



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Kriittinen medialukutaito kotitalousopetuksessa

Helsingin yliopisto
Käyttäytymistieteellinen tiedekunta
Opettajankoulutuslaitos
Kotitalousopettajan koulutus

Toukokuu 2016
Kirsi-Marja Ajosenpää
Katri Mettälä
Tanja Saarinen
Mirva Viljaala

Ohjaajat: Anne Malin,
Päivi Palojoki



Tiedekunta - Fakultet - Faculty Käyttätymistieteellinen tiedekunta		Laitos - Institution - Department Opettajankoulutuslaitos	
Tekijä - Författare - Author Kirsi-Marja Ajosenpää, Katri Mettälä, Tanja Saarinen, Mirva Viljaala			
Työn nimi - Arbetets titel Kriittinen medialukutaito kotitalousopetuksessa			
Title Critical media literacy and home economics			
Oppiaine - Läroämne - Subject Kasvatustiede			
Työn laji/ Ohjaaja - Arbetets art/Handledare - Level/Instructor Ainedidaktinen proseminaari / Anne Malin, Päivi Palojoki		Aika - Datum - Month and year Toukokuu 2016	Sivumäärä - Sidoantal - Number of pages 24 s + 3 liitettä
Tiivistelmä - Referat - Abstract <p>Kotitalouden opetuskokeilussa oli tarkoituksena kehittää oppilaiden kriittistä medialukutaitoa sekä oppilaiden välistä vuorovaikutusta tietotekniikkaa ja vertaisoppimista hyödyntäen. Opetusharjoittelijoiden tavoitteena oli myös toimia enemmän ohjaajina kuin opettajina vertaisoppimisen ajatuksen mukaisesti ja humanistista oppimisteoriaa mukailen. Opetuskerran sisältönä oli rahkamainoksen tekeminen pienryhmissä mainosten erilaisia vaikutuskeinoja hyväksi käyttäen ja niitä samalla muille opettaen. Rahka valikoitui kokeilun teemaksi sen ajankohtaisuuden ja markkinoilla olevan mittavan tuotevalikoiman vuoksi. Lisäksi erilaisten rahkamainosten kohderyhmänä ovat usein lapset ja nuoret.</p> <p>Opetuskokeilu toteutettiin huhtikuussa 2016 eräessä helsinkiläisessä yläkoulussa yhden viikon aikana kolmelle eri 7. luokkalaisten ryhmälle. Opetuskerran pituus oli kaikilla ryhmillä 3 x 45 min, mutta oppituntien ajankohta vaihteli ryhmäkohtaisesti. Opetuskokeilua ohjasi kolme tai neljä opetusharjoittelijaa. Opetuskerran alussa tutustuttiin mainokseen käsitteenä ja pohdittiin mainoksissa käytettäviä vaikutuskeinoja. Yhteisen keskustelun jälkeen oppilaat suunnittelivat oman mainoksen, joka toteutettiin muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta kuvaamalla video tablettitietokoneen avulla. Mainoksen kuvauspaikaksi sai valita kotitalousluokan lisäksi myös muita koulun tiloja, kuten koulun piha-alueita. Opetuskerran viimeisellä osuudella valmistettiin rahkavälipala ja myslä. Ateriointi tapahtui yhteisruokailuna, joka oli tämän opetuskokeilun ryhmille rutiineista poikkeava toimintamalli.</p> <p>Opetuskokeilun onnistumista analysoitiin opetusharjoittelijoiden, ohjaavan opettajan sekä oppilailta saadun palautteen mukaan. Opetusharjoittelijoiden tavoitteena ollut toiminnan ohjaaminen opettamisen sijaan onnistui suhteellisen hyvin. Oppilaat työskentelivät luovasti ja itsenäisesti. He motivoituivat uudenlaisesta tehtävästä kotitalousopetuksen kontekstissa. Myös kriittisen medialukutaidon oppimista oli havaittavissa, kun mainosten vaikutuskeinoja ja erilaisia kulutukseen vaikuttavia tekijöitä käsiteltiin yhdessä. Oppilailta saadun palautteen mukaan tablettitietokoneiden käyttäminen kotitaloustunneilla oli virkistävää verrattuna totuttuun. Opetuskokeilun vertaisoppimisen näkökulma olisi voinut toteutua paremmin, mikäli oppilaiden tuntemus olisi ollut syvempi ja koulussa muutoin käytettävät työtavat paremmin tiedossa.</p>			
Avainsanat - Nyckelord Opetuskokeilu, kotitalous, kriittinen medialukutaito, vertaisoppiminen, mainos			
Keywords Teaching experiment, home economics, critical media literacy, peer learning, advertisement			

Sisällys

1	JOHDANTO	4
2	KRIITTINEN MEDIALUKUTAITO OPETUKSESSA.....	6
2.1	Humanistinen oppimisteoria.....	6
2.1.1	Kokemuksellinen oppiminen	7
2.1.2	Vertaisoppiminen	7
2.2	Nuoret ja media.....	8
2.2.1	Representaatio ja mainonta	9
2.2.2	Mainonnan vaikutus nuoriin	10
3	MAINOS, MEDIA JA KOTITALOUS.....	12
3.1	Opetuskokeilu	12
3.1.1	Suunnittelu	12
3.1.2	Tavoitteet	13
3.1.3	Koulu ja ryhmät	14
3.1.4	Toteutus	15
3.1.5	Opetuskokeilun kehittyminen	17
3.1.6	Arviointi	17
4	POHDINTAA	19
	SUMMARY	21
	LÄHTEET	23
	LIITTEET	25

1 Johdanto

Opetuskokeilumme aiheeksi muotoutui kriittisen medialukutaidon opetus kotitalouden oppitunnilla. Aiheen ajankohtaisuutta voidaan perustella esimerkiksi uudella opetussuunnitelmalla, joka on luotu vastaamaan maailmankuvaa, jossa monimediaisuus, globaalit tietoverkot ja vertaissuhteet vaikuttavat lasten arvokäsityksiin. Arvoperusta ja -käsitykset vaikuttavat voimakkaasti oppilaan maailmankuvan rakentumiseen sekä ihmiskäsityksen muodostukseen. (Perusopetuksen opetussuunnitelma, POPS, 2014, s. 15.)

Opetuskokeilumme perustui humanistiseen oppimiskäsitykseen, jossa oppilas nähdään luovana ja aktiivisena toimijana. Opetuksessa painotetaan muun muassa oppilaan itsensä toteuttamista ja kokonaisvaltaista oppimista. (Von Wright & Rauste-von Wright, 1994, s. 135–136.) Humanistiseen oppimiskäsitykseen pohjautuen opetuskokeilumme opetusmenetelmäksi valittiin vertaisoppiminen.

Kotitalouden oppiaineessa monilukutaidon merkityksellisyys korostuu monella osa-alueella. Tässä opetuskokeilussa se näkyi etenkin harjoittelijoiden haluna opettaa taitoja, joiden avulla oppilailla olisi kyky tehdä valintoja ja toimia kodin arjessa (POPS, 2014, s. 437). Kotitalousopetuksen merkittävänä tavoitteena on antaa valmiudet yhdessä elämiseen ja vuorovaikutukseen sekä kriittiseen tiedonhallintaan (POPS, 2014, s. 437).

Edelleen monilukutaito on merkittävässä roolissa, kun lapset ja nuoret rakentavat omaa identiteettiään. Monilukutaitoon katsotaan kuuluvan ”erilaisten tekstien tulkitseminen, tuottaminen sekä arvottaminen.” Teksteillä tarkoitetaan laaja-alaisesti eri tavoin (puhuttu, painettu, digitaalinen, audiovisuaalinen) ilmaistua ja eri symbolijärjestelmin (sanallinen, kuvallinen, kinesteettinen, auditiivinen) tuotettua tietoa (POPS, 2014, s. 22.)

Kriittisen medialukutaidon opetuskokeilu muodostui kolmesta peräkkäisestä 45 minuuttia kestäneestä oppitunnista. Opetuskokeilu oli suunnattu yläkoulun seitsemäsluokkalaisille ja opetuspaikkana toimi helsinkiläisen yläkoulun kotitalousluokka. Tuntien aiheena oli kuluttaminen – tarpeita vai unelmia sekä kuka luo

halut kuluttajalle ja miten? Opetuskokeilun tavoitteena oli saada oppilaat tiedostamaan mainonnan ja piilomainonnan vaikutuksia kuluttajakäyttäytymiseen ja sen pohjalta tehtyihin valintoihin. Oppilaita motivoitiin aiheeseen katsomalla lyhyitä TV-mainoksia ja he toteuttivat pienryhmissä oman mainoksen, jonka avulla tuntien aihetta käsiteltiin. Tavoitteena oli myös, että oppilaat oppivat uutta mainosten kriittisestä tarkastelusta ja ymmärtävät mainonnan vaikutuskeinoja sekä piilomainonnan ja tuotesijoittelun eron.

2 Kriittinen medialukutaito opetuksessa

Opetuskokeiluamme ohjasi niin opetussuunnitelmaan kirjatut oppimiskäsitykset kuin opetusharjoittelijoiden henkilökohtaiset näkemykset oppimisesta. Opetuskokeiluamme perustui humanistiseen oppimiskäsitykseen, jossa oppilas nähdään luovana ja aktiivisena toimijana. Opetussuunnitelmassa esitelty oppimiskäsitys taas tarkastelee oppilasta aktiivisena toimijana, joka asettaa itse tavoitteita oppimiselle ja pyrkii ongelmanratkaisuun yhdessä muiden kanssa. Opetussuunnitelma painottaa myös luovuttaa, oppimisen iloa ja uusien taitojen opettelua osana oppimisprosessia. (POPS, 2014, s.17.) Näihin edellä mainittuihin tekijöihin perustui myös vertaisoppimisen valinta toimintamuodoksi.

2.1 Humanistinen oppimisteoria

Humanistisen oppimisteorian perusta on humanistisessa psykologiassa. Humanistisen psykologian uranuurtajia ovat olleet yhdysvaltalaiset Abraham Maslow ja Carl Rogers. Maslow ja Rogers kuvaavat ihmistä luovana, henkiseen kasvuun pyrkivänä oppijana, jolle on ominaista aktiivinen toiminta, itsensä toteuttaminen ja kokonaisvaltainen oppiminen. (von Wright & Rauste-von Wright, 1994, ss. 135–136.)

Humanistisen oppimisteorian periaatteiden mukaan opetuksessa korostetaan opettajan ja oppilaiden välistä vuorovaikutusta, jossa oppilaita ohjataan asettamaan omat tavoitteet ja löytämään parhaaksi katsomansa oppimisen keinot tavoitteiden saavuttamiseksi. Opettajan tehtävänä on toimia ohjajana, valmentajana sekä oppimisen tukijana. Tarkan etukäteissuunnittelun sijaan opettaja antaa opetuksen suuntaviivat, jonka pohjalta oppilaat lähtevät opittavaa teemaa aktiivisesti työstämään. Painopiste on itsensä toteuttamisessa, persoonallisessa kasvussa ja yhteisöllisessä oppimisessä. Humanistisen psykologian periaatteita soveltaen kasvatuksessa tulisi arvostaa yksilön omia kokemuksia. Siten humanistiseen oppimiskäsitykseen on kytkeytyä kokemuksellista oppimista painottava näkemys.

2.1.1 Kokemuksellinen oppiminen

Konkreettinen, henkilökohtainen kokemus pelkästään ei johda hyvään oppimiseen, vaan tarvitaan myös kokemuksen ymmärtämistä, jäsentämistä ja hyödyntämistä. Käytämme esimerkkinä Kolbin kokemuksellisen oppimisen mallia. Hänen mukaansa oppimiskokemusta seuraa asioiden tarkastelu ja jäsentäminen eli reflektointi. Uutta ajatusmallia testataan uudestaan käytännössä, jolloin oppilaalle muodostuu jälleen uusi kokemus, jota voidaan tarkastella ja josta voidaan oppia. Kolbin mukaan kokemuksellinen oppiminen tapahtuu sykleissä ja näin kokemuksellisesta oppimisesta muodostuu jatkuvasti syventyvä oppimisen kehä. (Von Wright & Rauste-von Wright, 2003, ss. 199–200.)

2.1.2 Vertaisoppiminen

Erilaiset yhteistoiminnalliset toimintamuodot ja menetelmät, joihin vertaisoppiminenkin lukeutuu, liittyvät kiinteästi sosiokonstruktivistiseen oppimiskäsitykseen, jonka mukaan eri aihealueiden syvälinen oppiminen edellyttää sosiaalista vuorovaikutusta. Yhteistoiminnallisia toimintamuotoja ja menetelmiä käytettäessä oppilaat oppivat samalla itseohjautuvuutta ja sosiaalisia taitoja. (Kauppila, 2007, s. 52.) Oppimiskäsitys, joka ohjaa myös opetussuunnitelmassa, näkee oppimisen tapahtuvan vuorovaikutuksessa muun muassa muiden oppilaiden kanssa sekä erilaisissa oppimisympäristöissä, joka myös edistää kriittisen ajattelun taitoja. (POPS, 2014, s. 17.)

Vertaisoppimista (engl. peer learning, collaborative learning) tapahtuu niin lasten kuin aikuistenkin kesken, niin ennalta järjestettyinä hetkinä koulussa kuin spontaaneissa arkipäivän toimissa. Vertaisoppimiseksi voidaan laskea kuuluvan kaikki sellainen ihmisten välinen toiminta, jossa tapahtuu oppimista ja osapuolet toimivat aktiivisesti yhdenvertaisina. (Blum-Kulka & Dvir-Gvirsman, 2011, s. 156.)

Vertaisoppimisella on havaittu olevan positiivisia vaikutuksia erityisesti matemaattisten aineiden, historian ja kielen oppimiseen. Näiden lisäksi se kehittää oppilaiden sosiaalisia taitoja ja itseluottamusta. Sosiaalisten taitojen kehittyminen on melko selvää, koska kaikkia vertaisoppimisen muotoja yhdistää ryhmässä keskustelemisen merkitys, joka on yksi syvälinen oppimisen edellytyksistä.

(Blum-Kulka & Dvir-Gvirsman, 2011, ss. 159–160.) Lisäksi on todettu, että oppilaslähtöisiä opetusmenetelmiä käytettäessä lapset ja nuoret oppivat asioita ja kokonaisuuksia syvemmin ja laajemmin kuin sellaista opetusmenetelmää käytettäessä, joka ei sisällä oppilaiden keskinäistä keskustelua (Webb, 2011, s. 162). Vertaisoppiminen ei sinällään ole valmis toimintamuoto suoraan käytettäväksi, vaan sitä hyödynnetään monissa erilaisissa ryhmä- ja opetusmenetelmissä, esimerkiksi tuutoroinnissa (Blum-Kulka & Dvir-Gvirsman, 2011, s. 157).

Lapsista ja nuorista puhuttaessa vertaisilla tarkoitetaan henkilöitä, jotka ovat heidän kanssaan suunnilleen samalla tasolla sosiaalisessa, emotionaalisessa ja kognitiivisessa kehityksessä. Ollakseen vertaisia ei lasten tai nuorten kuitenkaan tarvitse olla keskenään täysin saman ikäisiä. On kuitenkin todettu, että suomalaisten lasten muodostamien vertaissuhteiden suurin leimaava tekijä on juurikin lasten ikä. (Salmivalli, 2005, s. 15.)

Vertaisoppimisen onnistuminen ei ole aina varmaa, vaan siihen liittyy erilaisia ryhmän toimintaa koskevia kompastuskiviä. On hyvä tiedostaa jo ennalta, että vaikka oppilaat työskentelisivät yhdessä, ei oppimista silti aina tapahdu. Kaikenlaisiin ryhmätilanteisiin liittyy aina ryhmäläisten keskinäiset suhteet, jotka vaikuttavat ryhmän toimintaan. Joissain tilanteissa ryhmän työnjako voi olla epätasa-arvoista, jolloin kaikki ryhmän jäsenet eivät osallistu työskentelyyn yhtä aktiivisesti tai ryhmä ei välttämättä hae apua tarvittaessa tai saadun avun laatu ei ole juuri siihen tilanteeseen sopivaa. Ryhmän jäsenten koordinointi- ja organisointitaidot voivat myös olla puutteellisia, joiden seurauksena ryhmän toiminta voi hankaloitua. (Webb, 2011, ss. 164–165.) Ryhmän toimintaa säätelevät ryhmän sisäiset normit, jotka koostuvat eri ryhmissä luonnollisesti eri asioista. Sama henkilö voi toimia tarkoituksella tai huomaamattaan eri ryhmissä eri tavoin vallitsevien ryhmännormien seurauksena. (Salmivalli, 2005, s. 130.)

2.2 Nuoret ja media

Medialla on suuri vaikutus jokapäiväisessä elämässä ja se on kaikkialla läsnä. Sen avulla ihmiset luovat mielikuvia ja ihanteita erilaisista asioista. Lisäksi myös

monet asenteistamme muokkautuvat median vaikutuksesta ja sen kulloinkin esiin tuomista arvoista.

Nuorten media-arjessa on viime vuosina tapahtunut huomattava käänne, kun internet on siirtynyt pöytäkoneista erilaisiin taskuissa ja mukana kannettaviin mobiililaitteisiin ja televisio on menettänyt asemansa eniten käytettynä mediana vuoden 2009 jälkeen. Yleisesti nuoret suhtautuvat hyvin luottavaisesti mediassa esitettyyn tietoon. Esimerkiksi kahdeksasluokkalaisista 80% uskoo mediasta saatavan tiedon oikeellisuuteen. Kriittinen medialukutaito on suomalaisilla nuorilla verrattain hyvää ja kevyille jutuille ja aiheille vaaditaan taustoittavia ja tietoa syventäviä lähteitä. (Rahja, 2013, ss. 4–5, 12–13.)

Myös median kaupallistumisesta ja omistajasuhteista ollaan huolestuneita varsinkin 15–29-vuotiaiden nuorten keskuudessa. Kuitenkin melko hyvien medialukutaitojen hyödyntäminen onnistuu vain osalla nuorista. Tiedonhaku itsessään on monelle vielä lukioikäisenäkin vaikeaa. Vielä enemmän haastetta aiheuttaa löydetyn tiedon kriittinen tarkastelu ja oikeellisuuden ymmärtäminen. (Rahja 2013, s. 16.)

2.2.1 Representaatio ja mainonta

Lyhyesti representaatio voidaan määritellä merkityksen tuottamiseksi mielesämme olevien käsitteiden avulla. Lisäksi representaation tehtävänä on tehdä jokin todelliseksi silmälle ja mielelle ja edustaa jotakin, joka ei ole läsnä. Representaatiot voidaan jakaa lisäksi kahteen eri järjestelmään, toiminnalliseen ja mentaaliseen. Toiminnallinen representaatio voidaan jakaa edelleen kolmeen osaan: toiminnalliseen kuvaan, jossa tarkasteltava

- materiaali tuotetaan,
- käyttöön, jossa materiaalia katsotaan, luetaan ja
- tulkintaan, jossa yksilöt, yhteisöt tulkitsevat kuvaa aistien, mielikuvien ja kielen avulla. (Seppänen 2005, ss. 84–85.)

Mentaalinen representaatio taas tarkoittaa, että ihmiset pystyvät kommunikoimaan keskenään, koska heillä on yhteisiä käsitteitä eli mentaalisia representatioita. Representaatio on prosessi, jossa ulkoisen maailman esineet, henkiset

mielikuvat ja erilaiset merkkijärjestelmät, kuten kieli, kohtaavat. Representaation käsitteen avulla kuvien merkitykset voidaan sijoittaa osaksi vuorovaikutusta, kulttuuria ja erilaisia merkkijärjestelmiä. Representaation avulla voidaan siis pohtia sitä, miten erilaiset mediat esittävät ja tuottavat todellisuutta, kenen näkökulmasta ja millaisin välinein. Representaation kuvan ja sanan suhdetta on tarkasteltava aina tapauskohtaisesti, eikä näin ollen voida sanoa yleistyksenä, että toisen merkitys olisi toiseen verrattuna suurempi. (Seppänen 2005, ss. 84–85.)

Mainonta on yksi representaation muoto, koska se vaikuttaa muun muassa kulutustottumuksiimme, identiteetin muodostumiseen ja esiintyy kaikissa medioissa. Mainonta on representaatio, joka viestii asioita, mitä todellisuudesta ymmärrettään ja millaiseksi sen haluttaisiin muodostuvan. Mainonta on kommunikointia kuluttajien kanssa, eikä siitä voida sanoa, onko se totta vai ei. (Vänskä 2012, s. 105.) Mainonnan termiä on myös määritelty visuaalisen estetisoinnin, kauneuskäsitysten, mielihyvän ja ihanteiden tuottamisen ja esittämisen alueena. Mainokset esitetään usein luonnollisena ja haluttavana tilana, johon yleisö haluaa automaattisesti samaistua. (Rossi 2003, ss.11, 32.)

2.2.2 Mainonnan vaikutus nuoriin

Kuluttajansuojalaissa sanotaan, että alaikäisille suunnattua tai alaikäiset yleisesti tavoittavaa markkinointia pidetään hyvän tavan vastaisena. Erityisesti silloin, jos siinä käytetään hyväksi alaikäisen kokemattomuutta tai herkkäuskoisuutta tai jos se on omiaan vaikuttamaan haitallisesti alaikäisen tasapainoiseen kehitykseen tai jos siinä pyritään sivuuttamaan vanhempien mahdollisuus toimia täysipainoisesti lapsensa kasvattajina (Finlex 2. luku.2§.) Kuitenkin esimerkiksi lasten puukeutumiskoodien rikkominen ja niiden rajoilla leikkiminen on esimerkiksi huippumuotia myyvien yritysten taktiikka; lapsuuden ja aikuisuuden sekä viattomuuden ja seksikyyden rajojen häivyttäminen (Vänskä, 2012, s.113). Mainostajille yhä tärkeämmäksi kohderyhmäksi Suomessa ovat nousseet niin kutsutut esiteinit eli 12-vuotiaiden ja sitä nuorempien lasten ryhmä, jonka rahavarannot ovat nousseet huomattavasti (Raijas & Wilska 2008, s. 246).

Kulutuksen tutkimuksessa median läpikotainen kaupallistuminen otetaan tosiasiana ja siinä pyritään kyseenalaistamaan mainonnan luomaa kuvaa siitä, että kuluttajia yhdistäisivät ainoastaan markkinasuhteet ja yksilölliset valinnat, joiden pohjalta identiteetti pelkistyy pelkiksi merkkivalinnoiksi. Identiteetin pohjana on kuitenkin aina halu kuulua tai liittyä johonkin, eikä niinkään erottua mistään. Täten kuluttamiseen liittyvät valinnat ovat aina myös sosiaalisesti merkittäviä ja niitä tehdään muun muassa ympäristön tai kaveripiirin pohjalta. (Nieminen & Pantti 2009, s. 160.)

Medialla on vaikutusta lapsiin ja nuoriin. Tutkimusten mukaan lapset ja nuoret esimerkiksi Suomessa, Englannissa ja Yhdysvalloissa ovat jopa huolestuttavan kiinnostuneita omasta ulkonäöstään. Jo alakouluikäisillä on paineita oman ulkonäkönsä ja viehättävyyden suhteen. (Vänskä, 2012, 14–15). Tätä suuntausta tukee esimerkiksi Suomessa vuonna 2008 tehty kysely nuorisolehti Demin lukijoille, jossa 69 % piti muodikkaita vaatteita itseilmaisun välineenä ja jopa 85% vastanneista piti ulkoista olemusta erittäin tärkeänä. Edelleen vastaajat määrittelivät kauneuden käsitteen vastaamaan vain ulkoista kauneutta, sisäistä ei mainittu yhdessäkään vastauksessa. Myös elämässä menestymisen ja hyvän itsetunnon kriteereiksi listattiin kaunis ja finnitön iho, hyvin leikatut hiukset, muodikkaat vaatteet sekä sopusuhtainen ja hoikka vartalo. (Vänskä, 2012, 14.)

3 Mainos, media ja kotitalous

3.1 Opetuskokeilu

Ainedidaktisen kehittämisprojektin kantavana teemana oli keväällä 2016 lausahdus ”Opeta toisin”. Opetusharjoittelijoita kannustettiin käyttämään opetuskokeilussa sellaisia menetelmiä ja opetustapoja, joita emme olleet aikaisemmin opetuksessa käyttäneet. Samalla tarkoituksena oli tehdä oppilaiden kanssa jotakin sellaista, joka olisi myös heille uutta ja virkistävää sekä samalla eroaisi positiivisella tavalla totutusta. Tämän lisäksi oli toivottavaa, että opetuskokeilu toteutettaisiin mahdollisuuksien rajoissa ainakin pari kertaa eri ryhmille, jotta pääsisimme tekemään parannuksia opetuskokeilun kulkuun ja kokeilemaan sen sopivuutta erilaisille ryhmille.

3.1.1 Suunnittelu

Opetuskokeilumme suunnitteluvaiheessa pohdimme, että haluaisimme käyttää opetuksessa hyväksi tieto- ja viestintäteknologiaa. Meitä kaikkia kiinnosti humanistinen oppimiskäsitys, joten sen valitseminen kokeilumme johtavaksi oppimiskäsitykseksi oli helppoa. Opetusmenetelmäksi valikoitui vertaisoppiminen, koska se sopii hyvin humanistiseen oppimiskäsitykseen. Halusimme haastaa oman opettajuutemme ryhtymällä opettamisen sijaan ohjaamaan oppilaita.

Syksyllä 2015 saavutti reaaliaikaista videokuvaa välittävä Periscope-sovellus nuorten suosion. Me opetusharjoittelijatkin kohtasimme Periscopien haasteellisuuden opetuksessa ja opettajana toimimisessa sijaisuuksia tehdessämme. Heräsi kysymys, voisiko sovellusta käyttää hyväksi opetuksessa. Ottamalla opetuksen osaksi nuorten keskuudessa merkittävien sosiaalisen median sovelluksia kytketään oppiminen ja opetettava asia lapsille merkitykselliseen aikaan ja paikkaan (ks. POPS, 2014, s. 17). Käytännössä sovelluksen käyttö kuvauslupineen ja laiterajoituksineen osoittautui kuitenkin vaikeaksi, emmekä ottaneet sitä käyttöömmek. Päätimme kuitenkin, että otamme videon kuvaamisen ryhmätyön yhdeksi toteutustavaksi. Koulussa oli neljä tablettitietokonetta, jotka saimme varattua kaikille opetuskerroillemme. Kannustaminen erilaisten tietoteknisten sovellusten käyttämiseen ohjaa oppilaita kohti tärkeää tieto- ja viestintäteknologian

kansalaistaitoa. Tämä taito voidaan nähdä myös osana monilukutaitoa. (POPS, 2014, s. 23.)

Monilukutaitoa tarvitaan tulkittaessa ympäröivää maailmaa ja kulttuurista monimuotoisuutta (POPS, 2014, s. 22). Sitä tukevissa oppimistilanteissa käytetään erilaisia tekstejä, jotka ovat oppilaille merkityksellisiä sekä kiinnostavia (POPS, 2014, s. 23). Oletamme, että mainosten maailma erilaisine ilmentymineen: blogit, vlogit ja videot, on osa oppilaiden arkipäivää ja näin ollen aiheen olevan kytköksissä heidän kokemusmaailmaansa. Monilukutaitoa tulisi rohkaista käyttämään vaikuttamisessa ja osallistumisessa niin mediassa kuin yhteiskunnassakin (POPS, 2014, s. 283). Huomiota on syytä kiinnittää myös eri yhteyksissä ilmeneviin teksteihin; kehitettävä kuvanlukutaitoa sekä kuluttaja- ja talousosaamista aiheita tukevien tekstien avulla. Monipuoliset viestinnän ja vaikuttamisen keinot syventävät osallistumista ja oppimista. (POPS, 2014, s. 283.) Kotitalouden opetus suunnitelmassa on erikseen mainittu pohdinta vertaisryhmien ja median vaikutuksesta omiin kulutustottumuksiin (POPS, 2014, s. 439).

Edellä mainitsimmekin, että koulussa olevien laitteiden vähyyden ja täynnä olevan tallennustilan vuoksi jouduimme tekemään muutoksia alkuperäisiin tuntisuunnitelmiimme (liite1). Lisäksi käytännön toimivuuden sanelemana jouduimme muuttamaan myös alkuperäistä tuntirakennetta siten, että aloitimme teorialla. Alun perin olisimme halunneet aloittaa ruoanvalmistuksella, mutta pienet kylmätilat eivät olisi mahdollistaneet rahkojen kylmäsäilytystä ryhmätyöskentelyn aikana.

3.1.2 Tavoitteet

Ympäröivä maailma muuttuu ja tämä on huomioitava myös perusopetuksessa. Samalla on huomioitava kulttuurien moninaisuus sekä kulttuurinen jatkumo, jossa yksilö voi olla mukana vaikuttamassa. (POPS, 2014, s. 18.)

Oppilaat pääsevät vertaisoppimisen myötä olemaan oppitunnin pääosassa ja toimomme sen motivoivan oppilaita. He voivat päästää luovuutensa valloilleen ja

käyttää taitojaan videoiden tekemisessä. Oppilaat toimivat pienryhmissä ja pääsevät luonnollisesti samalla kehittämään omia vuorovaikutustaitojaan. Tunnin aiheena on kuluttaminen: tarpeita vai unelmia; kuka luo halut kuluttajalle ja miten. Tavoitteena on myös, että oppilaat oppivat uutta mainosten kriittisestä tarkastelusta ja ymmärtävät mainonnan vaikutuskeinoja sekä piilomainonnan ja tuotesijoittelun eron.

Monelle oppilaalle kotitaloustunnit ovat merkki siitä, että päästään itse tekemään ja syömään ruokaa. Mielestämme kotitaloustunneilla ei välttämättä kuitenkaan aina tarvitsisi tehdä ruokaa tai ainakaan ruoanvalmistuksen ei tarvitse olla pääosassa. Siitä syystä päätimmekin tehdä opetuskokeilun opetuskerroilla vain pienet välipalarahkat, joiden tekemiseen ei kulu paljon aikaa. Lisäksi halusimme ehdottomasti liittää tehdyn ruoan jollakin tavalla opetuskertojen aiheeseen, eli kuluttamiseen, ettei ruoanvalmistus jäisi erilliseksi oppimistehtäväkseen ilman mitään kytköstä kuluttamiseen.

3.1.3 Koulu ja ryhmät

Toteutimme opetuskokeilun helsinkiläisessä peruskoulussa, jossa perusopetuksen ala- ja yläluokat toimivat omissa rakennuksissaan. Koulussa on oppilaita noin 720 luokilla 1.–9. Koulussa voi opiskella painotetun musiikin opetuksen luokilla, joihin haetaan erikseen soveltuvuuskokeilla 2. ja 6. luokalla. Lisäksi koulussa alkaa mahdollisuus opiskella liikuntapainotteisesti vuoden 2016 syksyllä.

Opetuskokeilu toteutettiin kolmelle 7. luokan kotitalousryhmälle. Yksi ryhmä koostui yhden luokan oppilaista ja kahdessa muussa ryhmässä oli oppilaita kahdelta eri 7. luokalta. Nämä ryhmät olivat meille jo ennestään tuttuja, koska jokaista ryhmää oli jo aiemmin opettanut yksi opetusharjoittelija omalla opetustunniltaan soveltavaan harjoitteluun liittyen. Meillä oli siis jo ennen opetuskokeilua käsitys siitä, minkälaisia oppilaita on missäkin ryhmässä ja minkälainen tunnelma ryhmien kotitaloustunneilla on. Tästä oli valtavasti hyötyä opetuskokeilun käytännön lopullisessa suunnittelussa.

3.1.4 Toteutus

Opetuskokeilu toteutettiin kolmelle eri 7. luokkalaisten ryhmälle saman viikon aikana. Jokaisen opetuskokeilun kesto oli 3 x 45 min. Opetuskokeilun ajankohta ei ollut joka kerta sama, vaan ryhmien oppitunnit sijoituivat aamulle, keskelle koulupäivää ja iltapäivän viimeisiksi tunneiksi. Kahdella opetuskerralla opetusharjoittelijoita oli paikalla kolme ja yhdellä kerralla neljä. Harjoittelukoulun ohjaava opettaja seurasi opetuskokeilua jokaisella kolmella opetuskerralla.

Opetuskokeilun toiminta jaettiin selkeästi kolmen oppitunnin kokonaisuuteen. Olimme suunnitelleet etukäteen tarkasti, mitä oppimistehtäviä sisällytetään ensimmäiselle, toiselle ja kolmannelle oppitunnille. Näin rytmitimme opetustamme ja samalla varmistimme, että oppilaat ehtisivät tehdä kaikki suunnitellut tehtävät ilman kiirettä. Tunnin rytmitystä tuki diaesitys (liite 2).

Ensimmäisen oppitunnin alussa jaoin oppilaat ryhmiin. Oppilaat menivät riviin, jonka jälkeen otimme jaon kolmeen tai neljään, riippuen siitä, kuinka monta oppilasta ryhmässä oli. Tämän jälkeen oppilaat siirtyivät istumaan numeroittain ryhmiin. Tunti jatkui itsemme ja oppitunnin aiheen esittelemisellä. Alustuksen jälkeen seurasi pieni teoriaosuus, jossa esittelimme mainoksia ja niiden käyttämiä keinoja. Näytimme oppilaille kaksi mainosvideota, joiden perusteella he miettivät mainosten vaikuttamiskeinoja. Tämän jälkeen siirryimme antamaan ohjeet ryhmätyön tekoa varten. Jokainen pienryhmä sai valita oman rahkavälipalapurkin, josta he tekisivät mainoksen. Ideana oli, että oppilaat käyttävät mainoksissa erilaisia mainosten vaikuttamiskeinoja. Oppilaille kerrottiin, että he opettavat toisinaan olemaan kriittisiä mainoksia kohtaan ja tunnistamaan mainosten vaikutuskeinoja näiden tehtävien mainosten avulla. Ryhmätyöohjeista (liite3) selvisi myös, että toteutusmuoto saa olla mainosvideo, näytelmä, sarjakuva, kuva tai omavalmintainen toteutus. Opetusharjoittelijoiden tehtävänä oli toimia ensisijaisesti ohjaajina ja antaa oppilaiden itse keksiä ja oivaltaa uutta. Ensimmäisen oppitunnin lopuksi kerroimme, että seuraavalla oppitunnilla oppilaat jatkavat pienryhmissä omien mainosvideoiden tekemistä.

Toisella oppitunnilla oli tarkoituksena saattaa videoiden tekeminen loppuun. Aikaa tähän oli 15 minuuttia. Videoita sai kuvata koko koulun alueella, myös koulun piha-alueilla. Jokaisessa luokassa oli yksi ryhmä, joka toteuttaa mainoksen tekemällä näytelmän. Oppilaiden palattua takaisin luokkaan tämän ryhmän esitys katsottiin ensimmäisenä. Loput tehdyt videot katsottiin kolmessa eri työpisteessä ja niistä keskusteltiin. Neljännessä työpisteessä punnittiin oman mainoksen rahkavälipalan todellinen sokerimäärä lasiin. Laskettuaan sokerin määrän rahkasta, oppilaat mittasivat keittiövaa'an avulla lasiin rahka-annoksessa olevan sokerin. Oppilaat kokosivat laseista ja rahkapurkeista luokkahuoneeseen pienen näyttelypisteen, jossa he saattoivat huomioida rahkojen sokeripitoisuuksia. Sokerityöpisteen tarkoituksena oli herätellä oppilaita huomaamaan rahka-annosten sokeripitoisuus, oppia lukemaan ravintoainetaulukoita sekä tulkitsemaan ja vertailemaan pakkauksissa olevia mainoslauseita sekä informaatiota. Muissa työpisteissä videomainosten katsojat saivat miettiä, mitä vaikuttamisenkeinoja mainoksessa oli käytetty. Vaikuttamisenkeinoista näissä videoissa keskusteltiin yhteisesti työpisteiden jälkeen. Toinen oppitunti päättyi ruokaohjeen (Harjula, Löytty-Rissanen & Janhonen- Abruquah, 2015, s.120, 125, mukailen) läpikäymiseen ja ruoanvalmistuksen aloitukseen.

Kolmannella oppitunnilla oppilaat valmistivat pareittain kerrosrahkavälipalat ja myslit, joiden makua antavan raaka-aineen he saivat valita muutamasta vaihtoehdosta. Työskentelyn lomassa vertailtiin itsevalmistettujen ja valmiiden rahkojen ja myslien eroja monesta eri näkökulmasta (esimerkiksi valmistusmaa, jätteen määrä, proteiinin määrä, sokerin määrä). Tunnin puolivälissä oli yhteisruokailun aika, jolloin rahkat syötiin. Yhteisruokailun alkaessa oli työkeittiöt siivottu, joten oppilailla oli mahdollisuus rauhoittua ja keskittyä ruokailun sosiaaliseen ulottuvuuteen. Oppilaiden ruokailtua palasimme teoriaan ja pohdimme yhdessä kuluttamista ostopäätöksenteon näkökulmasta (Harjula ym., 2015, s.17.) ja yksittäisen kuluttajan asemaa sekä vaikutuskeinoja. Kotitehtäväksi oppilaat saivat ohjeet seurata (ruoka)mainoksia, ja miettiä niiden vaikuttamiskeinoja tunnilla käydyn teorian perusteella, sekä kirjoittaa havaintonsa vihkoon. Lopuksi kiitimme oppilaita tästä tunnista sekä harjoittelujaksosta, sillä ainedidaktinen opetuskokeilu päätti soveltavan harjoittelun harjoittelujaksomme.

3.1.5 Opetuskokeilun kehittyminen

Ensimmäisen opetuskerran jälkeen päätimme tehdä muutamia muutoksia oppitunnin rakenteeseen sekä käytännön toteutukseen. Ensimmäisellä kerralla aloitimme tunnin opetuskeskustelulla. Ilmeisesti oppilaita hieman jännitti useampi vieras aikuinen, eikä keskustelu oikein ottanut tulta alleen, joten päätimme aloittaa seuraavan opetuskerran mainosvideoiden esittämisellä ja jatkaa siitä pienryhmissä keskusteluun. Oletimme, että pienryhmäkeskustelun jälkeen oppilaat ovat havahtuneet aiheeseen ja ovat avoimempia opettajajohtoiselle opetuskeskustelulle, jolle jäi tuntisuunnitelmassa vielä hieman aikaa ennen seuraavaan tehtävään siirtymistä.

Ensimmäisellä kerralla meillä oli ruokaohje ainoastaan dialla, koska emme halunneet ottaa turhia paperikopioita ohjeista. Käytännössä tämä ei toiminut, etenkin kun osa oppilaista siirtyi ruoanvalmistuksen ajaksi toiseen luokkaan. Päätimme tulostaa ohjeet seuraavia opetuskertoja varten.

Oppilaat olivat erittäin innoissaan ryhmätehtävän tekemisestä. Välitunti ennen varsinaista kuvaamista antoi oppilaille aikaa sulatella tehtävänantoa ja toteutusta. Huomasimme kuitenkin, että mainoksista oli hyvä saada jotain konkreettista suunnitelmaa kuvauksen tueksi, joten pyysimme toisella opetuskerralla oppilaita kirjoittamaan paperille tarkan käsikirjoituksen. Myöhemmissä toteutuskerroissa jättäydyimme myös itse enemmän taka-alalle ja annoimme oppilaille enemmän aikaa ja tilaa tehdä suunnittelutyötä. Jatkuva opettajien kysely tuntui ensimmäisellä toteutuskerralla häiritsevän oppilaiden ideointia. Opetusharjoittelu kehittyi vielä viimeisellekin opetuskerralle, kun kirjoitimme tunnin tavoitteet taululle ja kävimme ne läpi aikataulun esittelyn yhteydessä.

3.1.6 Arviointi

Opetuskerran jälkeen oppilaat kertoivat pitäneensä erilaisesta työskentelytavasta. Tablettitietokoneita oli heidän mukaansa mukava käyttää ja, vaikka niitä on käytetty opetuksessa hyvin maltillisesti, onnistui niiden käyttäminen kuitenkin hyvin. Oppilaat totesivat, että ohjeistus oli sopiva ja konkreettinen tekeminen oli helppoa. Selkeä päämäärä auttoi työhön ryhtymisessä.

Me opetusharjoittelijat koimme kaikki opetuskerrat varsin onnistuneiksi. Oppituntien ajankohta vaikutti suuresti siihen, kuinka oppilaat jaksoivat keskittyä työhön. Kaikki ryhmät saivat kuitenkin ryhmätyöt valmiiksi ennalta sovitun aikataulun mukaisesti. Koimme, että selkeä ohjeistus ja opettajien runsaslukuisuus antoivat hyvät lähtökohdat töiden onnistumiselle. Osalla oppilaista oli henkilökohtaisia vaikeuksia tehdä ryhmätyötä muiden oppilaiden kanssa. Tilanteesta riippuen annoimme heidän jakautua eri ryhmiin, tässä apuna meillä oli ohjaavan opettajan oppilaantuntemus sekä hänen taitonsa käsitellä näitä oppilaita. Rääätälöidyt oppimisympäristöt ja eriytetyt työtavat (POPS, 2014, s. 30.) vaativat oppilaan tunte-
musta, joka tässä soveltavaan harjoitteluun liitettyssä projektissa jää vajaaksi, harjoittelun painotuksen ollessa enemmän teknisessä toteutuksessa ja kirjallissa raportoinnissa kuin oppituntien pitämisessä ja seuraamisessa.

Ennen opetuskokeilua olimme kysyneet ohjaavalta opettajalta oppilaiden kuvauslupista sekä koulun käytänteistä koskien tablettitietokoneiden käyttöä. Varsinaisessa opetustuokiossa muistutimme oppilaita, että luokkahuoneesta, muista oppilaista eikä opetusharjoittelijoista saa ottaa valokuvia. Mainosvideot esitettiin vain kyseessä olevalle opetusryhmälle, jonka jälkeen ne poistettiin tablettitietokoneilta sekä pilvitallennustilasta. Toimimalla edellä kuvatulla tavalla, toimimme opetussuunnitelman hengessä; opetussuunnitelma korostaa yhdessä oppimisen taitoja sekä oppilaan taitoja ottaa huomioon omien toimiensa seuraukset ja vaikutukset muihin ihmisiin (POPS, 2014, s. 17). Toisin sanoen oppilailla oli vastuu niin omasta kuin muidenkin yksityisyyden suojasta. Pääsääntöisesti tämä toteutui hienosti.

4 Pohdintaa

Opetuskokeilun tavoitteeksi olimme asettaneet vertaisoppimisen käytön sekä medialukutaidon kehittymisen ja lisäksi erilaisten oppimisympäristöjen käytön. Tavoitteenamme oli myös häivyttää ruoanvalmistus kotitalousopetuksessa pedagogiseksi välineeksi itseisarvona esiintymisen sijaan.

Osa tavoitteistamme onnistui jotenkuten, osa yllätti meidät opetusharjoittelijatkin onnistumalla erinomaisesti ja osa tavoitteista jäi vielä toteutumatta. Uudeksi oppimisympäristöksi olimme etukäteen ajatelleet vain sähköistä oppimisympäristöä. Oppitunnilla oppilaat kuitenkin kysyivät, saisivatko toteuttaa ryhmätyön kuvaamisen luokkahuoneen ulkopuolella. Oppilaat siis laajensivat oppimisympäristöjä varsin luontevasti luokkahuoneen ulkopuolelle. Vertaisoppiminen ja –opettaminen jäi tavoitteistaan enemmänkin yhdessä tunnilla käsiteltyjen aiheiden kertaamiseksi. ”Opeta toisin”-tavoite toteutui osittain. Olisimme halunneet tehdä tunnin hieman eri rytmityksellä ja erilaisista lähtökohdista, mutta käytännön esteet, joita olemme kuvanneet muun muassa kappaleessa 3.1, sanelivat toteutuksen raamit. Oppilaille oli uutta käyttää tablettitietokoneita kotitalousopetuksessa. Uutta oli myös ruoanvalmistuksen jääminen sivurooliin, joten tässä nimenomaisessa koulussa kokonaisuus oli suurelta osin opettamista toisin kuin oli aikaisemmin totuttu.

Opetussuunnitelmassa on nostettu esille toimintakulttuuri, joka korostaa yhteisöä, vuorovaikutusta ja monipuolista työskentelyä. Yhdessä tekeminen voimistaa yhteisöä, toisaalta kiireetön tekeminen edistää myös toisilta oppimista. Toimintakulttuuri, jota on vaalittava kannustaa fyysiseen aktiivisuuteen, työhön syventymiseen sekä loppuun tekemiseen. Kannustava vuorovaikutus rohkaisee luovuuteen, leikkiin, elämyksiin ja toiminnallisuuteen. Terve toimintakulttuuri vie oppimisen myös pois luokkahuoneen oppimisympäristöistä, joka projektissamme tapahtui niin sovellusten avulla kuin konkreettisesti luokkahuoneesta poistumalla. (POPS, 2014, s. 27.) Nämä kaikki edellä mainitut toimintakulttuurin alueet toteutuivat omassa projektissamme: Videoiden kuvauksen osa oppilaista teki ulkona ja osa koulun muissa tiloissa (mm. käytävällä), joka sekin tuki oppimisympäristön

vaihtelevuutta. Myös oppilaiden toisilleen antama palaute oli kannustavaa, rohkaisevaa ja positiivista.

Media- ja monilukutaito oli oppilailla jo lähtökohtaisesti yllättävän vankalla pohjalla. He nimesivät erinomaisesti mainosten erilaisia vaikuttamiskeinoja ja piilomainonta sekä tuotesijoittelu olivat käsitteinä melko tuttuja. Monilukutaidon kehittymiselle on kuitenkin merkityksellistä päästä harjoittamaan sitä erilaisissa oppimisympäristöissä niin perinteitä kuin teknologiaa ja monimediaisuutta hyödyntäen. (POPS, 2014, s.22). Omassa projektissamme oppilaat hankkivat, yhdistivät, muokkasivat, tuottivat, esittivät ja arvioivat tietoa, joka oli erilaisessa muodossa kuin yleensä (ks. POPS, 2014, s. 22).

Niin sisällöllisesti (monilukutaito) kuin kulttuurisestikin (toimintakulttuuri) opetus suunnitelma korostaa yhteisöllisyyttä, toiminnallisuutta, luovuutta, vuorovaikutusta sekä aktiivista tiedon rakentamista. Nämä samat elementit löytyvät myös hyvästä oppimisympäristöstä (POPS, 2014, s. 29). Oppimisympäristöissä tieto- ja viestintäteknologia nostetaan olennaiseksi osaksi monipuolisia oppimisympäristöjä, näiden käyttötaitoja tulisikin tukea (POPS, 2014, s. 29). Kotitalouden oppimisympäristön tulisi eritoten kannustaa vuorovaikutteisuuteen, yhteisölliseen tiedon rakentamiseen sekä tutkivaan ja soveltavaan opiskeluun. Omassa opetuskokeilussamme ruoanvalmistuksen arvo pedagogisena välineenä olikin lopulta enemmän ravitsemuksellisessa näkökulmassa kuin monilukutaidossa, mutta työpiste rahkojen sokeripitoisuuksista innosti ja kiinnosti oppilaita erityisen paljon.

Summary

The aim of this thesis is to describe one teaching experiment. The experiment was part of our practical teacher training the pedagogical studies of Home Economics. When planning this experiment, it began with a theme “teach differently!”. This theme was the supporting keynote throughout the whole experiment from planning to teach and evaluate. We chose advertisements and media education for our subject.

The purpose of this Home Economics teaching experiment was to develop pupils’ media and advertisement literacy and social skills. This teaching experiment was carried out by using the information technology and peer learning. As a teacher interns our goal was to tutor pupils instead of traditional teaching. The goal for pupils was to create an advertisement by using different kinds of advertisement effects and at the time teach it to each other.

Teaching experiment was performed in one of Helsinki secondary schools in April 2016 to three 7.- grade pupil groups in home economics class as a part of teaching practice. Pupil groups were comprised of learners of an different kind and there was variation in gender distribution. There was also variation in group sizes. In the teaching experiment the main goal was to consider on advertising connecting it to the consumption theme. The time of each lesson varied during the school day and the length was 3 x 45 minutes and there were either three or four teaching interns tutoring the lessons.

The teaching experiment included five different parts. Pupils worked in small groups of four which were drawn lots. At the beginning of the lesson two video advertisements were shown and there was a discussion of advertisements’ effects with interns help. The lesson continued by planning the group work. The idea was to create a video advertisement about quark. Quark was chosen to be the main theme of the lessons because it is popular among young people and there is a huge portfolio of different kinds of quarks on the market. When analyz-

ing quark advertisements is obvious that companies are trying to appeal to consumers with quark's high protein level and other health impacts. Fitness diets are also currently trendy and hip.

After the manuscripts for the videos were done pupils started to shoot their own ads with tablets. The pupils had an opportunity to shoot their videos in different learning environments for example the school yard or corridors and other parts of school's property. The finished advertisements were shown to other small groups in workshops. The audience were supposed to find different advertisement effects from the videos and to conclude the target group of advertisements'.

The lesson continued by preparing s healthy quark snack with self-made muesli. Pupils had an opportunity to choose some ingredients by themselves. Eating was organized around the same table which was not the habit in this school. Pupils liked to eat together and the atmosphere was calmer than it was during the previous lessons we were observing.

The whole teaching experiment was analyzed between teacher interns, the instructor and the didactics lecturer from university. Teacher interns got some feedback from small groups. The plan for the lesson improved throughout the whole experiment. This was possible due to it was held three times on different days. During the teaching experiment interns achieved quite well their goal to tutor pupils more than teach. After the first lesson pupils were allowed to work more independently and creatively. Pupils were very skilled with using information technology and managed to finish their videos in time. According to pupils using tablets was refreshing and new compared with normal home economics lessons. Peer learning did not succeed as planned because we did not have enough information about pupils or their learning skills before putting our plan in practice.

According to experiment it is essential to integrate social subjects to home economics instead of cooking. However, as this teaching experiment shows food can be used also as a pedagogical tool for example when teaching critical media literacy and consumer skills.

Lähteet

- Blum-Kulka, S., & Dvir-Gvirsman, S. (2011). Peer Interacting and Learning. Teoksessa S. Järvelä (toim.), *Social and Emotional Aspects of Learning* (162–168). Oxford: Elsevier.
- Finlex. (2008). Markkinointi ja menettelyt asiakassuhteessa. <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2008/20080561>. Luettu 5.3.2016
- Harjula, P., Löytty-Rissanen, M. & Janhonen-Abuquah, H. (2015). *Kotitaloustaito*. Helsinki: Sanoma Pro.
- Kauppila, R. (2007). *Ihmisen tapa oppia. Johdatus sosiokonstruktivistiseen oppimiskäsitykseen*. Juva: PS-kustannus.
- Nieminen, H. & Pantti, M. 2009. *Media markkinoilla*. Helsinki: Gummerus kirjapaino Oy.
- POPS (2014). *Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet 2014*. Tampere: Opetushallitus.
- Rahja, R. (2013). Nuorten mediamaailma pähkinänkuoressa. Mediakasvatusseura. http://www.mediakasvatus.fi/files/nuorten_mediamaailma_pahkinankuoressa.pdf. Luettu 5.5.2016
- Raijas, A. & Wilska, T-A. 2008. Kulutus päätökset perheissä: kuka päättää mistäkin? Teoksessa Kirsi Ahlqvist, Anu Raija, Adrian Perrels, Jussi Simpura & Liisa Uusitalo (toim.) *Kulutuksen pitkä kaari. Niukkuudesta yksilöllisiin valintoihin*. Helsinki, Yliopistopaino, ss. 241–264.
- Salmivalli, C. (2005). *Kaverien kanssa. Vertaissuhteet ja sosiaalinen kehitys*. Keuruu: PS-kustannus.
- Seppänen, J. (2005). *Visuaalinen kulttuuri*. Tampere: Vastapaino
- Vänskä, A. (2012). *Muodikas lapsuus. Lapset mainoskuvissa*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University press.
- Von Wright, J. & Rauste-von Wright, M. (1994). *Oppiminen ja koulutus*. Juva: WSOY
- Webb, N. (2011). Peer Learning in the Classroom. Teoksessa S. Järvelä (toim.), *Social and Emotional Aspects of Learning* (162–168). Oxford: Elsevier.

Litteet

LIITE 1 Tuntisuunnitelma Ainedidaktisen kehittämissuunnitelman tuntisuunnitelma

A Perustietoja opetustilanteesta ja oppilasta

POISTETTU ANONYMIETEETIN SÄILYTTÄMISEKSI

Oppilaiden tuntemus, havaintoja ryhmästä:

POISTETTU ANONYMIETEETIN SÄILYTTÄMISEKSI

B Opetuskerran aihe: Kulttuurinen – tarpeita vai unelmia?

Mitä sisältöjä opetusaiheesta on opetettu aikaisemmin?

Kuluttajuus alkaa uutena aiheena näiden opetuskertojen jälkeen.

Mitä johtopäätöksiä olet tehnyt opetuksen suunnitteluun oppilaiden tuntemukseen ja oppimisympäristöön (opetusila ja välineet) liittyvien havaintojen perusteella:

Ohjeiden tulee olla selkeitä ja helposti ymmärrettäviä. Ryhmien oppilaat ovat keskenään erilaisia niin taidoiltaan kuin tiedoiltaan. Myös keskittymiskyky vaihtelee eri oppilaiden välillä suuresti. Joillakin oppilailta on suomen kielen ymmärtämiseen liittyviä vaikeuksia.

Lähtökohтана AD-projektiin oli digiympäristön käyttäminen opetuksessa, mutta harjoittelukoululla ei ole tarvittavia välineitä eikä tiloja tämän toteuttamiseen. Suunnitelmat muuttuivat siis melko paljon tämän seurauksena. Ajatuksena oli myös aloittaa opetuskerta teoriaosuuden sijaan ruoanvalmistuksella, mutta tämä ei onnistu pienten kylmäsäilytystilojen takia.

Millainen käsitys oppimisesta ohjaa opetuksen suunnitteluaasi?

Humanistinen oppimiskäsitys näkyy opetuksessamme oppilaslähtöisenä keskusteluna sekä aiheen sitomisenä oppilaiden omaan arkeen. Lisäksi opettajat toimivat ryhmätöön tekemisen aikana ennemminkin ohjaajina kuin opettajina ja samalla kannustavat oppilaita luovuuteen ja itseohjautuvuuteen.

Sosiokulttuurinen oppimiskäsitys näkyy ryhmätöiden tekemisellä ja niiden yhteisessä purkutilanteessa oppilaiden opettaessa muita oppilaita. Kerrosrahkan valmistaminen yhteisesti tukee sosiokulttuurisen oppimiskäsityksen näkymistä opetuksessa.

Behavioristinen oppimiskäsitys näkyy aikataulun ja tunnin rakenteen esittelyllä oppilaille tunnin alussa.

Opetuskerran ydinkysymys (ydinkysymyksiä):

Mainosten vaikutuskeinoihin tutustuminen ja niiden vaikutukset kulutuskäyttäytymiseen sekä identiteettiin. Mainosten todenperäisyys esimerkiksi terveellisuuden näkökulmasta.

Opetuskerran tavoitteet:

Tarkoituksena saada oppilaat pohtimaan mainosten tarkoitusta ja niiden vaikutusta kulutuskäyttäytymiseen sekä valintojen tekemiseen.

Millaista motiivintapaa olet suunnitellut?

Oppilaille esitetään mainoksia. Oppilaat saavat valita itse kerrosrahkan makuaineen. Toivomme, että ryhmätöön tekeminen ja vertaisoppiminen on oppilaista mukavaa.

AD-projektin suunniteltu kulku

Ajankäyttö	Tehtävä ja sen tavoite	Opetustapahtuman organisointi: Oppimistehdävät, opetusmenetelmät ja kriittiset kohdat	Materiaalit ja välineet	arviointi	Fyysinen oppimisympäristö
8.15-8.25	Oppilaat saapuvat luokkaan ja istuvat 4-5 hengen ryhmiin pöytien ääreen. Esittelemme itseämme, päivän aiheen ja aikataulun.	Paikalla kolme opettajaa ja kahden oppilaan kouluvuostaja. Valkokankaalla auki ensimmäinen dia. Miten ryhmiin jakautuminen sujuu?	PowerPoint –esitys	Asettuvatko oppilaat sujuvasti paikoilleen? Saadaanko huomiota?	Luokkatila Tussitaululle kirjoitettu päivän aikataulu

8.25-8.40	Keskustellaan mainoksen tarkoituksesta diaesityksen avulla. Näytetään pari erilaista mainosta ja pohditaan niiden vaikutuskeinoja. Annetaan selkeät ohjeet ryhmätyön tekoon ja jaetaan ryhmille tabletit.	Opetusmenetelmänä keskustelu. Oppilaiden motivointi aiheeseen mainosten näyttämisen ja opettajien oman innostuksen avulla. Miten oppilaat osallistuvat keskusteluun? Miten oppilaat jaksavat keskittyä ja kuunnella ohjeet?	PowerPoint –esitys Ryhmätyön ohjemonisteet Tabletit	Keskittymisen ohjeiden kuuntelemiseen.	Luokkatila
8.40-9.00	Ryhmätöiden tekoa	Oppilaat päättävät ryhmätyön aiheen ja alkavat tehdä niitä pöytien ääressä tai opetuskeittiöissä. Opettajat toimivat ohjaajina ja auttavat tarvittaessa. Kannustetaan oppilaita luovuuteen ja tiedon itsenäiseen etsimiseen esim. tabletin avulla. Miten oppilaat toimivat ryhmissä? Osallistuvatko kaikki? Miten ryhmätyö etenee?	Ryhmätyön ohjemonisteet Tabletit	Ryhmätyön onnistumisen: osallistuvatko kaikki, miten tehtävät jakaantuvat ryhmäläisten välille Yhteistyötaidot Toisten huomioonottaminen	Luokkatila Verkkoympäristö
9.00-9.15	OPPILAIDEN VÄLITUNTI				
9.15-9.25	Ryhmätöiden viimeistelyä	Oppilaat tekevät ryhmätyöt valmiiksi ja arvioivat oman ryhmän onnistumista kirjallisesti. Nopealle ryhmälle eriyttävä tehtävä koskien välipalatuotteiden sokerimäärää.	Ryhmätyön ohjemonisteet (liitteenä) Tabletit Eriytävän tehtävän ohjemoniste ja siihen liittyvät välineet	Saavatko oppilaat ryhmätyön valmiiksi aikataulun mukaisesti?	Luokkatila

9.25-9.55	Ryhmätöiden purku	Käydään yhteisesti läpi ryhmätöet. Jokainen ryhmä esittelee oman työnsä tulokset. Keskuksellaan yhdessä ryhmätöistä nousseista teemoista.	Oppilaiden tekemät ryhmätöet	Ovatko ryhmätöet onnistuneita? Pysyvätkö oppilaat aiheessa?	Luokkatila
9.55-10.00	Ruokaohjeen läpikäynnin	Minkälaisia ryhmätöitä oppilaat ovat tehneet? Miten oppilaat osallistuvat keskusteluun? Käydään nopeasti läpi välitunnin jälkeen tehtävän kerrosrahkan ohje. Heijastetaan ohje valkokankaalle. Painotetaan vielä, että ruoanvalmistus aloitetaan heti välitunnilta palattaessa.	PowerPoint –esitys, ruokaohjedia		Luokkatila
10.00-10.15	VÄLITUNTI				
10.15-10.30	Kerrosrahkan valmistaminen ja lopputöiden tekoa.	Oppilaat valmistavat kerrosrahkat pareittain. Toinen valmistaa rahkan ja toinen mysin. Opettajat toimivat työskentelyn ohjaajina ja auttavat tarvittaessa.	Kerrosrahkan raaka-aineet Kerrosrahkan ohjedia auki valkokankaalla	Töiden jakautuminen Oppilaiden omatoimisuus Ruokaohjeen seuraaminen	Luokkatilan opetuskeittiöt
10.30-10.50	Yhteisruokailu ja jälkien siivous.	Pysyvätkö oppilaat aikataulussa? Oppilaat ruokailevat yhdessä ruokapöytien ääressä. Ruokailu aloitetaan samaan aikaan. Onnistuuko aikataulutus?			Luokkatilan ruokapöydät
10.50-11.00	Loppuyhteenveto	Käydään läpi viimeiset asiat PowerPoint –esityksestä liittyen kuluttamiseen ja kuluttajuuteen. Annamme oppilaille palautetta oppitunnin kuluista ja toivotamme mukavaa loppupäivää. Jaksavatko oppilaat keskittyä vielä viimeisiin aiheisiin?	PowerPoint -esitys		Luokkatila

Lähteet:

- Haverinen, L. ym. 2007. Kotitaloustaito 7. Helsinki: Tammi.
Harjula, P. ym. 2015. Kotitaloustaito 8-9. Helsinki: Tammi.
Mäkinen, E. ym. 2005. Keittiön kautta. Ruoanvalmistajan kirja. Helsinki: Otava.

Mainonta ja kuluttaminen

Kirsi-Marja Ajsenpää, Katri Mettälä, Tanja Saarinen ja Mirva Viljälä
4.4.2016

Pohditaan...

- Mikä on mainos?
- Missä on mainoksia?
- Miksi mainoksia on?
- Mikä on piilomainos / mitä on piilomainonta?
- Mitä tarkoittaa tuotesijoittelu?

Mainosten vaikutuskeinoja


- Värit
- Musiikki
- Tekstin sijoittelu
- Mielikuvien luominen
- Tunteisiin vetoaminen
- Julkkiset mainoksessa
- Vertailu
- Huumori
- Muita?

• **Todellisuus kuvassa**, 6.35–8.35
<http://yle.fi/aihe/artikkelit/2012/10/04/mielialtoja-ajakokuluttajaluokioon>

Ryhmätyöohjeet: Rahkamainos

- **Vetäjäopettaminen** tarkoittaa oppimista vertaisista, esimerkiksi omista luokkakavereista. **Vetäjäopettaminen** vastustaa vetäjäopettamista.
- Valitkaa yksi esillä olevista rahkapurkeista ja tehkää siitä mainostava mainos.
- Toteutusmuoto on vapaa: video, sarjakuva, lehtimainos, näytelmä... Valmis mainos noin 10–30 s pitkä.
- Suunnitelkaa tarkasti etukäteen, mitä kukin ryhmänjäsen tekee ja miten mainoksen toteuttaa.
- Käyttäkää mainoksenne ainakin kahta eri mainoksen vaikutuskeinoa.
- Apukysymyksiä ryhmätyöohjemonisteissa.

Kerrosjogurtti ja mysli 2:lle

<p>Kerrosjogurtti</p> <p>2 dl jogurttia 2 rkl sokeria ½ tl vaniljasokeria 1 dl marjoja tai hedelmiä 1. Sekoita jogurttiin sokerit. 2. Pakoitele hedelmät tai marjat kuutioksi. 3. Laata jogurtti ja hedelmät tai marjat kerroksittain lasiin. Ripotele mysli kerrosjogurtin päälle.</p>	<p>Mysli</p> <p>½ dl kaurahiutaleitä 1 rkl kauraleseitä 1 rkl siemeniä tai pähkinärouhetta 1½ rkl farinosisokeria 1. Mittaa kaikki aineet pinnoitetulle paistinpannulle. 2. Kuumenna koko ajan sekoittaen, kunnes sokerit sulaa ja hiutaleet ruskistuvat kevyesti. 3. Jäähdytä valmistua mysliä hetki lautasen päällä.</p>	
--	---	---

Kuluttaminen – tarpeita vai unelmia?

- Millä perusteella teet valinnan, kunostat esimerkiksi farkut, puhelimen tai sukkioppaan?
- Mitkä asiat vaikuttavat ostopäätöksiin?
 - Menot
 - Talous
 - Terve
 - Biologisuus
 - Eettisyys
 - Laatu
 - Käytännisyys
 - Mielikko
 - Ryhmän vaikutus

LIITE 3

RYHMÄTYÖOHJEET (4-5 oppilaan ryhmä)

Valitkaa yksi esillä olevista rahkapurkeista.

Tavoitteena on tehdä mainos rahkasta. Toteutusmuoto on vapaa (video, sarjakuva, lehtimainos, mainoskuva, näytelmä...) Valmis mainos on 10 s-30s pitkä, esityksenkesto noin 5 minuuttia/ryhmä.

Tehkää ensin tarkka suunnitelma ja pohtikaa, mitä kukin ryhmänjäsen tekee. Käyttäkää apuna alla lueteltuja apukysymyksiä.

- Kuka myy tuotetta, missä, milloin, kenelle?
- Millainen tuote on, miten sitä mainostetaan, miten sitä kannattaa mainostaa?
- Millä tavalla tuote erottuu muista vastaavista tuotteista?
- Mitä bonusta tuotteesta saa? (proteiini, sokeri, parempi elämä, terveempi minä...)

Mitä vaikuttamiskeinoja käytätte mainoksessa? Käyttäkää ainakin kahta eri keinoa.

Mainos tulee saada lähes valmiiksi ennen välituntia. Seuraavalla tunnilla esittelemme mainokset muille.