

**”Ei kiusata muita, ollaan vastuullisia.”
– Nuoret sosiaalisessa mediassa**

Anna Järviluoma
Emma Nikka



Tekijä(t) Anna Järviluoma, Emma Nikka	
Koulutusohjelma Journalismin koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko ”Ei kiusata muita, ollaan vastuullisia.” – Nuoret sosiaalisessa mediassa	Sivu- ja liitesivumäärä 34 + 15
<p>Sosiaalisen median eli somen läsnäolo kaikkialla on niin merkittävä asia, ettei sitä voi tarpeeksi korostaa. Journalismin opiskelijoina ja pian valmistuvina toimittajina koemme, että sosiaalisen median hallitseminen, ymmärtäminen ja myös some-kasvatus ovat asioita, joihin meidän on kiinnitettävä huomiota.</p> <p>Opinnäytetyössämme tutkimme sitä, miten nuoret (tutkimuksessamme 15–16-vuotiaat) käsittävät roolinsa some-vaikuttajina. Lisäksi halusimme kartoittaa nuorten toiveita ja toisaalta myös tarvetta media- ja some-opetuksen lisäämiselle koulussa. Opinnäytetyössämme kuljetamme teoretiedon, uutisten ja artikkeleiden rinnalla tutkimuksemme teemoja ja niihin liittyviä havaintoja.</p> <p>Otimme keväällä 2016 yhteyttä erääseen helsinkiläiseen kouluun, josta löytyi tutkimukseemme osallistunut 9. luokka. Teetimme heillä ensin sosiaaliseen mediaan ja sen käyttökokeuksiin liittyvän kyselylomakkeen, jonka pohjalta pidimme heille muutama päivä myöhemmin some-oppituntipilotin.</p> <p>Kyselyssä selvisi, ettei nuorilla ole kovin selvää kuvaa siitä, miten he vaikuttavat sosiaalisessa mediassa. Vaikuttaminen nähtiin konkreettisena tekemisenä, kuten omien mielipiteiden jakamisena. Kukaan nuorista ei esimerkiksi maininnut vaikuttavansa sillä, ketä tai mitä seuraa sosiaalisessa mediassa. Kiinnostavaa oli myös se, ettei kukaan myöntänyt olevansa somessa kiusattu tai kiusaaja, mutta silti suurin osa vastaajista pelkäsi tulevaisuutta kiusatuksi.</p> <p>Some-tunnin aikana kävimme nuorten kanssa keskustelua kyselyn teemoista. Merkillepantavaa oli se, että vakavistakin aiheista, kuten rikollisuudesta ja kiusaamisesta vitsailtiin. Saimme aikaan myös hyvää keskustelua, ja aihe tuntui kiinnostavan nuoria. Häiriöksi kuitenkin muodostui itse some, koska puhelimet olivat nuorten käsissä jatkuvasti.</p> <p>Koemme, että nuoria ja sosiaalista mediaa pitäisi tutkia laajemmin. Sosiaalinen media kehittyy hurjaa vauhtia ja on läsnä nuorten arjessa koko ajan. Aikuisen tuki ja ohjaus olisi tarpeen. Kyselymme vastanneista nuorista yli puolet toivoi kouluihin lisää some-opetusta ja 75 prosenttia opetusta mediasta ylipäättäen.</p>	
Asiasanat Sosiaalinen media, mediakasvatus, nuoret, internet	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Tutkimuksen keskeiset teemat	3
2.1	Sosiaalinen media.....	3
2.2	Mediakasvatus	4
2.3	Vaikuttaminen	6
2.4	Kiusaaminen	7
2.5	Väärä informaatio.....	8
2.6	Rikollisuus internetissä.....	9
2.7	Aitous somessa.....	11
3	Kyselyn tulokset	13
3.1	Suosituimmat sovellukset.....	13
3.2	Somen käyttötarkoitukset	15
3.3	Somessa vaikuttaminen	15
3.4	Vastuullisuus somessa.....	16
3.5	Somen negatiiviset ja askarruttavat puolet	17
3.6	Eväät someen	18
3.7	Mediaopetuksen tarve.....	19
4	Some-tunnin sisältö.....	22
4.1	Nuorten ajatuksia somesta mediatunnin alussa	22
4.2	Jokainen tykkäys on vaikuttamista	23
4.3	Useat pelkäävät tulevansa somessa kiusatuksi.....	24
4.4	(Väärä) tieto lisää tuskaa	25
4.4.1	Klikkiotsikointi.....	25
4.4.2	Feikkisivusto MV-lehti	26
4.4.3	Sanomalehtien liiton tutkimus.....	26
4.5	Rikollisuus sosiaalisessa mediassa on arkipäivää.....	27
4.6	Sosiaalisessa mediassa aitouden tunnistaminen voi olla vaikeaa	28
4.7	Somen ja median rooli opetuksessa.....	29
5	Pohdinta.....	31
5.1	Johtopäätökset ja jatkotutkimusehdotus.....	31
5.2	Arviomme opinnäytetyöprosessista ja oppimisestamme	32
	Lähteet	34
	Liitteet.....	38
	Liite 1. Kyselylomake.....	38
	Liite 2. Some-tunnin diat kuvina	40

1 Johdanto

Sosiaalinen media on suurempi kuin koskaan. Se tulee vastaan työpaikoilla, kaduilla, kodeissa ja kouluissa – pakoon on melkein mahdoton päästä.

Journalismin opiskelijoina kiinnostuksemme median muutokseen on luonnollisesti suuri. Se, ettei media käsitä enää vain printtimediaa, televisiota ja radiota, vaikuttaa kiistatta meidän tulevaisuuden näkymiimme. Opinnäytetyöaihetta valitessamme halusimmekin katsoa hieman pidemmälle: millaisella tutkimuksella ja työllä voisimme auttaa median parissa eläviä ihmisiä?

Nuoret olivat ensimmäinen ajatuksemme. Innostuimme mahdollisuudesta päästä tekemään tutkimusta teini-ikäisten kanssa, sillä halusimme jalkautua mahdollisimman lähelle tuota ikäryhmää, jota myös diginatiiveiksi kutsutaan. Aikuisilla tuntuu olevan kova luotto nuorten nettiosaamiseen, koska nämä ovat kasvaneet internetin ja mobiililaitteiden ympäröimässä maailmassa. Meillä oli kuitenkin epäilyksemme. Olimme havainneet esimerkiksi omien some-kanaviemme kautta, ettei nuorten käyttäytyminen sosiaalisessa mediassa ole niin oikeaoppista kuin saatetaan luulla. Lisäksi kiinnostuksen kohteina olivat viime aikoina runsaasti uutisoidut some-kiusaamiset ja -rikokset. Halusimme selvittää nuorten kokemuksia ja ajatuksia myös niistä.

Tutkimuskysymykseksemme valikoitui se, miten nuori kokee vaikuttavansa sosiaalisessa mediassa. Tällä kysymyksellä halusimme selvittää, ymmärtävätkö nuoret vastuunsa sisällön tuottajina ja vastaanottajina somessa. Se, millaisista uutisista tai kuvista he tykkäävät, on vaikuttamista. Se, millaista sisältöä he itse tuottavat sosiaalisen median kanaviin, on vaikuttamista. Jopa se, ettei reagoi somessa tapahtuviin asioihin, on vaikuttamista. Lisäksi halusimme kartoittaa nuorten omat toiveet media- ja someopetuksen lisäämisestä kouluissa, sekä havainnoida itse, olisiko sellaiselle tarvetta.

Otimme yhteyttä erääseen helsinkiläiskouluun, johon pääsimme teettämään suunnittelemamme kyselyn ja sen pohjalta pitämään oppitunnin, jota voi pitää some-oppitunnin pilottina. Pääsimme tekemään sekä kyselyn että oppitunnin saman 9. luokan kanssa, ja siten myös lähemmäs tutkimukseen osallistuneita nuoria. Saimme aikaan keskustelua, näimme reaktioita ja toisaalta myös sen, miten paljon häiriötä sosiaalinen media voi koulun oppitunnilla saada aikaan.

Opinnäytetyöraportissamme käymme ensin läpi teoriaa sosiaalisesta mediasta, mediakasvatuksesta, sekä oppituntipilottimme tärkeimmistä teemoista. Sen jälkeen avaamme kyselytutkimuksen tuloksia. Neljännessä luvussa kerromme oppitunnin kuluista ja avaamme tarkemmin käsiteltyjä teemoja muun muassa uutisoinnin ja artikkeleiden avulla. Luvun jokainen teema alkaa tutkimukseemme osallistuneen oppilaan kommentilla, joita keräsimme oppitunnin aikana. Viimeisenä esittelemme johtopäätökset ja jatkotutkimusideoita, pohdimme opinnäytetyön onnistumista ja omaa oppimistamme.

Liitteinä ovat kyselytutkimuslomakkeemme sekä oppituntia varten tekemämme Keynote-esitys kuvina.

2 Tutkimuksen keskeiset teemat

Sosiaalisesta mediasta puhuttaessa tulee ymmärtää sen monimuotoisuus sekä siihen liittyvät mahdollisuudet ja uhat. Tässä luvussa määrittelemme opinnäytetyömme kanalta keskeiset termit kuten sosiaalisen median ja mediakasvatuksen. Sen lisäksi käsittelemme vaikuttamista, nettikiusaamista, väärää informaatiota, internetissä esiintyvää rikollisuutta sekä aitoutta.

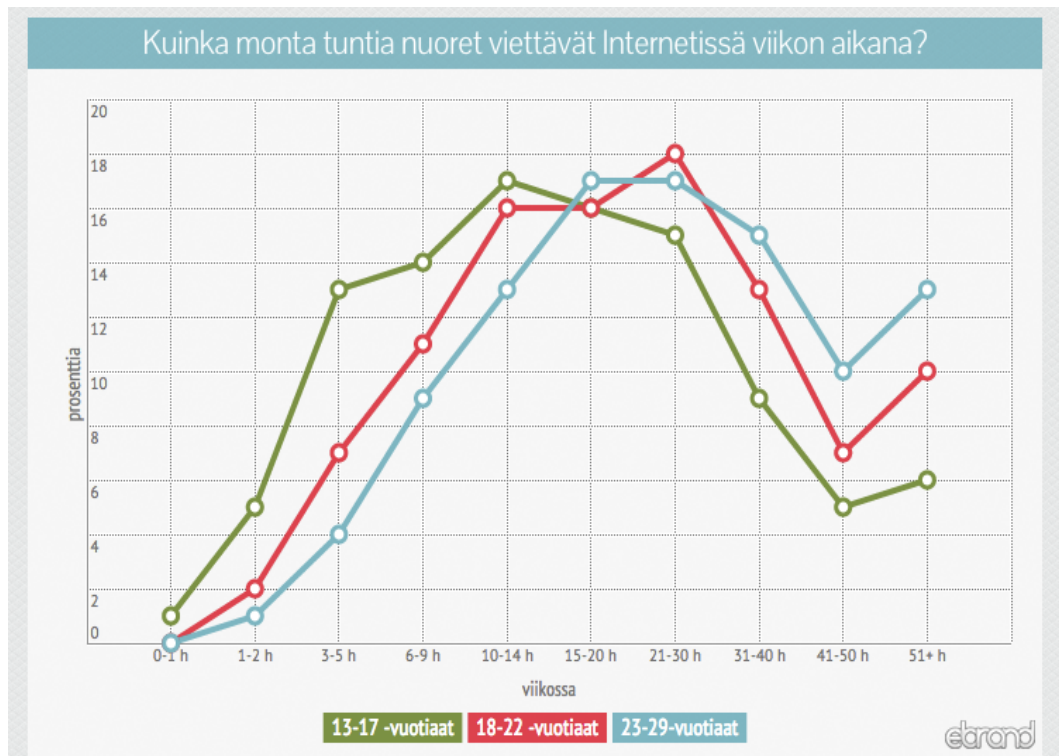
2.1 Sosiaalinen media

Sosiaalinen media eli some käsittää internetin palvelut ja sovellukset, joissa käyttäjät voivat kommunikoida keskenään sekä tuottaa sisältöä. Vaikka somen käyttö on yleistynyt muun muassa kansalaismediassa ja opetuksessa, sille ei löydy vakiintunutta määritelmää. Ominaista somelle on se, että sen käyttäjät eivät perinteisen joukkoviestinnän tapaan ole ainoastaan vastaanottajia, vaan voivat esimerkiksi kommentoida, ottaa kontaktia toisiin käyttäjiin ja jakaa sisältöjä. Tällainen toiminta tuottaa verkostoitumista ja yhteisöllisyyttä. Sosiaalisen median tunnuspiirteitä ovat helppokäyttöisyys, maksuttomuus ja mahdollisuus yhteisölliseen tuotantoon. (Hintikka.)

Sanastokeskus TSK määritteli sosiaalisen median vuonna 2010 näin: ”tietoverkkoja ja tietotekniikkaa hyödyntävä viestinnän muoto, jossa käsitellään vuorovaikutteisesti ja käyttäjälähtöisesti tuotettua sisältöä ja luodaan ja ylläpidetään ihmisten välisiä suhteita”.

Sosiaalinen media koostuu useista erilaisista verkkopalveluista, joiden pääasiallinen käyttötarkoitus liittyy esimerkiksi keskusteluun, sisältöjen tuottamiseen ja jakamiseen tai verkostoitumiseen. Some ei rajoitu ainoastaan tietokoneella käytettäviin web-pohjaisiin verkkopalveluihin, vaan siihen kuuluvat myös esimerkiksi mobiililaitteiden chat-, pikaviesti- ja yhteistyösovelluksia. Sen sijaan esimerkiksi massaroolipelejä tai virtuaalimaailmoja ei lasketa osaksi sosiaalista mediaa. (Pönkä 2015, 36.)

Koko Suomen kattavasta nuorten ja nuorten aikuisten somen käyttöä kartoittavasta kyselytutkimuksesta käy ilmi, että sosiaalista mediaa käytetään täydentämään ja syventämään reaalielämän sosiaalisia suhteita. Tutkimuksen mukaan 13–17-vuotiaista noin kuusi prosenttia käyttää internetiä yli 51 tuntia viikossa. Kyseisestä ikähaarukasta noin 17 prosenttia käyttää internetiä 10–14 tuntia viikossa. Alla olevasta kuviosta (kuvio 1) näkee, että mitä vanhemmista ikäryhmistä on kyse, sitä useampi viettää internetissä yli 20 tuntia viikossa. (ebrand Suomi Oy 2015.)



Kuvio 1. Nuorten viikoittainen ajankäyttö internetissä

Tutkimuksen mukaan nuorten somen käytön tärkein yksittäinen motiivi on ajan kuluttaminen. Myös tiedon etsintä on oleellinen syy somettaa. Lisäksi vastausten perusteella selvisi, että somea käytetään myös sen takia, koska muutkin tekevät niin. (ebrand Suomi Oy 2015.)

Tässä opinnäytetyössä olemme kartoittaneet kahdentoista eri verkkopalvelun käyttöä 15-vuotiaiden keskuudessa. Tarkastelemamme alustat ovat yhteisöpalvelu Facebook, kuvien jakopalvelu Instagram, pikaviestipalvelut WhatsApp ja Snapchat, blogit, videoblogit eli vlogit, videopalvelu Youtube, suoratoistopalvelu Periscope, yhteisö- ja mikroblogipalvelu Twitter, linkkien ja kuvien jakopalvelu Pinterest, keskustelupalstat sekä kommentointikentät.

2.2 Mediakasvatus

Lukuisten ystäviemme lisäksi me kaksi olemme saaneet ensimmäiset kännykkämme yläkoulussa. Tekstiviestit ja matopeli tekivät silloin suuren vaikutuksen. Puhelinta käytettiin soittamiseen, satunnaiseen tekstiviestittelyyn sekä pelaamiseen. Vanhemmat ja kaverit näyttivät, kuinka puhelinta käytetään. Tuolloin ei vielä tiedetty nykypäivän sosiaalisesta mediasta. Tämän päivän kasvattajilta vaaditaan teknisen osaamisen lisäksi kykyä kasvattaa lapsi mediatulvan keskellä. Sen lisäksi, että nuoren pitäisi oppia, mitä netissä voi turvallisesti tehdä, on myös tärkeää oppia suhtautumaan mediaan kriittises-

ti. Nuoren tulisi ymmärtää ajoissa internetin riskitekijät ja vaaranpaikat sekä osata hallita somen käyttöään niin, että sillä on enemmän positiivisia kuin negatiivisia vaikutuksia. Joskus voi olla hankala tunnistaa tekijöitä, jotka aiheuttavat stressiä, väsymystä tai pahaa oloa suoranaista vaaratekijöistä puhumattakaan.

Mediakasvatuskeskus Metka kuvailee mediakasvatusta oppimiseksi ja kasvamiseksi median parissa. Toiminnalla yritetään tietoisesti vaikuttaa yksilön median käyttöön ja mediataitoihin. Mediakasvatus antaa perusvalmiudet mediakulttuurissa elämiseen. Mediakasvatuksen päätavoite on kriittinen medialukutaito, joka tarkoittaa kykyä analysoida, tulkita, luoda, ilmaista ja osallistua. Se mahdollistaa yksilön mediasta nauttimisen ja sen hyödyntämisen omien tarpeidensa pohjalta. Medialukutaitoinen henkilö osaa tarkastella asioita eri näkökulmista, ajatella itsenäisesti, jäsentää ja tiivistää tietoa sekä tehdä eettisiä päätöksiä. (Mediakasvatuskeskus Metka.)

Mediakasvatuksen pyrkimyksenä on tuottaa osallistuvia, kriittisiä ja itseään sujuvasti ilmaisevia kansalaisia. Internetissä on laaja käyttäjäkunta ja matala julkaisukynnys, minkä vuoksi kaikille sen käyttäjille olisi hyvä olla selvää, miten netissä pitää käyttäytyä. On tärkeää ymmärtää, mikä osa netistä on julkista ja mikä ei: mitä netissä voi ja kannattaa julkaista. On osattava erottaa oikea tieto väärästä ja punnittava, mikä tekee jostakin tiedosta luotettavaa. Tärkeä osa mediaosaamista on myös ymmärrys siitä, miten ja mihin asioihin voi netissä vaikuttaa. (Tuominen & Mustonen 2007, 137–138.)

Mediakasvatuksella voidaan tukea niin tiedollista kuin asenteellista kasvua. Tämä tarkoittaa muun muassa eri oppiaineiden sisältöosaamista, myönteisen minäkuvan rakentamista, solidaarisuutta, sosiaalisia taitoja, toisen kunnioittamista ja tasa-arvoa. (Mediataitokoulu 2015.)

Mediakasvatukselle ei ole ikärajaa. Ei myöskään ole olemassa yhtä ainoaa hyväksi todettua mediakasvatustyyliä, vaan hyvään lopputulokseen voi päästä erilaisin keinoin. Mediakasvatusta suunniteltaessa tulisi asettaa tavoitteet, joihin se tähtää: mitä kasvatuksella halutaan saavuttaa ja mitkä menetelmät tukevat tavoitteita? (Mediataitokoulu 2015.)

Mediataitokoulun (2015) mukaan mediakasvatus on onnistuneinta silloin kun kasvatus on dialogista, ja jokainen yhteisön jäsen voi jakaa tietoaan ja osaamistaan. Oleellisinta on uteliaisuus ja tutkiva asenne.

Nettitaitojen opettamisen olisi hyvä siirtyä varhaiskasvatuksesta toiselle asteelle. Joskus ongelmana on se, että opetusta toteutetaan ilman pedagogista otetta. Tällöin keskitytään liiaksi teknologiapuoleen. Nettitaitoja ei välttämättä tarvitse opettaa tietokone- luokassa, vaan sen voi toteuttaa osana mitä tahansa oppituntia. Vaikka esimerkiksi yksittäinen nettiasioille omistettu teemapäivä- tai viikko on hyvä keino käsitellä aihetta, se ei kuitenkaan riitä. Nettiin liittyvien asioiden opettelu tulisi sisällyttää ympärivuotiseen opetukseen. (Tuominen 2013, 92.)

Joulukuussa 2014 Opetushallitus julkisti uudet opetussuunnitelmien perusteet. Uusien opetussuunnitelmien mukaiseen opetukseen siirrytään syksyllä 2016. Tavoitteet on määritelty oppinaineiden lisäksi seitsemään laaja-alaisen osaamisen alueeseen, joita on tarkoitus toteuttaa kaikissa oppinaineissa kaikilla vuosiluokilla. Nämä ovat:

1. Ajattelu ja oppimaan oppiminen
2. Kulttuurinen osaaminen, vuorovaikutus ja ilmaisu
3. Itsestä huolehtiminen ja arjen taidot
4. Monilukutaito
5. Tieto- ja viestintäteknologinen osaaminen
6. Työelämätaidot ja yrittäjyys
7. Osallistuminen, vaikuttaminen ja kestävä tulevaisuuden rakentaminen

Suomessa perusopetuksen opetussuunnitelma ei siis sisällä varsinaista sosiaaliseen mediaan liittyvää mediakasvatusta omana oppinaineenaan, vaan yllä listattuja taitoja pyritään opettamaan muiden oppiaineiden tunneilla muun opetuksen lomassa. (Opetushallitus 2014.)

2.3 Vaikuttaminen

Sosiaalinen media on paljon käytetty kanava muun muassa poliittisessa vaikuttamisessa, mainonnassa ja sosiaalisten suhteiden ylläpidossa. Sen avulla haetaan näkyvyyttä ja mahdollistetaan avoin keskustelu käyttäjien välillä. Somen kautta haetaan kohotusta itsetunnolle, vaihdetaan kuulumisia, etsitään uusia tuttavuuksia tai hyviä neuvoja ja osallistutaan kilpailuihin. Erilaiset sovellukset tarjoavat myös oivallisen mahdollisuuden pitää virtuaalipäiväkirjaa omasta elämästä.

Sosiaalinen media on vahvasti näkyvillä muun muassa eri tv-ohjelmissa. Se mahdollistaa katsojien osallistumisen reaaliaikaiseen keskusteluun eli ohjelman sisällöntuotan-

toon. Esimerkiksi useissa keskusteluohjelmissä kuten Marja Hintikka Livessä ja Enbuske, Veitola & Salminen -ohjelmassa ruudussa vilahtelevat katsojien twiitit, jotka on kerätty ohjelmakohtaisen tunnisteiden avulla. Sosiaaliseen mediaan erikoistuneen Someco Oy:n toimitusjohtaja Minna Valtari (2014) kuvailee somessa käytettävää kyseistä tunnustetta eli hashtagia ”aihetunnisteeksi, joka kokoaa tiettyä aihetta koskevan keskustelun samaan paikkaan”. Risuaita-symbolinakin tunnettu hashtag auttaa siis muita samasta aiheesta kiinnostuneita löytämään tietyn aihepiirin julkaisut. Hashtageilla voidaan esimerkiksi koota yhteen tiettyä tapahtumaa koskevat julkaisut.

Sosiaalisen median käyttäjät eroavat toisistaan rooleiltaan ja osallistumistavoiltaan. Osa somen käyttäjistä tuottaa aktiivisesti sisältöä eri kanaviin, toiset jakavat toisten tuottamaa sisältöä ja jotkut tyytyvät tarkkailijan asemaan.

On tärkeää tiedostaa, että muukin kuin aktiivinen sisällöntuotanto on vaikuttamista. Some-kanavat esimerkiksi Youtubessa, Instagramissa ja Snapchatissa kilpailevat seuraajista, joten vaikuttamista on sekin, mitä sovelluksia käytät ja mitä kanavia niissä seuraat. Vaikuttaminen ei vaadi edes erikseen kirjoitettua kommentointia, sillä esimerkiksi Instagramissa pelkästään painamalla sydän-kuvaketta eli tykkäämällä annat huomiota toisen julkaisulle. Myös omien julkaisujen näkyvyyden rajaaminen ja muiden julkaisujen kommentoiminen on vaikuttamista. Vaikutusmahdollisuuksia kartoittaessa kannattaa antaa painoarvoa myös kommentoimatta jättämiselle: sekin on yksi vaikuttamisen muoto.

2.4 Kiusaaminen

Usein kiusaaminen netissä mielletään nuorten ongelmaksi, vaikka nykyään myös aikuiset syyllistyvät nettikiusaamiseen yhä useammin. Aikuisten kiusaamistapaukset liittyvät esimerkiksi parisuhteen päättymiseen tai keskusteluissa syntyneisiin erimielisyyksiin. (Poliisi.)

Kiusaamista on vaikea määritellä, koska siinä on toiminnan lisäksi kyse asenteista. Täytyy tietää, kuinka kiusattu suhtautuu kiusaamiseensa ja kuinka muut yhteisön jäsenet suhtautuvat kiusattuun. Se, onko kiusaaminen jatkuvaa, ei ole määrittelyssä olennaista. Jo muutama yksittäinen kiusaamiskerta voi tuntua jostakin kiusaamiselta. Siksi yksi määrittelyn lähtökohdista on kiusaamisen kohteen kokemukset. (Mannerheimin Lastensuojeluliitto a.)

Sosiaalinen media helpottaa kiusaamista, sillä näytön takaa voi olla helpompi satuttaa kuin kasvotusten. Tämä voi tavallaan myös sumentaa kiusaajan ymmärrystä toiminnastaan. Uhrin reaktioita ei ainakaan heti näe. Myös se, että some mahdollistaa anonyyminä toimimisen, voi hämärtää käsitystä kiusaamisen vaikutuksista. (Mannerheimin Lastensuojeluliitto b.)

Sosiaalisessa mediassa voi kiusata monella tapaa. Osa tavoista voidaan sanoa myös rikoksiksi. Mannerheimin Lastensuojeluliitto mainitsee nettikiusaamiseksi muun muassa pilkkaavat tai uhkaavat viestit, juorujen tai henkilökohtaisten tietojen levittämisen, valokuvien manipuloinnin ja levittämisen, toisen nimellä esiintymisen, sulkemisen ryhmän tai keskustelun ulkopuolelle ja salasanojen huijaamisen.

Koulukiusaamisen siirtyminen nettiin ja sosiaaliseen mediaan on kiusatulle erityisen vaikeaa siksi, ettei kiusaaminen rajoitu vain koulumatkoille ja -pihalle. (Mannerheimin Lastensuojeluliitto b.)

Netissä tapahtuva kiusaaminen on usein koulukiusaamisen alku tai jatkoa sille. Se tulee aikuisen tietoon harvoin, sillä kiusaamistilanteissa aikuisia on harvoin läsnä eikä nettimaailman asioita usein kerrota aikuisille. Tämä saattaa yllyttää kiusaajaa. Joskus myös julkisuus voi olla syynä kiusaamiseen: kiusaaja haluaa näyttää muille olevansa ”kova tyyppi”. Joskus myös yleisö lähtee mukaan kiusaamiseen. Tämä voi ilmetä esimerkiksi pilkkaavien viestien lähettelynä tai niin, ettei asiaan puututa, vaan kiusaamisen annetaan jatkua ja sitä seurataan vierestä. (Tuominen & Mustonen 2007, 141.)

Kiusaaminen täyttää toisinaan rikoksen tunnusmerkit. Nettikiusattu voi ilmoittaa asiasta poliisille, mikäli kiusaaja on rikkonut lakia. Kiusatun etuna on se, että kiusaamisen välineinä käytetyt viestit ja kuvat voi tallentaa ja asian voi viedä eteenpäin. Yleensä kiusaamisympäristönä toimineen palvelun ylläpitäjät voivat auttaa kiusaajan henkilöllisyyden selvittämisessä. Usein nettikiusaamistapauksia tutkitaan nimikkeillä kunnianloukkaus tai laiton uhkaus. (Tuominen & Mustonen 2007, 141.)

2.5 Väärä informaatio

Internetissä tieto leviää nopeasti ja voi saavuttaa hetkessä suuret massat. On selvää, että kaikki netissä liikkuva tieto ei ole luotettavaa. Onkin tärkeää suhtautua löytämäänsä tietoon kriittisesti.

Väärään informaatioon liittyvät termit disinformaatio ja misinformaatio. Suomisanakirja (2015) määrittelee disinformaation ”tarkoituksellisen harhaanjohtavaksi tiedoksi tai tiedotukseksi”. Misinformaatio taas on väärää tai harhaanjohtavaa tietoa, joka voi olla myös tulkinnanvaraista, epäselvää tai epätarkkaa (Haasio 2015).

Disinformaation ja misinformaation ero on siis se, että disinformaatiolla johdetaan tiedontarvitsija tietoisesti harhaan, kun taas misinformaatio johtaa epätarkkuudellaan tiedontarvitsijaa hakoteille tahattomasti (Haasio 2015).

Netissä leviävät artikkelit eivät ole ainoita, joihin kannattaa suhtautua kriittisesti. Myös kuvien, videoiden ja äänitiedostojen kohdalla kannattaa arvioida tiedon laatua. Esimerkiksi kuvamanipulaatiot ovat osa netin harhaanjohtavaa aineistoa. Kuvia voi muokata esimerkiksi poistamalla tai lisäämällä elementtejä, yhdistelemällä eri osia tai rajaamalla pois osan, jolloin kuvan sanoma muuttuu. Manipulaatiota käytetään usein tehokeinona esimerkiksi mainoskuvissa, jolloin katsojan on yleensä helppo huomata, että kuvaa on käsitelty (Yle). Aina ei kuitenkaan ole helppoa nähdä, onko kuvaa muokattu vai ei.

Lähdekriittisyyden merkitys korostuu löydetyn tiedon paikkansapitävyyttä arvioidessa. Lähdekriittisyys tarkoittaa kriittistä suhtautumista faktatietoihin, väittämiin ja johtopäätöksiin, ja arviota tiedontuottajan luotettavuudesta. Erityisesti internetissä esiintyvää aineistoa on syytä tarkastella kriittisesti. Olennaista on kiinnittää huomiota lähteiden alkuperään ja ajankohtaisuuteen. (Tampereen yliopisto 2012.)

Oppilaiden ja opettajien tiedonhallinnan taitojen kehittämiseen tähtäävässä Tieto hal- tuun -hankkeessa (2008–2012) käsiteltiin muun muassa tiedonhankintaa. Materiaalin mukaan tavallisimpia virheitä tiedonhankinnassa ovat muun muassa ensimmäiseen lähteeseen tyytyminen ja lähdekritiikin unohtaminen. Luotettavuutta arvioidessa kannattaa kiinnittää huomiota siihen, kuka tai mikä tiedon tarjoaa. Onko kyseessä alan asiantuntija tai tunnettu organisaatio? Myös kirjoituksen motiivia kannattaa pohtia. On myös tärkeää käydä läpi tiedonlähteet ja ajankohta, jolloin tieto on julkaistu. (Eriksson 2012.)

2.6 Rikollisuus internetissä

Väärän informaation levittäminen toisesta voi johtaa kunnianloukkaussyytteeseen. Paikkansapitämätön, loukkaava tieto tai vihjaus voi olla suullinen tai kirjallinen. On myös mahdollista, että se ilmenee kuvan muodossa. Loukkaus voidaan esittää esimer-

kiksi sähköpostitse tai jossakin sosiaalisen median palvelussa. Myös pilkkaavat ja rassistiset huomautukset voivat johtaa kunnianloukkaussyytteeseen. (Poliisi.)

Yksi nettirikollisuuden muodoista on yksityiselämää loukkaavan tiedon levittäminen. Tähän syylistyvä levittää toista koskevaa arkaluontoista tietoa, vihjauksia tai kuvia niin, että tästä aiheutuu asianosaiselle kärsimystä ja vahinkoa. Aiheena voi olla esimerkiksi sairaus tai sukupuolielämä. Tämä eroaa kunnianloukkauksesta siten, että levitetty tieto on totta. (Poliisi.)

Jos yksilö kokee uhkaavan puheen perusteella, että hänen turvallisuutensa tai omaisuutensa on vakavassa vaarassa, kyse voi olla laittomasta uhkauksesta. Tällainen ilmenee esimerkiksi uhkauksena hakata tai tappaa uhkailun kohde. Rangaistuksena voi olla sakko tai jopa kaksi vuotta vankeutta. (Poliisi.)

Nettipoliisin mukaan tämän hetken vakavin nettiin liittyvä ongelma on seksuaalinen hyväksikäyttö. Lapseen kohdistuva seksuaalinen hyväksikäyttö voi näyttäytyä esimerkiksi niin, että tekijä houkuttelee ala-ikäistä riisuutumaan web-kameran edessä. Myös seksuaalissävytteiset viestit kuten seksuaaliseen kanssakäymiseen tähtäävät pyynnöt ja ehdustelevat ehdotukset täyttävät seksuaalisen hyväksikäytön tunnusmerkit. (Poliisi.)

Identiteettivarkaudella tarkoitetaan rikosta, jossa joku kolmatta osapuolta erehdyttääkseen käyttää oikeudettomasti toisen henkilötietoja, tunnistamistietoja tai muuta vastaavaa yksilöivää tietoa. Mikäli tämä aiheuttaa taloudellista vahinkoa tai vähäistä suurempaa haittaa sille, jota tieto koskee, rikoksen tekijä voidaan tuomita sakkoon. (Laki rikoslain muuttamisesta 368/2015.)

Myös sosiaaliseen mediaan luotu valeprofiili toisen henkilötiedoilla voi aiheuttaa haittaa. On katsottava tapauskohtaisesti, onko tarpeen ottaa yhteys niihin henkilöihin, jotka ovat kuvitelleet kommunikoivansa identiteettirikoksen uhrin kanssa. (Ahtokivi 2015.)

Nettipoliisi Marko Forss julkaisi toukokuussa 2015 tilaston (taulukko 1), joka kertoo sosiaalisen median esiintyvyydestä poliisille tehdyissä rikosilmoituksissa vuosikohtaisen vertailun avulla. Forssin mukaan tuolloin sähköisessä ympäristössä tehtyjen rikosten määrä oli kasvanut niin paljon, että ne ylittäisivät pian internetin ulkopuolella tehtyjen rikosten määrän. Selkeimmin rikosilmoitusten kasvava määrä oli huomattavissa viestipalvelu WhatsAppin kohdalla. Myös Instagramia koskevat rikosilmoitukset olivat kasvaneet huomattavasti. Forss piti mielenkiintoisena sitä, että Twitteriä koskevien

ilmoitusten määrä oli yllättävän pieni suhteessa siihen, paljonko sen käyttäjämäärä oli kasvanut. (Forss 2015.)

Taulukko 1. Poliisia eniten työllistävät sosiaalisen median kanavat

Poliisin tietojärjestelmän ”osumat” hakusanoilla

	2010	2011	2012	2013	2014
○ Facebook	1992	3068	4096	5695	6346
○ Suomi24	1254	1347	1735	1976	2221
○ YouTube	71	105	161	195	222
○ Kuvake.net	61	56	157	117	43
○ Ylilauta	0	39	65	92	86
○ Whatsapp	-	-	12	79 +(23)	505 +(128)
○ Ask.fm	-	-	0	76	150
○ Kik Messenger	-	0	6	65	102
○ Instagram	-	-	8	62	194
○ Twitter	6	11	27	59	77
○ IRC-Galleria	222	173	78	58	65



2.7 Aitous somessa

Vuonna 2015 syyskuun loppuun mennessä kuvapalvelu Instagram oli kerännyt kuluvan vuoden aikana 100 miljoonaa uutta käyttäjää. Palvelulla oli tuolloin yhteensä 400 miljoonaa käyttäjää kuukaudessa. Tuolloin Instagram kertoi, että palvelussa jaetaan joka päivä yli 80 miljoonaa kuvaa. (Markkinointi & Mainonta 2015.)

Instagram on vain yksi sosiaalisen median palveluista, joihin voi ladata kuvia ja muokata niitä muun muassa erilaisilla filttareilla. Käyttäjät voivat tykätä ja kommentoida toistensa kuvia. Aina ei ole helppo huomata, onko kuvaa muokattu vai ei. Kuvan aitousaste on siis katsojan oman tulkinnan varassa.

Sosiaalipsykologi ja sosiaalisen median tutkija Suvi Uski kirjoitti väitöskirjan siitä, miten ihmisten on vaikea olla aitoja sosiaalisessa mediassa. Hänen mukaansa ihmiset tekevät somessa profiilityötä pitääkseen yllä aitouden vaikutelmaa. Profiilityöllä hän tarkoittaa julkaisujen suunnittelua, poistamista, julkaisematta jättämistä ja profiiliin päätyneen sisällön harmittelua, vaikkei sitä poistaisikaan. Vaikka yksilö pitäisikin julkaisustaan, hän kaipaa sille myös yleisön hyväksyntää. Mikäli julkaisu epäonnistuu, se on uhka

yksilön identiteetille niin yhteisöpalveluissa kuin siellä, missä julkaisun nähnyt yleisö on. (Peltonen 2015.)

Ongelmana somessa on, että käyttäjän on annettava kaikille tahoille samanlainen kuva itsestään. Haastetta tuo myös se, että somessa luotu identiteetti säilyy samanlaisena pitkällä aikavälillä. Mitä kauemmin yksilö käyttää somea, sitä vaikeampi tämän on muuttaa näkyvää identiteettikuvaansa. Profiilia voi pitää aitona, jos yksilö julkaisee sisältöä, josta todella pitää tavoittelematta julkaisuillaan yhteisön hyväksyntää. (STT 2015.)

Digitaalisen kulttuurin tutkija Sari Östman käyttää termiä elämäjulkaisija. Tällä hän viittaa henkilöön, joka jakaa sosiaalisessa mediassa elämänsä koskevia asioita. Esimerkiksi pohdiskelevat blogit, Facebook- ja Instagram-päivitykset sekä keskustelupalstalla kommentointi ovat elämäjulkaisemista. Usein esimerkiksi blogien lukijat saattavat kuvitella tuntevansa bloggaajan, vaikka todellisuudessa elämäjulkaisijat eivät kuitenkaan kerro itsestään kaikkea. Jokainen some-päivitys on tarkkaan harkittu kokonaisuus. Ennen julkaisua elämäjulkaisija päättää, mitä ja millä välineillä haluaa itsestään kertoa. Oleellista on myös se, mitä hän päättää jättää kertomatta. Mitä suuremmaksi osaksi yksilön elämää elämäjulkaiseminen muodostuu, sitä voimakkaammin tämä kokee sen osaksi itseään. Ajan myötä elämäjulkaiseminen siis vaikuttaa yksilön identiteettiin. (Östman 2015.)

3 Kyselyn tulokset

Toiminnallinen osuus on merkittävässä osassa opinnäytetyössämme. Halusimme saada tietoa ja näkemyksiä sosiaalisen median käytöstä suoraan kohderyhmältämme eli 15–16-vuotiailta peruskoululaisilta. Teimme heitä varten kyselylomakkeen, jonka tarkoitus oli selvittää heidän näkemyksiään ja mielikuviaan sosiaalisesta mediasta. Kyselyn tuloksien perusteella suunnittelimme ja toteutimme 75 minuutin pituisen someoppitunnin, jonka pidimme kyselyyn vastanneelle luokalle.

Sisällytimme kyselylomakkeeseen kysymyksiä teemoista, joiden koimme olevan tärkeitä ja ajankohtaisia. Seurasimme esimerkiksi mediassa uutisoituja sosiaalisen median kiusaamistapauksia. Käytimme inspiraationa myös Päivälehdessä museon Somecity-näyttelyä, jossa käydään läpi someen liittyviä arjen ongelmatilanteita.

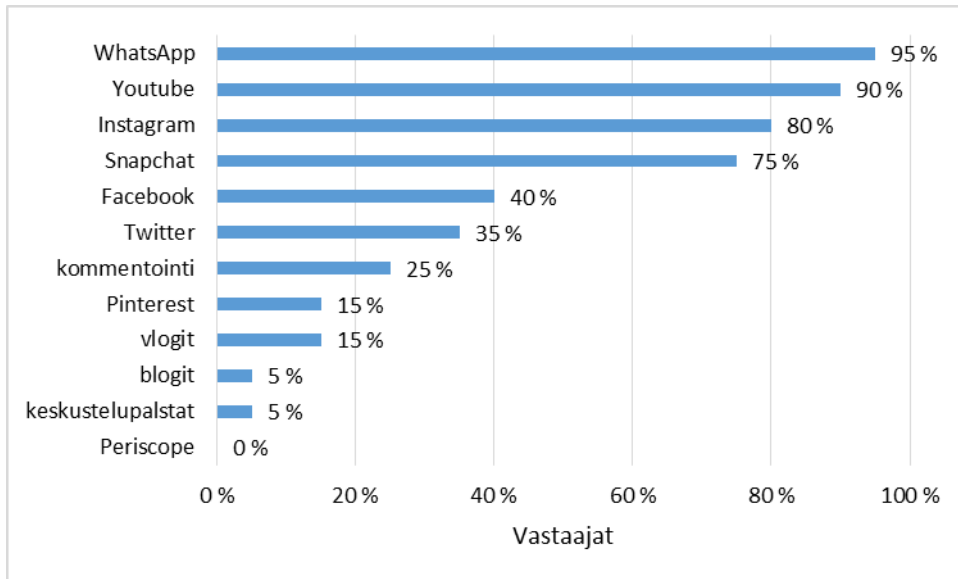
Kyselylomake koostui vastaajan perustietojen lisäksi yhteensä kahdestatoista kohdasta. Puolet kysymyksistä oli rasti ruutuun -tyyppisiä monivalintakysymyksiä ja puolet avoimia kysymyksiä. Monivalintakysymyksissä oli mahdollista valita useampi vaihtoehto. Sen lisäksi lomakkeen lopussa oli ”sana on vapaa” -kenttä, jonne vastaaja sai halutessaan kommentoida.

Kyselyyn osallistui yksi yhdeksäsluokka Helsingistä. Kyselyyn vastasi yhteensä 20 nuorta, joista tyttöjä oli yksitoista ja poikia yhdeksän. Vastaajat olivat syntyneet vuosina 2000 ja 2001.

3.1 Suosituimmat sovellukset

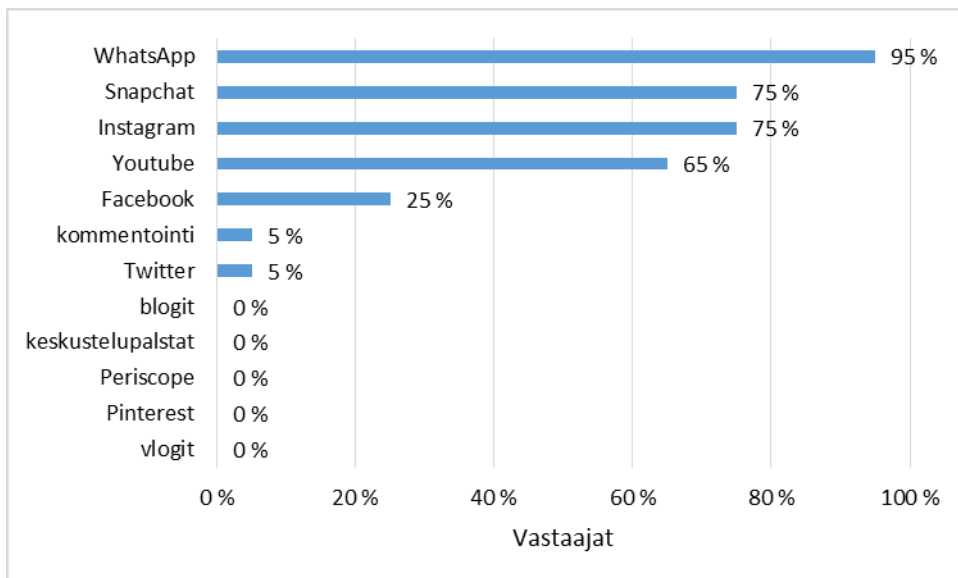
Kahdella ensimmäisellä monivalintakysymyksellä kartoitimme nuorten käyttämiä sosiaalisen median kanavia ja sitä, kuinka usein he näitä käyttivät. Olimme poimineet lomakkeeseen suosituimmat sosiaalisen median alustat. Nämä olivat siis opinnäytetyössämme jo aiemmin mainitut Facebook, Instagram, WhatsApp, Snapchat, blogit, vlogit, Youtube, Periscope, Twitter, Pinterest, keskustelupalstat ja kommentointikentät.

Ensimmäisessä kohdassa pyysimme nuoria rastittamaan mainitsemistamme alustoista ne, joita he käyttävät viikoittain (Kuvio 2). Eniten nuoret käyttivät WhatsAppia. Vastaajista 95 prosenttia oli rastittanut tämän vaihtoehdon. Toisena oli Youtube 90 prosentilla. Kukaan nuorista ei käyttänyt Periscope-sovellusta viikoittain. Bloggeja ja keskustelupalstoja käytti viikoittain viisi prosenttia vastaajista.



Kuvio 2. Yhdeksäsluokkalaisten viikoittain käyttämät some-kanavat

Toinen kohta oli muuten samanlainen kuin ensimmäinen kohta, mutta siinä kartoitettiin viikoittaisen käytön sijasta päivittäisessä käytössä olevia some-kanavia (kuvio 3). WhatsApp oli tässäkin ykkönen 95 prosentilla. Tämän jälkeen tasoissa tulivat Instagram ja Snapchat 75 prosentilla. Näitä seurasi Youtube 65 prosentilla. Vastanneista 25 prosenttia käytti Facebookia päivittäin. Blogit, vlogit, Periscope, Pinterest sekä keskustelupalstat eivät olleet kenelläkään päivittäisessä käytössä.



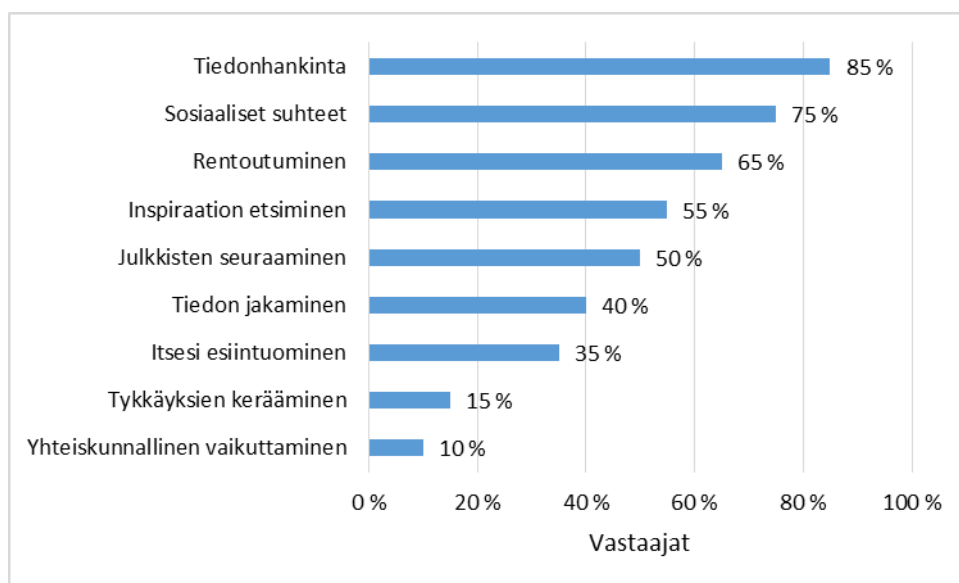
Kuvio 3. Yhdeksäsluokkalaisten päivittäin käyttämät some-kanavat

3.2 Somen käyttötarkoitukset

Kolmannessa kohdassa selvitimme, mihin nuoret käyttävät somea (kuvio 4). Vaihtoehtoina olivat tiedonhankinta, tiedon jakaminen, sosiaaliset suhteet, tykkäyksien kerääminen, inspiraation etsiminen, julkkisten seuraaminen, rentoutuminen, yhteiskunnallinen vaikuttaminen sekä itsensä esiintuominen.

Eniten vastauksia keräsi vaihtoehto tiedonhankinta. Sen oli valinnut 85 prosenttia vastaajista. Toiseksi eniten eli 75 prosenttia keräsi sosiaaliset suhteet. Puolet tai yli puolet vastaajista valitsivat lisäksi rentoutumisen (65 prosenttia), inspiraation etsimisen (55 prosenttia) ja julkkisten seuraamisen (50 prosenttia).

Tiedon jakamiseen somea käytti 40 prosenttia ja itsensä esiintuomiseen 35 prosenttia vastaajista. Vähiten vastaajat käyttivät somea tykkäyksien keräämiseen (15 prosenttia) ja yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen (10 prosenttia).



Kuvio 4. Mihin yhdeksäsluokkalaiset käyttävät somea

3.3 Somessa vaikuttaminen

Neljännessä kohdassa kysyimme, miten vastaaja vaikuttaa somessa. Vastaajista neljäsosa oli jättänyt vastaamatta kysymykseen. Vastanneista 25 prosenttia oli sitä mieltä, ettei vaikuta mitenkään tai ei osannut kertoa miten. Alla on kommentit niiltä vastaajilta, jotka kokivat vaikuttavansa somessa.

Miten vaikutat somessa?

Tytöt

”Jaan mielipiteitäni.”

”Jaan kauneuttani.”

”Olen yhteydessä kavereihin.”

”Vaikutan omaan hyvään tunteeni, tunnen itsenä vapaammaksi kuin oikeassa elämässä.”

”Jaan mielipiteitäni.”

”Amnestyn vetoamuksia täyttäen”

Pojat

”Ihan hyvin”

”Kommunikoimalla”

”Jaan tekotaiteellista paskaa Instagramissa.”

”Lisäämällä kuvia pärstästäni”

Vastauksista päätellen nuorilla ei ole tarkkaa kuvaa siitä, mitä somessa vaikuttaminen on. Pidämme tätä huolestuttavana, koska nuorten olisi hyvä ymmärtää, että kaikenlainen somessa toimiminen on vaikuttamista. Vaikuttaminen näyttäytyy nuorille konkreettisenä tekemisenä, eikä esimerkiksi eri julkaisijoiden hiljaisena seuraamisena.

3.4 Vastuullisuus somessa

Viides kysymys käsitteli vastuullisesti toimimista. Kysymykseen ”miten mielestäsi somessa toimitaan vastuullisesti?” vastasi 18 nuorta. Yksi tyttö ja yksi poika olivat jättäneet vastaamatta kysymykseen. Alla ovat luettavissa saamamme vastaukset.

Miten mielestäsi somessa toimitaan vastuullisesti?

Tytöt

”Älä postaa mitään mitä et haluaisi isovanhempiesi näkevän.”

”Miettimällä mitä jakaa netissä”

”Ei loukata muita.”

”Ei häiritä muita.”

”Riippuu ihmisestä, mutta tietojen yksilöllisyys, asioiden salassapito ja rajat”

”Miettii kahdesti, että mitä julkaisee. Somessa kohtelen kaikkia ihmisiä tasa-arvoisesti.”

”Ei kiusata muita, ollaan vastuullisia.”

”Ajatellaan muiden tunteita niin kuin oikeassa elämässäkin.”

”Varo mitä laitat someen.”

”Olla jakamatta liian henkilökohtaisia asioita.”

Pojat

”Käyttäydy hyvin.”

”Ei kiusata.”

”Tarkistat että tieto on oikeaa ennen kuin jakelet tietoja.”

”Kunnioittaa toisia ja myös arvostaa toisia.”

”Älä jaa sisältöä jota et halua joutuvan väärin käsiin.”

”Ei julkaista epäsopivaa sisältöä.”

”Ei haukuta turhaan. Rakentavaa kritiikkiä. Ei laittomuuksia ja muutenkin ystävällistä toimintaa.”

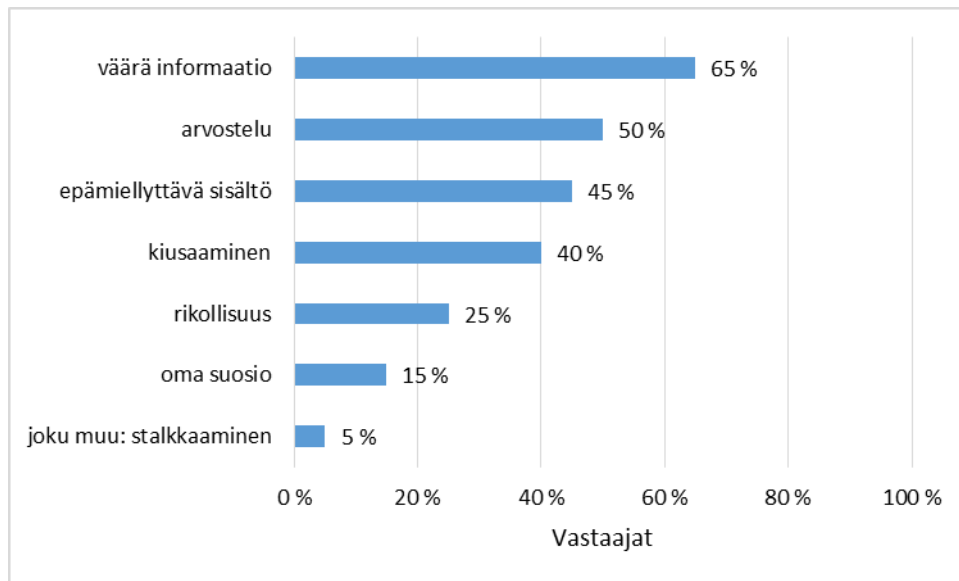
”Kuvia ei tulisi julkaista ilman kuvattavan lupaa.”

Vastauksista kävi ilmi, että nuoret liittivät vastuullisen käyttäytymisen hyviin käytöstäpoihin, lain noudattamiseen ja siihen, kuinka henkilökohtaista materiaalia internetissä julkaisee.

3.5 Somen negatiiviset ja askarruttavat puolet

Lomakkeen kuudes kohta käsitteli someen liittyviä pelkoja sekä ahdistavia ja mietteitä herättäviä asioita (kuvio 5). Tässä monivalintakysymyksessä oli mahdollista valita kuudesta vaihtoehdosta itseään koskevat kohdat. Lisäksi vastaajan oli mahdollista nimetä jokin muu asia avoimeen kohtaan.

Eniten vastaajia pelotti tai mietitytti somessa liikkuva väärä informaatio. Kyseisen vaihtoehdon oli valinnut 65 prosenttia vastaajista. Puolet vastaajista oli valinnut arvostelun. Epämiellyttävän sisällön oli valinnut 45, kiusaamisen 40 ja rikollisuuden 25 prosenttia. Vähiten valmiista vaihtoehdoista nuoria mietitytti oma suosio, jonka oli valinnut 15 prosenttia vastaajista. Viisi prosenttia oli valinnut ”joku muu” -kohdan ja täydentänyt sen termillä stalkkaaminen.



Kuvio 5. Mikä somessa ahdistaa/pelottaa/mietityttää

Seitsemäs, kahdeksas ja yhdeksäs kysymyksemme käsittelivät kiusaamista. Kysyimme, onko vastaajia kiusattu tai ovatko he itse kiusanneet somessa. Yhdeksännessä kohdassa selvitimme, tuntevatko vastaajat jonkun somessa kiusatun tai somessa kiusaajan. Kysyimme myös, millaista kiusaaminen on tai on ollut.

Kukaan vastanneista ei ollut kokenut tulleen kiusatuksi somessa. Kukaan ei myöskään myöntänyt kiusanneensa, vaikkakin yksi työstä vastasi kysymykseen ”en varmaan”.

Kymmenen prosenttia vastasi tuntevansa somekiusatun ja -kiusaajan. Toisessa tapauksessa kiusaaminen oli ollut arvostelua, eikä kiusaaja ollut ajatellut teon seurauksia. Toisessa taas vastaaja ”ei ollut tutustunut tilanteeseen”, eikä näin ollen osannut kuvailla kiusaamista.

3.6 Eväät someen

Kymmenennessä kohdassa kysyimme, millaista opastusta nuoret ovat saaneet somessa kättäytymiseen ja keneltä. Kaksikymmentä prosenttia oli jättänyt vastaamatta kysymykseen. Muilta saimme seuraavanlaisia vastauksia:

Tytöt

”Vanhemmilta”

”Koulusta, kukaan ei ota sitä opastusta tosissaan.”

”Vanhemmilta, kaikki mitä laitot nettiin jää sinne.”

”Koulussa, vanhemmilta, kavereilta”

”Opin itse.”

”Käytöstapoja ja perusasioita opettajilta ja kavereilta”

”Siskolta ja lähinnä älä sano muille mitä et halua itsellesi sanottavan ja älä postaa sellaisia kuvia/juttuja joita et halua vanhempien näkevän.”

”Äiti: ei kantsi laittaa alastomia kuvia.”

”Älä julkaise osotettasi tai muuta liian persoonallista infoa. Kaikki sanoo näin eli yleistietoa.”

Pojat

”Kotikasvatus”

”En keltään”

”Kunnioittaminen toisia ja olemaan ystävällinen”

”Vanhemmilta ja koulusta opettajilta, että kannattaa laittaa vain oikeaa tietoa ja että ei kannata olla liian avoin asioissa.”

”Omalla ajattelulla itseltäni”

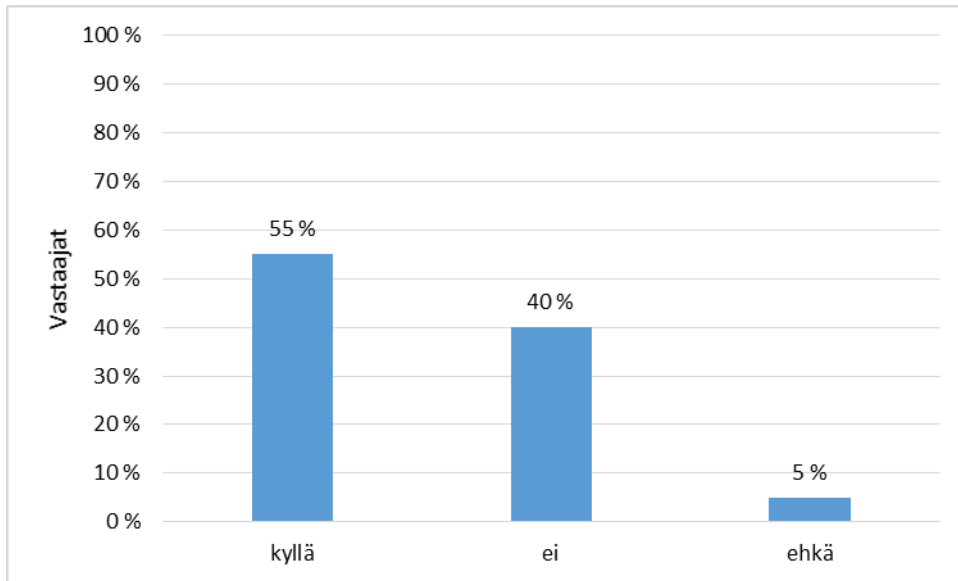
”En tiedä”

”Koulusta ja vanhemmilta, pääasiassa sitä että se mitä nettiin laittaa ei poistu sieltä koskaan. -> Harkinta”

Vastaajista 40 prosenttia kertoi saaneensa opastusta perheeltään ja 25 prosenttia koulussa. Yhdessä vastauksessa mainittiin lisäksi, että koulusta saatavaa opastusta ei kukaan ota tosissaan. Viisitoista prosenttia koki oppineensa somen käytön salat itseksensä ilman kenenkään opastusta.

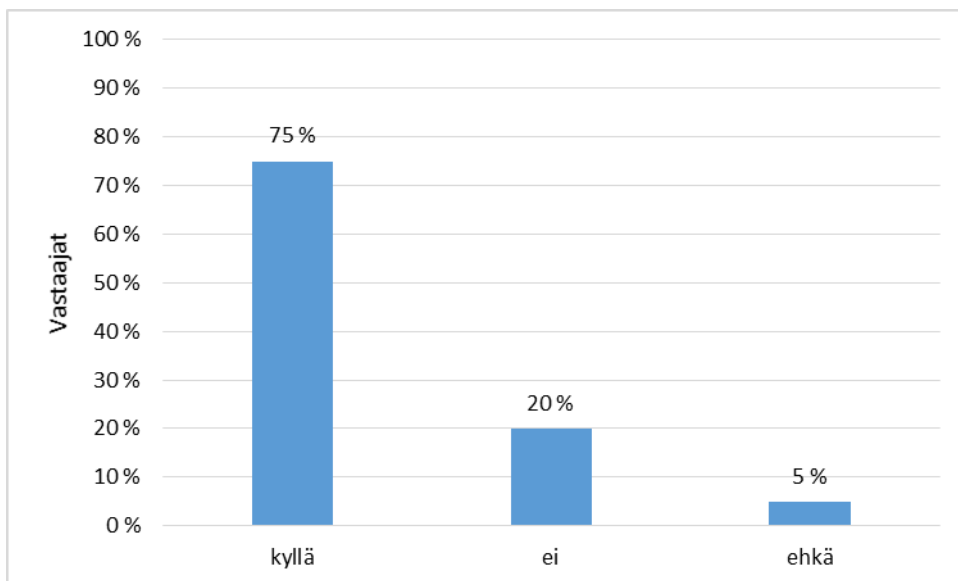
3.7 Mediaopetuksen tarve

Kysymykset 11 ja 12 käsittelivät mediaopetusta kouluissa. Vastanneista 55 prosenttia oli sitä mieltä, että sosiaalista mediaa pitäisi käsitellä kouluissa enemmän (kuviokuva 6). Neljänkymmenen prosentin mielestä se ei olisi tarpeellista. Viisi prosenttia vastasi kysymykseen ”ehkä”.



Kuvio 6. Pitäisikö kouluissa käsitellä enemmän sosiaalista mediaa?

Mediaa ylipäättään pitäisi käsitellä kouluissa enemmän 75 prosentin mielestä (kuvio 7). Kaksikymmentä prosenttia ei kaipaa lisää media-aiheista opetusta. Edellisen kysymyksen tavoin tähänkin viisi prosenttia vastasi ”ehkä”.



Kuvio 7. Pitäisikö kouluissa käsitellä enemmän mediaa?

Lopun avoimeen "muita ajatuksia somesta" -kenttään saimme seuraavanlaisia kommentteja:

Tytöt

"Some on hyvä yhteydenpidon väline."

"Some on oma maailmansa."

"Hyvä tapa olla yhteydessä"

"Liiallinen median, siis sosiaalisen median käyttö voi olla haitallista."

Pojat

"Periscope on iha turha."

"Some tuo inspiraatiota ja tuo ihmisiä yhteen. Mutta jos someen ei kuulu, voi joutua syrjityksi."

"Ärsyttävä turha psk"

"Some on ihan jees."

"Some 5/5"

4 Some-tunnin sisältö

Halusimme teettää tutkimuksen 9.luokkalaisilla, sillä 15–16-vuotiaat ovat nuorina kiinnostava ikäryhmä. He tasapainottelevat usein lapsuuden ja aikuisuuden rajamailla, ovat avoimia, mutta eivät niele kaikkea pureskelematta. Uskoimme, että heidän kanssaan saisimme aikaan kaikista hedelmällisimmät keskustelut.

Keräsimme kyselyn tulokset yhteen ja vertailimme niitä. Vastausten perusteella valitsimme eniten huomiota herättäneet aiheet ja rakensimme niiden pohjalta esityksen, joka toimi varsinaisen oppitunnin aikana muistiinpanona niin meille kuin oppilaillekin.

Pääaiheiksi tunnilla nousivat aikaisemmin opinnäytetyössämme käsitellyt teemat: vaikuttaminen, kiusaaminen, väärä informaatio, rikollisuus ja aitous. Keskustelimme myös mahdollisesta mediaopetuksen lisäämisestä.

4.1 Nuorten ajatuksia somesta mediatunnin alussa

Tunnin alussa kysyimme nuorilta, voisivatko he kuvitella elävänsä ilman sosiaalista mediaa. Yllättävää kyllä, lähes kaikkien kädet nousivat ilmaan sen merkiksi, että elämä ilman somea olisi täysin okei. Yksi oppilaista kuitenkin täsmensi, että voisi elää ilman somea ainoastaan siten, että elokuvia saisi edelleen katsoa.

Kaksi tyttöä kertoi Instagramin toimivan heillä päiväkirjan tavoin. Vastalause somen päiväkirjamaisuuteen tuli kuitenkin pian eräältä luokan pojalta: Somen idea on hakea huomiota.

Yleisesti nuoret olivat yksimielisiä siitä, että somesta etsitään tietoa ja inspiraatiota. Uutisia he seuraavat sen mukaan, mitä heidän some-kanaviinsa tulee. Joku mainitsi myös trollaavansa eli kommentoivansa pilaviestejä eri juttujen kommenttikenttiin.

Näiden ajatusten saattamana lähdimme käymään läpi sisältöä, jonka olimme valmisteet tunteja varten.

4.2 Jokainen tykkäys on vaikuttamista

Laitan kuvia someen, jotta muut tietävät, mitä teen.

Vaikuttaminen on sosiaalisessa mediassa äärimmäisen helppoa. Se on jopa niin helppoa, ettei sitä tule ajatelleeksi. Jokainen postaus, tykkäys, jakaminen ja kommentointi on vaikuttamista. On ymmärrettävä, että esimerkiksi yritysten some-postauksilla on aina jokin funktio – jokainen postaus on tarkkaan harkittu ja sillä halutaan saada aikaan jotain. Tämä pätee myös mielipidevaikuttajiin ja päättäjiin. Se, mihin postauksiin ihmiset pysähtyvät, mistä he tykkäävät ja mitä he jakavat, kertoo yrityksille esimerkiksi sen, mihin ihmiset ovat valmiita sitoutumaan ja mihin laittamaan rahansa.

On myös kiinnostavaa, kuinka paljon nuoret ajattelevat ihmistä tai arvomaailmaa postauksen takana. Kun he tykkäävät jonkin muotibrändin uudesta Instagram-kuvasta, pohtivatko he yritystä ja sen eettisiä arvoja? Käyttääkö yritys lapsityövoimaa? Esiintyykö kuvassa anoreksian partaalla oleva malli? Onko yritys ottanut toiminnallaan kantaa yhteiskunnallisiin asioihin?

Jo kyselyn aikana huomasimme, että sana vaikuttaminen oli otantamme nuorille vaikea ymmärtää. Emme tarkoituksella avanneet sanaa ennen kyselyä, sillä halusimme nimenaan testata, mitä he some-vaikuttamisella ymmärsivät. Muutama kysyikin, mitä oikein vaikuttamisella tarkoitamme.

Vapa Median kehitysjohtaja Ilona Hiila kirjoitti marraskuussa 2015 Pariisissa tapahtuneen terrori-iskun jälkeen siitä, miten sosiaalinen media voi pelastaa tai tuhota demokratian. Sekä Vapa Median blogissa että Markkinointi & Mainonta -lehden Kuningassäältä-blogissa julkaistussa kolumnissaan hän sanoo, että sosiaalinen media on muuttanut tiedonvälitystä antamalla äänen ihmisille ja mahdollistamalla tiedonkulun suoraan ihmiseltä toiselle. Hänen mukaansa some-verkosto ja anonyyminä toimiminen mahdollistavat sen, että voimme muuttaa maailmaa, kaataa diktatuureja ja auttaa toisiamme yhtenä joukkona fyysisestä sijainnistamme huolimatta.

Vaikuttaminen ja vastuu kulkevat käsi kädessä. On ensisijaisen tärkeää ymmärtää oma roolinsa somessa.

Medioilla, yrityksillä, poliitikoilla ja tavallisilla ihmisillä on vastuu siitä, että ylläpidämme internetissä kuuntelun kulttuuria. Sosiaalisen median voimaa on käytettävä yhteiseen hyvään, ja siitä olemme kaikki vastuussa. (Hiila 2015.)

4.3 Useat pelkäävät tulevansa somessa kiusatuksi

”Sellaista ihmistä voidaan kiusata, joka ei ole somessa.”

Kyselyymme vastanneista kukaan ei myöntänyt tulleen kiusatuksi somessa. Kymmenen prosenttia kertoi tuntevansa sekä kiusatun että kiusaajan. Kiusaajaksi ei kukaan ilmoittautunut. Yksi vastaaja epärohi hieman vastaamalla “en varmaan”. Silti noin puolet vastaajista ilmaisi some-pelkonsa ja -ahdistuksensa liittyvän kiusaamiseen ja arvosteluun.

Tämä on kiinnostava dilemma. Mistä johtuu, että aihe mietityttää noinkin monia, jos ei sitä juurikaan somessa havaitse? Onko kyse siitä, että kiusaamisen rajat ovat sosiaalisen median myötä hälvenneet? Vai siitä, ettei asiasta uskalleta kertoa?

Itä-Uudenmaan poliisin mukaan kiusaaminen on siirtynyt näkyvästä pahoinpitelystä sosiaaliseen mediaan ja näin ollen piiloon aikuisten katseilta. Ylikonstaapeli Anne Laakso muistuttaa, ettei rikosilmoitusten määrä peilaa suoraan sitä, kuinka yleistä kiusaaminen on sosiaalisessa mediassa. (Karjalainen 2016.)

Kiusaaminen WhatsAppissa on yleistä. Tämä jää helposti aikuisilta huomaamatta, ja kiusaaminen voi jatkua kuukausiakin. WhatsAppissa ja Snapchatissa jaetaan poliisin mukaan noloja kuvia myös omista kavereista. Kuvat eivät kuitenkaan jää vain oman kaveriporukan sisälle vaan niitä levitetään myös eteenpäin. Poliisi kehottaa vanhempia seuraamaan nuorten somen käyttöä ja perehtymään eri some-alustoihin. (Karjalainen 2016.)

Valtameren toisella puolella eräs nuori amerikkalainen on ottanut ohjat omiin käsiinsä. Syksyllä 2013 13-vuotias Trisha Prabhu järkyttyi lukiessaan 11-vuotiaan, nettikiusatun tytön itsemurhasta. Niinpä hän kehitti ReThink-sovelluksen, joka tunnistaa ilkeät kommentit ja kehottaa niiden kirjoittajaa miettimään vielä uudestaan ennen kommentin julkaisua. Tutkimus osoittaa, että 93 prosenttia ilkeistä kommentteista jäi julkaisematta ReThinkin avulla. (Valpas 2016; ReThinkWords).

4.4 (Väärä) tieto lisää tuskaa

”Jos epäilen, onko uutinen totta, tarkistan, uutisoidaanko siitä muualla.”

Yli puolet kyselyyn vastanneista vastasi pelkäävänsä tai miettivänsä sosiaalisessa mediassa esiintyvää väärää informaatiota. Puhuimme oppilaiden kanssa siitä, että on tärkeää erottaa tutkimus ja mielipide toisistaan. Keskustelimme myös lähdekritiikistä, median nopeudesta ja klikkiotsikoinnista.

Nuoret tuntuivat ymmärtävän kriittisen suhtautumisen hyvin. Yleisesti oppilaat olivat sitä mieltä, että epäilykset herättävä juttu voi hyvinkin olla valheellinen, ja siksi kannattaa tarkistaa, uutisoidaanko siitä muissa medioissa.

Median nopeus sen sijaan ei saanut selkeitä kommentteja aikaan. Mediakenttä on jakautunut nopeaan ja hitaaseen mediaan: nopein tapa kertoa uutinen on laittaa se nettiin, jossa yleisö saa sen mobiililla kiinni sekunneissa (Tolonen).

Mediat kilpailevat yleisöstä. Esimerkiksi iltapäivälehdet haluavat olla tahoillaan ensimmäisiä viestintuojia, sillä he haluavat vakiinnuttaa asemansa lukijan ensisijaisena tiedon lähteenä.

Puhuimme nuorille siitä, miten nimenomaan nopeus aiheuttaa virheellisen tiedon leviämisen. Kun ei ole aikaa tarkistaa faktoja tai kirjoitusasua, voi julkaistuun juttuun päästä virheitä. Tämä koskee erityisesti nettijulkaisuja.

4.4.1 Klikkiotsikointi

Yleisöstä kilpailemiseen liittyy myös klikkiotsikointi, joka on yleistynyt verkkojournalismin myötä. Netin ansaintalogiikka on saanut toimitukset houkuttelemaan lukijoita rafaavilla otsikoilla. Kun jutun sisältö ei vastaa otsikon lupausta, vaan saa lukijan pettymään tai tuntemaan itsensä huijatuksi, puhutaan klikkiotsikoinnista. (Kumpula 2016.)

Opiskelija Lauri Skön perusti Facebookiin Klikinsäästäjä-sivun kesällä 2015 vastalauseena klikkiotsikoinnin lisääntymiselle. Sivuston idea on se, että kuka tahansa voi ilmiantaa klikkiotsikon. Klikinsäästäjä kertoo, mistä jutussa on oikeasti kyse ja miten otsikko kannattaisi muotoilla. (Kumpula 2016.)

Klikinsäästäjä palkittiin Some Awards 2016 -gaalassa vuoden 2015 some-ilmionä (Some Awards 2016). Tällä hetkellä sivulla on Facebookissa yli 131 000 tykkääjää.

Ylen tammikuussa 2016 haastatteleman Skönin mukaan klikkiotsikkoa ei välttämättä tunnista etukäteen. Otsikko saattaa olla pitkä tai lause voi jäädä kesken. Joskus taas otsikko voi näyttää asialliselta ja vasta sitä klikattuaan huomaa, että se oli harhaanjohtava. (Kumpula 2016.)

4.4.2 Feikkisivusto MV-lehti

Vastoin odotuksiamme MV-lehti ei noussut nuorten puolelta keskusteluun mukaan. Niinpä kysyimme aluksi, kuinka moni tietää, mikä MV-lehti on ja mistä siinä on kyse. Luokassa oli tuolloin paikalla 25 oppilasta, ja vain yksi nosti kätensä merkiksi siitä, että tunnisti MV-lehden.

MV-lehti (Mitä vittua -lehti) on mielestään perusteltu, kriittinen ja kantaaottava media. Yhdysvalloissa faktantarkistusta tutkiva toimittaja **Johanna Vehkoo** kuitenkin kuvailee kyseistä verkkolehteä ”vihautussivustoksi ja feikkiiutissivustoksi, joka yhdistelee juutissaan muun muassa keksittyjä uutisia, huhuja ja salaliittoteorioita”. (Vainio 2015.)

Vehkoo kirjoittaa Ylen sivuilla, että MV-lehti antaa lukijalle paljon vihjeitä siitä, ettei kyseessä ole ammattilaisten tuottama, luotettava uutissivusto. Sivustolta ei voi löytää toimituksen yhteystietoja, eikä teksteissä ole usein kirjoittajan nimeä. Lisäksi lehden alatyylinen nimi, tapa kirjoittaa otsikon jokainen sana isolla alkukirjaimella ja loputon määrä kielioppivirheitä ovat merkkejä uskottavuuden puutteesta. (Vehkoo 2015.)

4.4.3 Sanomalehtien liiton tutkimus

Turun Sanomat uutisoi helmikuussa 2016, että vain prosentti yläkouluikäisistä nuorista luottaa MV-lehden ja Magneettimedian kaltaisiin sivustoihin. Sanomalehtien liiton teettämään kyselyyn vastasi 554 eri puolilla Suomea asuvaa 13–15 –vuotiasta. (Nikua & STT 2016.)

Myöskään blogit, viihdeuutissivustot ja keskustelupalstat eivät nauti yläkouluikäisten luottamusta. Sen sijaan televisio ja painetut sanomalehdet nähdään luotettavina medioina. Nuorilta kysyttiin myös, mistä mediasta he seuraavat uutisia. Enemmistö eli 57 prosenttia vastaajista kertoi seuraavansa uutisia sosiaalisen median kautta. (Nikula & STT 2016.)

Kyselyyn vastanneet nuoret toivoivat, että jutuista käy selvästi ilmi, ovatko ne faktaa, mielipidettä vai mainosta. Moni kertoi tarkistavansa, löytyykö sama tieto monesta lähteestä, ja onko juttu julkaistu luotettavan median sivulla. Myös virheetön kirjoitusasu lisää luotettavuutta. (Nikula & STT 2016.)

Sanomalehtien liiton teettämä kysely paljasti hyvin samanlaisia asioita kuin meidän teettämämme kysely.

4.5 Rikollisuus sosiaalisessa mediassa on arkipäivää

”Mitä sitten? Onhan tuokin esiintynyt toisen tiedoilla somessa!”

Rikollisuus ei ollut kyselyymme vastanneiden suurin huolenaihe, mutta kuitenkin neljännes pohtii sitä.

Sosiaalisen median rikokset ovat nykyään arkipäivää, ja yhä useammin rikos liittyy jontekin sosiaaliseen mediaan. Viranomaisten on vaikea pysyä vauhdissa mukana, koska lainsäädäntö muuttuu somea hitaammin. Joissain tapauksissa säännöksiä esityöt ovat ajalta ennen somea. (Forss 2015.)

Viime aikoina identiteettivarkaudet ovat olleet vahvasti esillä mediassa. Esimerkiksi Iltasanomat uutisoi kesäkuun alussa 15-vuotiaan cheerleadingia harrastaneen tytön saaneen käräjäoikeudessa sakkotuomion identiteettivarkauksesta ja kunnianloukkauksesta. Tytön uhri oli hänen saman ikäinen joukkuetoverinsa, jonka tiedoilla rikoksen tehnyt tyttö oli esiintynyt Ask.fm-sivustolla ja haukkunut joukkueensa jäseniä. Jäättyään kiinni hän jatkoi kiusaamista WhatsApp-viestipalvelussa. Lopulta tyttö joutui maksamaan sakkoja 120 euroa ja uhrilleen vahingonkorvausta 400 euroa. (Vuorinen 2016.)

Huolestuttava piirre tutkimamme luokan keskuudessa oli se, että somessa tapahtuvat rikokset aiheuttivat lähinnä naurua. Aihe käännettiin heti vitsiksi. Luokassa oli ainakin yksi nuori, joka on esiintynyt toisen tiedoilla sosiaalisessa mediassa. Hän ei kuitenkaan ollut huolissaan seurauksista.

Identiteettivarkauksien motiivit voivat liittyä esimerkiksi kiusaamiseen ja seksuaalirikoksiin (Forss 2015). Jos kevyt suhtautuminen some-rikollisuuteen kulkee käsi kädessä some-kiusaamisen kanssa, ei tarvitse ihmetellä, miksei kukaan tunnusta olevansa kiusaaja – kiusaamista ei oteta vakavasti.

4.6 Sosiaalisessa mediassa aitouden tunnistaminen voi olla vaikeaa

”Pidän kavereiden some-kuvia aitoina, mutta en julkkisten muokattuja kuvia.”

Halusimme tietää, ajattelevatko nuoret tuottavansa someen aitoa sisältöä ja toisaalta myös, kokevatko he vastaanottavansa sitä.

Arvatenkin kommentoissa esiintyi vastustusta kuvanmuokkauksia kohtaan. Erään nuoren mielestä esimerkiksi kavereiden Instagramiin tuottama sisältö on aitoa, mutta julkkisten tuottama sisältö puolestaan ei. Tässä kohtaa aitous nähtiin ennemminkin teknisenä ominaisuutena, ei niinkään varsinaisena sisältönä.

Marraskuussa 2015 some-julkkis, australialainen Essena O’Neill, 19, nousi otsikoihin ympäri maailman julkaistessaan videon, jolla kertoi lopettavansa somen käytön. Tuolloin hänen Instagram-tiliään seurasi noin puoli miljoonaa ihmistä. Lisäksi hänen Youtube-bessa julkaisemansa videot keräsivät usein yli satatuhatta katselukertaa. Hänelle tarjottiin yhteistyötarjouksia isojen brändien kanssa, ja yksi Australian suurimmista mallitoimistoista tarjosi hänelle sopimusta. Hän kertoo julkaisemallaan videolla siitä, kuinka onneton oli metsästäessään seuraajia, tykkäyksiä ja katsojamääriä. Hänen mukaansa ulkopuoliselle spontaanilta näyttävät kuvat vaativat todellisuudessa tuntien lavastuksen. Videollaan hän korosti sosiaalisen median olevan bisnestä. O’Neill päätyi poistamaan Instagramistaan yli kaksituhatta kuvaa. Hän muutti tilinsä nimeksi ”Social Media Is Not Real Life” ja kirjoitti jäljellä jääneisiin kuviinsa kuvauksen siitä, paljonko vaivaa oli nähnyt niiden eteen. Hän kertoi avoimesti myös, paljonko kuvien julkaisusta oli hänelle maksettu. Lisäksi hän lopetti Youtube- ja Snapchat-kanavansa. (Murtomäki 2015; O’Neill 2015.)

Kuten aiemmin mainitsimme, Uski kirjoitti väitöskirjassaan (2015), että ihmiset tekevät sosiaalisessa mediassa profiilityötä, jonka avulla he pyrkivät antamaan itsestään aidon kuvan. Ovatko nuoret onnistuneet tekemään niin vahvaa profiilityötä, että he eivät enää erota, mikä on aito ja mikä työstetty identiteetti?

Kysyimme oppitunnillemme osallistuneilta nuorilta, pitävätkö he aitona esimerkiksi kaverin Instagram-tiliä, joka on täynnä kauniita kuvia onnistumisen hetkistä. Voiko kenenkään elämä olla jatkuvasti kaunista ja täynnä onnistumisia? Saimme vastaukseksi hymähdyksiä ja hämmentyneitä katseita.

Sosiaalisessa mediassa koettu ihailu ja onnistumiset voivat kuitenkin vahvistaa nuorten minäkuvaa ja nostaa itsetuntoa. Näin sanoo Helsingin Sanomien haastattelussa (2013) nuorten mediankäyttöä tutkinut psykologi Tarja Salokoski. Hänen mukaansa myönteinen palaute vahvistaa minäkuvaa ja ruokkii itsetuntoa parhaalla tavalla. Somessa ihmiset sanovat toisilleen paljon enemmän hyviä asioita kuin kasvokkain. (Pölkki & Vähäsarja 2013.)

Sosiaalisen median ulkonäköä korostavassa kulttuurissa on myös riskejä. Minäkuva visualisoituu ja muut piirteet jäävät taka-alalle. Minäkuva voi kaventua. Some-ihailu voi aiheuttaa nuorten keskuudessa kilpajuoksua ja suorittamista. (Pölkki & Vähäsarja 2013.)

Ihailun kohteena eivät välttämättä olekaan aidot ihmiset ja kokemukset, vaan tarkasti rakennettu hahmo. Hyvänä esimerkkinä toimii Instagramista julkisuuteen noussut Benjamin Peltonen. Nyt 19-vuotias Peltonen pomppasi julkisuuteen 16-vuotiaana, kun hän alkoi hurmata kuvillaan uskomattoman määrän ihmisiä. Nyt seuraajia on Instagramissa yli 300 000 ja Peltonen on julkaissut levyn.

Koska Peltonen on tullut julkisuuteen ulkonäkönsä eikä laulutaitojensa ansiosta, on hänen mietittävä sitä, miltä näyttää. Huhtikuussa 2016 Helsingin Sanomien Minun tyylilläni -ohjelmassa toimittaja Sami Sykön vieraana ollut Peltonen sanoo, että haluaisi löytää taas kuviinsa sen ”junttimaisuuden” ja aitouden, mitä hänen ensimmäisissä Instagram-kuvissaan oli. Hän myöntää, että on tehnyt itsestään jopa liian silotellun.

4.7 Somen ja median rooli opetuksessa

Kyselylomakkeessamme selvitimme myös nuorten mahdollisia toiveita saada enemmän mediaopetusta kouluissa. Yli puolet toivoi lisää opetusta sosiaalista mediaa koskien ja neljä viidesosaa yleisesti mediasta.

On luonnollista, että nuoret haluavat hyödyntää sosiaalista mediaa myös koulussa. Tieto on helposti tarkastettavissa, kunhan medialukutaito ja lähdekriittisyys ovat kunnossa. On helpompi tuntee kuuluvansa ryhmään, kun saa hyväksyntää sosiaalisessa mediassa myös koulukavereilta.

Pitämämme tunti sai meidät kuitenkin pohtimaan, onko nuorten jatkuva läsnäolo sosiaalisessa mediassa vähentänyt heidän kykyään olla läsnä opetuksessa ja kasvokkain

tapautuvassa kanssakäymisessä. Useat oppilaat käyttivät tunnilla muun muassa Snapchatia ja Instagramia lähes koko ajan. Pyysimme heitä useita kertoja laittamaan puhelimet tunnin ajaksi reppuihin ja laukkuihin. Vetosimme alussa käymäämme keskusteluun, jossa nuoret vakuuttivat voivansa elää ilman somea.

On tärkeää, että sekä opettajat että vanhemmat ovat perillä sosiaalisesta mediasta ja siitä, mitä nuoret somessa tekevät. Ilman aikuisten valvontaa ja opastusta emme voi odottaa nuorilta vastuullista käytöstä. Tietämättömyys on monen virheen alku.

On myös pohdittava, pitäisikö kännyköiden käyttöä oppituntien aikana rajoittaa. Oppilaat ovat hyvin tietoisia siitä, ettei opettajilla ole oikeutta ottaa heidän omaisuuttaan tunnin ajaksi pois, vaikka se häiritsisi opetusta. Onko tämä paras ratkaisu opetuksen ja oppimisen kannalta? Ja missä kohtaa sosiaalinen media ja älypuhelimet pelkästään häiritsevät opetusta?

5 Pohdinta

Olemme itse sosiaalisen median ahkeria käyttäjiä, joten opinnäytetyömme aihe oli meille läheinen. Tunnumme someen liittyvät termit, ja olemme seuranneet aiheeseen liittyvää uutisointia pitkään. Tämän ansiosta opinnäytetyömme termit ovat ajan tasalla. Kyselylomakkeemme kysymykset ja pitämämme pilottitunnin aiheet olivat ajankohtaisia. Laatimamme kyselylomake mahdollisti sen, että saimme vastaajilta kohdennettua tietoa juuri valitsemiimme aiheisiin.

Tutkimaamme ikäluokkaa oli suhteellisen helppo lähestyä, sillä toisella meistä on sosionomin koulutus ja toinen on tehnyt useita sijaisuuksia yläkouluissa. Etuna oli myös, että pidimme pilottitunnin samalle luokalle, joka muutamaa päivää aiemmin oli vastannut kyselyymme. Tämä antoi mahdollisuuden pohjustaa aihetta oppilaille jo kyselylomakkeen yhteydessä. Lisäksi tiesimme, että tunti pohjautuisi varmasti juuri heidän kokemuksiinsa ja näin ollen olisi heille omakohtaisempi.

Toukokuun loppupuolelle sijoittuvan toiminnallisen osuutemme ajankohta ei ollut paras mahdollinen, sillä uskomme, että lähestyvä kesäloma lisäsi luokan levottomuutta. Oppilaat olivat meluisia eikä opettajan auktoriteetilla tuntunut olevan vaikutusta. Lisäksi luokassa vallinneen ryhmäpaineen vaikutus oli havaittavissa: osa oppilaista seurasi tuntia kiinnostuneena oloisena, mutta ei osallistunut keskusteluun kenties muutaman äänekään oppilaan show'n takia. Voi olla, että pienemmissä ryhmissä toteutettu tunti olisi ollut keskustelun kannalta hedelmällisempi.

Otantamme oli melko pieni, joten sen pohjalta ei voi tehdä laajoja yleistyksiä nuorten suhtautumisesta sosiaaliseen mediaan. Vastaajien anonymiteetti säilyi koko tutkimuksen ajan, ja kerätty materiaali säilytettiin huolellisesti.

5.1 Johtopäätökset ja jatkotutkimusehdotus

Tutkimuksen pohjalta teimme kiinnostavia johtopäätöksiä. Yksi tärkeimmistä mediakasvatukseen liittyvistä johtopäätöksistä oli se, että sosiaalinen media on nuorille niin viihteellistä, etteivät he ymmärrä tarkastella sitä vakavasti ja kriittisesti. Esimerkiksi rikollisuus ja kiusaaminen somessa saivat nuoret vitsailemaan.

Vaikuttaminen oli nuorille selkeästi tutkimuksemme vaikein aihe ymmärtää. Nuoret näkevät itsensä sosiaalisessa mediassa sekä sisällön tuottajina että vastaanottajina, mutta eivät vaikuttajina.

Tyttöjen ja poikien vastausten välillä ei juurikaan ollut eroa. Sen lisäksi, että monet kyselyyn vastanneista toivoivat kouluihin lisää some-opetusta, myös mediaopetuksen lisääminen sai kannatusta. Vaikka kaikki vastanneista eivät olleet tätä mieltä, saimme kuitenkin pitämämme oppitunnin aikana todistaa, että tarvetta some- ja mediaopetukselle todella on.

Tekemämme pilotti onnistui hyvin mutta vaatisi jatkotutkimuksia. Tutkimus pitäisi toteuttaa yläkouluissa ympäri Suomea. Näin saataisiin kattavampi kuva siitä, millaista sosiaalisen median opetusta nuoret tarvitsevat, ja miten he kokevat vaikuttavansa somessa.

Lisäksi olisi tärkeää, että mediatuntien pitämistä jatkettaisiin myös tutkimusten jälkeen ja sosiaalinen media otettaisiin huomioon laajemmin opetuksessa. Tämä edellyttäisi opettajilta perehtymistä ja innokkuutta sosiaaliseen mediaan.

5.2 Arviomme opinnäytetyöprosessista ja oppimisestamme

Opinnäytetyön tekeminen sujui saumattoman yhteistyömme ansiosta hyvin. Meillä oli selkeät, yhteiset tavoitteet ja suunnitelma, kuinka saavuttaisimme ne. Pidimme hyvin kiinni aikataulusta ja jaoimme työt tasaisesti. Tutkimus antoi vastaukset tutkimuskysymyksiimme. Mikäli meillä olisi ollut enemmän aikaa, olisimme toteuttaneet tutkimuksen suuremmalla otannalla.

Yksi tärkeimmistä asioista opinnäytetyön onnistumisen kannalta oli mielekkään aiheen valinta. Koemme edelleen, että näin tärkeä aihe ansaitsee huomiota. Innostuksemme kasvoi työn edetessä. Olisi kiinnostavaa laajentaa tutkimusta ja kehittää somekasvatuksen konseptia.

Yksi haasteista oli ajankohtaisen painetun kirjallisuuden löytäminen. Vaikka mediakasvatukseen ja sosiaaliseen mediaan liittyviä kirjoja löytyi, totesimme, että useat kirjat sisälsivät aiheestamme auttamattomasti liian vanhaa tietoa. Sosiaalisen median maa-

ilma muuttuu niin nopeasti, ettei painettu kirjallisuus meinaa pysyä mukana. Opinnäyte-työmme kannalta merkittävimmät lähteet olivat sähköisessä muodossa.

Opinnäytetyöprosessimme opetti meille sovitun aikataulun kunnioittamista. Kaksin teh-
dessä oli tärkeää pitää säännöllisiä tapaamisia, jotta työmme edistyi suunnitellusti.
Saimme hyvää harjoitusta ison, itsenäisen työn aikatauluttamisesta. Lisäksi toiminnalli-
nen osuus muistutti, kuinka mielekästä ja tärkeää meille on toimia ihmisten parissa.
Opimme, kuinka laajasti toimittaja voi alallaan työskennellä: journalistinen ammattitaito
on paljon muutakin kuin perinteisen toimitustyön hallitsemista. Oli hienoa päästä hyö-
dyntämään omaa tuoretta ammatillista osaamista nuorten kanssa.

Lähteet

Ahtokivi, I. 2015. Identiteettivarkaus on nyt rikos. Verkkouutiset. Luettavissa: http://www.verkkouutiset.fi/kotimaa/identiteettivarkaus_rikos-40335. Luettu: 22.6.2016.

ebrand Suomi Oy 2015. SoMe ja nuoret 2015. Luettavissa: <http://www.ebrand.fi/somejanuoret2015/>. Luettu: 15.6.2016.

Eriksson, H. 2012. Tehoa tiedonhankintaan. Tieto haltuun -hanke. Luettavissa: <https://peda.net/pori/lukiokoulutus/leon100-hanke/at1/tlj>. Luettu: 7.7.2016.

Forss, M. 2015. Facebook-päivitys. Luettavissa: <https://www.facebook.com/marko.f.forss/posts/1087725821244879:0>. Luettu: 22.6.2016.

Forss, M. 2015. Vieraskynänä Marko Forss: Sosiaalisen median rikoksista on tullut arkipäivän rikollisuutta. Viestintävirasto. Luettavissa: <https://www.viestintavirasto.fi/kyberturvallisuus/tietoturvanyt/2015/06/ttn201506160914.html>. Luettu: 22.6.2016.

Haasio, A. 2015. Normatiivinen ja disnormatiivinen informaatio. Luettavissa: <http://www.sedu.fi/loader.aspx?id=c28f5a90-7fc9-4143-a3fd-af5b25de4703>. Luettu 11.7.2016.

Hiila, I. 2015. Sosiaalinen media voi pelastaa tai tuhota demokratian. Vapa Media. Luettavissa: <http://www.vapamedia.fi/artikkeli/sosiaalinen-media-voi-pelastaa-tai-tuhota-demokratian/>. Luettu: 15.6.2016.

Hintikka, K. Sosiaalinen media. Jyväskylän yliopisto. Luettavissa: <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/sosiaalinen-media>. Luettu: 13.6.2016.

Karjalainen, K. 2016. Poliisi: Näin lapset kiusaavat toisiaan somessa – “Koko koulu ja harrastuspiiri näkivät alastonkuvan”. Iltä-Sanomat. Luettavissa: <http://www.iltasanomat.fi/perhe/art-2000001186041.html>. Luettu: 22.6.2016.

Kumpula, K. 2016. Klikinsäästäjä ilmiantaa verkon harhaanjohtavat otsikot. Yle. Luettavissa: <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2016/01/28/klikinsaastaja-ilmiantaa-verkon-harhaanjohtavat-otsikot>. Luettu: 17.7.2016.

Laki rikoslain muuttamisesta 368/2015

Mannerheimin Lastensuojeluliitto a. Mitä kiusaaminen on? Luettavissa: <http://www.mll.fi/kasvattajille/kiusaamisen-ehkaiseminen/mita-kiusaaminen-on/>. Luettu: 6.7.2016

Mannerheimin Lastensuojeluliitto b. Nettikiusaaminen. Luettavissa: <http://www.mll.fi/kasvattajille/kiusaamisen-ehkaiseminen/nettikiusaaminen/>. Luettu: 6.7.2016

Markkinointi & Mainonta 2015. Instagramin käyttäjämäärä kasvaa vauhdilla – ohitti jo Twitterin. Luettavissa: <http://www.marmai.fi/uutiset/instagramin-kayttajamaara-kasvaa-vauhdilla-ohitti-jo-twitterin-6271358>. Luettu: 4.7.2016.

Mediakasvatuskeskus Metka. Mediakasvatus. Luettavissa: <http://mediametka.fi/metka/#mediakasvatus>. Luettu: 22.6.2016.

Mediataitokoulu 2015. Luettavissa: http://www.mediataitokoulu.fi/index.php?option=com_content&view=article&id=323&Itemid=414&lang=fi. Luettu 22.6.2016.

Murtomäki, M. 2015. Instagram-tähti lopettaa sosiaalisessa mediassa: En syönyt koko päivänä, jotta sain kuvan vatsastani. Iltalehti. Luettavissa: http://www.iltalehti.fi/mallit/2015110320605482_mp.shtml. Luettu: 7.7.2016.

Nikula, S. & STT 2016. Vain prosentti nuorista uskoo MV-lehden juttuja. Turun Sanomat. Luettavissa: <http://www.ts.fi/uutiset/kotimaa/845368/Vain+prosentti+nuorista+uskoo+MVlehd+en+juttuja>. Luettu: 10.7.2016.

Opetushallitus 2014. Uudet opetussuunnitelmien perusteet päätetty. Opetushallituksen lehdistötiedote. Luettavissa:

http://www.oph.fi/ajankohtaista/tiedotteet/101/0/uudet_opetussuunnitelmien_perusteet_paatetty. Luettu: 8.7.2016.

O'Neill, E. 2015. Why I REALLY Im quitting social media. Youtube. Katsottavissa:

<https://www.youtube.com/watch?v=Xe1Qyks8QEM>. Katsottu: 16.7.2016.

Peltonen, M. 2015. Sosiaalisessa mediassa on vaikea olla aito. Kaleva. Luettavissa:

<http://www.kaleva.fi/uutiset/kotimaa/tutkimus-sosiaalisessa-mediassa-on-vaikea-olla-aito/714060/>. Luettu: 8.7.2016.

Poliisi. Internetiin liittyviä rikoksia ja ohjeita niiden hoitamiseen. Luettavissa:

https://www.poliisi.fi/tietoa_poliisista/poliisit_sosiaalisessa_mediassa/nettipoliisi/internetiin_liittyvia_rikoksia. Luettu: 12.7.2016.

Pölkki, M. & Vähäsarja, I. 2013. Helsingin Sanomat. Sosiaalinen media voi vahvistaa

nuorten minäkuva. Luettavissa: <http://www.hs.fi/kotimaa/a1379664306529>. Luettu: 8.7.2016.

Pönkä, H. 2015. Sosiaalisen median käsikirja. Docendo. Jyväskylä.

ReThink. Luettavissa: <http://www.rethinkwords.com/>. Luettu: 6.7.2016

Sanastokeskus TSK 2010. Sosiaalisen median sanasto. Luettavissa:

http://www.tsk.fi/tiedostot/pdf/Sosiaalisen_median_sanasto.pdf. Luettu: 21.6.2016.

Some Awards 2016. Luettavissa: <http://www.someawards.fi/some-awards-2016-2/>.

Luettu: 17.7.2016

STT 2015. Tutkimus: Sosiaalisessa mediassa on vaikea olla aito. Savon Sanomat.

Luettavissa: <http://www.savonsanomat.fi/kotimaa/Tutkimus-Sosiaalisessa-mediassa-on-vaikea-olla-aito/550588>. Luettu: 15.7.2016.

Suomisanakirja 2015. Luettavissa: <http://www.suomisanakirja.fi/disinformatio>. Luettu:

21.6.2016.

Sykkö, S. 2016. Minun tyylilläni. HSTV. Helsingin Sanomat. Katsottavissa:
<http://www.hs.fi/tyyli/a1460952352245>. Katsottu: 12.7.2016.

Tampereen yliopisto 2012. Lähdekritiikki. Tampereen yliopiston kirjasto. Luettavissa:
<http://www.uta.fi/kirjasto/oppaat/tiedonhankinnanperusteet/sis/arviointi/lahdekritiikki/index.html>. Luettu: 22.6.2016.

Tolonen, K. Hidas vs. nopea media. MARK. Luettavissa:
<http://www.mark.fi/artikkeli/hidas-vs-nopea-media/>. Luettu: 30.6.2016.

Tuominen, S. 2013. Toiminnallisuutta nettikasvatukseen. Julkaisussa Kupiainen, R., Kotilainen, S., Nikunen, K. & Suoninen, A. (toim.). Lapset netissä - Puheenvuoroja lasten ja nuorten netin käytöstä ja riskeistä, s. 92–100. Mediakasvatusseuran julkaisuja 1/2013. Mediakasvatusseura. Helsinki. Luettavissa:
<http://www.mediakasvatus.fi/files/ISBN978-952-67693-3-2.pdf>. Luettu 1.7.2016.

Tuominen, S. & Mustonen, A. 2007. Tunteella ja järjellä nettiin - Internetissä tarvitaan uudenlaisia mediataitoja. Julkaisussa Kynälahti, H., Kupiainen, R. & Lehtonen, M. (toim.). Näkökulmia mediakasvatukseen, s. 137–150. Mediakasvatusseuran julkaisuja 1/2007. Mediakasvatusseura. Helsinki. Luettavissa:
<http://www.mediakasvatus.fi/publications/ISBN978-952-99964-1-4.pdf>. Luettu: 1.7.2016.

Vainio, J. 2015. Vihasivusto tienaa isoja tuloja tunnettujen suomalaisyritysten mainoksilla. Kaleva. Luettavissa: <http://www.kaleva.fi/uutiset/kotimaa/vihasivusto-tienaa-isoja-tuloja-tunnettujen-suomalaisyritysten-mainoksilla/693237/>. Luettu: 5.7.2016.

Valpas, I. 2016. 14-vuotias tyttö kehitti sovelluksen nettikiusaamista vastaan. Demi. Luettavissa: <http://www.demi.fi/lehti/artikkelit/14-vuotias-tytto-kehitti-sovelluksen-nettikiusaamista-vastaan>. Luettu: 30.6.2016.

Valtari, M. 2014. Mikä on hashtag eli aihetunniste?. Someco. Luettavissa:
<http://someco.fi/blogi/mika-on-hashtag-eli-aihetunniste/>. Luettu 20.6.2016.

Vehkoo, J. 2015. Valheenpaljastaja: Uutista on helppo matkia. Kuningaskuluttaja. Yle. Luettavissa: <http://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/03/23/valheenpaljastaja-utista-helppo-matkia>. Luettu: 5.7.2016.

Vuorinen, T. 2016. 15-vuotiaiden cheerleadereiden välit rikkoutuivat – asiaa puitiin kärräjillä asti. Iltta-Sanomat. Luettavissa: <http://www.iltasanomat.fi/kotimaa/art-2000001195164.html>. Luettu: 17.7.2016.

Yle. Kuvamanipulaatio. Mediakompassi. Luettavissa: http://yle.fi/vintti/yle.fi/mediakompassi/mediakompassi/7-luokkalaiset/mediataju/kuvien_tulkinta/kuvamanipulaatio.htm. Luettu: 10.7.2016.

Östman, S. 2015. Sosiaalinen media muovaa identiteettiä. Uutistamo. Luettavissa: <http://www.uutistamo.fi/sosiaalinen-media-muovaa-identiteettia/>. Luettu: 15.7.2016.

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake

Nuori sosiaalisessa mediassa

Kyselylomake

23.5.2016

Perustiedot

Sukupuoli: _____

Syntymävuosi: _____

Monivalintakysymyksissä rastita vaihtoehto, joka kuvaa sinua / käyttäytymistäsi / kokemuksiasi sosiaalisessa mediassa. Voit valita myös useamman vaihtoehdon.

Sosiaalinen media eli some käsittää tässä tapauksessa Facebookin, Instagramin, WhatsAppin, Snapchatin, blogit, vlogit, Youtuben, Periscopopen, Twitterin, Pinterestin, keskustelupalstat ja kommentointimahdollisuudet.

1. Käytän viikoittain:

Facebook <input type="checkbox"/>	Snapchat <input type="checkbox"/>	Youtube <input type="checkbox"/>	Pinterest <input type="checkbox"/>
Instagram <input type="checkbox"/>	blogit <input type="checkbox"/>	Periscope <input type="checkbox"/>	keskustelupalstat <input type="checkbox"/>
WhatsApp <input type="checkbox"/>	vlogit <input type="checkbox"/>	Twitter <input type="checkbox"/>	kommentointi <input type="checkbox"/>

2. Käytän päivittäin:

Facebook <input type="checkbox"/>	Snapchat <input type="checkbox"/>	Youtube <input type="checkbox"/>	Pinterest <input type="checkbox"/>
Instagram <input type="checkbox"/>	blogit <input type="checkbox"/>	Periscope <input type="checkbox"/>	keskustelupalstat <input type="checkbox"/>
WhatsApp <input type="checkbox"/>	vlogit <input type="checkbox"/>	Twitter <input type="checkbox"/>	kommentointi <input type="checkbox"/>

3. Mihin käytät somea?

tiedonhankinta <input type="checkbox"/>	tykkäyksien kerääminen <input type="checkbox"/>	rentoutuminen <input type="checkbox"/>
tiedon jakaminen <input type="checkbox"/>	inspiraation etsiminen <input type="checkbox"/>	yhteiskunnallinen vaikuttaminen <input type="checkbox"/>
sosiaaliset suhteet <input type="checkbox"/>	julkisten seuraaminen <input type="checkbox"/>	itsesi esiintuminen <input type="checkbox"/>

4. Miten vaikutat somessa?

Käännä!

5. Miten mielestäsi somessa toimitaan vastuullisesti?

6. Mikä somessa pelottaa/ahdistaa/mietityttää?

kiusaaminen

epämiellyttävä sisältö

rikollisuus

arvostelu

väärä informaatio

oma suosio

joku muu: _____

7. Onko sinua kiusattu somessa? Jos on, miten?

8. Oletko kiusannut somessa? Jos olet, miten?

9. Tunnetko jonkun a) somessa kiusatun tai b) somessa kiusaajan? Millaista kiusaaminen on / on ollut?

10. Millaista opastusta olet saanut somessa käyttäytymiseen ja keneltä?

11. Pitäisikö kouluissa käsitellä enemmän sosiaalista mediaa?

kyllä

ei

12. Pitäisikö kouluissa käsitellä enemmän mediaa ylipäätään?

kyllä

ei

13. Muita ajatuksia somesta? Sana on vapaa!

Kiitos! <3

Liite 2. Some-tunnin diat kuvina



Nuori sosiaalisessa mediassa

Anna Järviluoma ja Emma Nikka



Somen Top 5 kanavat

1. WhatsApp
2. Instagram
3. YouTube
4. Facebook
5. Twitter



YLEn juttu nuorten sosiaalisen median käytöstä

- Sosiaalista mediaa tutkinut Jukka Weissenfelt: yksityis- ja pienryhmächatit, kuplautuminen.
- Kuvat tärkeässä osassa kaikissa kanavissa.
- Esimerkkihenkilö, Veera, 17: Voisi kuvitella elävänsä ilman sosiaalista mediaa, muttei koe sen rajoittavan elämäänsä. Hänen mukaansa some tuo oman mausteensa sosiaaliseen kanssakäymiseen. Hän kysyy, miksi eläisi ilman somea.

Veeran some-kanavat



WHATSAPP Tekstiä, kuvia, ääniviestejä, videoita. Perhe, kaverit, muita ikätovereita (mm. kaksi oppilaskuntaryhmää), harvoin ennestään tuntemattomia kontakteja.

SNAPCHAT Tekstiä, kuvia, videoita ja livekeskusteluja. Perhe, kaverit, muita ikätovereita.

INSTAGRAM Kuvaa, videoita. Seurattavina kavereita, mutta myös tuntemattomia. Myös seuraajista osa täysin tuntemattomia.

FACEBOOK Lähinnä viestejä kavereille Facebook Messengerin kautta, julkisia päivityksiä vain harvoin (esimerkiksi: "Pääsin lukioon"), profiilikuva silloin tällöin. Perhe, sukulaiset, kaverit.

ASK.FM Harvoin lähetän kysymyksiä ja vastailen. Useimmiten selaan toisten profiileja. Seuraan tuttuja reaaliaikaisista ja vieraita, joilla on "minun tyylisiä" vastauksia.

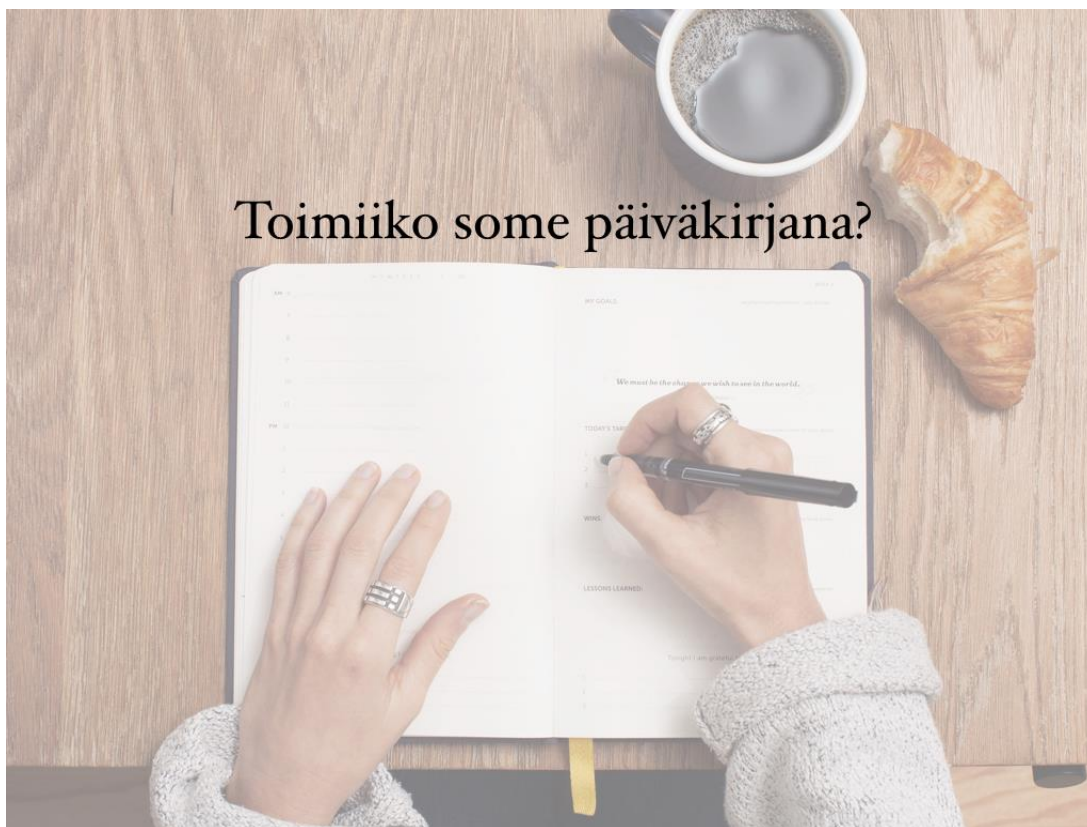
SPOTIFY Kuuntelen kavereiden ja julkisuuden henkilöiden soittolistoja.

WE HEART IT On tili, mutta en päivitä. Selailen muiden profiileja.

YOUTUBE On tili, mutta en käytä.

GOOGLE + On tili, mutta en käytä.

TWITTER Ei listannut tätä, mutta Veeralla on myös julkinen Twitter-tili. Ei käytä.



“Jokainen haluaa tulla nähdyksi ja kuulluksi.”

- Mediapsykologi Tarja Salokoski: selfien ottaminen suorittaa samaa tehtävää kuin päiväkirjan pitäminen ennen.
- Some on kuin peili, josta katsomalla saa vastauksen kysymykseen: Kuka minä olen?
- Vastaa nuoren kehitystehtäviin: ikätovereihin liittyminen, samaistuminen, minuuden ja identiteetin rakentaminen.
- Erona se, että julkiseen päiväkirjaan on suurempi kynnyks päivittää epäonnistumisia, sydänsuruja yms.





Täydelliset somenaiset ja -miehet

- Miksi ulkoisilla asioilla haetaan hyväksyntää?
 - Miten saatu hyväksyntä muuttaa ihmistä?
- Millaisista ihmisistä lähipiirimme koostuu?
- Kenestä kannattaa ottaa mallia?
- Minä vs. muut
- Kiinnostaako aitous?



Jokainen tykkäys on vaikuttamista




- Jokainen vaikuttaa tuottamalla someen sisältöä.
- Se mistä tykkää ja mitä jakaa, voi kertoa enemmän kuin sisällön tuottaminen.
 - arvomaailma
 - kannanotot
 - tiedon vastaanottaminen ja levittäminen

Etusivu Kotimaa Ulkomaat Tutkiva Kuumat Rikolliset Viikon virkamies Kol

Julkikset Löydettyä Sekalainen Foliot Päivän kuva Päivän video


KUUMAT

Stubb valehtelee - todistajista välittämättä!!



Verbaaliroiskija A. Stubb kieltää kutsuneensa Askolaa tuppukyläksi! Vaikka asialle löytyy liuta todistajia!! VMP!!!

Vain eliitti saa puhua, ja toimittajat myötäilevät!



Suomessa lääke-, ravitsemus- ja terveysbisnes on täysin korruptoituneiden viranomaisten ja teollisuuden käsissä, Antti Heikkilä kirjoittaa blogissaan.

KOTIMAA **ULKOMAAT**

Tänään on hiisien päivä! **Nukkuvia ihmisiä haudattu elävältä??!**

- Mitä ajatuksia MV-lehti herättää?
- Mitä viestivät ihmiset, jotka tykkäävät ja jakavat MV-lehden juttuja?
- Miten he vaikuttavat?

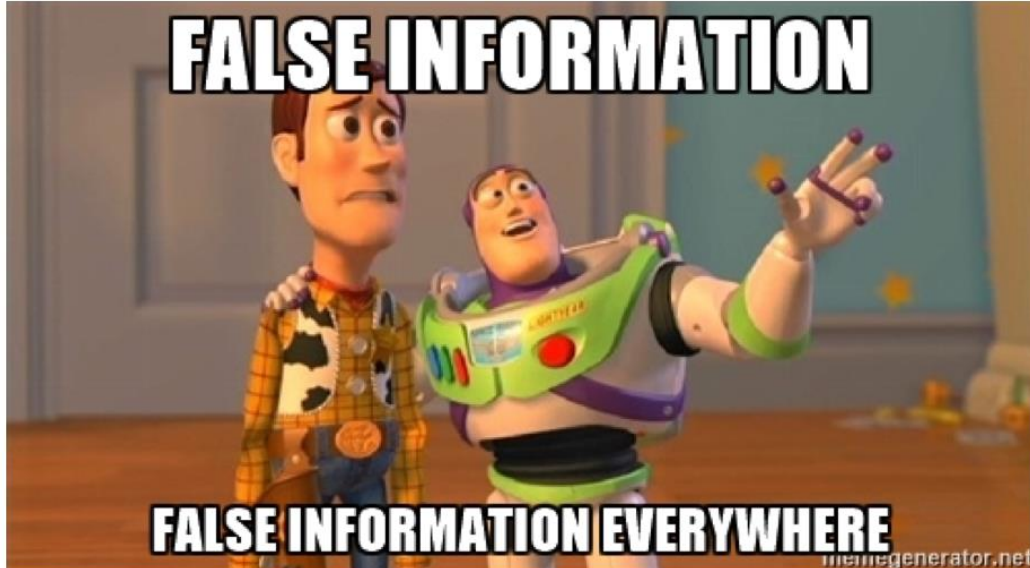
Miksi MV-lehti on ongelma?

Mikä on MV-lehti?

- Tunnettiin aiemmin nimellä Mitä vittua -lehti.
 - päätoimittaja Ilja Janitskin, taustalla mm. väkivaltarikoksia
- Julkaisee rasistisia, valheellisia, perättömiä, loukkaavia ja tekijänoikeuksia rikkovia juttuja.
- Ei noudata journalistin ohjeita.
- Rikosilmoituksia kymmeniä eri puolilta maata.
- Vihapuhe netissä voi helposti täyttää rikoksen tunnusmerkistön
 - kiihottaminen kansanryhmää vastaan
 - kunnianloukkaus
 - törkeä kunnianloukkaus
- Turun Sanomat 1.2.2016: "Vain prosentti nuorista uskoo MV-lehden juttuja"

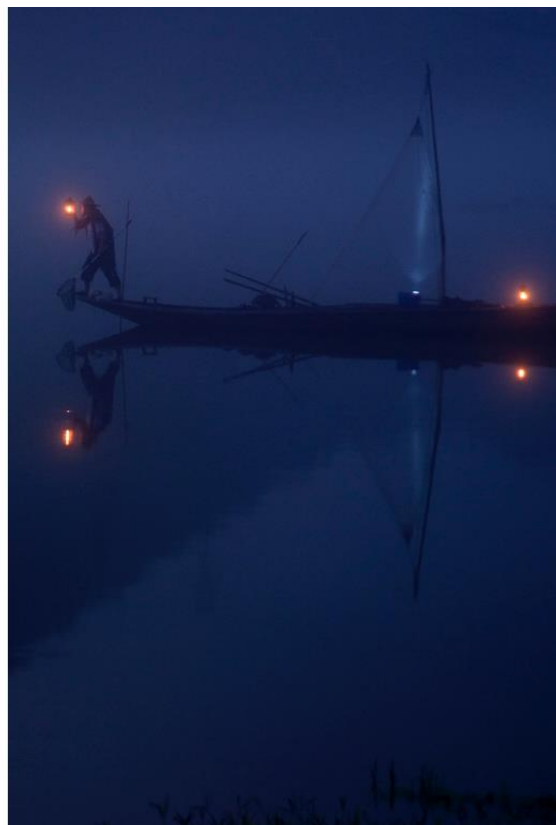


Mikä somessa pelottaa ja mietityttää?



(Väärä)tieto lisää tuskaa

- Miksi väärä informaatio mietityttää?
- Mistä sitä saa?
- Miksi sitä on niin paljon?
- Mielipiteellä ja tutkimuksella on eroa!
- Lähdekriittisyys
- Mitä tarkoittaa median nopeus?
- Miksi klikkiotsikoita tehdään?



Kiusaaminen

- Monia pelottaa ja mietityttää kiusatuksi tuleminen somessa
 - Silti kukaan ei tunnusta olevansa kiusattu tai kiusaaja, tai tuntevensa kiusattua tai kiusaajaa.
- Mistä tämä johtuu?
- Millaista kiusaaminen on somessa?
- KIUSAAMISEEN PUUTTUMINEN ON PARASTA, MITÄ ULKOPUOLINEN VOI TEHDÄ.

Rikollisuus

- identiteettivarkaudet
- MV-lehden kaltaiset julkaisut (National Report, Daily Buzz Live...)
- seksuaalirikosten valmistelu
- tietojen kalastelu/kiusanteko
 - matka- ja konserttiliput...

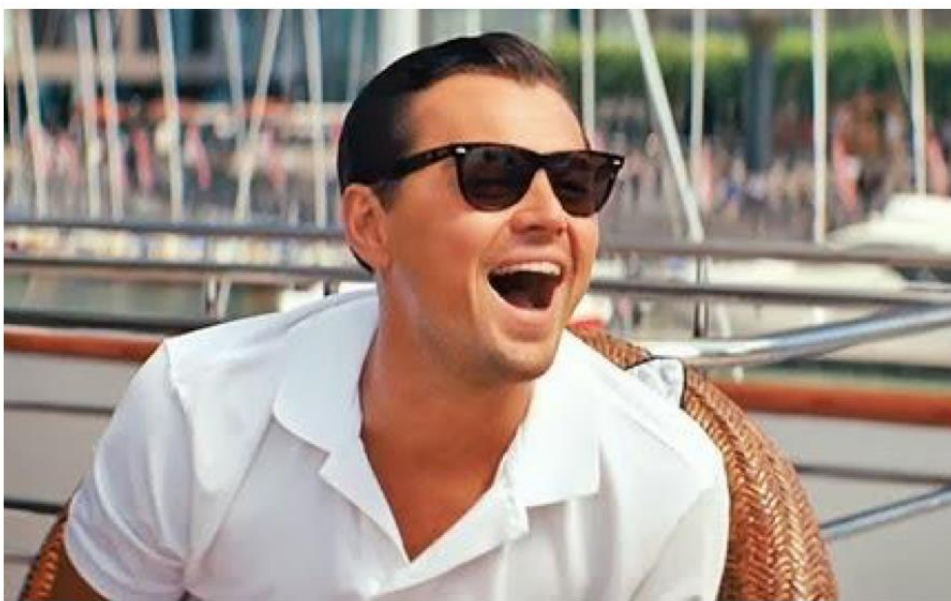
Lopuksi: Somen kultaiset säännöt



1. Lataa päivittäinen selfie, jossa on yliampuva poseeraus.
2. Käy ainakin kerran viikossa Starbucksissa ottamassa kuva kahvikupistasi.
3. Kuvaa kaikki arvokkaat merkkituotteesi.
4. Twiittaa viiden minuutin välein, se tekee sinusta suositudun.
5. Käytä filttareita ja muokkaa kuviasi mahdollisimman paljon, niin elämäsi näyttää paremmalta kuin onkaan.

Tasanen, Siippainen (Nuorten Ääni)

HÄHÄÄÄ VITSI VITSI!!!!



Johanna Vehkoo: 7 kultaista sääntöä

1. Mieti aina, mihin tieto perustuu.
2. Varo feikkiuutisia.
3. Jos jokin vaikuttaa liian hyvältä ollakseen totta, se todennäköisesti ei ole totta.
4. Tunnista omat heikkoutesi.
5. Opi tunnistamaan tyypilliset nettihuijaukset.
6. Malta odottaa hetki ennen kuin jaat.
7. Käyttäydy hyvin.



KIITOS <3