



ECO-MEDIA

Oppitunti 3

Sosiaalisen median aktivismi

Projektin numero

2021-1-ES01-KA220-ADU-000026310



Co-funded by
the European Union

Hanke on rahoitettu Euroopan komission tuella.

Tämä julkaisu kuvastaa ainoastaan sen laatijan näkemyksiä, eikä komissio ole vastuussa julkaisuun sisältyvien tietojen mahdollisesta käytöstä.

Tämä teos on lisensoitu Creative Commons Nimeä-Ei-Kaupallinen-Ei-Johdannaisia 4.0 Kansainvälinen lisenssi.

Sisältö

- Johdanto
- Sosiaalisen median määritelmä ja ominaisuudet
- Suositut sosiaalisen median verkkosivustot
- Sosiaalisen median rooli ilmastonmuutoksen torjunnassa
- Päätelmät
- Viitteet



Johdanto



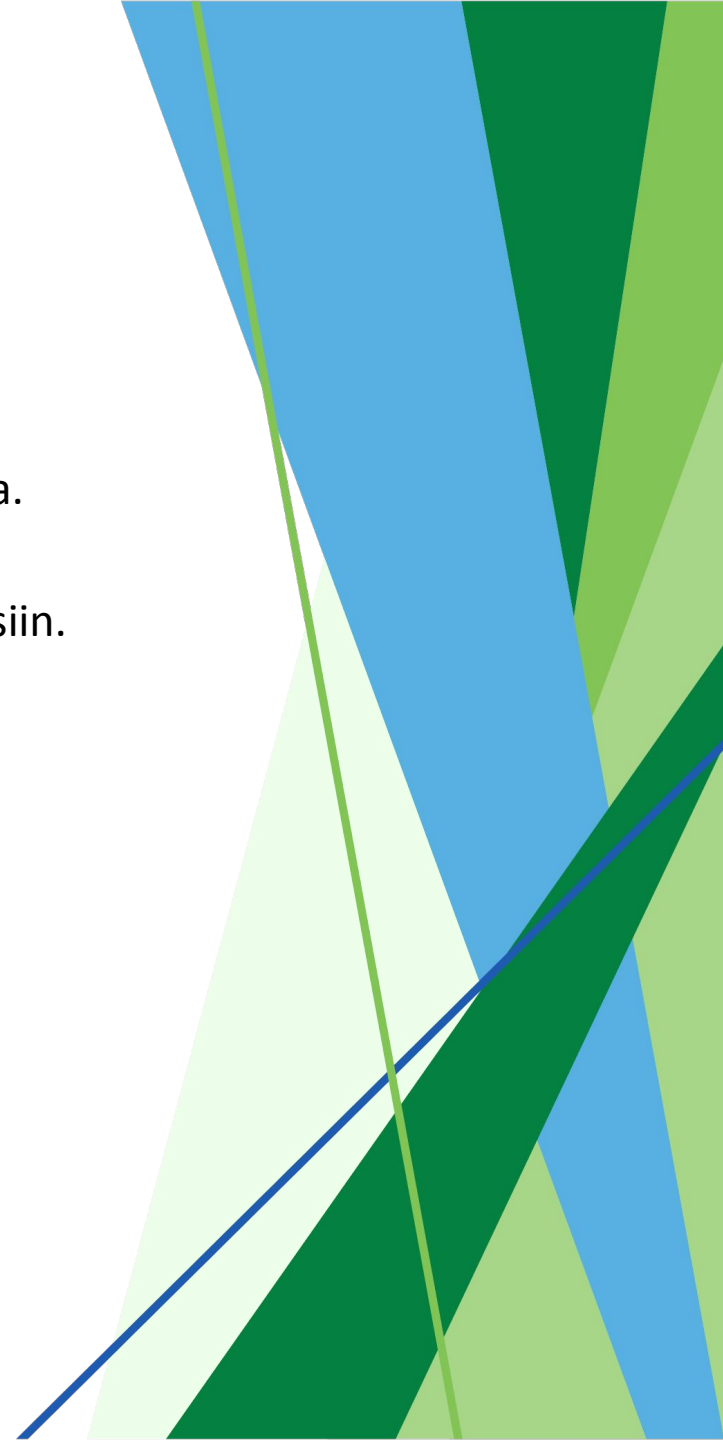
Sosiaalisen median toiminnalla on tänä päivänä tärkeä rooli ilmastokriisin torjunnassa. Sosiaalisen median alustat tarjoavat nopean, helppokäyttöisen ja interaktiivisen viestintäympäristön. Ilmastoaktivisteilla, kansalaisyhteiskunnan eri ryhmillä ja nuorilla on mahdollisuus käyttää sosiaalista mediaa saadakseen äänensä kuuluviin, jakaakseen tietoa ja lisätäkseen maailmanlaajuisia tietoisuutta aiheesta.

Sosiaalinen media tarjoaa mahdollisuuden vaikuttaa nopeasti ja suoraan ilmastokysymyksiin, edistää vuorovaikutusta ja tukea yhteiskunnallista muutosta. On kuitenkin myös otettava huomioon korruptoituneen tiedon ja kiihkeiden keskustelujen sisältämät riskit. Tämä moduuli tutkii sosiaalisen median aktivismin merkitystä ja vaikutusta ilmastokriisin torjunnassa.



Oppitunnin tavoitteet

- Ymmärrä ja korosta sosiaalisen median potentiaalia ilmastoaktivismissa.
- Kehitä vuorovaikutus-, yhteistyö- ja solidaarisuustaitoja sosiaalisen median kautta.
- Opi käyttämään sosiaalisen median alustoja tehokkaasti.
- Ohjataan opiskelijat luotettaviin ja tieteellisiin ilmastonmuutosta koskeviin lähteisiin.



Oppimistulokset

- Ymmärrä sosiaalisen median mahdollisuudet lisätä tietoisuutta ilmastonmuutoksesta ja vaadi asioihin muutosta.
- Sosiaalisen median potentiaalin ymmärtäminen suurten yleisöjen tavoittamisessa ja sitouttamisessa.
- Kyky kommunikoida tehokkaasti ja osallistua keskusteluihin sosiaalisessa mediassa.
- Kyky tehdä yhteistyötä muiden ilmastoaktivistien ja asiaankuuluvien sidosryhmien kanssa.



Kohdennetut taidot

- Mahdollisuus käyttää digitaalisia resursseja
- Yhteistyö- ja verkostoitumistaidot
- Viestintä- ja vuorovaikutustaidot
- Sisällöntuotannon taidot
- Online-lähteiden arviointitaidot



Sosiaalisen median määritelmä ja ominaisuudet



Mitä sosiaalinen media on?

Sosiaalinen media sisältää erilaisia alustoja, joiden kautta käyttäjät voivat jakaa ja olla vuorovaikutuksessa erilaisen sisällön, kuten tekstin, valokuvien, videoiden ja äänen, kanssa. Suositut sosiaalisen median alustat, kuten Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, YouTube ja TikTok, ovat vain muutamia alustoja, joita miljoonat ihmiset käyttävät päivittäin.

Sosiaalinen media voidaan määritellä viestintäalustaksi, jossa ihmiset pitävät yhteyttä, jakavat sisältöä ja ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Internetin leviämisen ja mobiiliteknologioiden kehittymisen myötä sosiaalisesta mediasta on tullut nopeasti kasvava ja muuttuva ala.

Mitä sosiaalinen media on?

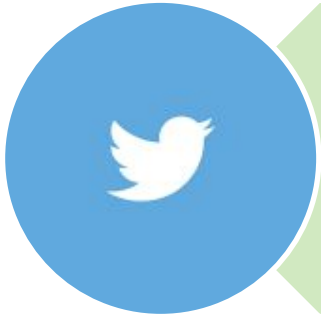
Sosiaaliselle medialle on ominaista nopean ja helpon viestinnän mahdollistaminen, helpon pääsyn tarjoaminen suurelle määrälle ihmisiä ja sisällön interaktiivinen jakaminen. Näiden alustojen avulla ihmiset voivat ilmaista mielipiteensä, löytää mielenkiintoista sisältöä ja olla vuorovaikutuksessa muiden käyttäjien kanssa. Tykkäykset, kommentit, jaot ja muut vuorovaikutukset lisäävät sisällön suosiota sosiaalisessa mediassa.

Sosiaalisen median ominaisuuksiin kuuluu nopea ja helppo viestintä, suurten ihmisjoukkojen helppo pääsy niitä käyttämään ja käyttäjien mahdollisuus jakaa sisältöä interaktiivisesti. Näiden alustojen avulla ihmiset voivat ilmaista mielipiteensä, löytää kiinnostavaa sisältöä ja olla vuorovaikutuksessa muiden käyttäjien kanssa. Vuorovaikutukset, kuten tykkäykset, kommentit ja jaot, lisäävät sosiaalisen median sisällön suosiota.

Suosittu sosiaalisen median verkkosivustot



Facebook on yksi maailman suurimmista sosiaalisen median alustoista. Mark Zuckerbergin perustaman alustan avulla käyttäjät voivat luoda profiileja, lisätä ystäviä, jakaa sisältöä ja olla vuorovaikutuksessa muiden kanssa. Voit myös luoda sivuja, liittyä ryhmiin ja seurata tapahtumia Facebookissa.



Twitter on sosiaalisen median alusta lyhyiden viestien (twiittien) jakamiseen. Käyttäjät voivat jakaa ideoita, uutisia ja muuta sisältöä 280 merkin twiittien kautta. Voit seurata muita käyttäjiä, tykätä ja uudelleentwiitata, selata trendejä ja olla vuorovaikutuksessa muiden kanssa.



Instagram on sosiaalisen median alusta, joka keskittyy valokuvien ja videoiden jakamiseen. Käyttäjät voivat jakaa sisältöä, muokata kuvia, lisätä suodattimia ja luoda tarinoita tileilleen. Instagram tarjoaa myös ominaisuuksia vuorovaikutukseen, kuten viestien tykkäämisen ja kommentoinnin.

Suosittu sosiaalisen median verkkosivustot



LinkedIn on sosiaalisen median alusta ammatilliseen verkostoitumiseen ja yhteydenpitoon liike-elämässä. Käyttäjät voivat jakaa työkokemuksensa, taitonsa ja yhteytensä profiileissaan. LinkedIn tarjoaa mahdollisuuden selata työpaikkailmoituksia, hakea työpaikkoja, tehdä yhteistyötä ja seurata liike-elämän uutisia. .



TikTok on sosiaalisen median alusta, jossa jaetaan lyhyitä videoita. Käyttäjät voivat tanssia musiikin tahtiin, valmistaa hauskoja luonnoksia tai esitellä kykyjään. TikTok tarjoaa käyttäjilleen ympäristön, missä trendaavat videot pyörivät ja mistä löytyy suosittua sisältöä.



YouTube on alusta videosisällön jakamiseen ja katseluun. Käyttäjät voivat ladata videoita, tykätä muiden videoista, kommentoida ja tilata kanavia. YouTubessa on laaja valikoima sisältöä ja videoita eri kategorioissa, kuten musiikki, viihde, opetus ja dokumentit.

Sosiaalisen median rooli ilmastonmuutoksen torjunnassa

Sosiaalisella medially on aktiivinen rooli ilmastokriisin torjunnassa. Tämä toteutuu lisäämällä sosiaalisen median kautta tietoisuutta ilmastonmuutoksesta, kannustamalla ihmisiä toimintaan, laittamalla alulle liikkeitä ja kouluttamalla ihmisiä tuomaan äänensä kuuluviin ilmastopolitiikan muuttamiseksi.

Kun ilmastonmuutoksen vaikutukset käyvät yhä ilmeisemmiksi, tietoisuuden lisäämisestä ja toimiin ryhtymisestä on tullut tärkeä yhteiskunnallinen välttämättömyys. Sosiaalisen median alustoilla on merkittävä rooli tässä tilanteessa.

Aktivistiryhmät ja ympäristöryhmät voivat käyttää sosiaalista mediaa tiedoittaakseen ilmastotoimista, kannustaakseen yleisöä osallistumaan ja järjestääkseen tiedotuskampanjoita. Sosiaalisen median kautta järjestettävät mielenosoitukset, kokoontumiset, kutsut ja verkkotapahtumat saavat ääniä kuuluviin ilmastokriisin torjumiseksi.

Sosiaalisen median kautta yksilöt voivat verkostoitua, muodostaa ryhmiä ja työskennellä yhteisissä projekteissa samanhenkisten ihmisten kanssa, joilla on yhteensopivat tavoitteet ja ajatukset. Näiden alustojen avulla ihmiset voivat kokoontua yhteen, jakaa tietoa ilmastonmuutoksesta, jakaa kokemuksia ja rakentaa vahvoja yhteisöjä.

Esimerkkejä sosiaalisen median aktivismista

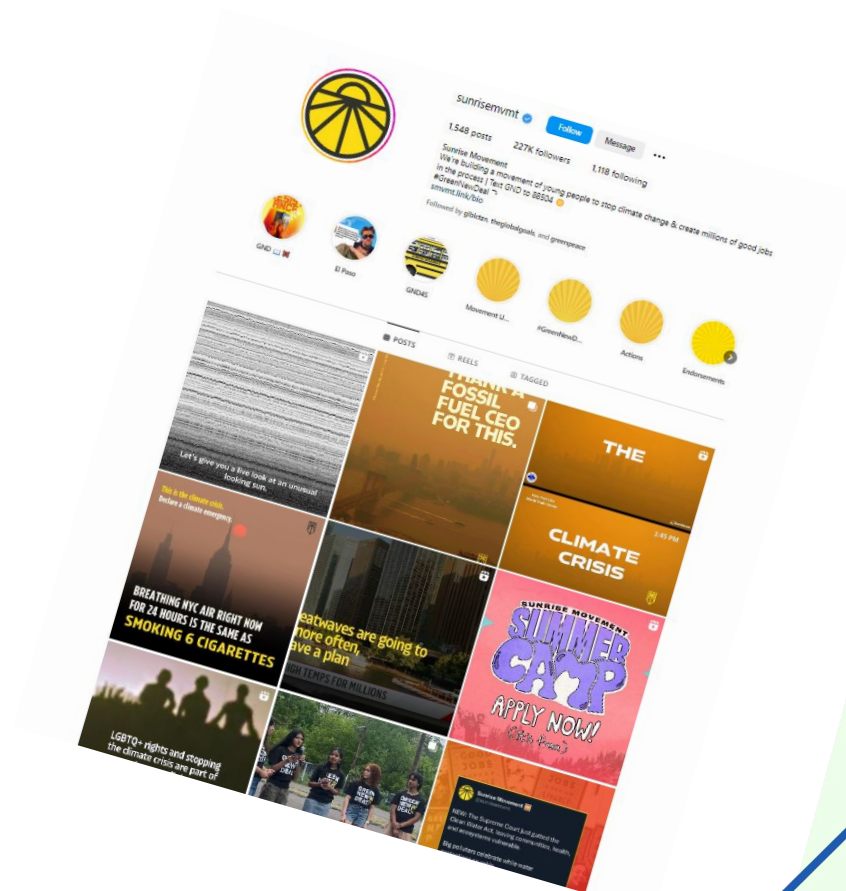


Isossa-Britanniassa toimiva Extinction Rebellion: Extinction Rebellion (XR) tunnetaan aktivistiryhmänä, joka toimii maailmanlaajuisesti ilmastokriisiä vastaan. XR pyrkii lisäämään tietoisuutta ilmastomuutoksesta jakamalla vaikuttavaa ja silmiinpistävää sisältöä sosiaalisessa mediassa.





Sunrise Movement: Yhdysvalloissa sijaitseva Sunrise Movement käyttää sosiaalista mediaa tehokkaasti kannustaakseen ilmasto-oikeudenmukaisuuden liikettä nuorten keskuudessa. Sunrise Movement järjestää kampanjoita ilmastopolitiikan muuttamiseksi ja pyrkii saamaan nuorten äänen kuuluviin sosiaalisen median kautta





Fridays for Future: Fridays for Future, joka alkoi Greta Thunbergin johtamana, on liike, jossa opiskelijat osallistuvat ilmastonmuutokseen liittyviin toimiin. Tämä liike kannustaa nuoria osallistumaan ilmastotoimiin käyttämällä sosiaalista mediaa tehokkaasti ja pyrkii saamaan heidän äänensä kuuluviin.



WWF: Maailman luonnonsäätiö WWF on kansainvälinen järjestö, joka pyrkii suojelemaan villieläimiä ja torjumaan ilmastonmuutosta. WWF kannustaa ihmisiä toimiin ilmastokriisin torjumiseksi jakamalla tietoisuutta lisäävää sisältöä sosiaalisen median alustoilla.





Greenpeace: Greenpeace on maailmanlaajuisesti tunnustettu ympäristöaktivismin järjestö. Greenpeace käyttää sosiaalista mediaa tehokkaasti ja lisää tietoisuutta ilmastonmuutoksesta sekä kannustaa yhteiskuntaa toimimaan videoiden, valokuvien ja kampanjoiden avulla.

Päätelmät

Ilmastokriisi on yksi ihmiskunnan suurimmista uhista, ja sen ratkaiseminen on kaikkien maailman kansojen yhteisellä vastuulla. Teknologinen kehitys, tieteelliset löydöt ja poliittiset ponnistelut ovat tärkeitä työkaluja ilmastonmuutoksen torjunnassa, mutta myös sosiaalisella medially on keskeinen rooli tässä taistelussa.

Sosiaalisella medially on tärkeä rooli ilmastokriisin torjunnassa. Sitä voidaan käyttää tehokkaana välineenä tietoisuuden lisäämiseksi, ihmisten mobilisoimiseksi ja kestävän toiminnan kannustamiseksi. Sosiaalisen median vaikutuksen maksimointi edellyttää kuitenkin paikkansapitävien tietojen jakamista, faktantarkistusta ja yhteistyötä. Valjastamalla sosiaalisen median potentiaalin voimme työskennellä yhdessä globaalina yhteisönä ilmastokriisin ratkaisemiseksi ja kestävämmän tulevaisuuden rakentamiseksi.



Viitteet



Viitteet

- Public Awareness and Engagement in Addressing Climate Change. *Climate*. 2019; 7(10):122. <https://doi.org/10.3390/cli7100122>
- Napawan, N., Simpson, S., & Snyder, B. (2017). Engaging Youth in Climate Resilience Planning with Social Media: Lessons from #OurChangingClimate. *Urban Planning*, 2(4), 51-63. doi:<https://doi.org/10.17645/up.v2i4.1010>
- Lewandowsky, S., Cook, J., Fay, N. *et al.* Science by social media: Attitudes towards climate change are mediated by perceived social consensus. *Mem Cogn* **47**, 1445–1456 (2019). <https://doi.org/10.3758/s13421-019-00948-y>
- Gerbaudo, P., & Treré, E. (2015). In search of the “we” of social media activism: introduction to the special issue on social media and protest identities. *Information, Communication & Society*, 18(8), 865–871. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2015.1043319>

TAPAA YHTEISTYÖKUMPPANIMME





ECO-MEDIA

LÖYDÄ MEIDÄT

**SOSIAALISESTA
MEDIASTA!**



**Co-funded by
the European Union**

Hanke on rahoitettu Euroopan komission tuella.
Tämä julkaisu kuvastaa ainoastaan sen laatijan näkemyksiä, eikä komissio ole vastuussa julkaisuun sisältyvien tietojen mahdollisesta käytöstä.

Tämä teos on lisensoitu Creative Commons Nimeä-Ei-Kaupallinen-Ei-Johdannaista 4.0 Kansainvälinen lisenssi.