

# Media ja kasvatus

Tutkimus yhdeksäsluokkalaisten medialukutaidosta ja median  
käyttötavoista

Alagoda Ari & Nygård Sakari  
Pro gradu –tutkielma  
Kasvatustiede  
Opettajankoulutuslaitoksen Rauman yksikkö  
Turun yliopisto  
Tammikuu 2018

*Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck-järjestelmällä.*

TURUN YLIOPISTO

Opettajankoulutuslaitos/Kasvatustieteiden tiedekunta

ALAGODA, ARI & NYGÅRD, SAKARI:

Media ja kasvatus: tutkimus yhdeksäsluokkalaisten medialukutaidosta ja median käyttötavoista

Pro Gradu –tutkielma, 45 s., 4 liitettä

Kasvatustiede

Tammikuu 2018

---

Tässä tutkimuksessa tarkastelimme yhdeksäsluokkalaisten medialukutaidon tasoa ja sitä, miten nuoret mediaa käyttävät. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, vastaako yhdeksännen luokan oppilaiden medialukutaidon taso perusopetuksen opetussuunnitelman perusteiden asettamia vaatimuksia. Tutkimuksen avulla haluttiin saada selville, minkälaisia sosiaalisen median sovelluksia nuoret käyttävät ja minkälaista sisältöä he itse sosiaaliseen mediaan julkaisevat.

Kvantitatiivisen tutkimuksen kohteena oli 36 yhdeksännen luokan oppilasta. Poikia kyselyyn vastanneista oppilaista oli 17 ja tyttöjä 19. Heidän medialukutaitonsa tasoa pyrittiin saamaan selville esittämällä heille kysymyksiä tiedon saavuttamiseen, arviointiin ja analysointiin sekä oman sisällön julkaisemiseen liittyen.

Tutkimuksen mukaan vastaajat seuraavat uutisia ja etsivät tietoa monenlaisista lähteistä. Heistä suurin osa lukee uutisia viikoittain monesta erilaisesta mediasta. Opetussuunnitelmassa asetettu tavoite tiedon saavuttamisesta toteutuu. Sosiaalisessa mediassa nuorten havaittiin olevan hyvin aktiivisia ja melkein kaikkien julkaiseen myös omaa sisältöä muiden tarkasteltavaksi, joten opetussuunnitelman tavoite oman sisällön julkaisemisesta toteutuu. Tiedon arvioinnin ja analysoinnin taito ei ole noin kolmasosalla vastaajista opetussuunnitelman asettamalla tasolla. Kyseisillä vastaajilla oli vaikeuksia uutisten analysoinnissa ja arvioinnissa.

---

Asiasanat: mediakasvatus, mediakriittisyys, medialukutaito, sosiaalinen media, opetussuunnitelma

## Sisällys

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 1.     | Johdanto .....                                     | 2  |
| 2.     | Mediakasvatus.....                                 | 3  |
| 2.1.   | Mediakriittisyys .....                             | 6  |
| 2.2.   | Medialukutaito .....                               | 7  |
| 3.     | Media.....   | 10 |
| 3.1.   | Määritelmä.....                                    | 10 |
| 3.2.   | Sosiaalinen media.....                             | 11 |
| 3.3.   | Nuoret sosiaalisessa mediassa .....                | 12 |
| 3.4.   | Uutinen .....                                      | 13 |
| 4.     | Mediakasvatus opetussuunnitelman perusteissa ..... | 16 |
| 4.1.   | Opetussuunnitelman perusteet 2004.....             | 16 |
| 4.2.   | Opetussuunnitelman perusteet 2014.....             | 17 |
| 5.     | Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset.....  | 19 |
| 5.1.   | Tavoitteet.....                                    | 19 |
| 5.2.   | Tutkimuskysymykset.....                            | 20 |
| 6.     | Menetelmät.....                                    | 21 |
| 6.1.   | Aineiston keräys ja tutkittavat.....               | 21 |
| 6.2.   | Kysely.....  | 21 |
| 6.3.   | Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus .....        | 23 |
| 6.3.1. | Eettisyys .....                                    | 24 |
| 6.3.2. | Luotettavuus .....                                 | 24 |
| 7.     | Tutkimuksen tulokset .....                         | 26 |
| 7.1.   | Tiedon saavuttaminen.....                          | 26 |
| 7.2.   | Tiedon analysointi ja arviointi.....               | 28 |
| 7.3.   | Oman sisällön julkaiseminen.....                   | 34 |
| 8.     | Pohdinta .....                                     | 36 |
|        | Lähteet.....                                       | 42 |
|        | Liitteet   |    |

## 1. Johdanto

Sosiaalinen media on kasvattanut rooliaan 2010-luvulla huimaa vauhtia, eikä sen merkitystä tiedon jakajana ja ihmisten kohtaamispaikkana voida olla huomioimatta. Tietoa on helppo jakaa ja sitä on helppo löytää, mutta sosiaalisen median voi valjastaa myös viihteelliseen käyttöön (Ihanainen, Kalli & Kiviniemi 2011). Helsingin Sanomien artikkelissa (17.11.2017) Tampereen yliopiston sosiaalipsykologian apulaisprofessori Atte Oksanen kertoo, että sosiaalisen median kulttuuri on muuttunut negatiivisempaan suuntaan. Oksasen mukaan 2010-luvulla internetissä esiintyneitä vihapuheita on puitu käräjillä asti. Vihapuheen lisääntyminen ja median uudet käyttäytymissäännöt saivat meidät kiinnostumaan peruskouluikäisten medialukutaidon tasosta.

Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteissa (POPS 2014) on huomioitu median moninaisuus ja medialukutaidon lisääntynyt tarve. Opetussuunnitelmassa määritellään, että koulussa tulee opettaa lapsille ja nuorille monilukutaitoa, joka pitää sisällään mediakasvatusta ja tähtää siihen, että nuoresta tulee eettisesti ja itsenäisesti toimiva taitava median käyttäjä. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, kuinka hyvin nuoret mediassa pärjäävät. Osaako 9. luokkalainen erottaa faktan, fiktion ja esimerkiksi mainoksen eron? Osaavatko he itse käyttää mediaa eettisesti? Näiden tietojen selvittämisen lisäksi tarkoituksenamme on järjestää tutkimukseen osallistuville nuorille mediakasvatusoppitunti, jotta kysely ei olisi vain irrallinen tutkimusaineiston hankinta vaan kokonaisuus, joka herättelee nuoria keskustelemaan medialukutaidosta.

Tutkimusaihe on tärkeä myös siksi, että opettajan ammattiin siirryttäessä on helpompi alkaa reagoimaan median alati kehittyvän ja moninaistuvan kentän vaikutukseen oppilaissa. Opettajan on oltava tietoinen siitä, miten nuoret asioita oppivat ja missä vuorovaikutus tapahtuu. Äärimmäisen tärkeää on se, että kasvattaa sellaisia nuoria, jotka ymmärtävät median mahdollisuudet ja käyttävät niitä tuodakseen hyvää ympärilleen.

## 2. Mediakasvatus

Mediakasvatuksen avulla pyritään luomaan kriittisesti tekstejä tulkitsevia yksilöitä, jotka osaavat erottaa toisistaan validin journalistisen aineiston ja mainosten eron. Tähän kuuluu myös median taustarakenteiden tunteminen, joka edistää kuluttajatietoisuutta. Mediakasvatuksen tulos on faktan ja fiktion erottaminen toisistaan, jolloin kasvatettava pystyy vähentämään stereotypioita, kehittämään sosiaalisia taitojaan ja harjoittamaan itsekontrollia. Samalla kasvatettava osallistuu aktiivisesti median tuottamiseen ja viestintään ja kehittää ilmaisutaitojaan. (Mustonen 2002, 59.) Sintosen (2012, 64-67) mukaan 2010-luvulla mediakasvatus muotoutuu osin sosiaalisen median ja digitaalisen kulttuurin opettelemisesta ja omaehtoisen lukutaidon kehittämisestä. Oppijan vastuuntuntoa ja omaa pedagogista ajattelua pyritään kehittämään uudella osallisuuden kulttuurilla.

Vastuuntunto ja moraalitieteellinen mediakasvatuksessa ei rajoitu pelkästään oikean ja väärän tunnistamiseen ja tulkitsemiseen, vaan oppilaan on otettava huomioon lukuisia seikkoja. Oppilaan on opittava tuottamaan itsenäisesti omia sisältöjä erilaisia laitteita käyttäen. Tämä liittyy vahvasti omaehtoiseen medialukutaitoon ja edellyttää oppilaalta pedagogista ajattelua. Oppimisympäristöt voivat olla nykyään huomattavasti moninaisemmat, sillä enää ei olla sidoksissa koulurakennukseen luokkineen, vaan opetusta ja oppimista voidaan toteuttaa esimerkiksi sosiaalisen median palveluissa. Tällainen mobiiliopiskelu rikastuttaa oppiympäristöjä, mutta vaatii mediakasvatusta tuekseen, jotta oppilas ymmärtäisi oman digitaalisen jalanjälkensä ja vaikutuksensa ympäröivään yhteiskuntaan. (Sintonen 2012, 66.)

Mediakasvatusta ei tarvita ainoastaan koulun takia. Lapsi elää ympäristössä, jossa media on jatkuvasti läsnä. Sanomalehdet, radio, TV, äänikirjat, oppikirjat, verkkoympäristöt, kännykät sovelluksineen ja monet muut median eri osa-alueet ovat jatkuvasti osa elämää. (Kylmänen 2010, 8.) Mediakasvatus on oppiaine- ja oppiympäristöjen rajoja ylittävä asia, joka luo oppimisen siltoja ympärillä olevaan maailmaan ja jonka avulla voidaan tutkia elämäntapaa, ilmiöitä ja toimintaympäristöjä sekä hahmottaa tulevaisuutta. Mediakasvatus voidaan määritellä kasvatukseksi sekä perinteisen analogisen että digitaalisen median parissa. Sen tavoitteena pidetään medialukutaidon ja medialukutaitoisten kulttuuristen toimijoiden kehittämistä.

(Kupiainen & Sintonen 2009, 10.) Kasvatettavan toivotaan kehittävän itselleen tietynlaista mediatajua, jonka tukemisessa kasvattajan rooli on tärkeä (Kotilainen 1999, 31). Kasvattajien, tässä tilanteessa koulun ja opetushenkilökunnan, tulisi opastaa nuorta tulkitsemaan erilaisia median viestejä televisiosta, elokuvista, musiikista, videopeleistä, wiki-tietokannoista, blogeista ja sosiaalisen median sovelluksista. (Gainer 2010, 365.)

Internetin ja sen eri sivustojen ja sovellusten kehityksen myötä ihmiskunta on saavuttanut sellaisen tilanteen, jossa yksi ihminen pystyy lataamaan esille vaikkapa videon, jota pystytään seuraamaan missä päin maailmaa tahansa lukuisilla erilaisilla laitteilla. Tällaisia ilmiöitä, joita esimerkiksi Youtube-videopalvelu tuottaa, voidaan katsoa miljoonia kertoja lyhyenkin ajan sisällä. Michael Wesch (2013, 30-31) käyttää esimerkkinä ilmiötä Youtuben alkuajoilta, jossa oli ideana ladata itsestään video tanssimassa tietyn tyyppistä tanssia. Tähän ilmiöön osallistuivat ihmiset ympäri maailmaa ja antropologian näkökulmasta se olikin merkittävä tapaus. Tässä kohtaa ei puhuta pelkästään laitteiston tai sovellusten kehittymisestä, vaan sosiaalisesta murroksesta. Koskaan ennen eivät ihmiset ole voineet jakaa sisältöä niin laajasti kuin nykyään.

Lisäksi teknologian kehityksen myötä oman sisällön jakamisen kanavat lisääntyvät koko ajan. Niin kutsutut "digi-natiivit", eli nuoret jotka kasvavat median sovellusten parissa, osaavat käyttää esimerkiksi sosiaalisen median sovelluksia ja niihin vaadittavia laitteita monipuolisesti, mutta niiden potentiaalia ei ymmärretä kokonaan. Tutkimukset ovat osoittaneet, että nykynuori osaa viihdyttää itseään verkossa, mutta esimerkiksi tiedonhaku ja muut perustaidot ovat nuorilla hyvinkin hakusessa. Nämä metakognitiiviset (eli oman toiminnan, tiedon alkuperän ja luotettavuuden arvioinnin sekä oman oppimisen arvioinnin) taidot voivat olla nuorilla hyvin heikkoja ja niitä on myös vaikeampi opettaa (Matikainen 2008, 131). Mediakasvatuksen tehtävänä olisikin opettaa nuoria informatiivisesta median käytöstä ennemminkin osallistavan median käyttöön, joka avaisi näitä uusia oppimisympäristöjä paremmin. Pelkät perustaidot mediasta eivät riitä, vaan olisi opetettava taitoa tutkia, kyseenalaistaa, ja luoda uutta jatkuvasti muuttuvaan (suurelta osin digitaaliseen) ympäristöön. (Wesch 2013, 30-31.)

Koulun tehtävänä on tuoda median ja osallisuuden kulttuuria myös koulutyöhön, sillä mediakasvatus on kuulunut eri opetussuunnitelmien aihekokonaisuuksiin jo 1970-luvulta lähtien, tosin useilla eri nimillä, kuten joukkotiedotusoppi ja viestintäkasvatus.

Se on ollut osa aihekokonaisuuksia, joiden tarkoituksena on ollut läpäistä eri oppiaineiden rajoja. Mediakasvatus on ollut osittain siksi hankalaa, että viestinnän kenttä on jatkuvan muutoksen alainen, eivätkä koulun resurssit välttämättä riitä aina perässä pysymiseen. Aihekokonaisuudet ovat joutuneet opettajakunnan keskuudessa huonoon valoon, sillä ne on nähty opetussuunnitelman sellaisena osana, joka ei kuitenkaan koskaan ole toteutunut. Median käyttöä opetuksessa pitääkin toteuttaa aina kasvatuksen - ei median tai mediateknologian - ehdoin. Median käytön tulee olla osa isompaa ymmärryksen ja taitojen kartuttamista, eikä pelkästään laitteen tai työtavan opettelua. (Merilampi 2014, 119-120.)

Kuten Merilampi (2014, 127-129) toteaa, ei mediakasvatus saa olla välinepainotteista tai tekniikkakeskeistä. Varsinkin opetuksessa on muistettava, että mediataitojen harjoittaminen ei saa olla pelkkää "nippelitiedon" opettamista välineen tai tekniikan avulla, vaan siinä on keskityttävä funktionaalisiin ja sisällöllisiin kysymyksiin. Nuorten on ymmärrettävä mediakasvatuksen avulla, että viestillä on aina vastaanottaja. Nuorten omia mediamieltymyksiä tulee tukea, mutta varsinkin ammattikasvattajan tulee keskittyä näyttämään heille median laajaa kenttää monipuolisesti. Samalla voidaan oppia se, että mediakasvatus on kommunikatiivista, keskustelevaa ja omiin pohdintoihin aktivoivaa mediankäyttöä. Median avulla voidaan antaa nuorille työkaluja todellisuuden mielekkääseen jäsentämiseen ja terveen ihmis- ja maailmankuvan luomiseen.

Media itsessään voidaan nähdä myös yhtenä kasvattajana - koulun ja perheen ohella. Koulun ja kodin roolin murtuessa media ottaa helposti kasvattajan roolin, mutta se ei silti tunne kovinkaan suurta kasvattajan vastuuta. Nuori pystyy toimimaan median parissa helposti ja omatoimisesti, mutta vastuu sisällön tulkinnasta on aina lukijalla tai katsojalla. Esimerkkinä voidaan käyttää sensaatiolehdistön lööppejä julkisilla paikoilla: miten nuori tulkitsee mahdollisesti pelottavat, ahdistavat tai seksuaalista materiaalia sisältävät uutismainokset esimerkiksi internetissä tai kauppojen kassojen lähellä? Tai millaisena verkkokeskustelu näyttäytyy nuoren silmissä? Näihin tulkintoihin voidaan antaa apuja oikeanlaisella mediakasvatuksella: lukutaidon, kirjoitustaidon, verkkokeskustelun ja kansalaisaktiivisuuden harjoittelulla. (Matikainen 2008, 132-135.) Koulut ovat paikkoja, joissa oppilaat muuttuvat osaksi yhteiskuntaa. Kriittiseen median tulkitsemiseen rohkaiseva oppimisympäristö auttaa oppilaita analysoimaan ja kritisoimaan vallitsevaa keskustelua. Oppilaille annetaan työkaluja omien mediatekstien luomiseen ja siihen, että he saavat äänensä kuuluviin. (Gainer 2010, 372.)

## 2.1. Mediakriittisyys

Mediakasvatuksesta puhuttaessa tärkeään keskiöön nousee median ja sen sisältöjen tulkitseminen kriittisesti. Nykypäivän triviatietaa ihannoiva kulttuuri on ristiriidassa kriittisyyden ja kyseenalaistavan asenteen kanssa. Kriittisyydellä tarkoitetaan kuitenkin sitä, että kyseenalaistamiseen tuodaan mukaan yhteiskunnallisuus, johon kasvatus ja opetus kuuluvat. Koulu ei ole irrallinen palanen vaan osa yhteiskuntaa: opetuksella ja kasvattamisella osallistutaan yhteiskuntajärjestyksen rakentamiseen. Kriittisyydellä pyritään lisäämään yhteiskunnallista tasa-arvoa, demokratiaa ja solidaarisuutta, sillä kriittinen kasvatus pyrkii tekemään näkyväksi yhteiskunnan käytäntöjä, jotka edistävät tai ylläpitävät eriarvoisuutta ja epäoikeudenmukaisuutta. (Herkman 2007, 34-35.) Kriittisen medialukutaidon opettaminen asettaa oppilaat ja opiskelijat analysoimaan median, yleisön, informaation ja vallankäyttäjien välisiä suhteita sekä luo edellytyksen sille, että oppilas osaa itse luoda mediaan sisältöä ja haastaa vallitsevaa keskustelua (Gainer 2010, 364). Koulussa oppilaita voidaan kannustaa luomaan sisältöä mediaan esimerkiksi tekemällä koulun sanomalehteä tai suunnittelemalla video-pelejä. (Hobbs 2004, 49.)

Kriittisyys ymmärretään helposti negatiivisuudeksi tai arvostelemiseksi, vaikka kenenkään mielipiteen arvosteleminen ei kriittisyydessä ole itseisarvo. Kriittisyys on uteliaisuutta, joka näkyy kiinnostuksena maailmasta, ihmisistä ja ympäristöstä. Ihmisen ei pidä ottaa vastaan tietoa annettuna, vaan vallitsevia tietoja ja uskomuksia tulee arvioida. Tällaiseen kyseenalaistamiseen kuuluu myös arkitiedon lähtökohtien tiedostaminen ja ennakkoluulojen hylkääminen. Median tarjotessa lukemattoman määrän lähteitä ja sisältöjä, tulee oppijan olla valmis sukeltamaan pinnan alle tavoittelemaan syvempää tietoa ja ymmärtää ristiriitaisia totuuksia. Kriittisen tulkitsijan on opittava ymmärtämään myös tiedon yhteiskunnallisuus ja se, että toiminta saattaa sisältää taloudellisia tai poliittisia intressejä. Oma toiminta tulisi siis ohjata aina tavoite solidaarisemman tulevaisuuden puolesta. (Herkman 2007, 36.)



## 2.2. Medialukutaito

Medialukutaito-käsitteen määrittelemine on ollut ongelmallista, sillä näkökulmia on yhä tänäkin päivänä paljon. Medialukutaidon vakiintuneen määritelmän alkuperä on niin kutsutussa Aspenin määritelmässä vuodelta 1992. Aspenin määritelmän mukaan medialukutaito on kansalaisen kyky saavuttaa, analysoida, arvioida ja tuottaa informaatiota eri tarkoituksiin. Medialukutaito siis jakautuu Aspenin määritelmän mukaan neljään osaan: saavutettavuus (access), analyysi (analyze), arviointi (evaluate) ja tuottaminen (produce). Aspenin määritelmän keskeiset ajatukset ovat olleet käytössä ensin Yhdysvalloissa ja Kanadassa sekä sen jälkeen myös Euroopan Unionin asiakirjoissa. (Tyner 1998, 118-120).

Hyvää medialukutaitoa yläkouluikäisillä voidaan mitata analysoimisen, arvioinnin ja median sisältöjen luomisen taitoa mittaamalla. Alakouluikäisten oppilaiden medialukutaitoa arvioidaan tarkastelemalla heidän mediankäyttöään ja sitä, kuinka he tunnistavat sisällöstä tekijän, tarkoituksen ja näkökulman. Vahvistamalla oppilaan medialukutaitoa voidaan luoda motivoituneempia ja sivistyneempiä lukijoita, kirjoittajia ja analysoijia. (Hobbs & Frost 2003, 334.) Varhaisessa lapsuudessa medialukutaidon opettamisen vastuu jää vanhemmille. Heidän tulee valikoida mm. televisio-ohjelmat, joita lapselle näytetään ja luoda rajoja median käyttöön. Vanhempien tulisi kehittää perheen sisäistä kommunikaatiota siten, että media nähtäisiin oppimisvälineenä jo varhaisessa vaiheessa. (Hobbs 2004, 45).

Ison-Britannian viestintävirasto (The Office of Communications, Ofcom) määrittää medialukutaidon kyvyksi saavuttaa, ymmärtää ja luoda informaatiota erilaisissa konteksteissa. Pääkategorioita on siis kolme: Saavutettavuus (access), ymmärtäminen (understanding) ja luominen (creation). Ofcomin määritelmä on otettu käyttöön myös EU:n asiakirjoissa. (Livingstone, ym. 2005). Aspenin ja Ofcomin määritelmät ovat hyvin abstrakteja mutta tuovat esiin medialukutaidon tärkeimmät piirteet. Informaation saavutettavuudella tarkoitetaan, että ihmisellä on taidot etsiä tietoa esimerkiksi internetistä. Saavutettavuuden edellytyksenä on se, että ihmisellä on kykyjä käyttää erilaisia medialaitteita. Analyysi, arvioiminen ja ymmärtäminen ovat toisiinsa linkittyneitä käsitteitä. Edellä mainituilla tarkoitetaan kykyjä lukea mediasisältöjä

kriittisesti. Medialukutaitoon kuuluu vahvasti myös mahdollisuudet tuottaa sisältöjä itse. (Kupiainen & Sintonen, 2009).

Paul Messaris (1998) määrittelee medialukutaidon tiedoksi siitä miten joukkoviestintä toimii yhteiskunnassa. Tiedon pitäisi käsittää kaikki median toiminnan osa-alueet. Messaroksen mukaan ihmisellä tulisi olla ymmärrys mediaan vaikuttavista taloudellisista taustatekijöistä ja mediaa luovien organisaatioiden rakenteista. Erityisen tärkeää hänen mukaansa on, että ihmisellä on kyky havaita viestintään liittyvät kielelliset keinot ja median psykologinen sekä sosiaalinen vaikutus. Medialukutaidon opettamiselle on Messaroksen mukaan sekä optimistinen että pessimistinen motiivi, jotka jakavat medialukutaitoon liittyvän opetustoiminnan hyvin vahvasti. Optimistinen motiivi korostaa kognitiivisten kykyjen kehittymistä ja mahdollisuutta luovaan ajatteluun. Pessimistinen motiivi korostaa medialukutaidon myötä tulevaa kykyä suojaautua esimerkiksi valheellista mediaa vastaan. Messaris esittää, että medialukutaidon tulisi sisältää sekä pessimistien kriittisyys mediaa kohtaan, että optimistien aktiivisen tuottamisen taidot. Nämä kaksi medialukutaitoon liittyvää osa-alueita ovat Messaroksen mukaan vallitsevia mediakasvatuksen kentällä.

James W. Potter (2004) kokoaa teoksessaan Media Literacy medialukutaidolle kolme tehtävää: yksilötasoinen kehitys, median toimintamuotojen opettaminen ja aktiivisen toimijuuden synnyttäminen. Potterin mukaan ihmisen tietoisuus itsestään median käyttäjänä kehittyy medialukutaidon myötä. Medialukutaidon lisääntyessä ihmiset kykenevät myös torjumaan mediasta aiheutuvia kielteisiä vaikutuksia. Medialukutaito edistää Potterin mukaan muun muassa yksilön sosiaalista omaatuntoa, itsekunnioitusta, kriittistä ajattelua, asemaa kuluttajana sekä kansalaisena ylipäänsä ja voimaantumista. Voimaantuminen on käsite, joka esiintyy esimerkiksi Jenkinsin (2006) tekstissä medialukutaidosta. Medialukutaidon ajatellaan myös vahvistavan yksilöä. Keskeistä on yksilölähtöinen voimantunne ja toimintakyvyn vahvistuminen sekä henkilökohtaisella että sosiaalisella tasolla. Voimaantunut median käyttäjä on aktiivinen osallistuja, joka käyttää hyväkseen tietojaan ja taitojaan vaikuttamisen keinoista.

Potterin (2001) mukaan medialukutaitoinen yksilö on tietoinen todellisuudesta. Yksilö ymmärtää medialukutaidon myötä, että on olemassa mediatodellisuus joka ei aina kohtaa todellisuutta. Potter (2001) käyttää esimerkkinä median kuvauksia sukupuolesta, seksuaalisuudesta, päihteiden käytöstä ja etnisistä ryhmistä. Näitä mediatodellisuus

usein dramatisoi etenkin fiktiossa. Uutisetkin painottuvat joihinkin aiheisiin, alueisiin tai tapahtumiin. Aasian köyhissä maissa tapahtunut maanjäristys, jossa kuolonuhreja saattaa olla tuhansia herättää median kiinnostusta huomattavasti vähemmän kuin lähialueiden tapahtumat. Medialukutaidoiltaan vahva ihminen tunnistaa omia tarpeitaan median käytön suhteen. Tällainen henkilö pystyy valitsemaan medioita tasapainoisesti omaan tarpeeseensa ja pystyy myös olemaan käyttämättä mediaa tarvittaessa. Potterin (2001) mukaan kysymys on siitä, että ihminen hallitsee omaa mediankäyttöään eikä päinvastoin, jolloin media olisi hallitsevassa asemassa. Medialukutaitoinen henkilö on siis kykenevä kysymään itseltään kuinka paljon minä altistun medialle, millaisia viestejä minun tulee etsiä ja millaisia välttää, mitkä mediasisällöt vaikuttavat minuun haitallisesti ja miksi? Esitelty median hallinta vaatii myös jatkuvaa medialukutaidon kehittymistä, sillä medialukutaito on Potterin mukaan jatkuva prosessi.

Mäntylä (2004) kirjoittaa teoksessaan medialukutaidon olevan tärkeää ja tulevaisuudessa sen merkitys tulee entisestään korostumaan. Mäntylän mukaan mediakritiikin taso ei ole Suomessa kovin hyvä ja se on viime vuosina tasaisesti heikentynyt (Mäntylä 2004, 142-143.) Edellytykset suomalaisten medialukutaidon kehittymiseen ovat olemassa sillä suomalaiset ovat maailman parhaita lukutaidoiltaan ja mahdollisuudet päästä esimerkiksi Internetiin ovat erinomaiset. (Hankala 1999.)

### 3. Media

#### 3.1. Määritelmä

Media tarkoittaa ihmisten välisiä viestintäkanavia ja -verkostoja. (Factum 2004.) Media-sanalla tarkoitetaan usein joukkoviestintää, mutta sanan todellinen merkitys on laajempi. Media-käsitteen alle luetaan perinteisten joukkotiedotusvälineiden lisäksi myös muun muassa sosiaalinen media. Media-sanan merkitys riippuu asiayhteydestä ja sillä voidaan tarkoittaa esimerkiksi viestinnän kenttää yleisesti, viestintämenetelmiä, kuten sanomalehtiä, televisiota tai internetiä, sekä viestimuotoa, kuten kuvia, tekstiä tai videota. Joukkoviestintä tarkoittaa jonkin sanoman välittämistä teknisin menetelmin melko samanaikaisesti suurelle etukäteen rajaamattomalle yleisölle. Joukkoviestintä on julkista eli tarkoitettu vapaasti kaikkien vastaanotettavaksi. Kun joukkoviestinnän tarjonta on kasvanut, eri osayleisöille tarkoitettut verkko- ja pienjoukkoviestinnän muodot ovat lisääntyneet.

Nyky aikaista mediankäyttöä on vaikea kiinnittää vain yhteen viestintävälineeseen. Median käyttö on 2010-luvulla enemminkin useiden mediavälineiden samanaikaista, simultaanikäyttöä. (Kangas ym. 2008, 5-6.) Suomalaisten mediankäyttö elää tällä hetkellä suurinta murroskauttaan itsenäisyyden ajalla. Internetin käytön yleistymisen on vaikuttanut suomalaisten mediankäyttöön jopa enemmän kuin televisioiden leviäminen kotitalouksiin. Painettu media on ollut kasvusuhdanteinen koko 1900-luvun ajan, mutta 2000-luvulle tultaessa muutos on ollut selkeä. Käänte voidaan havaita monissa tilastoissa ja tutkimuksissa. (Tilastokeskus 2012, 62-65, 84-88; Ekholm & Repo 2010, 53-78; Kansallinen mediatutkimus 2016; Tilastokeskus 2010, 201-203.)

Yleisesti median ytimeksi on mielletty mediassa esiintyvät tekstit. Näitä tekstejä ja niiden yhteyttä ympäröivään kulttuuriin tarkasteltaessa tulee ottaa huomioon, että media on konstruktivistista ja se on osana luomassa meitä ympäröivää todellisuutta. Medialla voi olla kaupallisia tarkoituksia ja se sisältää arvoja ja ideologioita. Mediatekstit luodaan yleisöä varten ja teksteillä voi olla sosiaalisia seuraamuksia tai vaikutuksia. Mediaa ja sen sisältöjä tulee tulkita ymmärtäen aina konteksti, jossa sisältö on luotu. (Considine, Horton & Moorman 2009, 472.)

### 3.2. Sosiaalinen media

Sosiaalisella medialla tarkoitetaan Internetin palveluita, joissa käyttäjät pystyvät kommunikoimaan ja tuottamaan omaa sisältöä. Sosiaalinen media on nimensä mukaisesti yhteisöllistä joukkoviestintää. Sosiaalinen media eroaa perinteisestä mediasta siten, että käyttäjä ei ole pelkkä vastaanottaja vaan myös aktiivinen osallistuja. Käyttäjä voi kommentoida, jakaa sisältöä, tutustua toisiin ja tuoda itseään esille tuhansille, jopa miljoonille, ihmisille. Sosiaalisen median perustana ovat helppokäyttöisyys, hyvä saatavuus ja maksuttomuus. (Hintikka, 2015.)

Sosiaalinen media on käsitteenä niin uusi, ettei sille ole vielä yhtä yleisesti hyväksyttyä määritelmää. Käsitteen määritelmä on yllättävän hajanainen, vaikka sosiaalinen media on jo hyvin vakiintunut osa elämäämme. Sitä voidaan pitää ryhmänä Web 2.0 -ideologialle perustuvia internet-sovelluksia, joiden avulla voidaan tuottaa ja vaihtaa sisältöä. Määritelmä on hyvin laaja, ja sen perusteella lähes mikä tahansa internet-sivusto on sosiaalista mediaa. (Mäntymäki, 2012.)

Sosiaalinen media ja verkostoituminen (2011) julkaisussa käsitellään laajasti sosiaalisen median vaikutusta yhteiskunnan järjestykseen. Se ei ole enää vain tapa viestiä, vaan sosiaalinen media on kokonaan uusi sosiaalisen järjestyksen muoto. Sosiaalisen median käyttö on lisääntynyt massiivisesti 2000- ja 2010-luvuilla. Se on ajanut koko yhteiskunnan muutokseen. Lukuisat eri alojen organisaatiot, kuten yritykset ja laitokset, ovat ottaneet sosiaalisen median käyttöön esimerkiksi viestinnässä. Sosiaalisen median suurimpia käyttäjäryhmiä ovat nuoret ja nuoret aikuiset. Sosiaalinen media ei siis enää vain esitä tai kuvaa ympäröivää yhteiskuntaa, vaan on hyvin tärkeä osa sitä. Sosiaalinen media on nykyaikaa ja tulevaisuutta. (Ihanainen, Kalli & Kiviniemi 2011.)

Kupiaisen (2013, 119-122) tutkimuksen mukaan nuoret kokivat internetin ja sosiaalisen median sovellusten parissa tärkeimmäksi asiaksi eri sivustojen ja sovellusten valjastamisen viihteelliseen käyttöön. Seuraavaksi eniten etsittiin tietoa ja oltiin vuorovaikutuksessa ystävien kanssa. Puolet tutkittavasta joukosta piti internetin avulla vaikuttamista tärkeänä. Myös omien sisältöjen julkaiseminen oli tutkimuksen mukaan tärkeää, sekä omille ystäville että muille ihmisille. Sosiaalinen media toimii siis vaikuttamisen kenttänä, jossa myös viihdytään hyvin. Omaan itseä voi ilmaista lukuisilla

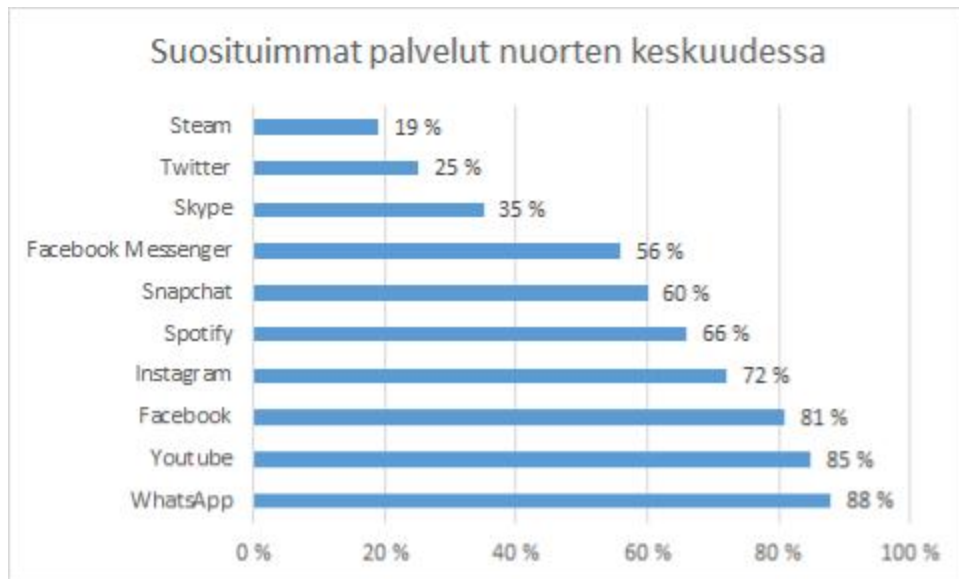
erilaisilla foorumeilla ja yhteisöissä, joissa katselijakuntaan kuuluu sekä tuttuja että vieraita ihmisiä. Nuori saa oman sisältönsä tuottamisesta voimaannuttavia kokemuksia ja kokee pystyvänsä vaikuttamaan maailmaan.

### **3.3. Nuoret sosiaalisessa mediassa**

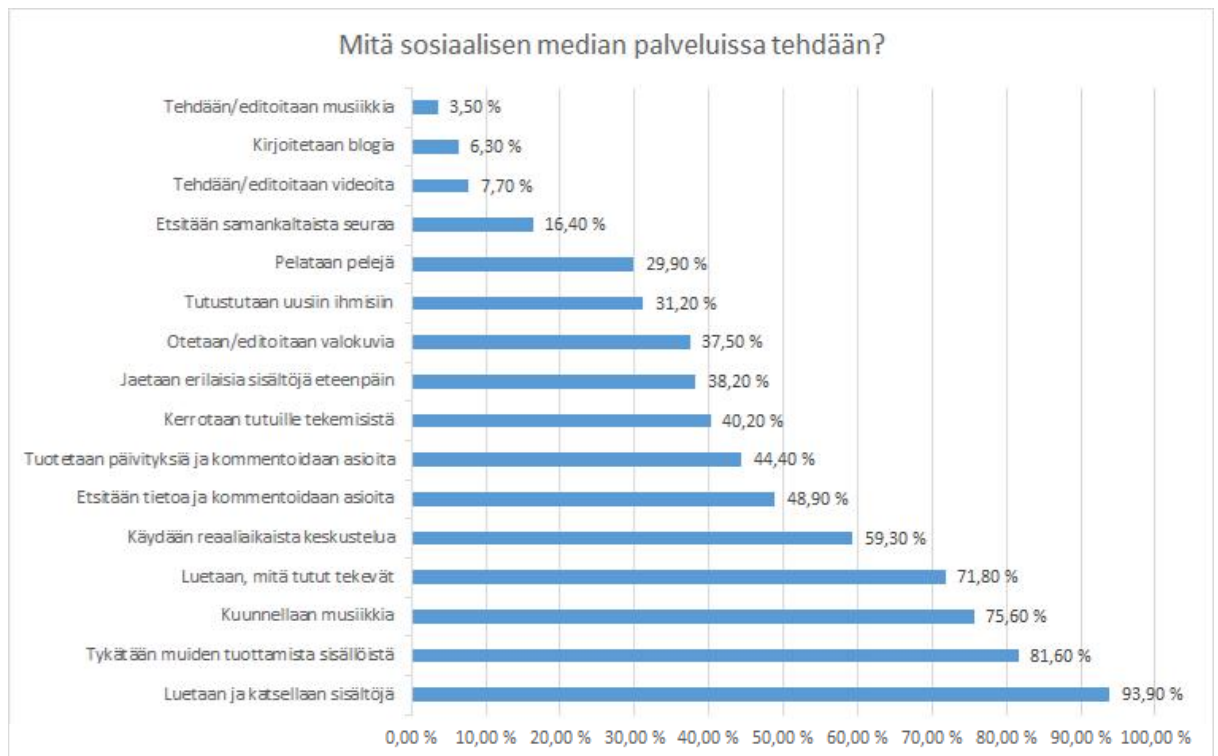
Nuorten sosiaalisen median käyttöä Suomessa tutkittiin laajasti näkyvyyttäkin saaneessa SoMe ja nuoret -tutkimuksessa vuonna 2016. Tutkimuksessa tutkittiin 13-29-vuotiaita Suomessa asuvia nuoria. Tutkimuksen toteutti oululainen sosiaaliseen mediaan keskittynyt eBrand Suomi Oy yhteistyössä Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalveluiden kanssa. Tutkimukseen osallistui yhteensä 5520 vastaajaa eri puolilta Suomea. Tutkimus on jatkotutkimus vuosina 2013 ja 2015 toteutetuille Some ja nuoret -tutkimuksille. (Ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut 2016.)

SoMe ja nuoret -tutkimuksen perusteella valtaosa nuorista käyttää sosiaalisen median palveluita. Suosituimpia palveluja nuorten keskuudessa ovat tutkimuksen mukaan WhatsApp, Youtube, Facebook, Instagram, Spotify ja Snapchat. Nuorten käyttämät sosiaalisen median palvelut löytyvät kuvioista 1. Tutkimuksen mukaan nuoret toimivat sosiaalisessa mediassa (SoMessa) enemmänkin observoijina kuin aktiivisina tiedontuottajina. Tässä on tapahtunut tutkimuksen mukaan muutos edellisiin tutkimuksiin verrattuna. Vielä vuonna 2013 vastaajat kertoivat toimivansa aktiivisemmin sosiaalisessa mediassa. Kuvioista 2 selviää, mitä nuoret sosiaalisessa mediassa tekevät. Suosituimpia tapoja käyttää SoMea ovat lukeminen, katseleminen, kuunteleminen ja toisten tekemisistä ”tykkääminen”. Vain alle puolet vastaajista kertoo tuottavansa päivityksiä ja kommentteja tai kertovansa omista asioistaan. (Ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut 2016.)

Tutkimuksen mukaan 71% nuorista haluaisi sosiaalisen median opetusta oppilaitoksiin. Oppilaat myös toivoisivat opetusta tapahtuvan kotona. Tutkimuksen perusteella nuorten sosiaalisen median palveluiden käyttäminen ei todennäköisesti tule muuttumaan ainakaan vuoteen. WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube ja Snapchat ovat tutkimuksen mukaan kärjessä kun kysyttiin, missä palveluissa nuoret ovat läsnä vuoden kuluttua. (Ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut 2016.)



KUVIO 1. Suosituimmat palvelut 13-29-vuotiaiden nuorten keskuudessa (mukailtu käyttäen Ebrand Oy Suomen tutkimusta ”Some ja nuoret 2016”).



KUVIO 2. Ebrand Suomi Oy:n ja Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalveluiden Some ja nuoret 2016 -tutkimuksen tuloksia.

### 3.4. Uutinen

Uutiset ovat Oxfordin sanakirjan mukaan uutta tai huomion arvoista informaatiota, etenkin viimeaikaisista tapahtumista. Uutisointi on journalismia, jonka tarkoituksena on tuoda suurelle yleisölle tietoa. Uutisen käsitteeseen liittyy vahvasti

totuudenmukaisuuteen pyrkiminen. Uutista, jolla halutaan muokata mielipidettä, kutsutaan propagandaksi. Uutisointiin vaikuttavat niin sanotut uutiskriteerit, jotka ohjaavat uutisten luomista. Tuchman (1978, 19-23) kirjoittaa tuoreuden olevan uutisten yksi tärkeimmistä ominaisuuksista. Uutisen tuottajille ja vastaanottajille on tärkeää, että uutistapahtuman ja uutisen julkaisun välillä on kulunut mahdollisimman vähän aikaa. Sanonta kuuluukin: "Vanhat uutiset eivät ole enää uutisia".

Kaikista journalismin tyypeistä uutinen pyrkii selkeimmin todellisuuden kuvaamiseen faktapohjaisesti ja objektiivisesti. Uutisen ei tule sisältää kirjoittajan mielipiteitä tai tulkintoja. Neutraalius ja faktapohjaisuus ovat uutisten luojien keinoja viestiä yleisölle uutisen luotettavuudesta ja objektiivisuudesta. Uutiset ovat journalismin vanhin ja voimakkaimmin aktuaalisuuteen sitoutunut muoto. (Bruun ym. 1986, 52-57.) Kunkin toimittajan henkilökohtainen tausta, opitut asiat ja kokemukset kuitenkin vaikuttavat aiheen käsittelyyn. Siksi uutiset eivät voi Berkowitzin (1997, 11-12) mukaan koskaan olla täysin arvovapaita. Uutisten objektiivisuuteen liittyy myös uutisten valinnan ongelma. Uutisten tuottajien valinnat eri aiheiden uutisarvosta aiheuttavat ongelman objektiivisuuden suhteen. Uutisten tuottajat joutuvat jatkuvasti ottamaan kantaa uutisiin arvottamalla joitakin uutisia toisten edelle. (Bruun ym. 1989,57.)

Nykytutkimusten valossa uutisia ei pidetä enää pelkästään objektiivisinä kuvauksina todellisuudesta. Uutisten ymmärretään Pietilän (1995, 96) mukaan olevan tulosta monenlaisista arvovalinnoista sekä muokkaus-, järjestely- ja kerrontakeinoista. Uutisten kuitenkin edellytetään yhä olevan todellisuudesta juontuvaa ja sitä objektiivisesti heijastelevaa. Uutiset on rakennettu Pietilän mukaan tietoisesti näyttämään mahdollisimman objektiivisilta. Sisällöiltään ja rakenteiltaan uutiset edustavat genrelleen tyypillisiä ominaisuuksia, joista teksti tunnistetaan uutiseksi ja luetaan uutisena. Uutiset on siis tehty näyttämään uutisilta ja luetaan siksi uutisina. (Pietilä, 96-97.) Myös Tuchman (1978, 82-103) on kuvannut tapoja, joilla uutinen tehdään uutisen oloiseksi: uutisen tulee perustua faktoihin. Faktat eivät voi kuitenkaan olla mitä tahansa faktoja vaan ne on täytynyt hankkia oikeista, luotettavista, lähteistä. Hyviksi lähteiksi valikoituvat erilaiset virkamiehet, kuten poliitikot, poliisit tai johtajat. Faktoina esitettyjen asioiden totuudenmukaisuus on joskus vaikea todistaa. Ongelma voidaan kiertää esittämällä asia, kuten Tuchman kirjoittaa: "Henkilö X sanoo väittämän A. Toimittaja ei voi kuitenkaan tietää onko väittäjä A totta vai ei. Faktaa on kuitenkin se, että henkilö X sanoi väitteen A". Tämän toimittaja voi kertoa tosiasiana.



Jyväskylän yliopiston journalistiikan tutkimuskoordinaattori Heikki Kuutti (1994) mainitsee kolme tärkeintä kriteeriä uutisille. *Tärkeys* on kriteeri, jonka täyttymistä on vaikea arvioida. Tärkeyden kriteerin toteutumista voidaan arvioida uutisesta kiinnostuneen ihmisjoukon suuruudesta. *Kiinnostus* on kuitenkin Kuutin mukaan oma uutiskriteerinsä. Kiinnostavuus sisältää uutisaiheen vetovoiman ja mielenkiintoisuuden. *Tarkoituksenmukaisuus* on kriteeri, joka määrittyy yleisön rakenteen myötä. Tarkoituksenmukaisuus voi ilmentyä esimerkiksi aiheen valintana jossakin ammatti- tai harrastajaryhmille suunnatuissa julkaisuissa.

Julkisen sanan neuvosto (2016) määrittää journalisteille ohjeet, jotka voi kokonaisuudessaan löytää JSN.fi-sivustolta. Journalistin ohjeissa mainitaan muun muassa seuraavaa:

*“Journalisti on vastuussa ennen kaikkea lukijoilleen, kuulijoilleen ja katselijoilleen. Heillä on oikeus saada tietää, mitä yhteiskunnassa tapahtuu.”*

*“Journalistilla on oikeus ja velvollisuus torjua painostus tai houkuttelu, jolla yritetään ohjata, estää tai rajoittaa tiedonvälitystä.”*

*“Journalisti ei saa käyttää asemaansa väärin. Hänen ei pidä käsitellä aiheita, joihin liittyy henkilökohtaisen hyötymisen mahdollisuus eikä vaatia tai vastaanottaa etuja, jotka voivat vaarantaa riippumattomuuden tai ammattietiikan.”*

*“Tiedot on tarkistettava mahdollisimman hyvin – myös silloin kun ne on aikaisemmin julkaistu.”*

*“Yleisön on voitava erottaa tosiasiat mielipiteistä ja sepitteellisestä aineistosta. Myöskään kuvaa tai ääntä ei saa käyttää harhaanjohtavasti.”*

## **4. Mediakasvatus opetussuunnitelman perusteissa**

### **4.1. Opetussuunnitelman perusteet 2004**

Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteissa (POPS 2004) puhutaan viestintä- ja mediataidosta. Se on listattu yhdeksi seitsemästä aihekokonaisuudesta, jotka ovat yhteiskunnallisesti merkittäviä koulutus- ja kasvatushaasteita. Oppilaasta halutaan kasvavan osallistuva, vuorovaikutuksellinen ja yhteisöllinen viestijä, joka osaa sekä tuottaa että vastaanottaa erilaisia sisältöjä. Opetussuunnitelma korostaa sitä, kuinka viestinten määrä ja laatu muuttuu ja moninaistuu koko ajan, ja kuinka oppilaan tulisi osata käyttää erilaisia laitteita ja tulkita mediaa vastuullisesti, kriittisesti ja eettisesti. Myös tietoturva mainitaan laitteiden käytön osaamisen yhteydessä. Tiedon etsimisestä puhuttaessa halutaan kehittää oppilaan vertailun ja tiedon valikoimisen taitoa. Mediaa ei nähdä kuitenkaan pelkästään faktatiedon välittämisen ja etsimisen välineenä, vaan myös omien tunteiden ja mielipiteiden eettisen ilmaisun väylänä.

Mediakasvatus on osana aihekokonaisuuksien lisäksi äidinkielen ja kuvataiteen sisällöissä. Äidinkielen opetussuunnitelma korostaa erilaisten tekstien tulkitsemiseen harjoittelemista, sekä muihin kulttuureihin tutustumista monipuolisten viestinten avulla. Alakouluikäisten oppilaiden oletetaan oppivan perustietoja mediasta ja viestintävälineiden käytöstä viidennen luokan loppuun mennessä. Yläkouluikään päästäessä opetuksen tavoitteena on jo kannustaa oppilasta käyttämään mediaa monipuolisesti tekstien lähteenä ja rohkaista heitä toimimaan eettisinä vuorovaikuttajina erilaisissa viestimissä. Tiedonhallinnan ja -hankinnan taitojen tavoitellaan olevan sillä tasolla, että oppilaalla on hyvä käsitys lähdekritiikistä ja useiden luotettavien lähteiden tärkeydestä. (POPS 2004.)

Kuvataiteen avulla pyritään antamaan oppilaalle ymmärrys visuaalisesta kulttuurista ja sen merkityksestä myös median avulla. Jo neljännen luokan oppimistavoitteeksi on listattu mainonnan, television ja elokuvien kriittinen tulkitseminen ja tutkiminen. Yhdeksännen luokan lopussa tavoitellaan sitä, että oppilaalla on taito analysoida ja tulkita erilaista mediaa jo laajemminkin. (POPS 2004.)

## 4.2. Opetussuunnitelman perusteet 2014

Uudessa opetussuunnitelmassa mediakasvatus sisältyy termiin monilukutaito (POPS 2014, 156-157, 283.) Tavoitteena on lisätä 3-6-luokkalaisten faktan, fiktion ja mielipiteen erottamisen taitoa, ja pyritään saamaan oppilaalle ymmärrys siitä, että jokainen teksti täytyy tulkita sen omassa ympäristössään, ja että jokainen teksti voi joko välittää tietoa, luoda mielikuvia tai houkuttaa ostamaan. Oppilasta rohkaistaan käyttämään erilaisia lähteitä mahdollisimman monipuolisesti: pelkän internetin tai printtimedian käytön sijaan tulisi opetella myös suullisten, audiovisuaalisten sekä haku- ja kirjastopalveluiden monipuoliseen käyttöön lähdemateriaalina. Tällä kaikella tavoitellaan siis tiedon soveltuvuuden arvioinnin ja vertailun kehittymistä. Omakohtainen työskentely määritellään tärkeäksi, ja oppilaan tulisikin tutustua median välittämään todellisuuteen ja merkityksiin. Kriittisen lukutaidon ja kulttuuriyhteyden ymmärtämistä pyritään kehittämään rohkaisemalla lasta lukemaan monipuolisesti tekstejä sekä koulussa että vapaa-ajalla. (POPS 2014, 156-157.)

Uuden opetussuunnitelman termi monilukutaito tarkoittaa kaikkiin oppiaineisiin liittyvää tiedon käsittelyä tai ilmaisua. Vuosiluokilla 7-9 monilukutaitoa on tarkoitus syventää, laajentamalla tekstien kirjoja jokaisen oppiaineen opetuksessa. Opetussuunnitelman mukaan opetuksessa tulee käsitellä tiedon tuottamisen, tulkinnan ja välittämisen taitoja eri oppiaineille ominaisilla tavoilla. Opetuksen tulee tarjota mahdollisuuksia vaikuttamiseen ja osallistumiseen omassa elinympäristössä, yhteiskunnassa ja mediassa. Näitä taitoja harjoitellaan yhteistoiminnallisesti monissa eri yhteyksissä. Yläkoulussa monilukutaitoa syvennetään harjoittelemalla yhä enemmän eri tekstilajien tulkitsemista. Sen avulla opetellaan kuluttaja- ja talousosaamista, numeraalista lukutaitoa ja kuvanlukutaitoa. (POPS 2014, 283.)

Lähteiden moninaistamisen mahdollisuutena on koulussa käytettävä tieto- ja viestintäteknologia (tvt), jonka käytön tavoitteena 3-6-luokkalaisten keskuudessa on omaa oppimista helpottavien työskentelytapojen ja -laitteiden löytäminen. Tekstien etsiminen ja tuottaminen monipuolistuu ja helpottuu, ja samalla pyritään vahvistamaan esimerkiksi yhteisöllistä oppimista. Tieto- ja viestintäteknologiankin (tvt) käytössä painotetaan tekstien ja lähteiden kriittistä tarkastelua ja useamman lähteen etsimistä hakukoneiden avulla. (POPS 2014, 157.) 7-9-luokkalaisilla tv:n käytön tulisi olla jo

luonteva osa oppimista. Eri oppiaineiden opiskelussa hyödynnetään myös koulun ulkopuolella opittuja taitoja. Oppilaille annetaan käsitys siitä, kuinka tv:tä voidaan hyödyntää opiskelun lisäksi työelämässä ja yhteiskunnallisessa toiminnassa. Oppilaiden tv-taidot jaetaan neljään osa-alueeseen: *Käytännön taidot ja oma tuottaminen*, jossa opastetaan eri tehtäviin sopivien työtapojen ja välineiden valintaan. *Vastuullinen ja turvallinen toiminta*, jonka tarkoituksena on ohjata oppilas turvalliseen ja eettisesti kestäväan tv:n käyttöön. *Tiedonhallinta sekä tutkiva ja luova työskentely* antaa oppilaille käsityksen tiedon monipuolisesta hankinnasta ja tuottamisesta, ja opettaa lähdekriittisyyttä. *Vuorovaikutuksen ja verkostoitumisen* osa-alueella käytetään yhteisöllisiä palveluita (myös globaalisti) ja pyritään ymmärtämään vuorovaikutuksen merkitys ja mahdolliset riskit oppimisessa. (POPS 2014, 284.)

Uuden opetussuunnitelman mukaan 7-9-luokkalaisten äidinkielen ja kirjallisuuden opetuksessa käsitellään sisältöjä, jotka liittyvät mediakasvatukseen. Äidinkielen ja kirjallisuuden tehtävänä on kehittää oppilaiden kielellisiä ja kulttuurisia taitoja monimuotoisissa viestinnän ympäristöissä. Oppilaiden tulee kehittää omaa viestijäkuvaansa, jotta he pystyvät osaltaan luomaan myönteistä viestintäilmapiiiriä. Eri viestintävälineitä hyödynnetään, jotta oppilas osaa perustella näkemyksiään ja vaikuttaa omaan elämäänsä ja yhteiskuntaan. (POPS 2014, 288.)

Kuvataiteen opetussuunnitelmassa kannustetaan monilukutaidon kehittämiseen visuaalisuuden ja muun tiedon tuottamisen ja esittämisen tapoja käyttämällä. Opetus hyödyntää tieto- ja viestintäteknologiaa sekä erilaisia verkkoympäristöjä luovasti, kriittisesti ja vastuullisesti. Oppilaan tietoisuutta kehitetään valitsemalla sisältöjä erilaisista ympäristöistä ja mediasta. (POPS 2014, 426-427.)

## 5. Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset

### 5.1. Tavoitteet

Tässä tutkimuksessa halutaan selvittää suomalaisten yhdeksännen luokan oppilaiden medialukutaidon tasoa. Medialukutaito määrittyy Aspenin (1992) ja Ofcomin (Livingstone, ym. 2005) määritelmien mukaan kyvyksi saavuttaa, analysoida, arvioida ja tuottaa tietoa. Analysoinnilla ja arvioinnilla tarkoitetaan lähdekriittisyyttä sekä faktan, fiktion ja mainoksen erottamista toisistaan, jota myös perusopetuksen opetussuunnitelman perusteissa (POPS 2014) painotetaan. Tässä tutkimuksessa nuorten tulisi erottaa toisistaan informatiivinen ja riippumaton uutinen (Yle), mainokseksi tarkoitettu uutinen (Ilta-Sanomat) ja epäluotettava uutinen (Magneettimedia).

Aspenin (1992), Ofcomin (Livingstone, ym. 2005) ja opetussuunnitelman (POPS 2014) mukaan osaksi medialukutaitoa katsotaan myös kyky itse tuottaa tai julkaista sisältöä muiden tarkasteltavaksi. Tätä asiaa arvioidaan selvittämällä, julkaisevatko nuoret omaa sisältöään esimerkiksi sosiaalisessa mediassa ja minkälaisia sovelluksia tai sivustoja he siihen käyttävät.

Perusopetuksen opetussuunnitelmassa medialukutaidoksi katsotaan myös se, että nuoret osaavat käyttää lähteitä monipuolisesti. (POPS 2014). Myös Aspen (1992) ja Ofcom (Livingstone, ym. 2005) määrittävät tärkeäksi osaksi medialukutaitoa tiedon saavuttamisen ja saavutettavuuden. Tätä pyritään selvittämään kysymällä nuorilta kuinka usein he lukevat uutisia ja minkälaisesta mediasta he niitä seuraavat.

Tutkimuskysymyksissä puhutaan nuorista. Nuorilla tarkoitetaan tämän tutkimuksen yhteydessä tutkimusjoukkoa eli yhdeksäsluokkalaisia.

## 5.2. Tutkimuskysymykset

1. Vastaako 9. luokkalaisten medialukutaito opetussuunnitelman perusteissa tavoiteltua tasoa?

1.1 Tunnistavatko nuoret epäluotettavan uutisen?

1.2 Erottavatko nuoret mainoksen uutisten joukosta?

1.3 Minkälaisia sosiaalisen median sovelluksia nuoret käyttävät?

1.4 Ovatko nuoret julkaisseet sisältöä sosiaalisessa mediassa?

1.5 Minkälaista sisältöä nuoret julkaisevat sosiaalisessa mediassa?

## **6. Menetelmät**

### **6.1. Aineiston keräys ja tutkittavat**

Tutkimuksen aineisto kerättiin erään länsisuomalaisen koulun yhdeksäsluokkalaisilta nuorilta koulupäivän aikana. Kyselyyn vastasi 36 nuorta, joista tyttöjä oli 19 ja 17 poikia. Kyselyssä ei selvitetty vastaajien ikää. Tutkittavaksi joukoksi valittiin yhdeksäsluokkalaiset, sillä he ovat oppivelvollisuutensa loppupäässä. Yhdeksäsluokkalaiset ovat käyneet läpi lähes kaikki opetussuunnitelman sisällöt, joten heidän tietonsa ja taitonsa voidaan olettaa olevan paremmat kuin alempien luokkasteiden oppilailla.

Nuorille kerrottiin ensin kvantitatiivisen tutkimuksemme tavoite ja taustoja sekä se, että kyselyyn vastaaminen on täysin anonyymiä ja että yksittäistä vastaajaa ei voi tunnistaa vastausten perusteella. Valitsimme koulun tutkimuksen toteuttamisympäristöksi, koska sieltä pystyimme tavoittamaan tehokkaasti ja taloudellisesti paljon samaan ikäluokkaan kuuluvia lapsia.

Nuoret käyttivät vastaamiseen Webropol-ohjelmistoa iPad-laitteilla, joiden käyttö ei tuottanut heille ongelmia. IPadit ovat heillä käytössä opetuksessa paljon, joten niiden käyttäminen myös kyselyyn vastaamisessa tuntui luontevalta. Kaikki osasivat vastata kyselyyn itsenäisesti, eivätkä vastaajat häirinneet toisiaan kyselyn aikana. Kyselyn täyttämiseen käytettiin kaksi 45 minuutin oppituntia siten, että ensimmäisellä tunnilla nuoret täyttivät kyselyn ja jälkimmäisellä tunnilla käsitelimme kyselyssä esiintyvät uutiset yhteisesti ja nuoria vahvasti osallistaen.

Kyselyn tuloksia analysoitiin käyttäen IBM SPSS Statistics –ohjelmistoa.

### **6.2. Kysely**

Kyselymme (LIITE 1) sisälsi viisi sivua, joista ensimmäisellä otettiin selvää nuorten mediankäytöstä ja siitä, kuinka paljon ja millä tavoin he uutisiin mediateksteinä tutustuvat. Seuraavilla sivuilla nuoret saivat tutustua kolmeen erilaiseen uutistekstiin ja

sivustoon itsenäisesti ja vastata niiden perusteella kysymyksiin, jotka pyrkivät selvittämään heidän medialukutaitonsa tasoa. Uutiset on valittu Helsingin yliopiston sosiaalitieteiden laitoksen viestinnän tutkimuksen akatemiaturkija Juha Herkmanin avustuksella (Herkman 2016.) Kysymykset on muotoiltu perusopetuksen opetussuunnitelman perusteiden (POPS 2014) monilukutaito-aihekokonaisuuden pohjalta. Hyvän uutisoinnin kriteereinä on käytetty julkisen sanan neuvoston määritelmää (Julkisen sanan neuvosto 2016.) Lopussa selvitimme vielä sitä, kuinka paljon nuoret itse käyttävät sosiaalisen median sovelluksia ja minkälaista sisältöä he itse julkaisevat. Sosiaalisen median sovellusten lista on valittu käyttäen apuna proseminarityötämme, jossa selvitimme nuorten itsetunnon kehityksen ja sosiaalisen median käytön määrän yhteyttä. Listan lisäksi kyselyn lopussa oli avoin kohta, johon sai kirjoittaa sovelluksen nimen, mikäli sitä ei ehdotuksista löytynyt.

Ensimmäinen uutinen (LIITE 2) oli iltasanomat.fi -sivustolta syyskuussa 2016 löydetty juttu Pomo Piilossa -ohjelmasta, jossa Kotipizzan toimitusjohtaja kertoo kokemuksistaan ohjelman teosta. Uutinen on vahvasti mainossävytteinen. Se mainostaa hyvin selkeästi Pomo Piilossa -ohjelmaa ja Kotipizza-yritystä. Ilta-Sanomien verkkosivu on kaiken lisäksi täynnä mainoksia ja ”klikki-otsikoita”, joiden toivotaan herättävän lukijan mielenkiinto ja lisäämään uutisten lukijamäärää. Kyselyssämme käytetty uutinen oli otsikoitu myös hyvin houkuttelevasti: Pomo piilossa -jakson ”Kummeli-maskeeraus” nauratti Kotipizzan toimitusjohtajaakin: ”Olin oranssinvärinen hamppi nyljetty majava päässä”. Otsikon Kummeli-viittaus ja hauskat sanamuodot antavat lukijalle mielikuvan hauskaista uutisjutusta. Varsinaista uutisarvoa ei jutulla ole.

Kyselyssämme esiintyvä toinen uutinen (LIITE 3) oli verkkojulkaisu Magneettimedial artikkeli inkiväärin ja maustekurkuman syöpää parantavista vaikutuksista. Artikkelissa käsitellään näiden luonnontuotteiden terveysvaikutuksia sekä puhutaan vahvan asenteellisesti länsimaisen lääketieteen käyttämistä lääkehoidoista ja niiden vaaroista. Artikkelin mukaan syöpälääkkeet jopa edistävät syöpäsairauden etenemistä ja jutun mukaan olisikin suositeltavaa perustaa hoito pelkästään esimerkiksi inkiväärin käyttöön lääkeaineena. Käsittelimme artikkelia hyvin määrätietoisesti nuorten kanssa kyselyn täyttämisen jälkeen, sillä emme halunneet jättää nuorille väärää kuvaa tästä selkeästi valheellisesta artikkelista. Koko sivusto on nopealla vilkaisulla todettava kapinallista asennetta lietsovaksi, sillä monet uutisotsikot sisälsivät hyvin vahvoja sanamuotoja ja lietsoivat vihaa erilaisia ihmisryhmiä kohtaan. Magneettimedial artikkeli on kirjoitettu



englanninkielisen artikkelin pohjalta, johon sivustolta löytyi linkki. Artikkelissa viitattiin useisiin tutkimuksiin, joista yhtäkään ei kuitenkaan mainittu nimeltä. Kaikista selkein argumentaatiovirhe löytyi kuitenkin viittauksesta Beth Israel -nimiseen henkilöön, joka todellisuudessa on osa bostonilaisen sairaalan nimeä. Artikkelissa Beth Israel mainittiin henkilönä, eikä sairaalana kuten englanninkielisessä alkuperäisartikkelissa. Artikkeliksi selkeästi rikkoo useita Julkisen sanan neuvoston määrittämiä journalismin sääntöjä. Artikkelissa olevia tietoja ei selvästikään ole tarkistettu. Artikkeliksi on vahvasti mielipiteellinen, mutta se esitetään kuitenkin uutisena, jolloin lukijan on vaikea erottaa faktat mielipiteistä. Sivustoa ja artikkelia käsitellessämme totesimme myös, että sosiaaliseen mediaan linkatut uutisjutut saattavat olla peräisin juuri Magneettimedian kaltaisilta sivustoilta, joiden tarkoitusperät eivät aina ole pelkästään ihmisille asioista tiedottaminen vaan oman maailmankatsomuksen ja asenteen levittäminen.

Kolmas uutinen (LIITE 4) kyselyssämme oli Yleisradion internet-uutisten artikkeli influenssa-rokotusten määrän kasvusta tänä vuonna. Yleisradio on valtion hallinnoima taho, jonka tarkoituksena on tiedottaa kansalaisia uutisoimalla asioista. Sivustolla ei esiinny mainoksia, eivätkä muiden uutisten otsikot olleet niin räikeästi muotoiltuja kuin muissa kyselymme uutissivustoissa. Artikkelin faktatiedot kertoo Terveystieteiden ja hyvinvoinnin laitoksen rokoteohjelman ylilääkäri omalla nimellään, ja kaikki artikkelissa esitetyt asiat kerrotaan selkeästi myös numeerisin luvuin.

### **6.3. Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus**

Tutkimuksen eettisyyden ja luotettavuuden tarkasteleminen on keskeinen osa tutkimuksen tekemistä. Tutkimusprosessin edetessä tekijöiden tulee tarkastella luotettavuutta koko ajan. Validiteetti (pätevyys) ja reliabiliteetti (mittausvirheettömyys) ovat kaksi käsitettä, joiden avulla tutkimuksen luotettavuutta tarkastellaan. Nämä termit ovat yhteydessä toisiinsa, sillä luotettava mittaus edellyttää korkeaa validiutta, jota vahvistaa korkea reliabiliteetti. (Soininen & Merisuo-Storm 2009, 151-158.) Tässä luvussa tarkastelemme tarkemmin tämän tutkimuksen validiutta, reliabiliteettiä ja eettisyyttä.

### 6.3.1. Eettisyys

Kaikessa tutkimuksessa tulee noudattaa tutkimuseettisen neuvottelukunnan laatimia ohjeita hyvään tieteelliseen käytäntöön. Ihmistieteisiin luettavissa tutkimuksissa eettisyys on jaettu kolmeen osa-alueeseen, joita ovat: tutkittavan itsemääräämisoikeuden kunnioittaminen, vahingonteon välttäminen sekä yksityisyys ja tietosuoja. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012.)

Tätä tutkimusta tehtäessä aineisto on kerätty huoltajien luvalla ja tutkimuksen aiheesta ja siihen osallistumisesta on informoitu tutkittavien joukkoa hyviä tieteellisiä käytäntöjä noudattaen. Kyselyn jälkeen oppilaille pidettiin oppitunti, jossa kyselyyn liittyviä asioita käsiteltiin yhteisesti ja mahdollisia vääriä mielikuvia selventäen. Oppilaat ohjattiin mediataitokoulu.fi –sivustolle, joka on kehitetty opettamaan hyviä mediataitokäytäntöjä peruskoululaisille. Olemme huomioineet kunnioittavan kirjoitustavan ja tutkimusaineisto on käsitelty, säilytetty ja hävitetty luottamuksellisesti.

Tutkittavien yksityisyydensuojasta huolehdittiin anonymisointitoimenpiteillä, eivätkä yksittäiset tutkittavat henkilöt ole tunnistettavissa julkaistuissa tuloksissa. Tulosten tallentamisessa ja tutkimuksen tekemisessä on noudatettu tarkkuutta, huolellisuutta ja rehellisyyttä. Tutkimusta on tehty avoimesti ja vastuullisesti ja toisiin tutkijoihin on viitattu asianmukaisella tavalla, niin kuin tieteen tekemiseen kuuluu (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012).

### 6.3.2. Luotettavuus

Luotettavuuden arviointi tutkimusta tehtäessä ei ole yksiselitteistä. On tarkasteltava sekä mittarin että koko tutkimuksen luotettavuutta. Tarkasteltaessa koko tutkimusta arvioidaan sitä, kuinka käyttökelpoista saatu tieto on ja mittausmenetelmien tarkastelussa keskitytään mittarin ominaisuuksiin. (Soininen & Merisuo-Storm 2009, 151.)

Mittarin luotettavuutta voidaan kuvata sen validiudella. Tällöin tarkastellaan sitä, mittaako mittaväline sitä, mitä se on suunniteltu mittaamaan. (Soininen & Merisuo-Storm 2009, 158.) Validiteetti voidaan jakaa sekä sisäiseen että ulkoiseen validiteettiin

kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Sisäinen validius tarkoittaa sitä, että tutkimuksen tulos on mitattavana olevan ohjelman tai menettelytavan seurausta: tuloksen pätevyys on suhteessa tutkimuskohteeseen ja tutkittavien joukkoon. Ulkoinen validius tarkoittaa sitä, onko tutkimus yleistettävissä. (Soininen & Merisuo-Storm 2009, 162-164.)

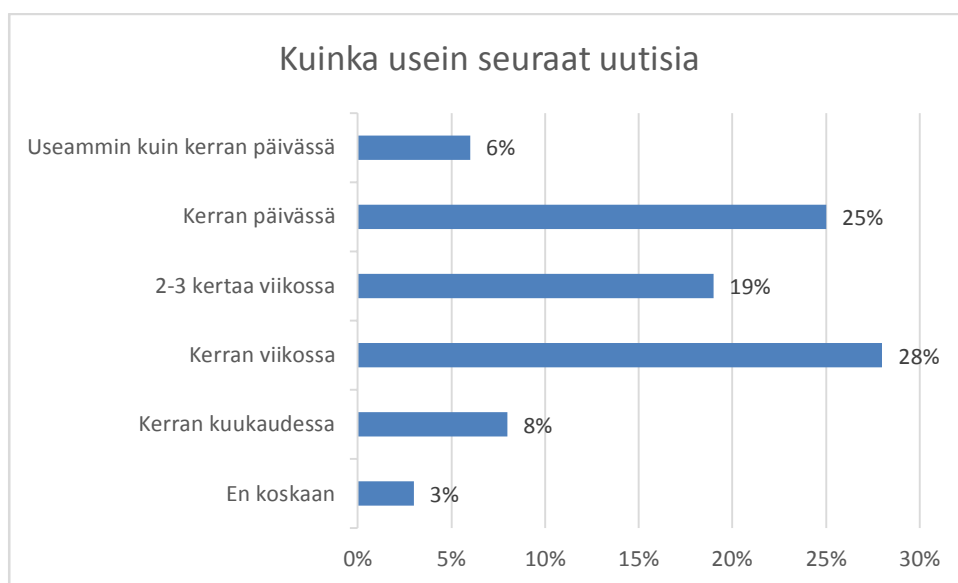
Tämän tutkimuksen kysymykset on laadittu perusopetuksen opetussuunnitelman perusteiden viestintä- ja mediataitokokonaisuuksien sekä monilukutaito-kokonaisuuden (POPS 2004 & 2014) perusteella, mutta kysymykset on muotoiltu tutkimuksen tekijöiden toimesta. Seikka, joka tulee ottaa huomioon on se, että mittarit ja menetelmät eivät aina välttämättä tue tutkijan ajatusta tutkittavasta asiasta, sillä kyselyyn vastaaja on saattanut ymmärtää kysymyksen täysin eri tavalla kuin tutkija on sen ajatellut (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2015, 231-233). Tämä tutkimus ei ole kovinkaan yleistettävissä otoksen ollessa kohtuullisen pieni. Tutkimuksen reliabiliutta voisi lisätä myös otoksen kokoa suurettamalla, jolloin samoja muuttumattomina pysyviä ominaisuuksia tutkittaessa mittarin tulisi antaa jatkuvasti samana pysyviä tuloksia (Hirsjärvi ym. 2015, 231-233). Tutkimustuloksille on tehty Khiin neliö -testi, jonka avulla voidaan selvittää vastausten riippuvuussuhdetta. Testillä on selvitetty onko eri uutistoimistojen välillä merkitseviä eroja.

Lasten tavat ajatella ja olla ovat hyvin paikka- ja aikasidonnaisia, joten tutkimuksen toteuttamispaikalla oli merkitystä. Esimerkiksi vanhempien läsnäolo saattaisi vaikuttaa lasten toimintaan ja vastauksiin (Scott, 2000, 103-105).

## 7. Tutkimuksen tulokset

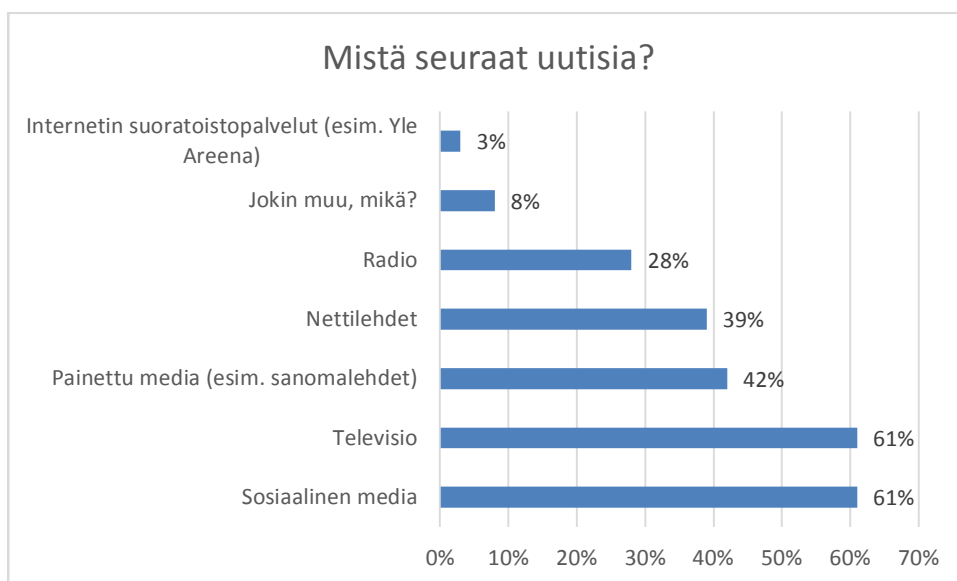
### 7.1. Tiedon saavuttaminen

Tutkimuksessa selvitettiin aluksi, kuinka usein vastaajat seuraavat uutisia. Kuvioista 3 selviää, että suurin osa vastaajista seuraa uutisia useita kertoja viikossa. Uutisia seuraa vähintään kerran päivässä hieman alle puolet (42 prosenttia) vastaajista. Harvemmin kuin kerran kuukaudessa uutisia seurasi vastaajista hieman yli kymmenes. Tulosten perusteella uutiset saavuttavat 97 prosenttia vastaajista.



KUVIO 3. Oppilaiden prosentuaaliset osuudet sen suhteen kuinka usein he seuraavat uutisia.

Selvitimme kuvioon 4, minkälaisista lähteistä nuoret uutisia lukevat. Sosiaalinen media (SoMe) ja televisio ovat nuorten suosiossa myös uutisten seuraamisen välineenä. Painettu media ja nettilehdet ovat kyselyn mukaan lähes yhtä suosittuja yhdeksäsluokkalaisten keskuudessa. Viimeisessä kohdassa vastaajilla oli mahdollisuus määrittää jonkin muun lähteen uutisten lukemiselle, mitä listasta ei löytynyt. Kaksi vastaajista listasi uutislähteekseen internetin sosiaalisen median viihdepalvelu 9gag:in ja yksi ilmoitti, ettei seuraa uutisia ollenkaan. Vastaajat seuraavat uutisia monipuolisesti eri lähteistä.



KUVIO 4. Uutisten seuraaminen mediassa.

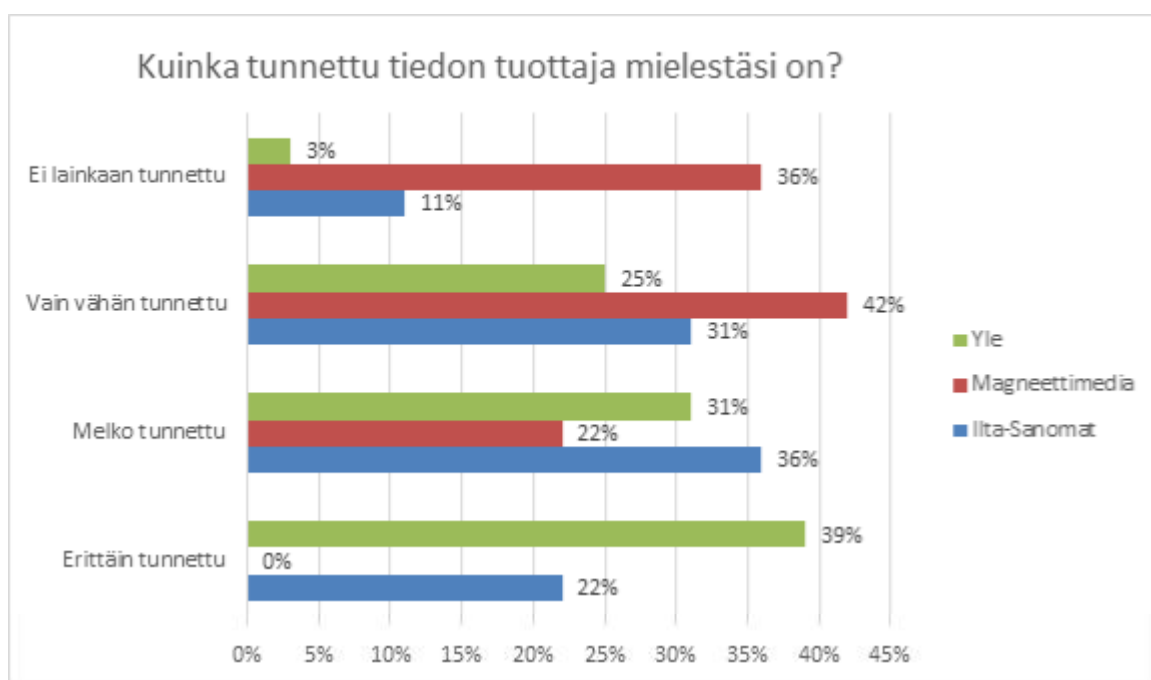
Kuviosta 5 nähdään, että vastaajista suurin osa on jonkin verran kiinnostuneita uutisista. Vastaajista lähes kaikki (97 prosenttia) ovat kiinnostuneita uutisista edes jollakin tasolla. Tiedon saavuttamisen edellytyksenä on halu vastaanottaa tietoa, joka ilmenee vastaajien kiinnostuksena uutisiin.



KUVIO 5. Nuorten kiinnostus uutisia kohtaan.

Vastaajilta kysyttiin sitä, kuinka tunnettu tiedon tuottaja heidän mielestensä on? Kysymyksen avulla pystytään arvioimaan vastaajien ennakkotietoja. Tulokset kysymykseen on esitetty kuviossa 6. Ylen tunnisti suurin osa vastaajista, mutta noin

neljäsosa vastaajista ajatteli sen olevan vain vähän tunnettu. Magneettimediaa ei kukaan vastaajista pitänyt erittäin tunnettuna ja yli kolmasosa ei tunnistanut lainkaan kyseistä tiedontuottajaa. Ilta-Sanomat oli vastaajille lähes yhtä tuttu kuin Yle. Huomionarvoista on kuitenkin, että kolme prosenttia vastaajista ei tunnistanut lainkaan Yleisradiota eikä 11 prosenttia vastaajista tunnistanut Ilta-Sanomia. Yleisradio ja Ilta-Sanomat ovat suurimmalle osalle vastaajista tuttuja, mutta yllättävän suurelle osalle vain vähän tunnettuja tai ei lainkaan tunnettuja. Khiin neliö -testin mukaan vastaajien eri uutistoimistojen tunnistamisessa on merkitsevää eroa:  $df = 6$ ,  $\chi = 27,08$ ; p-arvo: 0,0001. Testin mukaan tiedontuottajalla ja sen tunnettavuudella on yhteys.

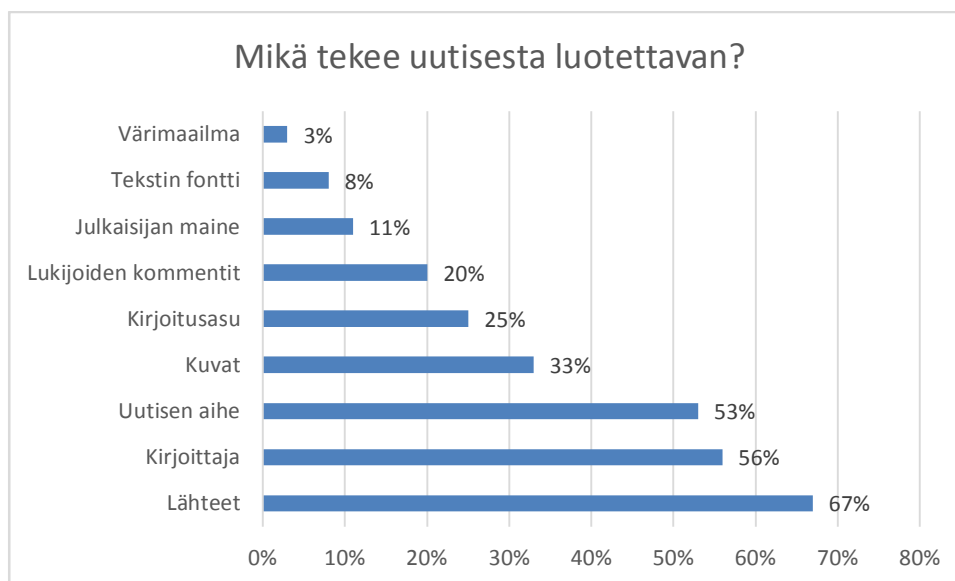


KUVIO 6. Tulokset kysymykseen ”kuinka tunnettu tiedon tuottaja mielestäsi on?”

## 7.2. Tiedon analysointi ja arviointi

Tutkimuskyselystä selviää, kuinka nuoret osaavat arvioida uutisen luotettavuuteen liittyviä seikkoja. Kuviossa 7 on esitetty vastaajien näkemykset uutiseen luotettavuuteen vaikuttavista tekijöistä. Vastaajista suurin osa on sitä mieltä, että lähteet ja kirjoittaja vaikuttavat eniten uutisen luotettavuuteen. Kirjoittaja on arvioitu luotettavuuden tarkastelussa korkealle. Julkaisijan maine on 11 prosentin mielestä tärkeä osa luotettavuuden arviointia. Yli puolet vastaajista on sitä mieltä, että uutisen aihe vaikuttaa sen luotettavuuteen. Kuvat on arvioitu tärkeämmäksi luotettavuuden

mittariksi kuin kirjoitusasu. Lähes viidesosa vastaajista, on sitä mieltä, että myös lukijoiden kommenteilla on vaikutusta uutisten luotettavuuteen. Fonttia ja värimaailmaa arvossa pitivät alle kymmenes vastaajista.

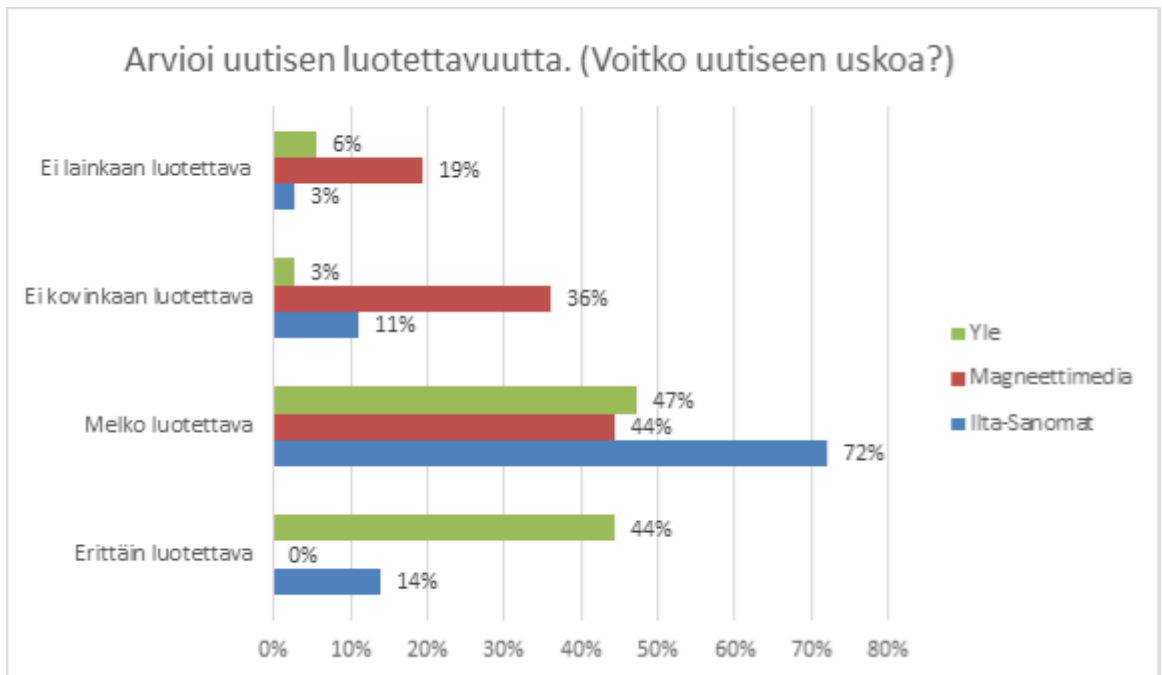


KUVIO 7. Uutisen luotettavuuden mittarit.

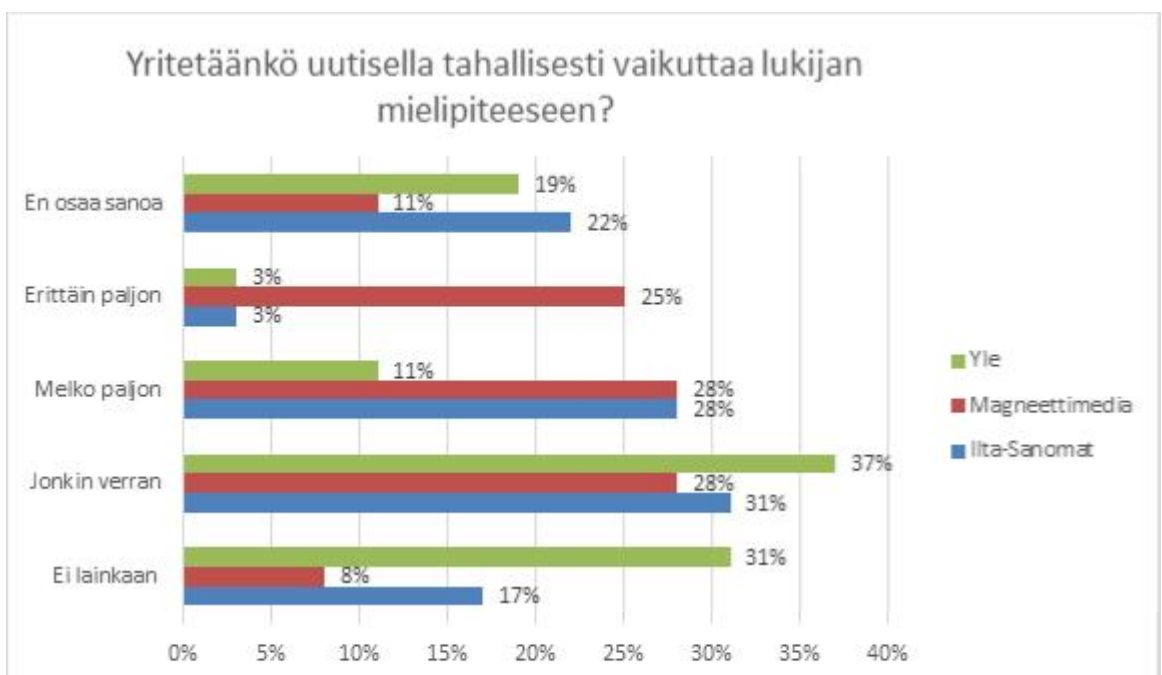
Nuoria pyydettiin arvioimaan esimerkkiuutisten luotettavuutta. Luotettavuuden arviointi on olennainen osa medialukutaitoa. Tulokset kysymykseen on esitetty kuviossa 8. Suurin osa vastaajista koki Ilta-Sanomien mainosuutisen melko tai erittäin luotettavaksi. Magneettimedian Inkivääri syövän parantajana - uutista ei yksikään vastaaja arvioinut erittäin luotettavaksi. Suurin osa vastaajista koki Magneettimedian uutista lukiessa luottamuksen puutetta. Ylen uutinen koettiin kaikkein luotettavimmaksi. Lähes kaikki vastaajat pitivät Ylen uutista erittäin tai melko luotettavana. Huomion arvoista on kuitenkin se, että yli 5 prosenttia vastaajista näki että Ylen uutinen ei ollut lainkaan luotettava. Khiin neliö -testin mukaan vastaajien suhtautumisessa eri uutistoimistoihin luotettavuuden suhteen on merkitsevää eroa:  $df = 6$ ,  $\chi = 41,428$ ; p-arvo: alle 0,0001. Testin mukaan tiedontuottajan ja luotettavuudella on yhteys.

Kuviossa 9 on esitetty vastaukset kysymykseen ”yritetäänkö uutisella tahallisesti vaikuttaa lukijan mielipiteeseen?” Yli puolet vastaajista on sitä mieltä, että Magneettimedian uutisella pyritään vaikuttamaan mielipiteeseen. Yli kolmasosa on sitä mieltä, että Magneettimedian uutisella pyritään vaikuttamaan mielipiteeseen vain vähän tai ei lainkaan. 11 prosenttia vastaajista on vastannut ”en osaa sanoa.” Yli kaksi kolmasosaa on sitä mieltä, että Ylen uutisella ei yritetä vaikuttaa mielipiteeseen kuin jonkin verran tai ei lainkaan. Noin viidesosa on vastannut Ylen ja Ilta-sanomien uutisten

kohdalla ”en osaa sanoa.” Noin 60 prosenttia vastaajista on sitä mieltä, että Ilta-sanomien uutisella yritetään vaikuttaa mielipiteeseen melko paljon tai jonkin verran. Lähes viidesosa on sitä mieltä, ettei Ilta-sanomien uutisella yritetä vaikuttaa mielipiteeseen. Khiin neliö -testin mukaan vastaajien suhtautumisessa eri uutistoimistojen pyrkimykseen vaikuttaa mielipiteisiin on merkitsevää eroa:  $df=8$ ,  $\chi=21,32$ ; p-arvo: 0,0063. Testin mukaan tiedontuottajan ja mielipiteeseen vaikuttamisen välillä on yhteys.



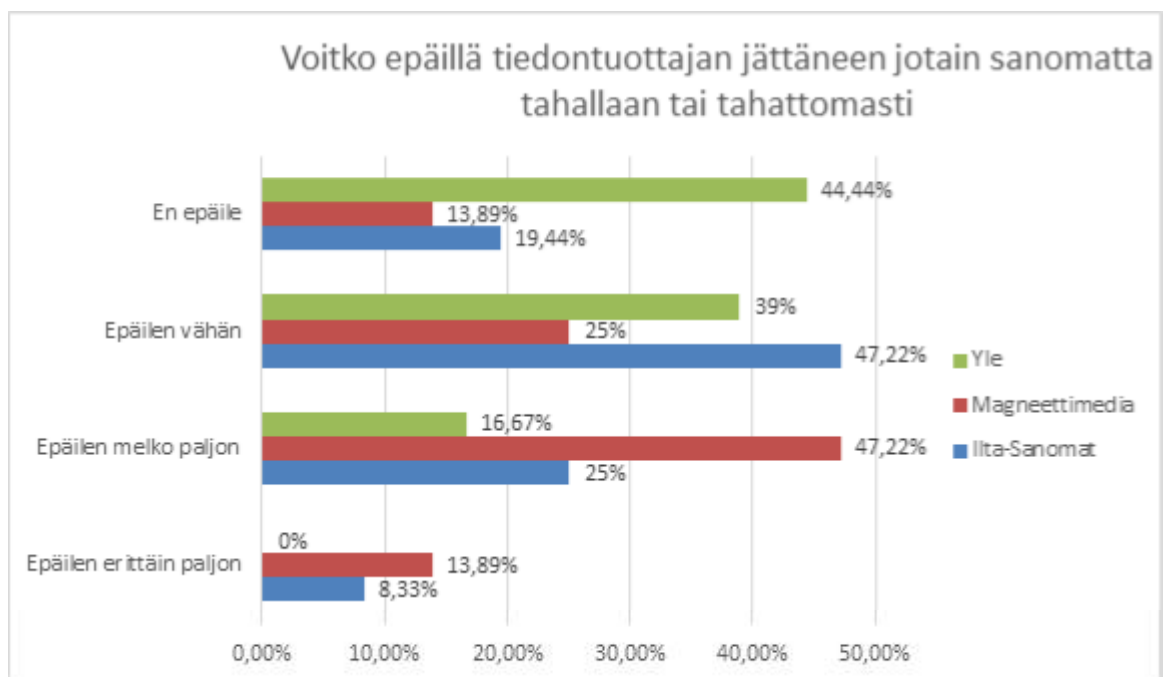
KUVIO 8. Tulokset kysymykseen ”arvioi uutisen luotettavuutta”.





KUVIO 9. Tulokset kysymyksessä ”Yritetäänkö uutisella tahallisesti vaikuttaa lukijan mielipiteeseen?”

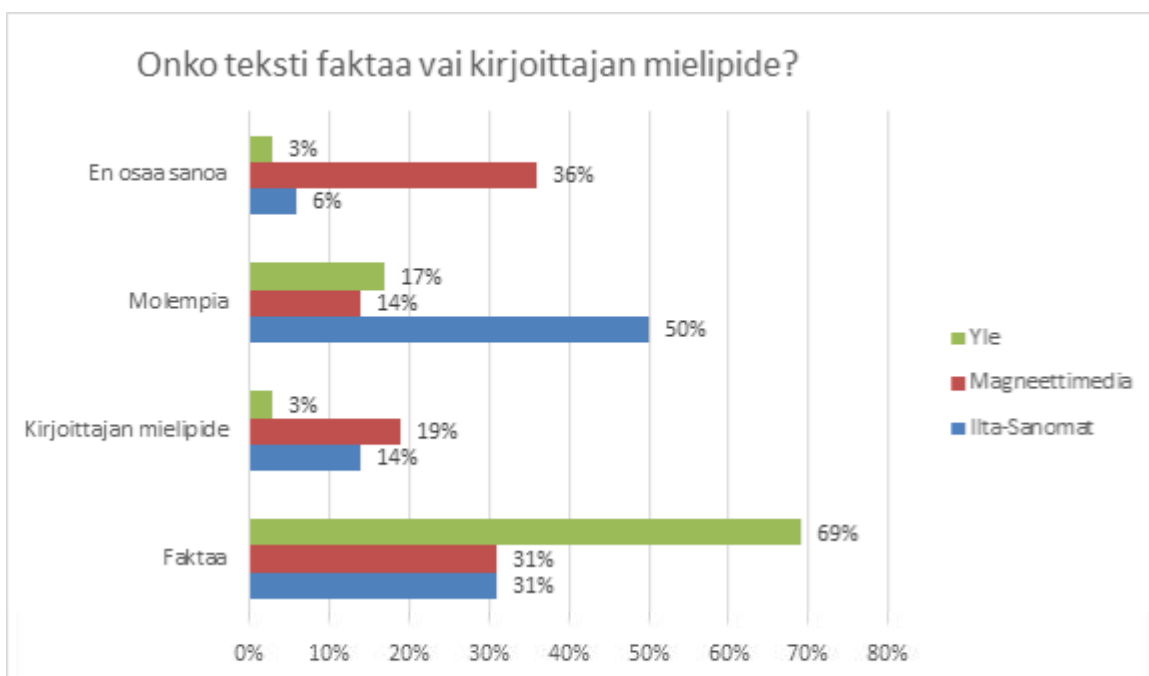
Kolmas kysymys yksittäisiin uutisiin liittyen oli: Voitko epäillä tiedontuottajan jättäneen jotain sanomatta tahallaan tai tahattomasti? Tulokset kysymykseen on esitetty kuviossa 10. Ylen uutisesta valtaosa vastaajista ei ajatellut olevan jätetty sanomatta mitään tai vain vähän. Magneettimedian uutisesta taas suurin osa ajatteli tiedontuottajan jättäneen jotain sanomatta. Ilta-Sanomien uutisen voi sanoa sijoittuvan näiden väliin, sillä noin puolet vastaajista epäili uutista vähän. Khiin neliö -testin mukaan vastaajien suhtautumisessa eri tiedontuottajiin tässä kysymyksessä on merkitsevää eroa:  $df=6$ ,  $\chi=20,62$ ; p-arvo: 0,0021. Testin mukaan tiedontuottajan ja sanomatta jättämisen välillä on yhteys.



KUVIO 10. Tulokset kysymykseen ”voitko epäillä tiedontuottajan jättäneen jotain sanomatta tahallaan tai tahattomasti?”

Tutkimuksessa kysyttiin, onko teksti faktaa vai kirjoittajan mielipide. Tulokset tähän kysymykseen on esitetty kuviossa 11. Tämän kysymyksen vastauksissa eri uutisten välinen jakauma on selkeästi nähtävissä. Ylen uutista piti faktana huomattavasti useampi kuin kahta muuta uutista. Hieman alle viidesosa piti Ylen uutista sekä faktana

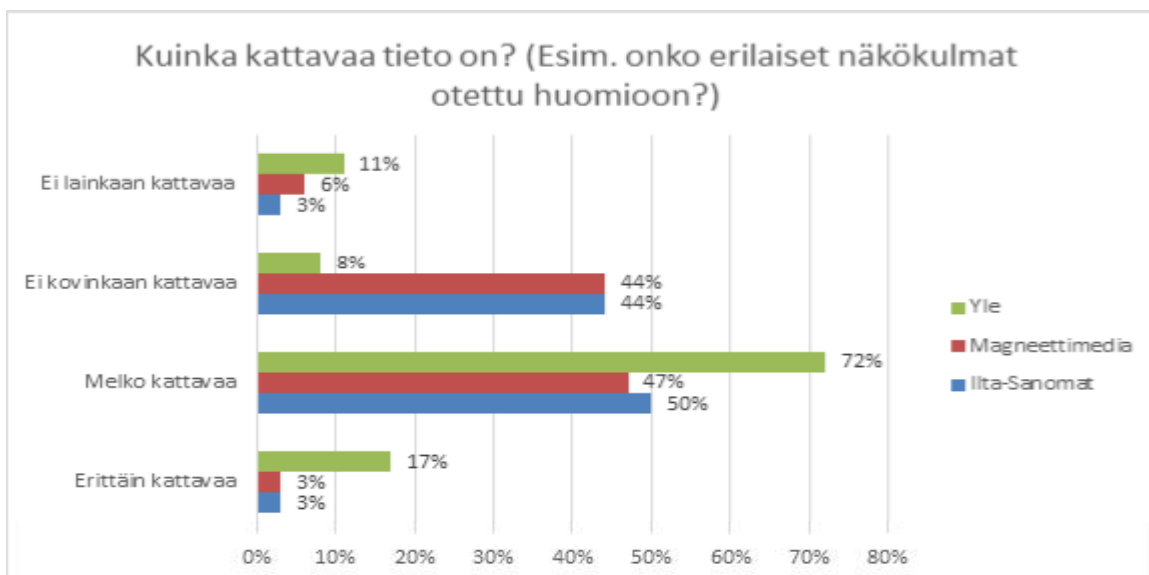
että kirjoittajan mielipiteenä. Kirjoittajan mielipiteenä uutista piti 3 prosenttia vastaajista. Yli kolmasosa vastaajista ei osannut tulkita Magneettimedian uutista ja vastasi sen kohdalla “en osaa sanoa.” Noin kolmasosa vastaajista oli sitä mieltä, että Magneettimedian uutinen on faktaa. Pieni osa vastaajista vastasi Magneettimedian uutisen sisältävän faktaa ja mielipiteitä. Puolet vastaajista pitää Ilta-Sanomien uutista sekä kirjoittajan mielipiteenä, että faktana. Khiin neliö -testin mukaan vastaajien suhtautumisessa eri uutisiin faktan ja mielipiteen suhteen on merkitsevää eroa:  $df=6$ ,  $\chi=34,32$ ; p-arvo: alle 0,0001. Testin mukaan tiedontuottajalla ja faktuaalisuudella on yhteys.



KUVIO 11. Tulokset kysymykseen ”onko teksti faktaa vai kirjoittajan mielipide?”

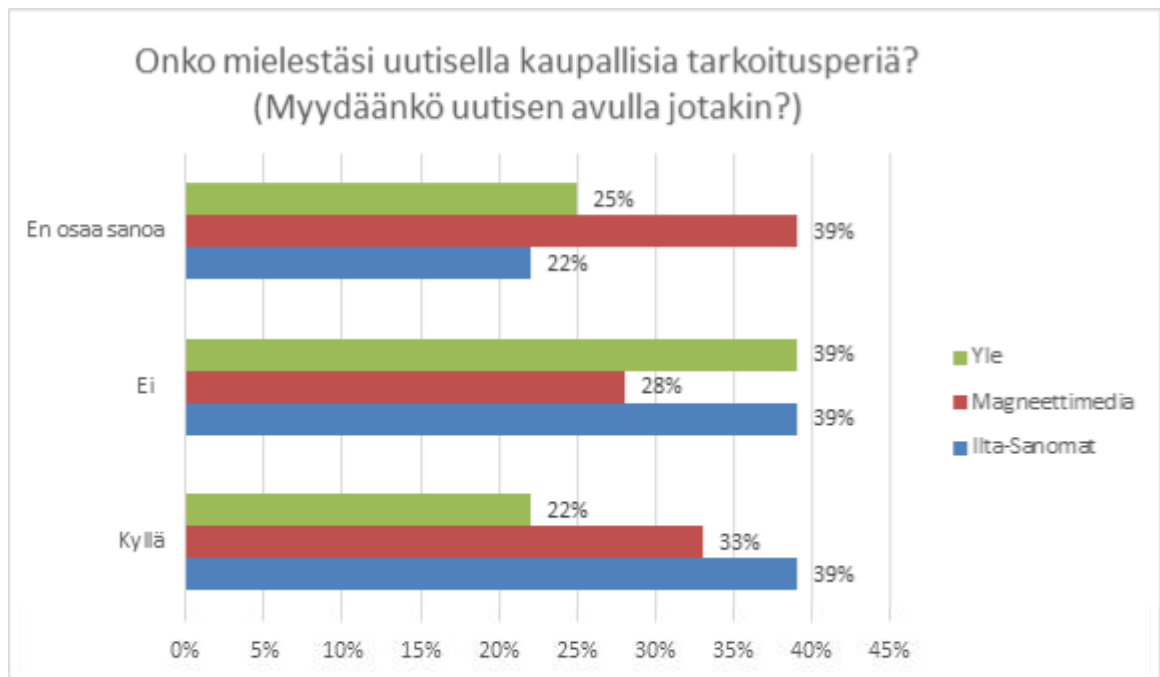
Uutisissa esiintyvän tiedon kattavuutta arvioitiin kysymyksessä ”kuinka kattavaa tieto on?” Tulokset kysymykseen on esitetty kuviossa 12. Kaikkien uutisten kohdalla vastausvaihtoehto “melko kattavaa” oli suosituin. Ylen uutisen kohdalla vastaukset jakautuivat siten, että uutinen sai eniten vastauksia kohdissa “ei lainkaan kattavaa” sekä “erittäin kattavaa”. Lähes 90 prosenttia vastaajista on vastannut Ylen uutisen olevan melko tai erittäin kattava tiedoiltaan. Ilta-Sanomien ja Magneettimedian uutisten tiedon kattavuutta vastaajat ovat arvioineet lähes identtisesti, sillä noin puolet on sitä mieltä, että tieto on melko kattavaa ja noin puolet, ettei tieto ole kovinkaan kattavaa. Khiin

neliö -testin perusteella vastaajien suhtautumisessa uutistoimistojen tiedon kattavuuteen on merkitsevää eroa:  $df=6$ ,  $\chi=18,8$ ; p-arvo: 0,0045. Testin mukaan tiedontuottajalla ja tiedon kattavuudella on yhteys.



KUVIO 12. Tulokset kysymykseen ”kuinka kattavaa tieto on?”

Kaupallisia tarkoituksia varten uutisissa kysyttiin viimeisenä kysymyksellä, jonka tulokset näkyvät kuviossa 13. Tulokset jakautuivat uutisten kesken tasaisesti. Khiin neliö -testin mukaan vastaajien näkemyksessä eri uutistoimistojen kaupallisiin tarkoituksiin on merkitsevää eroa:  $df=4$ ,  $\chi=4,49$ ; p-arvo: 0,3437. Testin mukaan tiedontuottajalla ja uutisen kaupallisuudella on yhteys.

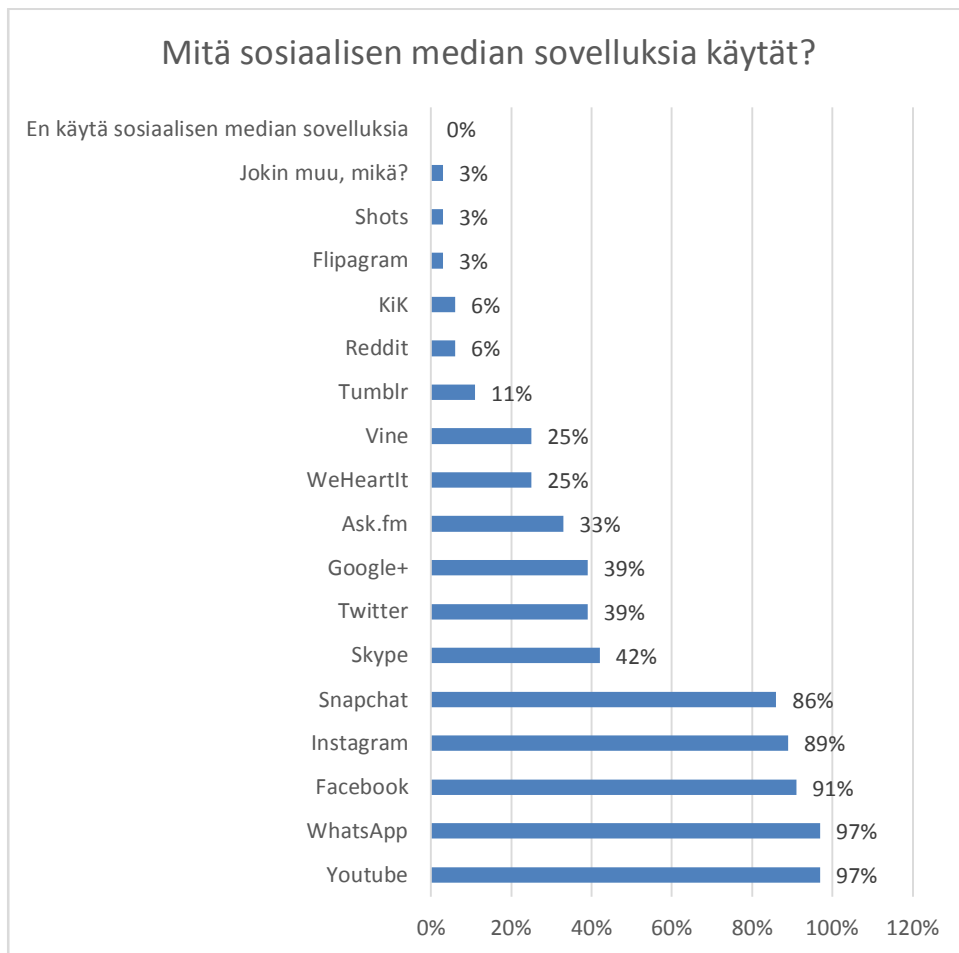


KUVIO 13. Tulokset kysymykseen “onko mielestäsi uutisella kaupallisia tarkoitusperiä?”

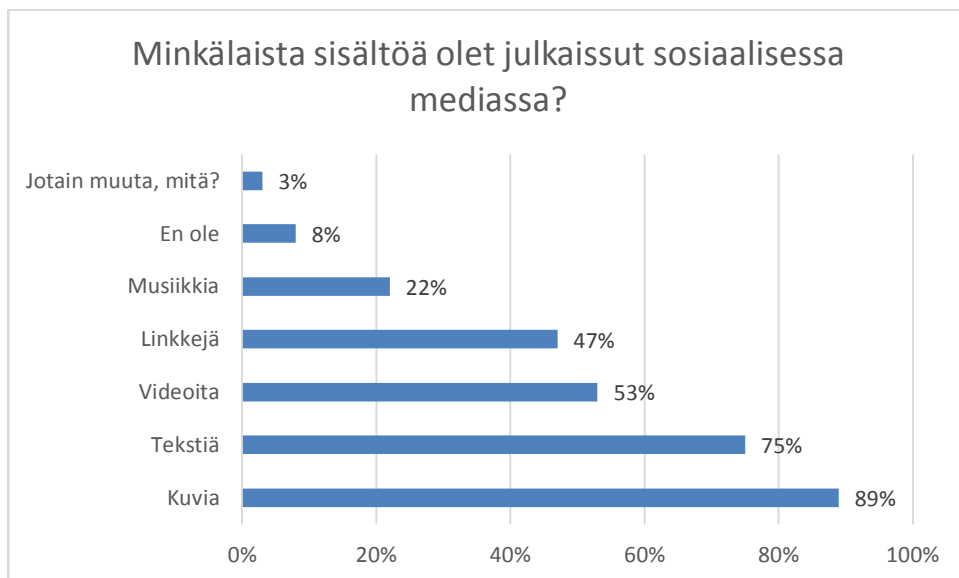
### 7.3. Oman sisällön julkaiseminen

Tutkimuksessa kysyttiin, minkälaisia sosiaalisen median sovelluksia nuoret käyttävät ja minkälaista sisältöä he niissä julkaisevat. Kuviossa 14 nähdään suosituimmat sosiaalisen median sovellukset sekä se, että kaikki kyselyyn vastanneet nuoret käyttävät vähintään yhtä sosiaalisen median sovellusta. Kuviossa 15 nähdään, että suurin osa kyselyyn vastanneista nuorista on verkostoitunut erilaisia SoMe-kanavia käyttäen ja julkaissut niissä myös omaa sisältöä. 8 prosenttia vastaajista kertoo, ettei ole julkaissut itse mitään sisältöä.

Tutkimuksen tuloksien mukaan WhatsAppia ja Youtubea käyttävät lähes kaikki nuorista. Snapchat, Instagram ja Facebook ovat myös hyvin suosittuja vastaajien keskuudessa. Viiden suosituimman palvelun jälkeen suosio selvästi hajaantuu.



KUVIO 14. Suosituimmat sosiaalisen median sovellukset.



KUVIO 15. Nuorten oman sisällön julkaiseminen sosiaalisessa mediassa.

## 8. Pohdinta

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia, onko peruskoulunsa päättävien yhdeksäsluokkalaisten medialukutaito perusopetuksen opetussuunnitelman perusteiden asettamien tavoitteiden mukaista. Tutkimuksessa on otettu huomioon vuoden 2014 opetussuunnitelmassa määritetyt medialukutaidon piirteet. Medialukutaito on jaoteltu kolmeen osa-alueeseen: Tiedon saavuttaminen, tiedon analysointi ja arviointi sekä oman sisällön julkaiseminen. (Livingstone, ym. 2005.)

Pyysimme apua uutisten valintaan ja analysointiin Helsingin yliopiston sosiaalitieteiden laitoksen viestinnän tutkimuksen akatemiaturkija Juha Herkmanilta. Tutkimuksessa käytettyjen uutisten arviointi ja analysointi on yhdeksäsluokkalaisten haasteellista, vaikka ohjeena olikin se, että sivustoihin ja lähteisiin saa tutustua vapaasti. Myös konsultoimamme Herkman oli sitä mieltä, että varsinaisia oikeita ja väärä vastauksia on haasteellista löytää (Herkman, 2016.) Valitsimmekin kyselyyn uutisia jotka edustavat uutisten laajassa kirjossa ääripäitä, jotta pystyisimme määrittelemään kysymyksiimme niin sanotut oikeat vastaukset.

Medialukutaidon osa-alue tiedon saavuttaminen toteutuu yhdeksäsluokkalaisten vastaajien kohdalla opetussuunnitelman perusteiden asettamien tavoitteiden mukaisesti (POPS 2014.) Uutiset tavoittavat vastaajat monista eri lähteistä ja monipuolisesti. Lähes kaikki vastaajat seuraavat uutisia, mikä on merkki uutisten saavuttamisen toteutumisesta. Medialukutaitoon kuuluu olennaisena osana taito käyttää mediaa monipuolisesti ja kuvion 4 perusteella tämä toteutuu hyvin (Tyner 1998, 188-120.) Vastausten perusteella ei voida kuitenkaan päätellä minkälaista tietoa vastaajat saavuttavat ja ovatko heidän uutislähteensä luotettavia. Kaksi vastaajaa kertoi esimerkiksi lukevansa uutisia 9gag -huumorisivustolta. Huomionarvoista on, että osa vastaajista ei tunnistanut Yleä eikä Ilta-Sanomia. Uutistoimitusten tunteminen on osa medialukutaitoa ja Suomen tunnetuimpiin lukeutuvien mediantuottajien tunnistamattomuus kielii hyvin suuresta puutteesta medialukutaidossa (POPS 2014.)

Tutkimuksen pääpaino oli medialukutaidon osa-alueella tiedon analysointi ja arviointi. Vastaajat tunnistivat useimmat uutisen luotettavuuteen vaikuttavat tekijät, kuten kirjoittajan maineen ja uutisen lähteen. Kuitenkaan julkaisijaa moni vastaajista ei tunnistanut luotettavuuteen vaikuttavana tekijänä. Julkaisija usein määrittää uutisen

luotettavuuden toiminnallaan (Tuchman 1978.) Hyvämaineisen uutistoimiston, kuten esimerkiksi Helsingin Sanomien, uutisen voi olettaa olevan luotettava, vaikka uutisen kirjoittaja olisikin lukijalle tuntematon. Olisi mielenkiintoista kuulla miksi vastaajat pitivät fonttia tai lukijoiden kommentteja luotettavuuteen vaikuttavina tekijöinä.

Vastausten perusteella voidaan todeta, että vastaajat tunnistavat Ylen uutisen luotettavaksi. Kriittinen medianlukutaito ei ole kuitenkaan kehittynyt niin hyvin lähes puolella vastaajista, että he olisivat tunnistaneet Magneettimedian uutisen epäluotettavaksi. Magneettimedian sivustolla oli nähtävissä muita esillä olevia uutisotsikoita, jotka olivat vahvasti antisemitistisiä ja avoimen rasistisia. Räikeiden otsikoiden ja runsaan mainonnan olisi pitänyt herättää jonkinasteista epäluottamuksen tunnetta tai kriittisyyttä (POPS 2014.) Ennen kyselyn tekemistä annoimme vastaajille myös ohjeen, että sivuja saa tutkia vapaasti, eikä ollut kiellettyä avata muita uutisia sivustoilla. Vastaajien medialukutaidon ongelma on selkeästi liika luottamus uutisiin. Liika luottamus uutislähteisiin onkin suuri ongelma, sillä juuri se aiheuttaa väärän tiedon leviämistä johon niin sanotun vastamedian tuottajat pyrkivät. Vastamedia on käsite, joka on syntynyt julkisuudessa selventämään epäluotettavien uutislähteiden laajaa kirjoa (Yle uutiset 2015.) Parhaimmillaan tilanne olisi jos vastaajilla olisi terve luottamuksen suhde uutisiin, jossa uutisiin suhtaudutaan kriittisesti, muttei kuitenkaan liian epäluuloisesti (Herkman 2007.) Liikaa luottamusta parempi tilanne olisi kuitenkin liian vähäinen luottamus, jolloin valheelliset uutiset eivät pääsisi leviämään helposti ja uutisten lukijat todennäköisesti etsisivät taustatietoja aktiivisesti. Kyselyn päätyttyä käsitelimme uutisia ja etenkin uutisten luotettavuutta. Muutamat nuoret osasivat kertoa, että uutisen luotettavuutta lisää myös se, kuinka moni eri julkaisija asiasta on uutisoinut. Esimerkiksi Magneettimedian artikkelista puhuttaessa pohdittiin huvittuneesti sitä, mikseivät useammat lähteet ole informoineet ihmisiä tästä uudesta ihmeläkkeestä.

Mielipiteeseen vaikuttaminen on yksi vastamedian päätehtävistä (mm. Yle uutiset 2015.) Vastaajien tehtävänä oli tunnistaa yritetäänkö uutisella vaikuttaa lukijan mielipiteeseen vai onko sen tarkoitus vain välittää tietoa. Tutkimuskyselyssä käytetyssä Ylen uutisessa ei ole havaittavissa mielipiteeseen vaikuttamista. Ilta-Sanomien uutisessa tarkoitus oli ennemminkin herättää mielenkiintoa kuin vaikuttaa mielipiteeseen, mutta on hyväksyttävää tulkita uutisen mainostustarkoitus myös mielipiteeseen vaikuttamisena. Magneettimedian uutisessa selkeästi pyritään vaikuttamaan mielipiteeseen, joka ilmenee jo uutisessa käytetyissä sanavalinnoissa. Vastaajat

arvioivat Magneettimedian uutisen pyrkivän vaikuttamaan lukijoiden mielipiteisiin eniten, kuten kuviossa 9 on nähtävissä. Ylen uutinen tunnistettiin vähiten mielipiteeseen vaikuttavimpana. Vastausten perusteella Ylen ja Ilta-Sanomien uutisista vastaajat ovat tunnistaneet uutisen piirteet, mutta yli kolmasosa ei ole osannut suhtautua Magneettimedian uutiseen tarpeeksi kriittisesti. Kolmasosalla vastaajista on jäänyt huomaamatta Magneettimedian uutisen kohtalaisen helposti tunnistettavissa oleva mielipiteellisyys. Voidaan todeta, että merkittävä osa vastaajista ei ole osannut analysoida ja arvioida uutisia mielipiteen vaikuttamisen suhteen yhdeksäsluokkaliselta vaadittavalla tasolla.

Kysymykseen ”voitko epäillä tiedontuottajan jättäneen sanomatta jotain?” vastaaminen vaatii medialukutaidon lisäksi ymmärrystä uutisten luonteesta ja kirjoittamisesta. Vastaaminen edellyttää ymmärrystä myös uutisen julkaisemisen taustalla olevasta motiivista sekä uutisen lähteiden asianmukaisesta käytöstä (Herkman 2007.) Kysymyksen tarkoituksena oli selvittää osaavatko vastaajat epäillä ainakin Magneettimedian tekijöiden jättäneen jotain sanomatta uutisessaan. Ylen ja Ilta-Sanomien uutisista voi ajatella olevan jotain jätetty sanomatta, eikä näin ollen voida sanoa olevan väärin jos vastaaja on näin epäillyt. Vastausten perusteella voidaan todeta, että suurimmalla osalla vastaajista medialukutaito on vaaditulla tasolla tämän kysymyksen suhteen (POPS 2014.) Yli kolmasosa vastaajista ei osannut kuitenkaan tunnistaa Magneettimedian uutisessa esiintyvää yksipuolista tarkoituksella valittujen faktojen esittämistä ja haitallisten tosiasioiden puuttumista.

Jokaiseen uutiseen liittyi kysymys ”onko teksti faktaa vai kirjoittajan mielipide?” Uutistekstin tulisi olla täysin mielipidevapaata. Kuitenkin mielipiteettömyys toteutuu uutisissa vain harvoin. (Pietilä, 1995. 96-97) Vastaajien pitäisi huomata, että Ylen uutinen on valituista uutisista selkeästi kaikkein vähiten mielipiteellinen. Magneettimedian uutisen kirjoittaja on lisännyt uutistekstiinsä selkeästi mielipiteellisiä lauseita, kuten ”miksi siis alan ammattilaiset ja johtavat lääkärit määräävät näitä vaarallisia lääkkeitä ja sädehoitoja...” Vastaajien tulisi huomata ainakin se, että Magneettimedian uutinen sisältää kirjoittajan mielipiteitä ja se, että Ylen uutinen ei sisällä. Ilta-Sanomien uutisen runsaan adjektiivien käytön tulisi myös herättää vastaajissa epäilyksiä mielipiteellisyydestä. Kysymys oli yksi vaikeimmista koko kyselyssä ja se näkyy myös vastauksissa. Vain noin kolmasosa vastaajista on tunnistanut Magneettimedian uutisessa mielipiteellisyyden. Viidesosa vastaajista taas on tulkinnut Ylen uutisen sisältävän jotakin mielipiteellistä. Voidaan todeta, että



mielipiteellisuuden tunnistaminen on ollut vastaajaryhmälle vaikeaa, eikä medialukutaito sen osalta toteudu Opetussuunnitelman (POPS 2014) edellyttämällä tavalla.

Kysymys ”kuinka kattavaa tieto on?” on saattanut tuntua vaikealta osalle vastaajista, sillä kattavuutta voi olla vaikea määritellä. Ylen uutinen on kaikkein lyhin, mutta toisaalta se on myös asiapitoisin ja uutismaisin. Magneettimedian ja Ilta-Sanomien uutiset ovat pidempiä mutta niiden uutisarvo ei ole kovinkaan suuri. Vastaajien tulisi ymmärtää ensimmäisenä uutisen tarkoitus. Uutisen tulee vastata tiedon tarpeeseen tarkoituksenmukaisesti (Pietilä, 1995. 96-97.). Uutisen tarkoituksen ymmärtämisen kautta uutisissa esitetyn tiedon kattavuutta voidaan arvioida. Ylen ja Ilta-Sanomien uutisten tarkoitus on välittää tietoa suppeasta aiheesta, jolloin myös lähteitä voi olla suppeasti ja silti pystytään vastaamaan uutisten tarpeisiin. Magneettimedian uutisen aihe taas on hyvin laaja, joten myös lähteitä tulisi olla laajasti. Vastaajan tulisi huomioida uutisen tarkoitus uutisen kattavuutta arvioidessa (Pietilä 1995.) Magneettimedian uutinen ei ota tarpeeksi huomioon eri näkökulmia eikä lähteiden käyttö ole tarkoituksenmukaisella tasolla. Ilta-Sanomien uutinen on jakanut mielipiteitä laidasta laitaan, mikä onkin ymmärrettävää. Ilta-Sanomien uutisen uutisarvo on vähäinen jolloin myös uutisen tiedon kattavuuden tarvetta voi olla vaikea määritellä. Puolet vastaajista ei ymmärtänyt Magneettimedian uutisen taustatiedon suppeutta ja vähäistä näkökulmien huomioonottoa. Kattavuuden arviointi on kuitenkin niin vaikeaa, ettei vastausten perusteella voida tehdä suoraa johtopäätöstä vastaajien medialukutaidosta. Vastauksien yhteydessä olisi pitänyt saada selitys miksi vastaajat ovat vastanneet kyseisellä tavalla. Vastauksien laaja kirjo onkin ehkä osoitus vain siitä, että mediaa luetaan ja tulkitaan hyvin monella eri tavalla.

Uutisten kaupallisten tarkoituserien tunnistaminen on usein malliesimerkkinä, kun puhutaan medialukutaidosta. Esimerkiksi Merisuo-Storm (2008) nostaa uutisen ja mainoksen erottamisen yhdeksi tärkeimmistä taidoista mediaa luettaessa. Ilta-Sanomien uutinen on uutisista selkeimmin kaupallinen. Vastaajien tulisi huomata Ilta-Sanomien kaupalliset tarkoituserät ja ymmärtää ettei Ylen uutisella ole kaupallisia tarkoituseriä. Uutisen mainostustarkoitukset jäivät kuitenkin useilta vastaajilta huomaamatta, kuten kuvioista 13 ilmenee. Ilta-Sanomien uutisella oli vastausten perusteella eniten kaupallisia tarkoituseriä. Toisaalta yhtä suuri osa vastaajista ei ajatellut uutisella olevan kaupallisia tarkoituseriä. Oletuksena oli suurempi ero uutisten välillä, sillä esimerkiksi Ylen uutisesta on vaikea keksiä mitään kaupallista. Ylen verkkosivuilla ei

edes ole mainoksia. Osa vastaajista sanoi kyselyn päätyttyä ajatelleensa Magneettimedian uutisella mainostettavan inkivääriä ja kurkumaa. Vastausten perusteella voidaan päätellä, että vastaajien medialukutaito ei huomattavalla osalla vastaajista ole sillä tasolla, että he tunnistaisivat uutisessa kaupallisen tarkoituksen. Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteissa (POPS 2014) määritellään medialukutaidon sisältävän taidon erottaa mainos faktasta.

Nuoret osallistuivat keskusteluun Ilta-Sanomien uutisen pohjalta innokkaasti ja suullisen käsittelyn aikana tunnistivat uutiseen piilotetun mainostarkoituksen hyvin. Sivun ulkoasusta puhuttaessa nuorten huomion kiinnitti mainosten runsas määrä. Muutamat osasivat huomioida myös sen, kuinka mainokset ovat nykyään internet-sivujen evästeiden keräämisen takia käyttäjäkohtaisesti suunnattuja. Magneettimedian artikkelin käsittelyn aikana monet nuorista tunnistivat sivuston kapinallisen asenteen ja selkeän valheellisuuden. Melko moni kuitenkin kertoi tutustuneensa sivustoon aiemmin jossain toisessa yhteydessä, kuten myös muihin kyseenalaisiin tiedontuottajiin, esimerkiksi MV-lehteen. Suullisessa pohdinnassa Yle:n uutinen koettiin selkeästi kaikista luotettavimmaksi. Nuoret tiesivät, että Yleisradiolla ei ole kaupallisia tarkoituksia, vaan se on valtion omistama ja hallinnoima taho, joka toimii uutisten tuottajana. Nuoret myös tunnistivat sen, kuinka Yleisradion uutinen on kirjoitettu neutraalisti, eikä se ota rokotusasiaan selkeästi kantaa, vaan ainoastaan toimii tiedottajana. Nuorten mielestä artikkeli täyttää uutisen kriteerit siksi, ettei se ota kantaa ja sen sisältö on informatiivista.

Kolmas medialukutaidon osa-alue on oman sisällön julkaiseminen (Livingstone ym. 2005). Kyselyn perusteella jokainen vastaaja käyttää ainakin yhtä sosiaalisen median palvelua. Nuorten eniten käyttämien sosiaalisen median palveluiden luonteeseen kuuluu julkaiseminen, jakaminen ja kommentointi. Vain alle kymmenes vastaajista kertoo, ettei ole julkaissut sosiaalisessa mediassa mitään. Luultavasti tästäkin joukosta löytyy vastaajia, jotka ovat kommentoineet muiden jakamia sisältöjä, jakaneet muiden sisältöjä eteenpäin tai ottanut osaa esimerkiksi WhatsApp-ryhmäkeskusteluun. Nuorille vastaajille sosiaalinen media saattaa olla niin kiinteä osa elämää, että esimerkiksi edellä mainittuja ei helposti koeta sisällön jakamiseksi. Sosiaalisen median kentän kehittyessä huimaa vauhtia, olisi mielenkiintoista vertailla pidemmällä aikavälillä sitä, kuinka paljon SoMe-sovellusten käyttö vaihtelee. Uudet sovellukset valtaavat käyttäjäkuntaa nopeasti ja vanhat vuorostaan unohtuvat.

Kyselyn perusteella medialukutaidon osa-alue oman sisällön jakaminen on Opetussuunnitelmassa (POPS 2014) esitetyllä tasolla. Kyselyn perusteella ei kuitenkaan voida sanoa tarkkaan millaista sisältöä nuoret jakavat. Kyselystä ei selviä ovatko jaetut asiat esimerkiksi järkeviä tai asiallisia. Opetussuunnitelman perusteissa ei tosin mainita, että nuorten pitäisi osata jakaa jotakin tietynlaista sisältöä, pelkkä oman sisällön tuottaminen ja jakaminen riittää.

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta yhteenvetona, että kaksi medialukutaidon kolmesta osasta ovat kunnossa. Nuoret saavuttavat median sisältöä monipuolisesti ja julkaisevat aktiivisesti myös omaa sisältöään monenlaisissa sosiaalisen median sovelluksissa. Tiedon analysointi ja arviointi sen sijaan ei ole helppoa, joka näkyy myös tutkimuksen tuloksissa. Yhdeksäsluokkalaisten on vaikeaa erottaa mainos ja uutinen toisistaan ja tunnistaa epäluotettava tieto. Tämän medialukutaidon osa-alueen heikompi tulos herättää kiinnostuksen, olisiko juuri sitä mahdollista tutkia tarkemmin ja laajemmin? Kriittisen mediakasvatuksen nimissä voisi olla tärkeää selvittää, kuinka suuri ongelma on kyseessä.

Tunnin lopuksi annoimme nuorten tutustua itsenäisesti mediataitokoulu.fi -sivustoon ja samalla miettiä, mitä medialukutaito on. He eivät osanneet kertoa, oliko medialukutaitoa heidän kanssaan esimerkiksi äidinkielen tunnilla käsitelty, vaikka opettaja kertoikin heidän edeltävänä vuonna käsitelleen aihetta yhteensä kaksi viikkoa kestäneen kokonaisuuden aikana. “Medialukutaito on sitä, ettei niele pureskelematta samaansa tietoa, vaan miettii sitä kriittisesti”, totesi eräs nuorista oppituntimme lopuksi.

## Lähteet

(2016, 10. 5). Retrieved from <https://en.oxforddictionaries.com/definition/news>

Berkowitz, D. (1997). *Social Meanings of News. A Text Reader*. Lontoo: Macmillan Publishing.

Bruun, M., Koskimies, I., & Tervonen, I. (1986). *Uutisoppikirja*. Helsinki: Tammi.

Considine, D., Horton, J., & Moorman, G. (2009). *Teaching and Reaching the Millennial Generation Through Media Literacy*. International Reading Association.

*eBrand Suomi Oy*. (2017, 10. 24). Retrieved from Some ja nuoret 2016:  
[www.ebrand.fi/somejanuoret2016/](http://www.ebrand.fi/somejanuoret2016/)

Ekholm, K., & Repo, Y. (2010). *Kirja tienhaarassa vuonna 2020*. Helsinki: Gaudeamus.

Gainer, J. (2010). Critical Media Literacy in Middle School: Exploiring the Politics of Representation. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 53, 364-373.

Hankala, M. (1999). Verkkolukutaidolla tietotulvan hallintaan. In S. Kotilainen, M. Hankala, & U. Kivikuru (Ed.), *Mediakasvatus*. Helsinki: Edita.

Herkman, J. (2007). *Kriittinen mediakasvatus*. Tampere: Vastapaino.

Herkman, J. (2016, Tammikuu). Puhelinkeskustelu.

Hintikka, K. A. (2015, 2 3). *Jyväskylän yliopiston sivusto*. Retrieved from Kansalaisyhteiskunnan tutkimusportaali; sanasto; sosiaalinen media:  
<http://kans.jyu.fi/sanasto/sanatkansio/sosiaalinen-media>

Hirsjärvi, S., Remes, P., & Sajavaara, P. (2009). *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Tammi.

Hobbs, R. (2004). A Review of School-Based Initiatives in Media Literacy Education. *American Behavioral Scientist*.

Hobbs, R., & Frost, R. (2003). Measuring the Acquisition of Media Literacy Skills. *Reading Research Quarterly*, 38(3), 330-355.

Ihananainen, P., Kalli, P., & Kiviniemi, K. (2011). *Sosiaalinen media ja verkostoituminen*. Helsinki: OKKA.

- Jenkins, H. (2006). *Fans, Bloggers, and Gamers: Media Consumers in a Digital Age*. New York & Lontoo: NYU Press.
- Julkisen sanan neuvosto*. (2016, 10. 26). Retrieved from Journalistin ohjeet: [http://www.jsn.fi/journalistin\\_ohjeet/](http://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/)
- Kangas, S., Lundvall, A., & S, S. (2008). *Lasten ja nuorten mediamaailma pähkinänkuoressa*. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö.
- Kansallinen mediatutkimus*. (2016, 9 28). Retrieved from <http://mediaauditfinland.fi/kmt-lukijatiedote-s15k16/>
- Keltto, S. (2010). *Asian vierestä, omalla nimellä. Uutiskommentin lajipiirteiden kuvailua Aamulehdessä ja Ilkassa. Pro Gradu -tutkimus*. Tampere: Tampereen yliopisto; Tiedotusopin laitos.
- Kotilainen, S. (1999). Mediakasvatuksen monet määritelmät. In S. Kotilainen, M. Hankala, & U. Kivikuru (Ed.), *Mediakasvatus*. Helsinki: Edita.
- Kupiainen, R. (2013). *Media and Digital Literacies in Secondary School*. New York: Peter Lang Publishing, Inc.
- Kupiainen, R., & Sintonen, S. (2009). *Medialukutaidot, osallisuus, mediakasvatus*. Helsinki: Helsinki University Press.
- Kuutti, H. (1994). *Journalistiikan sanasto*. Jyväskylä: Atena.
- Kylmänen, T. (2010). *Mediamylly. Kasvattajan opas esi- ja alkuopetukseen*. Helsinki: Tammi.
- Livingstone, S., Van Couvering, E., & Thumim, N. (2005). *Adult Media Literacy. A Review of the Research Literature on Behalf of Ofcom*. Lontoo: London School of Economical and Political Science.
- Matikainen, J. (2008). *Verkko kasvattajana. Mitä aikuisen tulisi tietää ja ajatella verkosta*. Helsinki: Palmenia.
- Merilampi, R.-S. (2014). *Mediakasvatuksen perusteet*. Helsinki: BTJ Finland Oy.

- Merisuo-Storm, T. (2008). *Kumpi kertoo paremmin? Koululainen painetun ja sähköisen median ymmärtäjänä.* (M. Soininen, Ed.) Turku: Rauman opettajankoulutuslaitos.
- Messarís, P. (1998). Visual Aspects of Media Literacy. *Journal of Communication*, 48(1), 70-80.
- Mustonen, A. (2002). Median rooli psykologisessa kehityksessä. In S. Sintonen (Ed.), *Median sylissä. Kirjoituksia lasten mediakasvatuksesta.* Helsinki: Finn Lectura.
- Mäntylä, J. (2004). *Journalistin etiikka.* Helsinki: Yliopistokustannus.
- Mäntymäki, M. (2012). *Tykkää tästä! Opettajan ammattietiikka sosiaalisen median ajassa.* Jyväskylä: PS-kustannus.
- Opetushallitus. (2004). *Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet.* Helsinki.
- Opetushallitus. (2014). *Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet.* Helsinki.
- Pietilä, V. (1995). *Kertomuksia uutisista, uutisia kertomuksista. Kirjoituksia kolmelta vuosikymmeneltä.* Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos, Tampere.
- Potter, J. W. (2001). *Media Literacy.* Thousand Oaks: Sage Publications.
- Potter, J. W. (2004). *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach.* Sage Publications.
- Scott, J. (2000). Children as Respondent. The Challenge for Quantitative Methods. In A. James (Ed.), *Research with Children* (pp. 98-119). Lontoo: Falmer Press.
- Sintonen, S. (2012). *Susitunti. Kohti digitaalisia lukutaitoja.* Tampere: Finn Lectura.
- Soininen, M., & Merisuo-Storm, T. (2009). *Kasvatustieteellisen tutkimuksen perusteet.* Turku: Rauman opettajankoulutuslaitos.
- Tilastokeskus. (2010). *Joukkoviestimet 2009.* Helsinki: Tilastokeskus.
- Tilastokeskus. (2012). *Joukkoviestimet 2011.* Helsinki: Tilastokeskus.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta.* (2012). Retrieved 10. 26, 2017, from Eettinen ennakoarviointi ihmistieteissä: <http://www.tenk.fi/fi/eettinen-ennakoarviointi-ihmistieteissa>

Tyner, K. (1998). *Literacy in a Digital World: Teaching and Learning in the Age of Information*. Mahwah, New Jersey & Lontoo: Lawrence Erlbaum.

Wesch, M. (2013). New Media Literacy: What's at Stake? In Y. Crotty, & M. Farren (Ed.), *Digital Literacies in Education. Creative, Multimodal and Innovative Practices*. Bern: International Academic Publishers.

WSOY-tietokirjatoimitus. (2004). *Factum 3. osa*. Porvoo: WSOY.

Yleisradio. (2015, Marraskuu). *Yle uutiset*. Retrieved from <https://yle.fi/uutiset/3-8407726>

1. Sukupuoli \*

- Tyttö
- Poika

2. Kuinka usein luet/katsot/seuraat uutisia? \*

- En koskaan
- Kerran kuukaudessa
- Kerran viikossa
- 2-3 kertaa viikossa
- Kerran päivässä
- 2-3 kertaa päivässä
- Useammin kuin 2-3 kertaa päivässä

3. Mistä luet/katsot/seuraat uutisia? \*

- Sosiaalinen media
- Painettu media (esim. sanomalehdet)
- Nettilehdet
- Radio
- Televisio
- Internetin suoratoistopalvelut (esim. Yle Areena)

Jokin muu, mikä?

---



4. Kuinka kiinnostunut olet uutisista? \*

- Erittäin kiinnostunut
- Melko kiinnostunut
- Jonkin verran kiinnostunut
- En lainkaan kiinnostunut

5. Mikä vaikuttaa viestin luotettavuuteen? \*

- Tekstin fontti
- Värimaailma
- Kirjoittaja
- Lähteet
- Kuvat
- Kirjoitusasu
- Uutisen aihe
- Lukijoiden kommentit
- Julkaisijan maine

Jokin muu, mikä?

---

Tutustu alla oleviin kirjoituksiin (ja sivustoihin) ja vastaa kysymyksiin niiden perusteella.

<http://www.iltasanomat.fi/viihde/art-2000001271400.html>

6. Arvioi uutisen luotettavuutta. (Voiko uutiseen uskoa?) \*

- Erittäin luotettava
- Melko luotettava
- Ei kovinkaan luotettava
- Ei lainkaan luotettava

7. Yritetäänkö uutisella tahallisesti vaikuttaa lukijan mielipiteeseen? \*

- Ei lainkaan
- Jonkin verran
- Melko paljon
- Erittäin paljon
- En osaa sanoa

8. Voitko epäillä tiedontuottajan jättäneen jotain sanomatta tahallaan tai tahattomasti? \*

- Epäilen erittäin paljon
- Epäilen melko paljon
- Epäilen vähän
- En epäile

9. Onko teksti faktaa vai kirjoittajan mielipide? \*

- Faktaa
- Kirjoittajan mielipide
- Molempia
- En osaa sanoa

10. Kuinka kattavaa tieto on? (Esim. onko erilaiset näkökulmat otettu huomioon?) \*

- Erittäin kattavaa
- Melko kattavaa
- Ei kovinkaan kattavaa
- Ei lainkaan kattavaa

11. Kuinka tunnettu tiedon tuottaja mielestäsi on? \*

- Erittäin tunnettu
- Melko tunnettu
- Vain vähän tunnettu
- Ei lainkaan tunnettu

**12.** Onko mielestäsi uutisella kaupallisia tarkoitusperiä? (Myydäänkö uutisen avulla jotakin?) \*

- Ei
- Kyllä
- En osaa sanoa

Tutustu alla oleviin kirjoituksiin (ja sivustoihin) ja vastaa kysymyksiin niiden perusteella.

<http://magneettimedia.com/inkivaari-tappaa-syopasoluja-vaarallisia-syopalaakkeita-tehokkaammilla-lääkkeillä>

**13.** Arvioi uutisen luotettavuutta. (Voiko uutiseen uskoa?) \*

- Erittäin luotettava
- Melko luotettava
- Ei kovinkaan luotettava
- Ei lainkaan luotettava

**14.** Yritetäänkö uutisella tahallisesti vaikuttaa lukijan mielipiteeseen? \*

- Ei lainkaan
- Jonkin verran
- Melko paljon
- Erittäin paljon
- En osaa sanoa

**15.** Voitko epäillä tiedontuottajan jättäneen jotain sanomatta tahallaan tai tahattomasti? \*

- Epäilen erittäin paljon
- Epäilen melko paljon
- Epäilen vähän
- En epäile

**16.** Onko teksti faktaa vai kirjoittajan mielipide? \*

- Faktaa
- Kirjoittajan mielipide
- Molempia
- En osaa sanoa

**17.** Kuinka kattavaa tieto on? (Esim. onko erilaiset näkökulmat otettu huomioon?) \*

- Erittäin kattavaa
- Melko kattavaa
- Ei kovinkaan kattavaa
- Ei lainkaan kattavaa

**18.** Kuinka tunnettu tiedon tuottaja mielestäsi on? \*

- Erittäin tunnettu
- Melko tunnettu
- Vain vähän tunnettu
- Ei lainkaan tunnettu

**19.** Onko mielestäsi uutisella kaupallisia tarkoitusperiä? (Myydäänkö uutisen avulla jotakin?) \*

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

Tutustu alla oleviin kirjoituksiin (ja sivustoihin) ja vastaa kysymyksiin niiden perusteella.

<http://yle.fi/uutiset/3-9196526>

**20.** Arvioi uutisen luotettavuutta. (Voiko uutiseen uskoa?) \*

- Erittäin luotettava
- Melko luotettava
- Ei kovinkaan luotettava
- Ei lainkaan luotettava

**21.** Yritetäänkö uutisella tahallisesti vaikuttaa lukijan mielipiteeseen? \*

- Ei lainkaan
- Jonkin verran
- Melko paljon
- Erittäin paljon
- En osaa sanoa

**22.** Voitko epäillä tiedontuottajan jättäneen jotain sanomatta tahallaan tai tahattomasti? \*

- Epäilen erittäin paljon
- Epäilen melko paljon
- Epäilen vähän
- En epäile

**23.** Onko teksti faktaa vai kirjoittajan mielipide? \*

- Faktaa
- Kirjoittajan mielipide
- Molempia

En osaa sanoa

**24.** Kuinka kattavaa tieto on? (Esim. onko erilaiset näkökulmat otettu huomioon?) \*

- Erittäin kattavaa
- Melko kattavaa
- Ei kovinkaan kattavaa
- Ei lainkaan kattavaa

**25.** Kuinka tunnettu tiedon tuottaja mielestäsi on? \*

- Erittäin tunnettu
- Melko tunnettu
- Vain vähän tunnettu
- Ei lainkaan tunnettu

**26.** Onko mielestäsi uutisella kaupallisia tarkoitusperiä? (Myydäänkö uutisen avulla jotakin?) \*

- Ei
- Kyllä
- En osaa sanoa

**27.** Käytätkö sosiaalisen median palveluita? Jos käytät, mitä? \*

- En käytä
- Facebook
- Instagram
- Youtube
- Twitter
- Reddit
- Tumblr
- Ask.fm

- Snapchat
- WhatsApp
- Skype
- WeHeartIt
- Kik
- Flipagram
- Vine
- Shots
- Google+
- Irc
- Kuvake
- Jokin muu, mikä?
- \_\_\_\_\_

**28.** Oletko julkaissut sosiaalisessa mediassa jonkinlaista sisältöä? Jos olet, mitä? \*

- En ole
- Tekstiä
- Kuvia
- Videoita
- Musiikkia
- Linkkejä
- Jotain muuta, mitä?
- \_\_\_\_\_

# Ilta-Sanomat

## Pomo piilossa -jakson ”Kummeli- maskeeraus” nauratti Kotipizzan toimitusjohtajaakin: ”Olin oranssinvärinen hamppi nyljetty majava päässä”

*Julkaistu: Ilta-Sanomat 28.9. 22:51*

### **POMO PILOSSA**

**Pomo piilossa -sarjan maskeeraus on herättänyt jälleen paljon hilpeyttä sosiaalisessa mediasaa.**

Tänään keskiviikkona esitetyssä *Pomo piilossa* -sarjan jaksossa Kotipizzan toimitusjohtaja **Tommi Tervanen** tutustui pizzerioiden toimintaan valeasussa. Vaaleaan peruukkiin ja oranssiin rusketukseen peiteoperaation ajaksi maskeerattu Tervanen, salanimeltään ”Jake”, pääsi esimerkiksi siivoamaan, tiskaamaan ja tekemään pizzapohjia.

Sarjan maskeeraus on herättänyt paljon hilpeyttä sosiaalisessa mediassa. Valeasujen on naureskeltu olevan kuin suoraan legendaarisesta sketsisarja *Kummelista*.

Tänään esitetyn jakson aikana somessa naureskeltiin jälleen Kotipizza-pomon valeasulle.

– Jes! Avasin töllön ja sielt tulee maskeeraaja piilossa! juontaja **Lauri Kottonen** leukailee Twitterissä.

[Seuraa](#)



**Lauri Kottonen** @LauriKottonen

Jes! Avasin töllön ja sielt tulee maskeeraaja piilossa! [#pomopiilossa](#) [#kummeli](#)  
[20:08 - 28. syyskuuta 2016](#)





[Seuraa](#)



**Tommi Tervanen** @tommitervanen

Onhan meillä huikeita [@Kotipizza](#) yrittäjiä [#pomopiilossa#rakastasitämitäteet](#) vaikka mä olin oranssinvärinen hamppi nyljetty majava päässä [21:47 - 28. syyskuuta 2016](#)

– Onhan meillä huikeita Kotipizza-yrittäjiä. Vaikka mä olin oranssinvärinen hamppi nyljetty majava päässä, Tervanen kirjoittaa Twitterissä.



Tältä Tervanen näyttää normaalisti. (KUVA: Rio Gandara / HS)

*Pomo piilossa Suomi keskiviikkoisin kello 20 Nelosella. Nelonen ja Ilta-Sanomat kuuluvat molemmat Sanoma-konserniin.*

**Niina Enqvist**

# Magneetti media

"Elämme pelossa, emme demokratiassa. Eliitti pelkää kansaa, minkä vuoksi se on säätänyt mielipidelakeja pelotellakseen kansaa. Siksi yhä harvempi uskaltaa kertoa todellisista mielipiteistään."

Ursula Haverbeck Dortmundin tuomioistuimessa 2007.

## Inkivääri tappaa syöpäsoluja vaarallisia syöpälääkkeitä tehokkaammin

★★★★☆ 3.52

Anthony Gucciardi, Natural Society in [Terveys ja hyvinvointi](#) 23.8.2012 [40 Kommenttia](#) [127,584 Näyttökerrat](#)

 [Tulosta Artikkelin](#)

**Inkivääri on maustekurkuman sukulainen, joka tunnetaan myös tehokkaana syöpää hillitsevästä lääkkeestä. Mikä hämmästyttävintä, se tuntuu päihittävän jopa useita yleisesti käytettyjä syöpälääkkeitä, joista osa ei kasvaimiin tehoa, vaan jopa heikentää potilaan tilaa ja jouduttaa kuolemaa. Inkiväärin käyttö lääkkeenä ja lisäravinteena juontaa juurensa Aasiaan tuhansien vuosien taa. Nykyäänkin sen terveysvaikutukset ovat tunnettuja ympäri maailman ja sen lääkitsevät ominaisuudet ylittävät monen teollisen lääkkeen kyvyt.**

Yhdysvalloissa Georgian yliopistossa tehdyn tutkimuksen mukaan inkiväärinjuuren uute tehoi hiiren eturauhassyöpään pienentäen sitä huimat 56 %. Inkiväärin syöpää parantavien ominaisuuksien lisäksi havaittiin sen vähentävän tulehduksia ja sisältävän paljon terveellisiä antioksidantteja. Kymmenet muut tutkimukset ovat päätyneet samankaltaisiin tuloksiin ja vertaisarvioitujen tutkimukset vahvistivat inkiväärin toimivan yli sataan sairauteen ja vaivaan, ilman sivuvaikutuksia tietysti.

Entä syöpälääkkeet? Voisiko tämän yksinkertaisen ruohokasvin maavarsi päihittää edistyneet kaupalliset syöpälääkkeet, joita niin usein kutsutaan 'ainoaksi pelastukseksi' syövän hoidossa? Näitä lääkkeitä määräävät syövän hoitoon erikoistuneet lääkärit, vaikkei niiden tehosta olla yksimielisiä. Joistakin syöpälääkkeistä on saatu näyttöä jopa syöpää edistävästä vaikutuksesta. Tällaiset ovat syöpää sairastavalle kuin kuolemantuomio, kuten asian ilmaisi Beth Israel Bostonin Deaconess Medical Centeristä.

Tohtori Raghu Kalluri totesi: "Syöpien käsittely voi vaikuttaa myös haitallisesti ja saada ne lisääntymään ja kasvamaan etäpesäkkeitä, mikä lopulta johtaa potilaan kuolemaan". Eräät syöpälääkkeet ovat näin jouduttaneet potilaan kuolemaan, kun syöpä on muuttunut aggressiivisemmaksi ja levinnyt nopeasti metastaaseina, jolloin sen poistaminen leikkauksella on monin kerroin vaikeampaa.

Miksi siis alan ammattilaiset ja johtavat lääkärit määräävät näitä vaarallisia lääkkeitä ja sädehoitoa, kun luonnon omasta apteekista löytyy niin hienoja ja tehokkaita syöpälääkkeitä kuin inkivääri ja maustekurkuma?

*Alkuperäinen artikkeli: <http://naturalsociety.com/ginger-destroys-cancer-more-effectively-than-cancer-drugs/>*

LIITE 4

YLE Uutiset

# Influenssarokoteannoksia tulee jakoon entistä enemmän

Rokoteannoksia jaetaan terveysasemille 200 000 enemmän kuin viime vuonna.

[Kotimaa](#)

28.9.2016 klo 19:29



Varpu KivirantaYLE

[Jaa artikkeli Facebookissa](#)219

[Jaa artikkeli Twitterissä](#)

Lokakuun aikana terveysasemille jaetaan ensimmäiset erät Suomeen hankituista 1,5 miljoonasta kausi-influenssarokoteannoksesta, kerrotaan Terveysten ja hyvinvoinnin laitos THL:stä. Viime vuonna annoksia jaettiin 1,3 miljoonaa.

THL:n rokotusohjelmayksikön ylläkäri Hanna Nohynek kuvailee rokotteiden määrän ottajien olevan nousussa.

– Viime vuonna vanhusten ja lasten rokotuskattavuus nousi, Nohynek sanoo.

Aallonpohja nähtiin talvikaudella 2011–12, jolloin 13 prosenttia lapsista sai influenssarokotteen. Viime vuonna influenssarokote annettiin 24 prosentille pikkulapsista. Toisesta riskiryhmästä, yli 65-vuotiaista, 42 prosenttia otti influenssarokotteen.

Tällä hetkellä influenssaa on Suomessa liikkeellä yksittäisinä tapauksina.

Tulevaa influenssakautta on vaikea ennustaa. Euroopassa on syksyllä todettu yksittäisiä A-virustartuntoja.

Tulevan kauden rokotteen kolmesta viruskannasta yksi on sama kuin ennenkin, AH1N1. B-viruskanta ja AH3N2 ovat erilaisia kuin viime vuonna, Nohynek kuvailee.

Rokotuksen voi käydä ottamassa terveyskeskuksessa marraskuussa, yksityisillä terveysasemilla kenties jo aiemmin, THL:stä arvioidaan.