. 4)
4. Vastustajiin kohdistuva hyökkäys (s. 5)

HUOMIO Tehtäviin tulee varata aikaa riittävästi

Lopetus: RYHMÄTEHTÄVIEN PURKU

Tehtävät puretaan käymällä koko luokan kanssa läpi tehtävien pohdintakysymykset ja parien/ryhmien kirjaamat asiat. Alla olevia tukikysymyksiä voidaan käyttää keskustelun tukena.

TUKIKYSYMYKSET LOPPUKESKUSTELUN TUEKSI

- Millaisissa tilanteissa ja mediaympäristöissä (esim. somessa) olette törmänneet tunnilla käsittelyihin mediavaikuttamisen tekniikoihin?
- Miten nämä vaikuttamisen keinot vaihtelevat eri ympäristöissä/medioissa?
- Milloin ja millaisia vaikuttamisen keinoja on helpompi/vaikeampi tunnistaa?

Lähteet [Miten meihin vaikutetaan?](#) ja [Neljä mediavaikuttamisen tekniikkaa - Mediakasvatusseura ry.](#)

1. MEDIAVAIKUTTAMISEN TEKNIikka - VOIMAKKAIDEN TUNTEIDEN HERÄTTÄMINEN

Pohtikaa aluksi seuraavia asioita ja kirjatkaa esiin nousseet asiat.

1. Milloin viimeksi kohtasit mediasisällön, joka herätti sinussa voimakkaan tunteen? Kirjaa esimerkki.
-
2. Muistatko tilannetta, jolloin innostuit jostakin mainoksesta niin, että tuote oli ”pakko saada”? Kirjaa esimerkki.
-
-

Luekaa seuraavaksi alla oleva teksti ja pohtikaa sen jälkeen siihen liittyviä kysymyksiä.

Voimakkaiden tunteiden herättäminen

Voimakkaiden tunteiden herättäminen on yksi mediavaikuttamisen tekniikka. Siinä käytetään hyväksi inhimillisiä tunteita, kuten pelkoa, vihaa, inhoa, paheksuntaa, turhautumista, sääliä, toivoa ja myötätuntoa.

Voimakkaita tunteita herättämällä yritetään saada aikaan vahva tunnetila ja -reaktio, jolloin viestin sanoma puhuttelee voimakkaammin. Vahvoja tunnereaktioita herättämällä pyritään johdatella ihmisten mielipiteitä, ajatuksia ja toimintaa haluttuun suuntaan sekä saada ihminen reagoimaan nopeasti rauhallisen harkinnan sijaan. Samalla pyritään heikentämään ihmisen kykyä ajatella monipuolisesti ja kriittisesti. Tunteisiin vetoava mediavaikuttaminen on pohjimmiltaan siis manipulointia, jonka aseena ovat ihmisten pelot ja ennakkoluulot. Tunteisiin vetoavaa vaikuttamista on myös ilmiöiden tai toisten ihmisten leimaaminen ja ns. lokeroiminen.

Pohtikaa seuraavia asioita. Kirjatkaa keskustelussa esiin nousseet asiat.

3. Millaisia tunteita koet päivittäin eri mediasisältöjen parissa?
-

4. Mitkä ja millaiset sisällöt voivat herättää erityisen vahvoja tunteita?
-

5. Miten ihmisten halutaan reagoivan tällaisiin sisältöihin ja miksi?
-

TARKASTELE TUNTEITASI: Mieti rauhassa ennen kuin toimit!

2. MEDIAVAIKUTTAMISEN TEKNIikka - TIEDON VÄÄRISTELY JA YKSINKERTAISTAMINEN

Pohtikaa aluksi seuraavia asioita ja kirjatkaa esiin nousseet asiat.

1. Millaiseen tietoon voi luottaa?

2. Millaiseen tietoon on helppo uskoa?

3. Miten mielipide eroaa faktasta?

Luekaa seuraavaksi alla oleva teksti ja pohtikaa sen jälkeen siihen liittyviä kysymyksiä.

Tiedon vääristely ja yksinkertaistaminen

Ihminen pyrkii usein luonnostaan löytämään yksinkertaisia vastauksia ja ratkaisuja monimutkaisiin ja paljon ajattelua vaativiin kysymyksiin. Yksinkertaisen viestin ja sisällön uskominen ei nimittäin vaadi yhtä paljon ponnistelua kuin taustojen ja faktojen tarkistaminen. *Tiedon vääristely ja yksinkertaistaminen* onkin mediavaikuttamisen tekniikka, joka hyödyntää tätä ihmisen tarvetta yksinkertaistaa asioita.

Vääristelty ja yksinkertaistettu tieto, joka vastaanottajan halutaan omaksuvan voi olla puolittotuus, mielipide tai suoranainen valhe. Esimerkiksi salaliittoteoriat pyrkivät herättämään epäluuloa ja tarjoamaan yksinkertaisen, spekulointiin perustuvan selityksen asioille tai tapahtumille. Yksinkertaiset, tutulta ja luotettavalta vaikuttavat tarinat, joissa käytetään vertauskuvia, kuvakieltä ja toistoa ovat tyyppisiä vaikuttamisen keinoja.

Pohtikaa seuraavia asioita. Kirjatkaa keskustelussa esiin nousseet asiat.

4. Onko tilanteita, jolloin on vaikeaa suhtautua kriittisesti mediasisältöihin? Miksi?

5. Valhe pyrkii joskus naamioitumaan todeksi. Mistä voi erottaa, että esimerkiksi uutinen on aito?

MUISTA LÄHDEKRITIIKKI: Etsi lisätietoa, arvioi ja vertaile.

3. MEDIAVAIKUTTAMISEN TEKNIikka - KOHDERYHMÄN TARPEISIIN JA ARVOIHIN VASTAAMINEN

Pohtikaa aluksi seuraavaa ja kirjatkaa esiin nousseet asiat.

1. Oletko viime aikoina saanut somemainontaa, joka on kohdistettu juuri sinulle. Millaista?
-

2. Entä päinvastoin: Oletko saanut mainontaa, joka selvästikään ei ollut kohdennettu sinulle? Millaista?
-

Lukekaa seuraavaksi alla oleva teksti ja pohtikaa sen jälkeen siihen liittyviä kysymyksiä.

Kohderyhmän tarpeisiin ja arvoihin vastaaminen

Media vaikuttamisella on usein tietty kohderyhmä, jota yritetään tavoittaa juuri sille räätälöityjen viestien avulla. Kohderyhmään pyritään vaikuttamaan juuri henkilökohtaisiin *tarpeisiin ja arvoihin vastaamalla*. Viestistä tulee henkilökohtainen ja tärkeä sen vastaanottajilleen silloin, kun se vetoaa tarpeisiin, arvoihin, toiveisiin ja pelkoihin. Tässä media vaikuttamisen tekniikassa hyödynnetään usein myös yhteisiä ns. universaaleja arvoja: tarve rakastaa ja kokea rakkautta sekä tuntee kuuluvansa joukkoon, johonkin paikkaan ja yhteisöön. Kun viesti koskettaa henkilökohtaisella tasolla, ihmiset kiinnittävät siihen enemmän huomiota ja omaksuvat sen sanoman helpommin.

Pohtikaa seuraavia asioita. Kirjatkaa ryhmässä esiin nousseet asiat.

Mainokset ovat esimerkki mediavaikuttamisesta, jolla pyritään vastaamaan kohderyhmän tarpeisiin ja arvoihin.

3. Millaista kohderyhmää edustat?
-

4. Millaisista asioista voi päätellä, että mainos on kohdennettu juuri sinulle?
-

5. Millaisia keinoja kohderyhmän tarpeisiin ja arvoihin vastaamisen käytetään?
-

TUNNISTA millaista kohderyhmää edustat ja miten viestejä pyritään räätälöimään juuri sinulle.

4. MEDIAVAIKUTTAMISEN TEKNIikka - VASTUSTAJIIN KOHDISTUVA HYÖKKÄYS

Pohtikaa aluksi seuraavia asioita ja kirjatkaa keskustelussa esiin nousseet asiat.

1. Mihin ”me vastaan ne” -asetelma mielestäsi perustuu?
-

2. Kiinnitätkö helpommin huomiota aggressiivisesti väitteleviin vai rauhallisesti keskusteleviin ihmisiin?
Miksi?
-

Lukekaa seuraavaksi alla oleva teksti ja pohtikaa sen jälkeen siihen liittyviä kysymyksiä.

Vastustajiin kohdistuva hyökkäys

Vastustajiin kohdistuva hyökkäys on mediavaikuttamisen keino, joka kyseenalaistamaan ja herättämään epäluuloa vastapuolen pätevyyttä, luotettavuutta ja uskottavuutta kohtaan. Eri mielipidettä edustaviin kohdistuva hyökkäys johtaa helposti mustavalkoiseen ajatteluun ja siihen, että ihmiset jaetaan vastakkaisiin ryhmiin: ”meihin” ja ”niihin”.

Ihmiset kiinnittävät luontaisesti huomiota konflikteihin ja vastakkainasetteluihin. Konflikteja ja kohuja saatetaan luoda tarkoituksella, jotta omille mielipiteille saataisiin enemmän huomiota.

Pohtikaa seuraavia asioita. Kirjatkaa keskustelussa esiin nousseet asiat.

Vastakkainasettelulla pyritään vetoamaan ihmisen perustarpeeseen kuulua ryhmään. Tekaistut konfliktit ja mustamaalaaminen vievät keskustelun ja puheenvuorot hyökkäyksen ja puolustuksen tielle. Tällä voidaan viedä keskustelu etäämmälle varsinaisista ongelmista.

3. Mitä nämä varsinaiset ongelmat voisivat olla?
-

4. Millainen ryhmä muodostuu henkilöistä, joita yhdistää ensisijaisesti viha jotakin toista ryhmää ja sen edustajia kohtaan?
-

TUNNISTA tilanteet, joissa pyritään tarkoituksellisesti luomaan vastakkainasettelua.