

voima

4/2018 TOUKOKUU | VOIMA.FI



**TEHTÄVÄT
MEDIAKASVATUS-
NUMEROON**

HYVÄT MEDIAKASVATTAJAT,

Voima-lehden toukokuun numero on mediakasvatuksen erikoisnumero. Se on osa Voiman mediakasvatushanketta, jolle on saatu tukea Opetus- ja kulttuuriministeriöltä. Voima-lehti on jo aiemmin tehnyt yhteistyötä koulujen ja mediakasvatustajien kanssa kulttuurihäirintään liittyen. Voiman tekijät ovat vuosien varrella vierailleet kouluissa ja muissa oppilaitoksissa esittelemässä vastamainoksia, joiden kautta avataan mainonnan vaikuttamispyrkimyksiä.

Alunperin oli tarkoitus tehdä mediakasvatuksesta erillinen liite, mutta idea jalostui nopeasti kokonaisen mediakasvatuslehden tekemiseksi. Samalla lehden tekemisen taustalla on vaikuttanut mediakasvatuksen ammattilaisista koottu ohjausryhmä.

Tämän numeron päähaastateltava on nuoren polven toimittaja **Ina Mikkola**, jolla on tuoretta kerrottavaa media-ammattilaiseksi päätyemisestä ja toimittajan työstä median murroksen keskellä.

Lehdessä puretaan myös erilaisten tiedon lajityppien – kuten tiedottamisen, journalismin, mainonnan ja propagandan – eroja.

Mediakasvatuksen lähtökohtia avaavat useammat alan ammattilaiset, kuten lehden päätoimittajana vieraileva Nuorten Ääni -toimituksen tuottaja **Ismo Kiesiläinen**, tutkijatohtori **Niina Uusitalo**, erikoisasiantuntija **Saara Salomaa** ja mediakasvattaja **Maija Puska**. Lehden välissä on yhteistyössä Mediakasvatusseuran kanssa toteutettu neljän sivun liite, joka esittelee saatavilla olevia mediakasvatusmateriaaleja.

Lehdessä nousee esiin myös globaali näkökulma journalistisen työn haasteista maissa, joissa sananvapaus ei toteudu kuten Suomessa. Sananvapauden teemaa on käsitelty työnsä takia vainon kohteeksi joutuneen tansanialaisen toimittajan **Ansbert Ngurumon** haastattelussa, reportaasissa Venäjän vastamedioista ja bolivialaisten radikaalifeministien radio-asemasta kertovassa jutussa.

Voiman kulttuuriosioon on pyritty löytämään mediakasvatuksellisesti valaisevia aiheita. Lehdessä puretaan esimerkiksi tubetuksen, videopelien, poliittisen animaatioelokuvan ja mediataiteen olemusta.

Samassa hengessä Nuori muusikko **Sirja Rihu** kertoo haastattelussaan, miten hän on onnistunut

luomaan muusikon uraa internetin avulla. Kokenut ohjaaja-käsikirjoittaja-näyttelijä **Leea Klemola** taas tahollaan pohtii, miten teatteriesitys ja televisiosarja poikkeavat tiedonvälityksen alustoina toisistaan.

Osa lehden jutuista on nuorten avustajien itsensä tekemiä tai heidän kanssaan yhteistyössä tehtyjä. Haastateltavia valittaessa on haluttu nostaa esiin nuoria tekijöitä tavallistakin enemmän.

Olemme pyrkineet kiinnittämään huomiota myös mediakuvaston tarjoamiin sukupuolikäsitteisiin ja korostamaan erityisesti naisten roolia tekijöinä. Sukupuolirooleja käsitellään lehdessä esimerkiksi Barbie-nukkebrändin tarjoaman ihmiskuvan kautta. Viihdeteollisuuden tapa yhdistää kauneus ja kuolema pääsee myös tarkasteluun.

Lehdestä löytyy paljon asiaa vähemmistöjen oikeuksista. Seksuaalivähemmistöjen asema nousee esiin monessa kulttuurijutussa. Kulttuurien välisiä jännitteitä kuvataan toukokuussa levitykseen tulevan **Iram Haqimin** *Mitä meistä puhutaan* -elokuvan kautta. Vammaisten asema puolestaan välittyy lehden välissä olevan Kynnys ry:n järjestölehden kautta.

Kokosimme tähän vihkoseen yhteistyössä **Rauhankasvatusinstituutin** kanssa joukon tehtäviä, joita voi hyödyntää opetustyössä. Lisää vastaavaa aineistoa löytyy lehden välissä olevasta mediakasvatusmateriaalioppaasta.

Toivomme, että tästä lehdestä ja sen oheismateriaaleista on teille hyötyä omassa opetuksessanne. Olemme kiitollisia kaikenlaisesta palautteesta, jotta voimme tehdä asioita vielä paremmin tulevaisuudessa.

Voiman ja koko mukana olleen ohjausryhmän puolesta,

TUOMAS RANTANEN

Voima-lehden kustantaja

tuomas.rantanen@voima.fi

040 -5077165

Voima on vuonna 1999 perustettu valtakunnallinen ilmaisjakelulehti. Se sai valtion tiedonjulkistamispalkinnon jo vuonna 2001. Lukijaseurannan mukaan sillä on yli 78 000 säännöllistä lukijaa ja yli 176 000 lukee sitä silloin tällöin.

1. TEEMA: MITÄ ON MEDIA?

Media ei ole yhtenäinen kokonaisuus, vaan se koostuu erilaisista viestintävälineistä, jakeluverkostoista, toimituksista ja tiedontuottajista. Yksityisten ihmisten viestinnän, vaikkapa sosiaalisessa mediassa, voi senkin nähdä osana mediaa.

Mediakriittisyyden näkökulmasta on hyvä oppia analysoimaan erilaisten medioiden erityispiirteitä ja luotettavuutta. Median muodosta ja sisällöstä voi saada käsityksen myös siitä kenelle se mahdollisesti on suunnattu ja onko sen välittämä tieto esimerkiksi lähdekriittiseen journalismiin perustuvaa tai mainontaa tai vaikka poliittiseen manipulaatioon pyrkivää.

Esimerkiksi Voiman artikkelit *Käsite kuin purukumi* (sivu 10), *Journalismin vinot peilit* (sivu 12), *Sota valemediaa vastaan* (sivu 15) ja *Propagandan perisynti* (sivu 59) käsittelevät mediavirran eri tiedonlajeja ja niiden monensuuntaista liikettä.

TEHTÄVÄ 1.1. MINÄ MEDIAKULUTTAJANA

Listatkaa kaikki tilanteet, joissa olette yhden päivän aikana tekemisissä median kanssa. Merkitkää ylös aika, kesto, medialaji sekä sisältö sekä se olitteko tilanteessa mediasisällön kuluttajia vai tuottajia? Tähän olisi hyvä merkitä myös lyhyet vilkaisut (vaikka kesken oppitunnin). Lisäksi voidaan listata, mitä eri taitoja päivä aikana tarvitsi median käyttäjänä tai tuottajana.

TEHTÄVÄ 1.2. AUTA OPETTAJAA

Tehkää suunnitelma, mitä ja miten voisitte opettaa opettajillenne itsellenne tärkeistä medioista. Ohjeet voivat liittyä sekä median kuluttamiseen että tuottamiseen.

TEHTÄVÄ 1.3. KUKA KUULUU KOHDERYHMÄÄN?

Valitkaa erilaisia painettuja lehtiä (ja/tai etsikää netistä erilaisia mediasivustoja) ja yrittäkää miettiä niiden tyylistä, juttuvalinnoista, mahdollisista pääkirjoituksista ja mainoksista kenelle ne on suunnattu. Voitte myös arvioida, miten luotettavina pidätte kutakin käsiteltävää mediaa.

TEHTÄVÄ 1.4. KUVAN MERKITYS

Selaile jokin lehti kannesta kanteen ja valitse kuvan perusteella lehden kiinnostavin juttu. Lue juttu valinnan jälkeen ja vastaa seuraaviin kysymyksiin:

- Miksi kuva herätti kiinnostuksesi?
- Mistä jutussa on kyse?
- Miten kuva sopii juttuun?
- Vastasiko juttu kuvan asettamia odotuksia?
- Sopivatko kuva ja otsikko hyvin yhteen?
- Olisitko kiinnostunut jutusta ilman kuvaa?
- Millaisia vaihtoehtoisia tapoja olisi ollut kuvittaa juttu?

Jatkakaa käsittelyä pienryhmissä ja esitelkää valitsemanne jutut toisillenne. Pohtikaa lopuksi, millainen merkitys kuvalla on jutuissa.

(Lähde: Pidä silmät auki - jutuntekijän opas, s. 33)

TEHTÄVÄ 1.5. OTSIKKO KERTOO

Keksikää tai etsikää jostain otsikko. Muotoilkaa otsikko uusiksi:

- erilaisiin valtavirtalehtiin (kuten Helsingin Sanomat, Me naiset tai Tekniikan maaailma),
- "klikkiotsikoksi" iltapäivälehdien nettisivuille
- jonkin otsikon viittaamalla alalla toimivan yrityksen mainokseen
- jollekin ääripropagandaa suoltavalle nettisivustolle
- totalitaarisen valtion propagandaviestiksi

LISÄLÄHTEITÄ:

- Sanomalehtien liitto <https://www.sanomalehdet.fi/sanomalehtitieto/journalismi>
- Julkisen sanan neuvosto https://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/
- Kansan sivistystyön liitto <http://www.ksl.fi/materiaaleja/yhdistystoiminnan-avaimet/10-tiedottaminen/>
- Yle Mediakompassi <http://vintti.yle.fi/yle.fi/mediakompassi/mediakompassi/>
- Mediakasvatuskeskus Metka <http://mediametka.fi/opetusmateriaalit/muu-opetusmateriaali/mainonta/>
- Kilpailu- ja kuluttajavirasto <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/markkinointi-ja-asiakassuhde/hyva-tapa/>



2. TEEMA: SANANVAPPAUS

Sananvapaus vaihtelee eri maissa ja niiden sisälläkin eri aikoina. Voiman artikkelissa *Sota valemediaa vastaan* (sivu 15) ja *Propagandan perisynti* (sivu 59) käsitellään sitä, miten demokraattisissakin maissa sananvapaus voi olla vaarassa ja ihmiset voivat altistua monenlaiselle propagandalle. Artikkelissa *Tansanian presidentti puskee pois toimittajia* (sivu 8) toimittaja **Ansbert Ngurumo** kertoo omista vaikeuksistaan entisen kotimaansa vallanpitäjien suhteen. *Uutisia synkiltä vyöhykkeiltä* (sivu 26) kuvaa puolestaan Venäjän sulkeutuvaa valtajulkisuutta riippumattoman verkkomedia MediaZonan näkökulmasta ja *Sukupuolittunutta väkivaltaa vastaan* -artikkeli (sivu 39) bolivialaisia päättäjiä ärsyttävää anarkofeministien radioasemaa.

TEHTÄVÄ 2.1. VALLANPITÄJÄT VASTAAN TOIMITTAJAT

Listatkaa ryhmissä syitä sille, miksi vallanpitäjät haluavat kontrolloida tai jopa vainota toimittajia. Mikä tekee vapaasta mediasta vaarallisen? Entä miksi mielipiteidensä takia omassa maassaan vainotuille kannattaa (tai ei kannata) tarjota toisesta maasta turvapaikka?

TEHTÄVÄ 2.2. SANANVAPPAUS JA KORRUPTIO

Tutustukaa *Reporters without borders* -järjestön listaan (<https://rsf.org/en/ranking>), jossa valtiot on arvioitu sananvapauden toteutumisen perusteella. Etsikää huonoimmin sijoittuneet Euroopan maat ja pohtikaa syitä niiden huonoon sijoitukseen?

Tutustukaa *Transparency International* -järjestön listaan (<https://www.transparency.org/news/feature/corruption-perceptions-index-2017#table>) jossa valtiot on arvioitu korruption määrän perusteella. Poimikaa huonoimmin sijoittuneet Euroopan maat ja pohtikaa sijoitusten syitä.

TEHTÄVÄ 2.3. SANANVAPPAUS 2030

Kuvitelkaa, millainen Suomi on 12 vuoden päästä. Laati-kaa raportti tuon ajan suomalaisesta sananvapaudesta. Päätäkää, onko kyseessä pessimistinen dystopia vai optimistinen utopia. Menetelmänä voi käyttää vaikkapa mielipidekirjoitusta, uutista tai sarjakuvaa.

TEHTÄVÄ 2.4. SANANVAPAUDEN PUOLUSTAMINEN

Valitse yksi teksti Suomen Penin sivuilta (<https://www.suomenpen.fi/category/vapaa-sana/>). Kirjoita valitsemasi tekstin aiheesta oma kommenttisi. Voit kirjoittaa kommenttisi samaan tyyliin kuin valitsemasi teksti tai valita ajatuksiisi parhaiten sopivan tekstityypin. Tuo esiin tekstissäsi, miten valitsemasi kirjoitus toimii sananvapauden puolustajana.

3. TEEMA: MAINONNAN JA JOURNALISMIN ERO: MITÄ OVAT VASTAMAINOKSET?

Voima on mainosrahoitteinen ilmaisjakelulehti ja siinä on paljon mainoksia. Journalististen käytäntöjen mukaan mainosten pitää olla aina selvästi toimituksellisesta aineistosta erottuvia. Mainokset ovat kuitenkin lehden osa ja mediakasvatuksessa mainokseen kannattaa kiinnittää erityistä huomiota.

Voimassa on julkaistu journalistisia vastamainoksia lehden perustamisesta eli vuodesta 1999 alkaen. Vastamainoksilla tarkoitetaan muodoltaan mainoksia muistuttavia aineistoja, joilla ei ole tarkoitus mainostaa mitään, vaan pyrkiä avaamaan kommentoitavassa mainoksessa tai muussa alkuperäisessä materiaalissa piilotettuna olevia vaikutuspyrkimyksiä.

Voiman sivulta 13 löytyy tämän lehden vastamainos, joka parodioi iltapäivälehtien tapaa keksiä kanteensa mahdollisimman myyviä otsikoita. Sen vieressä olevassa artikkelissa *Journalismin vinot peilit*, puhutaan myös vastamainosten tekemisestä. Artikkelissa *Vastamainoksen aakkoset* (sivu 32) taas kerrotaan kouluissa tehdyistä vastamainoksista.

TEHTÄVÄ 3.1. MAINOKSET ARVOJANALLA

Arvojanalla voi ilmaista kantansa esitettyihin väitteisiin asettumalla kuvitellulle janalle luokan poikki (toinen pää kyllä, toinen ei). Paikan valinnan jälkeen vapaaehtoiset voivat kertoa mielipiteensä. Väitteet voivat olla esimerkiksi:

- Saan mainoksista tarpeellista tietoa
- Saan usein niitä vaatteita ja tavaroita, joita toivon
- Mainokset saavat minut haluamaan uusia tavaroita
- Minuun mainokset eivät vaikuta
- Tiedän, missä päin maailmaa paitani on valmistettu
- Tiedän, mihin vanhat kännykkäni ovat käytön jälkeen menneet
- Meillä lojuu kotona vanhoja vaatteita tai puhelimia
- Tiedän, mikä on vastamainos

(Lähde: Medialukutaitoa vastamainoksista -opas s.5)



TEHTÄVÄ 3.2. MITÄ MAINOKSELLA TAVOITELLAAN?

Tutkikaa Voima-lehteä tai muita esillä olevia mainoksia ja valitkaa joukosta muutama, joiden analysointi tuntuu kiinnostavalta. Miettikää, miksi mainokseen on valittu sellainen kuva ja värit, kirjasinlajit ja otsikointi kuin siinä on tehty. Miksi Voiman välissä on Kynnys ry:n Kynnys-lehti? Miten tämä lehti eroaa Voimasta? Entä mitä Voiman takakannessa olevan ammattiliiton mainos pyrkii viestimään kuvakielellään?

TEHTÄVÄ 3.3. RYHMÄKESKUSTELU VASTAMAINOKSISTA

Tutkikaa osoitteesta <http://voima.fi/vastamainokset/> vastamainosgalleriaa yhdessä tai pienryhmissä. Mitä merkkejä ja brändejä tunnistatte vastamainoksista? Valitkaa muutama vastamainos, joita tutkitte yhdessä tai pienryhmissä. Keskustelkaa valitsemienne vastamainosten pohjalta ainakin näistä kysymyksistä.

- a) Vertaillkaa, mikä on mainosten ja vastamainosten tavoite.
- b) Miten mainokset ja vastamainokset pyrkivät vaikuttamaan kuluttajaan?
- c) Mitä vaikuttamiskeinoja mainokset ja vastamainokset voivat sisältää?
- d) Onko vastamainosten tekeminen reilua alkuperäisen mainoksen tehnyttä yritystä kohtaan? Miksi / Miksi ei?
- e) Miten mainoksen voi tunnistaa mainokseksi? Lukekaa: <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/markkinointi-ja-asiakassuhde/mainonnan-tunnistettavuus/>
- f) Selvittäkää, mitä mainoksissa saa esittää ja millä keinoilla kuluttajaan saa/ei saa vedota.
 - Markkinoinnin hyvät tavat: <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/markkinointi-ja-asiakassuhde/hyva-tapa/>
 - Mainonnan eettisen neuvoston säännöt: <https://kauppakamari.fi/lautakunnat/men/sovellettavat-saannot/>
- g) Miksi on tärkeää osallistua yhteiskunnalliseen keskusteluun eri tavoin, esim. poliittisen satiirin ja vastamainosten keinoin?

TEHTÄVÄ 3.4. LAADI OMA VASTAMAINOS

Kerätkää lehdistä tai netistä kiinnostavia mainoksia ja muokatkaa niiden viestejä humoristisiksi väännöksiksi alkuperäisistä vaikutuspyrkimyksistä. Vastamainoksia voi tehdä kokonaan itse piirtämällä tai alkuperäistä aineistoa muokkaamalla, vaihtamalla otsikoita tai esimerkiksi liimaamalla mainosten päälle uusia kuvia.

TEHTÄVÄ 3.5. KRIITTINEN MAINOSMANUAALI

Laadi ohjeet mainosten kriittiseen tarkasteluun. Ajattele, että ohjeiden pitää olla ymmärrettävät myös sellaiselle henkilölle, joka ei tiedä mainoksista mitään. Tee kuvitettu ohjekirja, jossa annat mahdollisimman tarkat, mutta tiiviit ohjeet mainoksiin suhtautumisesta. Kuvat voivat olla valokuvia tai itse piirtämiäsi kuvia. Selitä, mitä mainokset ovat. Kerro, missä eri paikoissa niitä voi nähdä tai kuulla. Yritä kertoa mahdollisimman tarkasti ja monipuolisesti. Selitä, mihin mainokset pyrkivät ja mitä ne haluavat kuluttajalta? Mitä muuta mainokset haluavat kuluttajalta kuin tuotteen ostamista? Tarkastele mainoksia luonnontieteen lähestymistavalla: Kerro mainosten lajityypilliset piirteet, miten mainoksen voi tunnistaa, miten ja missä mainokset vaativat ja saalistavat? Muista kertoa myös mainosten taustasta: Kuka mainoksia tekee? Kenelle ne on tarkoitettu? Miksi mainoksia on olemassa? Millainen maailma olisi, jos mainoksia ei olisi olemassa?



4. TEEMA: AKTIVISMI JA VAIKUTTAMINEN

Mediakasvatus on aina kansalaiskasvatusta, jossa opitaan sekä ymmärtämään median kautta itseen kohdistuvia vaikutuspyrkimyksiä, että osallistumaan itse yhteiskunnalliseen vuoropuheluun. Voiman pääkirjoituksessa (sivu 7) ja artikkeleissa *Käsite kuin purukumia* (sivu 10), *Media hyvän palveluksessa* (sivu 18), *Sukupuolittunutta väkivaltaa vastaan* (sivu 39), *Bileet kyttäasemalla* (sivu 54) ja *Rauhanprojektihautomo* (sivu 31) käsitellään (media)tilan ottamista haltuun omien viestien lähettämistä varten. Kaikki Suomen uudet opetussuunnitelmien perusteet ohjaavat opettajia kasvattamaan aktiivisia kansalaisia.

TEHTÄVÄ 4.1. JOS MINÄ SAISIN PÄÄTTÄÄ...

Jokainen valitsee yhden asian, johon haluaisi vaikuttaa, täydentämällä lauseen ”Jos minä saisin päättää...”

Vaikuttamisen kohde voi nousta arjesta, esimerkiksi koulusta tai harrastuksista tai sitten jostain laajemmasta, kuten mediasta, yhteiskunnasta tai maailmanpolitiikasta. Esimerkiksi: ”Jos minä saisin päättää, koulupäivät olisivat lyhyempiä” tai ”Jos minä saisin päättää, maailmassa ei olisi nälänhätää.” Tarvittaessa mielipidettä voi houkutella esiin seuraavilla apukysymyksillä:

- Mikä asia on mietityttänyt sinua viime aikoina?
- Mikä asia on tuntunut sinusta epärealulta tai ärsyttävältä?
- Mistä asiasta olet keskustellut viime aikoina kavereidesi kanssa?
- Jos saisit vallan muuttaa yhteiskunnassa yhden asian, minkä muuttaisit?

Tehtävää voi jatkaa niin, että suunnitellaan lyhyt puheen- vuoro yksin tai ryhmässä, jossa esitellään ja perustellaan oman mielipide.

Apukysymyksiä puheenvuoron laadintaan:

- a) Miksi asia on tärkeä?
- b) Keille asia on tärkeä?
- c) Minkälainen muutos tarvittaisiin, jotta asia toteutuisi?
- d) Ketkä ovat muutoksesta vastuussa?

Jokainen pitää vuorollaan oman puheenvuoronsa, ja harjoituksen vetäjä kirjaa taululle jokaisen mielipiteen. Lopuksi käydään läpi kaikkien kannanotot ja pohditaan, miten kullekin niistä saataisiin parhaiten huomiota. Syn-tyisikö siitä uutinen tai mielipidekirjoitus? Kannattaisiko järjestää jokin tempaus (vaikkapa mielenosoitus)? Sovi-taan yhdessä, mitä asioita ryhdytään ajamaan ja miten. (Lähde: Pidä silmät auki – jutuntekijän opas, s.9)

TEHTÄVÄ 4.2. MEIDÄN JUTTU

Suunnitelkaa ryhmässä/pareissa edellisessä harjoituksessa nousseista aiheista vaikuttamiskampanja tai -tapahtuma. Keksikää tapahtumalle nimi sekä mainoslause, jotka kuvaavat kampanjanne aiheita ja tarkoitusta. Laatkaa kampanjalle tai tapahtumalle eettiset periaatteet, joihin kampanjassa tai tapahtumassa sitoudutaan.

Jos valitsitte tapahtuman, suunnitelkaa tapahtumalle ohjelma:

- a) Millainen tapahtuma on kyseessä?
- b) Keitä tapahtumassa on esiintymässä tai puhumassa?
- c) Mitä osallistujat tekevät tapahtumassa?
- d) Kenelle tapahtuma on tarkoitettu?
- e) Miten varmistatte, että tapahtuma on kaikille avoin ja esteetön?

Jos valitsitte kampanjan, suunnitelkaa missä mediassa kampanja toteutetaan.

- a) Miten kampanja saisi mahdollisimman paljon näkyvyyttä?
- b) Kenelle kampanja on suunnattu? Miten heidät tavoittaa parhaiten?
- c) Miten kampanjan tavoittamat henkilöt voivat osallistua?
- d) Miten varmistatte, että kampanjan sanoma jää mieleen?

TEHTÄVÄ 4.3. VAIKUTA

Tässä harjoituksessa ensin määritellään ongelma, sitten se analysoidaan ja valitaan sen perusteella toimet, joilla ongelma ratkaistaan. Lopuksi arvioidaan, mitä on saatu aikaiseksi.

- a) **Mihin asiaan haluamme vaikuttaa?** Mikä asia sinua häiritsee kotona tai koulussa tai ystävien kesken? Minkä pitäisi muuttua Suomessa? Minkä ilmiön kanssa et enää voi elää? Joku ryhmästä kirjaa ideat ylös isolle paperille. Kun aivoriihen tuotokset käydään yhdessä läpi, nähdään millaisia teemoja ryhmästä nousee esille. Keskustellaan niistä ja valitaan yksi tai useampi aihe, joita lähdetään tutkimaan.
- b) **Millainen on valitsemamme haaste?** Millaisia syy- ja seuraussuhteita sillä on? Jotta ongelmalle voisi tehdä jotain, pitää se ensin tuntea. On hyödynnettävä kaikki se tieto, mikä ryhmän jäsenillä jo on ja tuotava kaikkien ajatukset selkeästi esille. Kerätkää keskustellen valitsemaanne ongelmaan liittyviä ajatuksia ja mielipiteitä: Miten ongelmaan voisi puuttua? Mitä ratkaisuehdotuksia tai vaikuttamisen tapoja keksitte?
- c) **Miten muutamme maailmaa teoillamme?** Nyt on aika tehdä jotain konkreettista! Voitte suunnitella pienryhmissä vaikkapa kantaaottavan julisteen.
- d) **Mitä saimme aikaiseksi?** Mitä seuraavaksi? Analysoikaa prosessinne ja suunnitelkaa, miten voisitte jatkaa tästä eteenpäin.

Lähde: Vaikuta! -menetelmäopas, josta löytyy tarkemmat ohjeet pitempään kriittisen pedagogiikan mukaiseen vaikuta-prosessiin/ Taksvärkki ry

5. TEEMA: SUKUPUOLI JA VÄHEMMISTÖT MEDIASSA

Voiman artikkeleissa *Media hyvän palveluksessa* (sivu 18), *Sukupuolittunutta väkivaltaa vastaan* (sivu 39), *Amerikkalainen ikoni* (sivu 44), *Teatterikin on media* (sivu 52) *Duetto ex-minän kanssa* (sivu 53), *Myötäelämistä ja analyysiä* (sivu 60), *Ei muoviselle barbimaailmalle* (sivu 61) sekä peliarvostelussa *Isäkausi 41*) ja elokuva-arvostelussa *Minä, Simon* (sivu 62) käsitellään mediakuvastosta välittyviä käsityksiä sukupuolirooleista sekä vähemmistöistä.

TEHTÄVÄ 5.1. NAISET, MIEHET JA MUUT MEDIASSA

Laske miehiksi, naisiksi ja muunsukupuolisiksi mieltäytyvien hahmojen kuvien määrä Voimasta, muista tarjolla olevista lehdistä sekä historian-, maantiedon- tai yhteiskuntaopin kirjasta. Kysymyksiä:

- Millainen käsitys sukupuolista syntyy lehtien perusteella?
- Onko lehden mainokset suunnattu tietylle sukupuolelle?
- Millaisen kuvan kyseisestä sukupuolesta mainos antaa?
- Mitä naiset tekevät lehden jutuissa ja mainoksissa?
- Mitä miehet tekevät lehden jutuissa ja mainoksissa?
- Onko lehdessä kuvia, juttuja tai mainoksia, joissa henkilöt tekevät jotakin sukupuolinormien vastaista?
- Miten lehdessä kuvataan maskuliinisuutta/feminiinisyttä? Ketkä lehdessä saavat olla maskuliinisia/feminiinisiä?
- Löydätkö itsellesi samaistuttavia henkilöitä?



TEHTÄVÄ 5.2. KEITÄ LÖYDÄT KUVISTA?

Tarkastele Voima-lehteä, muuta mediaa sekä oppikirjaa.

Etsi kuvista:

- Suomalainen feminiininen tyttö
- Keski-ikäinen maskuliininen mies
- Henkilö, jolla on näkyvä vamma
- Nuori muslimi, joka näyttää iloiselta
- Ei-valkoinen homomies
- Heteromies, jolla on korkea yhteiskunnallinen asema
- Vanhempi tummaihoisen naisen
- Maahanmuuttajataustainen nuori

Vastatkaa sen jälkeen kysymyksiin:

- Ketkä löytyivät ensimmäisenä? Miksi?
- Keitä oli vaikea löytää? Miksi?
- Pääsevätkö kuvatut henkilöt ääneen jutussa vai olivatko he vain kuvitusta?
- Minkä teemojen yhteydessä ihmisiä kuvattiin?
- Miten tulkitsitte kuvia?
- Miten on mahdollista tietää, onko joku hetero vai homo?
- Mikä on feminiinistä ja maskuliinista?
- Voiko päältäpäin arvioida, kuka on suomalainen ja kuka ei?
- Miten eri ryhmiä kuvataan?

(Lähde: Normit nurin -opas s. 49)

TEHTÄVÄ 5.3. VÄHEMMISTÖT TELEVISIO-SARJOISSA JA ELOKUVISSA

Miettikää ryhmissä esimerkkejä siitä, miten erilaisiin vähemmistöihin (esim. seksuaali- ja sukupuolivähemmistöihin, vammaisiin, eri uskontojen ja eri etnisten ryhmien edustajiin) kuuluvia ihmisiä on kuvattu elokuvissa ja televisiosarjoissa. Kootkaa esimerkit kolmeen eri ryhmään ja perustelkaa valintanne.

- kielteinä, ennakkoluuloisina tai muuten stereotyyppisinä hahmoina
- luontevina sivuhenkilöinä
- samaistuttavina päähenkilöinä

TEHTÄVÄ 5.4. KULTTUURIEN KOHTAAMINEN

Kootkaa pienryhmissä taululle asioita, joita miellätte länsimaisiksi ja ei-länsimaisiksi. Katsokaa *Läntisen tuolla puolen* -animaatio <https://vimeo.com/252850590> ja miettikää sen valossa, että millaiset asiat mediassa ja koulun opetuksessa vahvistavat stereotyyppioita, joita liitetään länsimaisuuteen ja niitä joita liitetään ei-länsimaisuuteen.

Voitte arvioida itsellenne tuttuja elokuvia esimerkiksi seuraavien kysymysten avulla:

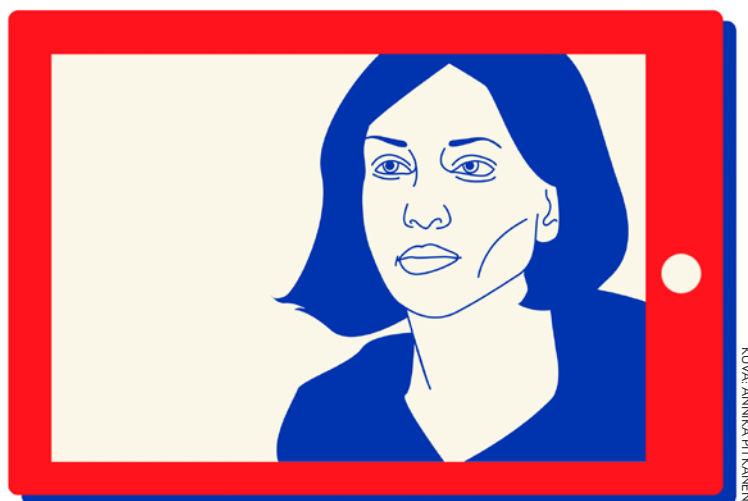
- Miten kulttuurien kohtaamisia on eri elokuvissa kuvattu?
- Oletteko nähneet enemmän ongelmallisia kohtaamisia kuin positiivisella tavalla esitettyjä kohtaamisia?
- Millaisia henkilöitä kohtaamisissa on esiintynyt?
- Onko esim. tietyn kulttuurin edustajat esitetty ”toisina”?
- Millaisin keinoin ”toiseuttaminen” tapahtuu?
- Mitkä kulttuurit ja millaiset kulttuuripiirteet on esitetty **normina**?

Inforuutu: Normit ovat oletuksia siitä, millaisia ihmisten pitäisi olla. Toiseuttaminen tarkoittaa sitä, kun ihminen kokee, ettei kuulu joukkoon tai tuntee itsensä ulossuljetuksi sen perusteella, että hän ei kuulu johonkin normiin. Normit liittyvät esimerkiksi ihmisen sukupuoleen, seksuaaliseen suuntautumiseen, alkuperään, uskontoon tai toimintakykyyn. Normin mukainen ihminen esimerkiksi sanomalehdessä voisi olla valkoihoisen, heteroseksuaali, mies.

TEHTÄVÄ 5.5 MITEN PUHUTAAN "MEISTÄ" JA "MUISTA"?

Lukekaa juttu *Myötäelämistä ja analyysia* (sivu 60), joka kertoo Iram Haqin elokuvasta *Mitä meistä puhutaan*. Jutussa puhutaan naisten kohtaamasta rakenteellisesta väkivallasta. Selvittäkää mitä kyseisellä käsitteellä tarkoitetaan. Pohtikaa esimerkkejä eri puolilla maailmaa ja erilaisissa elämäntilanteissa elävien naisten kohtaamasta rakenteellisesta väkivallasta.

(Lisää harjoituksia löytyy *Läntisen tuolla puolen* -sivustolta esimerkiksi osioista ”Länsi ja viihde”.)



6. TEEMA: TUBETUS

Esimerkiksi Voima-lehden artikkelit *Media hyvän palveluksessa* (sivu 18), *Elokuvan uusi aalto* (sivu 24) ja *Ratikkaprinsessa* (sivu 50) kertovat esimerkkejä siitä, miten uudet välineet antava mahdollisuuksia luoda itse oma mediansa.

TEHTÄVÄ 6.1. MYKKÄVLOGI

Tubettajat kertovat usein paljon, mutta mitä he näyttävät? Mil-laista elokuvaa tubevideo on? Tutkikaa, mitä liikkuvalla kuvalla voi kertoa videoblogissa. Avaa suosittu tubettajan video, jota et ole aiemmin nähnyt. Tehtävään sopii parhaiten vloggaus, josta ei otsikon perusteella tiedä, mitä aiheita se käsittelee. Katso se ilman ääniä. Tarkkaile, mitä videon kuva kertoo sinulle.

- Mitä aiheita vloggaus käsittelee – kuvan perusteella? Mistä puhutaan?
- Mitä videossa tapahtuu? Voitte yhdessä ryhmän kanssa selostaa ääneen jokaisen pienimmänkin tapahtuman, joka kuvassa ilmenee.
- Millaisessa miljöössä vloggaus on kuvattu? Mitä tietoa saamme henkilöstä ympäristön perusteella?
- Mitä ilmeet ja eleet kertovat? Mitä eri tunteita kuvassa näkyvillä henkilöillä on? Voitte yrittää selostaa reaaliajassa, mitä henkilön mielessä liikkuu ja miltä hänestä tuntuu.

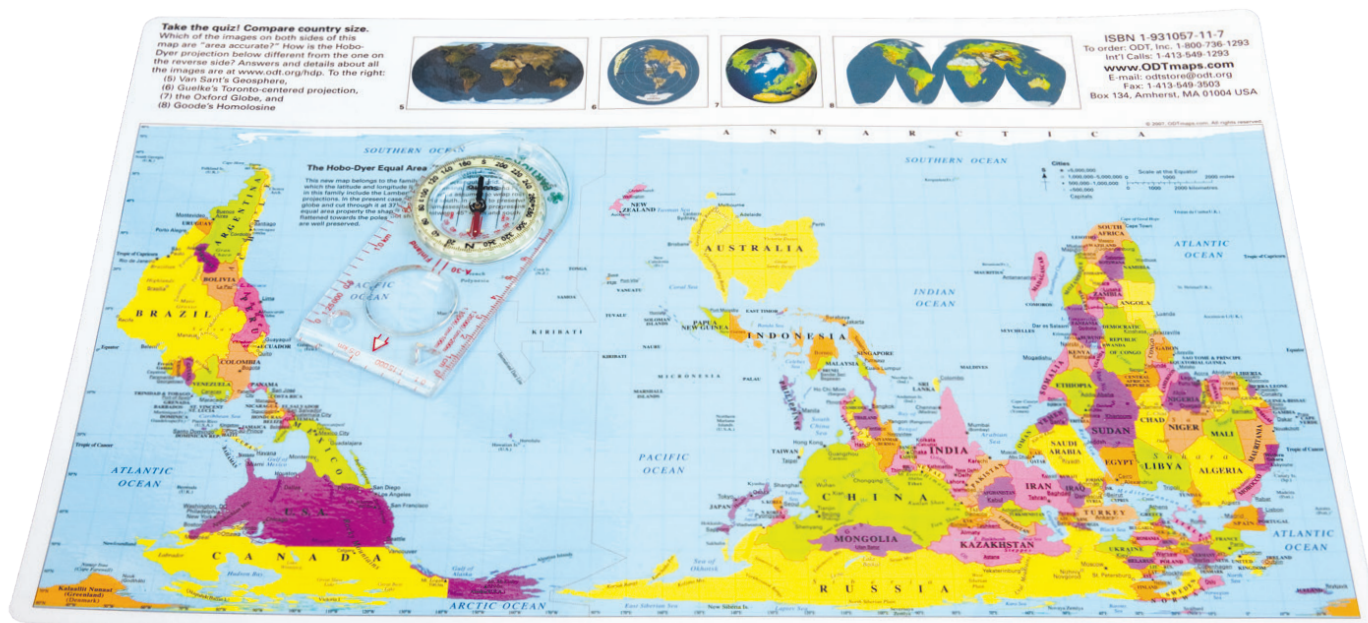
TEHTÄVÄ 6.2. KUVAA MYKKÄVLOGI

Valitse ajankohtainen aihe omasta elämästäsi. Kuvaa siitä minuutin mittainen vloggaus, jossa et puhu ollenkaan. Yritä välittää ajatuksesi ja kokemuksesi kuvan avulla mahdollisimman hyvin, ilman puhetta ja tekstiä. Voit kuvata itseäsi tai ympäristöäsi.

Näytä video luokkatoverille. Hänen tehtävänään on tulkita kuvan perusteella, mitä videosi käsittelee ja viestii. Katsoja tuntee onnistuvansa, kun hän ymmärtää sinua mahdollisimman hyvin!

TEHTÄVÄ 6.3. MAINOSTUBE

Valitse sellainen tubetusesimerkki, missä näkyy tuote-merkkejä. Merkitse tubettajan videossa mainitut tai esillä olevat merkit ja brändit. Oliko videossa tai infoboksissa merkintää tai kertoiko tubettaja videossa maksetusta sisäl-löstä, sponsoroinnista tai siitä, mitkä tuotteista tubettaja on saanut, mitkä ehkä itse ostanut? Mikä on videon tärkein viesti? Kuka/ketkä hyötyvät videon julkisuudesta?



KUVA: ARI TURUNEN: MAAILMAN KUVAT - ELI MITÄ KARTAT KERTOVAT MEISTÄ JA MUISTA. INTO KUSTANNUS 2013

7. TEEMA: KARTAT JA MAAILMANKUVAT

Mediassa tapahtumaympäristöjä kuvataan usein kartoilla. Harvoin tulee ajatelleeksi, että kartta on valikoitu kuva maailmasta. Mehän asumme pallolla. Yleensä kartan tekijä kuvaa maailmaa painottaen omaa näkökulmaansa. Voiman aukeamalla (36–37) esitellään erilaisia kartoja. Lähde tutkimaan, millaista maailmankuvaa ne välittävät.

TEHTÄVÄ 7.1. PIIRRÄ MAAILMA

Piirtäkää pienryhmissä muutamassa minuutissa maailmankartta. Analysoikaa tuotoksenne.

- Mistä kohdasta aloitte piirtämisen?
- Mitä on piirroksessanne keskellä/laitamilla?
- Mitkä alueet oli helpoin/vaikein piirtää?
- Vastaavatko kokosuhteet todellisuutta?

TEHTÄVÄ 7.2. KARTTA JA SOSIAALINEN OIKEUDENMUKAISUUS.

- Katselkaa Youtubesta West Wing -sarjan ote, jossa käsitellään mm. Mercatorin ja Petersin projektioiden välittämiä maailmankuvia. <https://www.youtube.com/watch?v=vVX-PrBRtTY>
- Googlaa: 40 maps that will help you make sense of the world. Tutustukaa karttojen välittämään maailmankuvaan. Mitkä kartat saivat sinut oivaltamaan jotain uutta? Mitä esimerkiksi kartta nro 12 kertoo?
- Tutustu www.thetruesize.com sivustoon ja yllätä itsesi vertailemalla itsellesi vähemmän tuttujen valtioiden ja alueiden kokoa tutumpiin.

8. TEEMA: KULTTUURI MEDIASSA

Eri medioissa käsitellään eri tavalla taidetta ja kulttuuria. Voimassa lehden loppupuoli keskittyy kulttuuriin ja arvioihin. Tässä numerossa esillä ovat ainakin mediataide, animaatiot, kuvataide, musiikki, kirjallisuus, teatteri, tanssi, elokuvat ja televisiosarjat. Taiteenlajit ovat usein itsessään medioita, jotka tavoittavat eri tavoin vastaanottajia. Joissain taiteenlajeissa yleisön kokemus ja välitön palaute muokkaavat esitystä.

Voiman artikkelissa *Teatterikin on media* (sivu 52) käsitellään teatterin ja televisiosarjan eroa. Jutussa *Ratikkaprinsessa* (sivu 50) kerrotaan nuoresta muusikosta, joka on luonut uraa internetiin tekemillään videoilla. Toisaalta artikkelit *Mediataide lyö säröjä median pintaan* (sivu 42), *Seksikkäät asekauppiaat* (sivu 46) ja *Ei pelkkiä satuja* (sivu 48) kertovat siitä, miten mediataide, kuvataide, animaatiot tai sarjakuva toimivat yhteiskunnallisen kommentoinnin välineinä.

TEHTÄVÄ 8.1. MIKÄ ON KRIITIKKI?

Luekaa peliarvio *Isäkausi* (sivu 41) ja elokuva-arviot (sivut 60 ja 62). Analysoikaa kirjoitukset seuraavien asioiden valossa.

Millainen on kirjoitusten rakenne? Mitä kerrotaan pelin/elokuvien tekijöistä? Mitä kerrotaan pelin/elokuvien juonesta? Mitä kerrotaan pelin/elokuvien henkilöhahmoista? Mitkä asiat kirjoituksissa kertovat kirjoittajan mielipiteestä? Arvioikaa kuinka paljon arvionnin kirjoittajalla voi olla vaikutusta pelien/elokuvien menestymiseen. Vaikuttaako arvion lukeminen omiin mielipiteisiinne?

TEHTÄVÄ 8.2. RYHDY KRIITIKOKSI

Kirjoitakaa oma peli-, elokuva-, tv-sarja, tai kirja-arvio. Huomioikaa, että kirjoitukseenne tulee mukaan edellisessä kohdassa mainitut elementit.

TEHTÄVÄ 8.3 TAITEENLAJIT

Miettikää joku asia, josta haluaisitte kertoa muille. Miettikää minkälainen taideteos voisi välittää sen parhaiten. Voitte tehdä asiasta rap-kappaleen, sarjakuvan, runon, maalauksen, katutaidetta, esitystaideteoksen, videon tai mitä keksittekään. Työn ei tarvitse olla kantaaottava. Esitettävä ajatus voi olla mitä tahansa. Sen kuvaamisen tavan voi valita mahdollisimman luovasti.



KUVA: VOIMA 10/2006