

9. LUOKKA

Media ja hyvinvointi

Tehtävien tarkoituksena on vahvistaa oppilaiden medialukutaitoa.

Välineet: Välineet videon katsomista varten, tulosteet ryhmätehtävistä 1–4 sivuilta 2–5 (yksi tehtävä/ryhmä) sekä kirjaamisvälineet jokaiselle ryhmälle.

Aloit: MITEN MEIHIN VAIKUTETAAN

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

Työskentely: MEDIAVAIKUTTAMISEN TEKNIIKAT JA NIIDEN TUNNISTAMINEN

Oppilaat jaetaan neljään ryhmään. Jokainen ryhmä saa tehtäväkseen yhden neljästä mediavaikuttamisen tekniikoihin ja niiden tunnistamiseen liittyvästä tehtävästä sivuilta 2–5. Opettaja jakaa tehtävät satunnaisesti.

OHJE OPETTAJALLE Tulosta tehtävät ryhmille tehtävisivuilta tai linkistä [Neljä mediavaikuttamisen tekniikkaa](#).

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 ryhmien kirjaamat asiat. Alla olevia tukikysymyksiä voidaan käyttää keskustelun tukena.

TUKIKYSYMYKSET LOPPUKESKUSTELUUN

- Millaisissa tilanteissa ja mediaympäristöissä (esimerkiksi sosiaalisessa mediassa) oppilaat ovat törmänneet kyseisiin vaikuttamiskeinoin?
- Miten ne vaihtelevat eri ympäristöissä/medioissa?
- Oletteko tehneet havaintoja siitä, milloin vaikuttamisyrityksiä on helpompi tai vaikeampi tunnistaa?

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

TEHTÄVÄ RYHMÄLLE 1. VOIMAKKAIDEN TUNTEIDEN HERÄTTÄMINEN

Pohtikaa ryhmänne kanssa aluksi seuraavia asioita ja kirjatkaa esiin nousseet asiat.

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

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

Voimakkaiden tunteiden herättäminen

Vaikuttamispyrkimyksissä käytetään hyväksi inhimillisiä tunteita, kuten pelkoa, toivoa, vihaa, turhautumista ja myötätuntoa, joiden avulla yritetään johdatella vastaanottajaa haluttuun suuntaan. Tunteisiin vetoava mediavaikuttaminen on pohjimmiltaan manipulointia, jonka aseena ovat ihmisten pelot ja ennakkoluulot. Viestin sanoma puhuttelee vastaanottajaa voimakkaammin silloin, kun hänessä herää tunnereaktio.

Voimakkaita tunteita herättämällä yritetään luoda vastaanottajassa vahva tunnetila ja saada hänet rauhallisen harkinnan sijaan reagoimaan nopeasti. Samalla pyritään heikentämään vastaanottajan kykyä arvioida tilannetta monipuolisesti ja ajatella kriittisesti. Tunteisiin vetoavaa vaikuttamista on myös ilmiöiden tai toisten ihmisten leimaaminen ja lokeroiminen. Erityisesti pelko, sääli, viha, myötätunto ja paheksunta ovat tunteita, joita lokeroimisella pyritään herättämään ja voimistamaan.

Pohtikaa seuraavia asioita. Kirjatkaa ylös ryhmässä esiin nousseet asiat.

- Millaisia tunteita koette päivittäin eri mediasisältöjen parissa?
- Mikä sisällöissä herättää erityisen vahvoja tunteita?
- Miten luulette, että ihmisten halutaan reagoivan? Miksi?
- Voisiko asiaan suhtautua huumorilla?

Tunteet ovat tärkeitä. Ne esimerkiksi auttavat meitä arvioimaan toimintatarpeita kulloisessakin tilanteessa.

TARKASTELE TUNTEITASI: Mieti rauhassa ennen kuin toimit!

TEHTÄVÄ RYHMÄLLE 2. TIEDON VÄÄRISTELY JA YKSINKERTAISTAMINEN

Pohtikaa ryhmänne kanssa aluksi seuraavia asioita ja kirjatkaa esiin nousseet asiat.

- Millaiseen tietoon voi luottaa?
- Millaiseen tietoon on helppo uskoa?
- Miten mielipide eroaa faktasta?

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

Ihmismieli pyrkii luonnostaan vähentämään ylimääräistä kuormitusta ja koettaa helposti etsiä ”oikoteitä” erityisesti silloin, kun kyseessä on monimutkainen ja paljon ajattelua vaativa asia. Eräs kyseenalainen mediavaikuttamisen keino on tiedon vääristely ja yksinkertaistaminen: yksinkertaisen viestin uskominen ei vaadi meiltä yhtä paljon ponnistelua kuin taustojen ja faktojen tarkistaminen.

Tieto, jota vastaanottajan halutaan omaksuvan, voi olla oikeaa ja paikkansapitävää tietoa tai puolitotuuksia, mielipiteitä ja jopa suoranaisia valheita. Esimerkiksi salaliittoteoriat pyrkivät herättämään epäluuloa ja tarjoamaan yksinkertaisen, spekulointiin perustuvan selityksen asioille tai tapahtumille. Usein mediavaikuttamisen keinoina ovat yksinkertaiset, tutulta ja luotettavalta vaikuttavat tarinat, joissa käytetään vertauskuvia, kuvakieltä ja toistoa. Tavoitteissa on onnistuttu, jos tarttuvat iskulauseet syrjäyttävät itsenäisen, kriittisen ja luovan ajattelun. Tiedon liiallinen yksinkertaistaminen ei kuitenkaan tuo lisätietoa tai -ymmärrystä: tarvitaan asioiden monipuolista tarkastelua. Joskus täytyy sietää epävarmuutta, sillä vastauksia kysymyksiin ei aina löydy nopeasti.

Pohtikaa seuraavia asioita. Kirjatkaa ryhmässä esiin nousseet asiat.

- Miten voit varmistua tiedon luotettavuudesta?
- Onko tilanteita, jolloin on vaikeaa suhtautua kriittisesti mediasisältöihin? Miksi?
- Valhe pyrkii joskus naamioitumaan todeksi: mistä voit erottaa, että esimerkiksi uutinen on aito?

MUISTA LÄHDEKRITIIKKI: Etsi lisätietoa, arvioi ja vertaile.

TEHTÄVÄ RYHMÄLLE 3. KOHDERYHMÄN TARPEISIIN JA ARVOIHIN VASTAAMINEN

Pohtikaa ryhmänne kanssa aluksi seuraavaa ja kirjatkaa esiin nousseet asiat.

- Oletko viime aikoina kiinnittänyt huomiota mainoksiin, joita ei selvästikään ollut kohdennettu sinulle?

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

Mediavaikuttamisella on usein tietty kohderyhmä, jota yritetään tavoittaa juuri sille räätälöityjen viestien, aihepiirien ja kielen avulla. Vastaanottajia pyritään puhuttelemaan vetoamalla heille tärkeisiin asioihin: perhesuhteisiin, kansalliseen tai etniseen taustaan, harrastuksiin, lempijulkikkisiin, uskomuksiin ja arvoihin tai siihen, millaisia tulevaisuudensuunnitelmia ja toiveita heillä on. Viestistä tulee henkilökohtainen ja tärkeä sen vastaanottajilleen silloin, kun se vetoaa kohderyhmänsä tarpeisiin, toiveisiin ja pelkoihin.

Joskus vastaanottajissa aktivoituvat myös universaalit, kaikille yhteiset arvot: tarve rakastaa ja kokea rakkautta sekä tuntea kuuluvansa johonkin paikkaan ja johonkin 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.

- Millaista kohderyhmää edustat?
- Millaisista asioista voi päätellä, että viesti tai mainos on kohdennettu juuri sinulle?
- Miten keinot vaihtelevat kanavasta riippuen?

TUNNISTA: Millaista kohderyhmää edustat ja miten viestejä pyritään räätälöimään juuri sinulle?

TEHTÄVÄ RYHMÄLLE 4. VASTUSTAJIIN KOHDISTUVA HYÖKKÄYS

Pohtikaa ryhmänne kanssa aluksi seuraavia asioita ja kirjatkaa esiin nousseet asiat.

- Mihin perustuu ”me vastaan ne” -asetelma?
- Kiinnitätkö ohi kulkiessasi helpommin huomiota aggressiivisesti väitteleviin vai rauhallisesti keskusteleviin ihmisiin?

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

Poliittisessa tai yhteiskunnallisessa kamppailussa käytetään joskus epäeettisiä keinoja, kuten mustamaalaamista ja leimaamista. Niillä pyritään kyseenalaistamaan ja herättämään epäluuloa vastapuolen pätevyyttä, luotettavuutta ja uskottavuutta kohtaan. Eri mielipidettä edustaviin kohdistuva hyökkäys johtaa helposti mustavalkoiseen ajatteluun, ja ihmiset jaetaan vastakkaisiin ryhmiin: ”meihin” ja ”niihin”.

Ihmiset kiinnittävät luontaisesti huomiota konflikteihin ja vastakkainasetteluihin. Konflikteja ja kohuja saatetaankin luoda tarkoituksella, jotta omille mielipiteille saataisiin enemmän huomiota. On epäoikeudenmukaista mustamaalata ketään, tuhota jonkun maine, rajata ulkopuolelle tiettyjä ihmisryhmiä, lietsoa vihaa tai kannustaa piittaamattomaan asenteeseen muita kohtaan.

Pohtikaa seuraavia asioita. Kirjatkaa ryhmässä 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.

- Mitä nämä varsinaiset ongelmat voisivat olla?
- Millainen ryhmä muodostuu henkilöistä, joita yhdistää ensisijaisesti viha jotakin toista ryhmää ja sen edustajia kohtaan?

TUNNISTA tilanteet, joissa pyritään tarkoituksellisesti luomaan vastakkainasettelua.