



NUORET, MEDIA JA TERVEYS MEDIAN ANALYYSI -TEHTÄVÄ

Ohje opettajalle

Tavoite:

Tunnistaa mediassa vaikuttamisen keinoja, kaupallisuutta sekä terveystietien taustoja.

Toteutus:

1. Esimerkin valinta

- Valitse oppitunnille esimerkki somesta. Se voi olla kuva, video, mainos tai vaikuttajasisältö. Voit myös käyttää oheisia valmiita esimerkkejä.
- Voit myös antaa opiskelijoiden valita esimerkin itse (ohjeista sopivuus ja asiallisuus).

2. Työskentelytapa

- Analyysia voidaan tehdä koko luokan yhteisenä keskusteluna tai pienryhmissä tai pareittain. Työskentelylle kannattaa antaa riittävästi aikaa.
- Toteutus voi olla tunnin alussa aiheeseen herättelijänä tai tunnin lopussa oppimisen syventäjänä/soveltajana.

3. Analyysikysymykset

Ohjaa opiskelijoita pohtimaan seuraavia kysymyksiä:

- Mitä tässä halutaan saada sinut ajattelemaan tai tekemään?
- Onko tämä mainos tai piilovaikuttamista? Perustele.
- Millainen elämäntapa esitetään tässä "normaalina"? Perustele.
- Onko mukana lähteitä, ovatko ne luotettavia? Miksi?
- Mikä on väitteen tarkoitus – onko se informatiivinen vai tarkoituksellisesti provosoiva? Mitä julkaisussa jätetään kertomatta?
- Kuka hyötyy tästä sisällöstä?

VINKKEJÄ:

Valitse esimerkkejä, jotka ovat opiskelijoille ajankohtaisia ja samaistuttavia. Tehtävä toimii hyvin johdantona medialukutaidon, terveydenlukutaidon ja/tai terveystietien teemaan.



NUORET, MEDIA JA TERVEYS MEDIAN ANALYYSI -TEHTÄVÄ

ESIMERKKIANALYYSIA, VASTAUKSIA

1 Fressiksen Ruma totuus esiin -postaus

Miten väite on esitetty? Onko se yleistetty tai liioiteltu?

Väite on muotoiltu vahvasti ("ruma totuus"), mikä on tunteisiin vetoava tehokeino.

Ei varsinaista liioittelua, jos sisältö perustuu esitettyihin faktoihin.

Onko mukana lähteitä, ovatko ne luotettavia? Miksi?

Kyllä, viittauksia WHO:hon ja asiantuntijatietoon.

WHO on luotettava kansainvälinen terveysorganisaatio, ja Fressis tunnettu terveysviestijä → lähteet ovat uskottavia.

Mikä on väitteen tarkoitus – informatiivinen vai provosoiva?

Molempia: otsikko provosoi ja herättää huomion, sisältö välittää tietoa.

Tavoitteena lisätä kriittistä ajattelua ja tietoisuutta nikotiinituotteista.

Onko taustalla kaupallinen tai ideologinen motiivi?

Ei kaupallinen. Ideologinen: terveyden edistäminen ja nuorten suojeleminen eli yhteiskunnallisesti perusteltu tavoite.

2 Hyvinvointivaikuttajan Aivosumua?... -postaus

Miten väite on esitetty? Onko se yleistetty tai liioiteltu?

"Aivosumu" on epämääräinen ja ei-lääketieteellinen termi, jota käytetään yleisesti somessa.

Väite antaa ymmärtää, että ongelmaan on nopea ratkaisu, mikä voi olla liioittelua.

Onko mukana lähteitä, ovatko ne luotettavia? Miksi?

Usein tällaisissa postauksissa ei ole lähteitä tai ne viittaavat epämääräisesti "asiantuntijoihin" tai "tutkimuksiin".

Jos lähteet puuttuvat tai ovat kaupallisia, niiden luotettavuus on kyseenalainen.

Mikä on väitteen tarkoitus – informatiivinen vai provosoiva?

Tarkoitus on houkutella lukijaa klikkaamaan ja toimimaan. Otsikko on provosoiva ja koukuttava, ei neutraali. Sisältö voi olla informatiivinen, mutta ensisijainen tavoite on sitouttaa ja myydä.

Onko taustalla kaupallinen tai ideologinen motiivi?

Kyllä – lopussa oleva CTA (call to action) ja tuote-esittely viittaavat kaupalliseen motiiviin. Vaikuttaja voi saada tuloja mainostamisestaan tuotteista.

3 Veripalvelun Luovuta verta, pelasta ihmishenkiä -postaus

Miten väite on esitetty? Onko se yleistetty tai liioiteltu?

Ei ole liioiteltu – "pelasta ihmishenkiä" on vahva ilmaus, mutta verenluovutuksen kontekstissa perusteltu ja totta.

Viesti on selkeä ja vaikuttava mutta ei harhaanjohtava.

Onko mukana lähteitä, ovatko ne luotettavia? Miksi?

Kyllä, viittaus Veripalveluun on luotettava ja virallinen lähde. Sisältö perustuu faktoihin ja ohjaa lukijan tarkistamaan tietonsa itse.

Mikä on väitteen tarkoitus – informatiivinen vai provosoiva?

Informatiivinen ja aktivoiva. Slogan on tunnepohjainen, mutta julkaisu tähtää tiedon jakamiseen ja toimintaan kannustamiseen.

Onko taustalla kaupallinen tai ideologinen motiivi?

Ei kaupallinen. Yhteiskunnallinen ja eettinen motiivi – edistää terveyttä ja yhteistä hyvää. Tavoitteena on lisätä verenluovutusta, ei myydä mitään.



SOME-POSTAUKSET MEDIAN ANALYYSIIN

1.



fressisedu and nikotiinitorheilu

fressisedu Maailman tupakaton päivä 31.5. paljastaa tupakka- ja nikotiiniteollisuuden toimintatapoja.

Tupakkateollisuus ja nikotiinifirmat perustelevat uusia nikotiinituotteita, kuten vapea, tupakoinnin lopettamisen välineenä. He kieltävät markkinoivansa tuotteita lapsille ja nuorille. Tosiasiassa, he tekevät paljon, saadakseen yhä nuorempia koukkuun nikotiinituotteisiin.

WHO:n mukaan tupakka- ja nikotiiniteollisuuden keinoja ovat esimerkiksi:

- Houkutteleva markkinointi muotoilulla, väreillä ja mauilla, joilla pyritään vetoamaan nuoriin – myös digitaalisissa kanavissa.
- Harhaanjohtava ja lapsiin vetoava ulkoasu: tuotteet voivat muistuttaa esimerkiksi karkkeja tai jopa piirroshahmoja – asioita, jotka vetoavat lapsiin.

Liked by suomenash and 4 others
May 31

Add a comment... Post

2.



susannajuntunen_ Turku, Finland

susannajuntunen_ Aivot ansaitsevat huolenpitoa yhtä paljon kuin kehokin *mainos @healthwell.fi

Tässä 3 helppoa tapaa pitää mieli virkeänä tänään:

- Käy 15 minuutin kävelyllä luonnossa – jo lyhytkin hetki vihreässä laskee stressiä ja selkeyttää ajatuksia.
- Kokeile hengitysharjoitusta 3x3x3 – sisään 3s, pidä 3s, ulos 3s.
- Tue aivojen toimintaa ravinnolla – esimerkiksi Magtein on magnesiumin muoto, joka kulkeutuu suoraan aivoihin tukien muistia, oppimista ja keskittymistä.

Healthwell-kampanja: Kun ostat 50€:lla, saat -20 % alennusta kaikista Healthwellin tuotteista!
Pienet teot = suuret vaikutukset
Mikä näistä kolmesta on sinulle helpoin ottaa käyttöön tänään?
#hyvinvointi #aivoterveys #pieniteot #luonnossaliikkuminen

3.



tiedenaiset and jemiina.kemppainen

tiedenaiset Luovuta ja auta

Verenluovuttajia tarvitaan jatkuvasti, jotta verivalmisteiden tasainen riittävyys on taattu terveydenhuollossa. Mutta mitä verenluovutus käytännössä tarkoittaa ja mihin kaikkeen verta ylipäätään käytetään?

- Verta otetaan kyynärtaipeen laskimosta noin 0,5 litraa ja veripussi täyttyy 5-10 minuutissa.
- Luovutuksen yhteydessä otetaan verinäytteitä, joista tehdään veriryhmämääritys ja virustutkimukset.
- Luovutuksessa menetetty veri korvautuu muutamassa tunnissa, punasolujen ja raudan määrä ovat ennallaan muutamassa kuukaudessa.

Oman kelpoisuutensa luovuttajaksi voi testata Veripalvelun verkkosivuilla. Eikä hätää, jos et tiedä veriryhmääsi. Luovuttamalla se selvää!