



HYHUS
PROFESSORI
KOLJONEN

[@plastiikkaope](#)

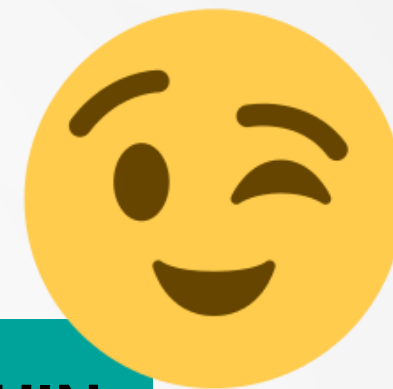
2016 • 1h 56m • Fantasy, Super Hero, Action-Adventure

A famous surgeon battles unseen forces bent on destroying our reality.

▶ PLAY

TRAILER





**TARKASTELLAANPAS OPPIMISTYYLEJÄ ENNEN KUIN
SUKELLETAAN VIDEOIDEN MAAILMAAN**



Baby boomers 1945-1960

a.k.a suuret ikäluokat

työkeskeinen sukupolvi, arvostaa vaurautta ja onnistumisia uralla, aloitti työelämänsä ilman tietokonetta ja muistaa väritelevisiön yleistymisen viihtyy television äärellä, 80% lukee painettuja sanomalehtiä ja yli puolet aikakauslehtiä. Somessa heidät löytää parhaiten Facebookista.

Sukupolvi X 1961-1980

kilpailuhenkisyys ja kiinnostus itsensä kehittämiseen ovat X-sukupolvelle tyypillisiä piirteitä

shoppailee pitkälti kivijalassa, mutta pitää myös verkkokaupan helppoudesta ja inspiroituu digikanavissa

X-sukupolven ja milleniaalien väliin jää yksi tunnetuimmista mikrosukupolvista; xenniaalit, jotka tunnistavat itsestään kummallekin sukupolvelle tyypillisiä piirteitä. Xenniaalit ovat eläneet analogisen lapsuuden ja digitaalisen aikuisuuden.

Milleniaalit 1981-1997 a.k.a. Y-sukupolvi

Digimaailma tutuksi jo varhain: milleniaali muistaa lapsuudestaan räätisevän modeemin ja jättikokoiset kännykät luovivat somessa kuin kotonaan ja testaavat ensimmäisten joukossa innovaatioita

suhtautuu edeltäjiään avoimemmin erilaisuuteen ja arvostaa vapautta & joustavuutta. multitaskauksen mestari ihastunut podcasteihin suosivat yrityksiä, jotka jakavat heidän kanssaan saman arvomaailman

Sukupolvi Z 1998-2010 a.k.a Social creators, swaippaussukupolvi, zetat on ensimmäinen täysin diginatiivi sukupolvi, ovat kasvaneet tekniikan ympäröimänä, eivätkä eivät tunne maailmaa ennen älypuhelimia ja nettiä

eivät halua tulla määritellyksi perinteisiin muotteihin, diversiteetti keskeinen arvo, tärkeää päästä toteuttamaan itseään. Luottaa enemmän vertaisiinsa kuin markkinoijaan. valtaosa on ostanut jotain somevaikuttajan suosituksesta, ja jopa 92 % suosii ystävien käyttämiä brändejä. Jos tuote ei ole saatavilla netissä, sitä ei ole olemassa.



Baby boomers 1945-1960

a.k.a suuret ikäluokat

työkeskeinen sukupolvi, arvostaa vaurautta ja onnistumisia uralla, aloitti työelämänsä ilman tietokonetta ja

m
vi
pa
ai
pa

Sukupolvi X 1961-1980

kilpailuhenkisyys ja kiinnostus itsensä kehittämiseen ovat X-sukupolvelle tyypillisiä piirteitä

shoppailee pitkälti kivijalassa, mutta pitää myös verkkokaupan helppoudesta ja inspiroituu digikanavissa

Vastuuvapauslauseke

On huomattava, että kaikki yksilöt eivät sovi määritelmään, mutta sosiaaliantropologit ovat havainneet, että eri sukupolvilla on yleensä erilainen näkemys perusarvoista ja asenteista ja heillä on erilaiset näkemykset elämästä ja opetus- ja oppimistyyleistä

nnetuimmista
it itsestään
kenniaalit ovat
aikuisuuden.

Milleniaalit 1981

Digimaailma tutuksi lapsuudestaan räjähtäen luovivat somessa joukossa innovaatioita

suhtautuu edeltäjiin vapautta & joustavasti

podcasteihin suosivat yrityksiä, jotka jakavat heidän kanssaan saman arvomaailman

ippaussukupolvi, zetat ovat kasvaneet maailmaa ennen

tteihin, toteuttamaan arkkinoijaan.

valtaosa on ostanut jotain somevaikuttajan suosituksesta, ja jopa 92 % suosii ystävien käyttämiä brändejä. Jos tuote ei ole saatavilla netissä, sitä ei ole olemassa.



BOOMERIT



nauttivat vuorovaikutuksesta ja "puheajasta"
suosivat kollegiaalisuuden henkeä
vrt. Studia generalia



Studia Generalia keräsi runsaasti kiinnostunutta yleisöä Martinlaakson koululle. Asiantuntijaluennoksijat saivat kiitosta. Tässä taputetaan ilmavalvontalotta Irma Lähdesmäelle.



kärsimättömiä, päästä pisteestä A pisteeseen B
ja siirtyä eteenpäin mahdollisimman pian
itseoppiminen kun edellinen sukupolvi ei opettanut

X





MILLENNIAALIT



intuitiiviset visuaaliset kommunikoijat - reagoivat kuviin, grafiikkaan ja lyhyisiin videosegmentteihin

tutkivia, kokemuksellisia, käytännön oppijoita, jotka oppivat paremmin itse tutkimalla kuin lukemalla tai kuuntelemalla

ei pitkiä luentoja tai paksuja kirjoja → lyhyempiä settejä ja enemmän materiaalia, joka voidaan jakaa älylaitteille

eivät pidä pahana tekstiviestin lähettämistä luennon aikana tai diagnoosin etsimistä netistä bed-side

perustelut miksi juuri tämä on tärkeää

erittäin visuaalisia oppijoita, viettävät paljon aikaa kuvien ja videoiden katseluun lähettämiseen ja niihin reagoimiseen digitaalisten laitteidensa kautta → tiedonhankintaa milloin tahansa → ei tietoa "yhtenä blokkina" kuten kirjoissa, vaan pikemminkin tietoja, jota voidaan etsiä ja käyttää tosielämässä

opettajat keskeisessä asemassa, kun he auttavat opiskelijoita navigoimaan digitaalisissa resursseissa

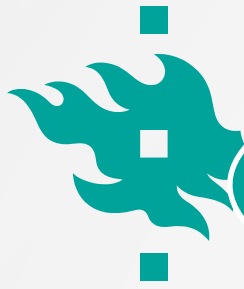
kommunikointi kuvien, meemien ja emojiien kautta → opetus-materiaalien suunnittelussa tulisi olla kaavioita, grafiikkaa, animaatioita, videoita, huumoria jne. erityyppisiä medioita oppimistavoitteet ja sisältö mukautettava tosielämän skenaarioihin

luentomateriaalit ja sähköiset muistiinpanot verkkoalustalla, jotta opiskelijat voivat käyttää niitä tarpeensa mukaan → mahdollisuus keskeyttää, käydä uudelleen läpi henkilökohtaisten tyylien ja tarpeiden mukaan; lisää myös tunnetta hallinnasta, jota Gen Z arvostaa

multitaskaajia → paras tapa on jakaa materiaali ja toimittaa selkeästi kohdennettuina paketteina interaktiivisilla esitystekniikoilla ja työkaluilla, kahoot

Z





tiedonhankintaa milloin tahansa → ei "yhtenä blokkina" vaan tietoja, jota voidaan etsiä ja käyttää tosielämässä

Z



kommunikointi kuvien, meemien ja emoji-
jen kautta opetus-materiaaleissa kaavioita,
grafiikkaa, animaatioita, videoita, huumoria
erityyppisiä medioita

multitaskaajia → parasta jakaa
materiaali ja toimittaa selkeästi
kohdennettuina paketteina
interaktiivisilla esitystekniikoilla ja
työkaluilla, kahoot

oppimistavoitteet ja
sisältö mukautettava
tosielämän skenaarioihin

Materiaalit verkkoalustalla,
löydettävissä tarpeeseen →
mahdollisuus keskeyttää, käydä
uudelleen läpi; lisää myös tunnetta
hallinnasta

erittäin visuaalisia oppijoita,
viettävät paljon aikaa kuvien ja
videoiden katseluun lähettämiseen
ja niihin reagoimiseen



yksi tärkeä juttu vielä



Todellakaan opiskele vapaa-ajalla...

MITEN TEEN VIDEOITA?



Opetusfilosofiani

Opettaja EI
OLE oman
opetuksensa
tähti

Mikä on oikeasti tärkeää



Visuaalisuus

graphic design is my passion
along with plastic surgery

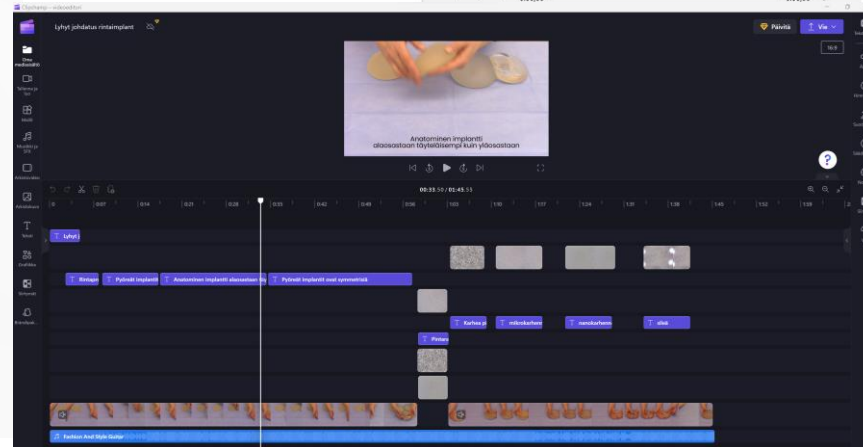
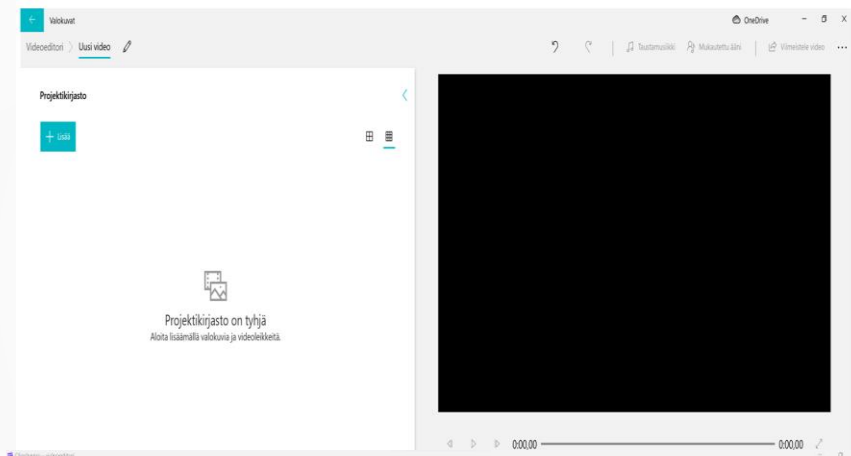




MITEN TEEN VIDEOITA?

Word ja Clipchamp videoeditori

Omilla päivystyssäästöillä hankittu kamera



PowerPoint /Snapchat





JA SEURAAVAKSI JOTAIN IHAN MUUTA....



KATSOTUIN OPETUSVIDEO





ENITEN DIDAKTISTA KEHUA SAANUT





TÄRKEÄ JA OMASTA MIELESTÄ HAUSKA



Plastiikkaope ylpeänä esittää:

Potilaan tutkiminen





PROPSIT





FILTTERIT



Haavan
väriluokitus

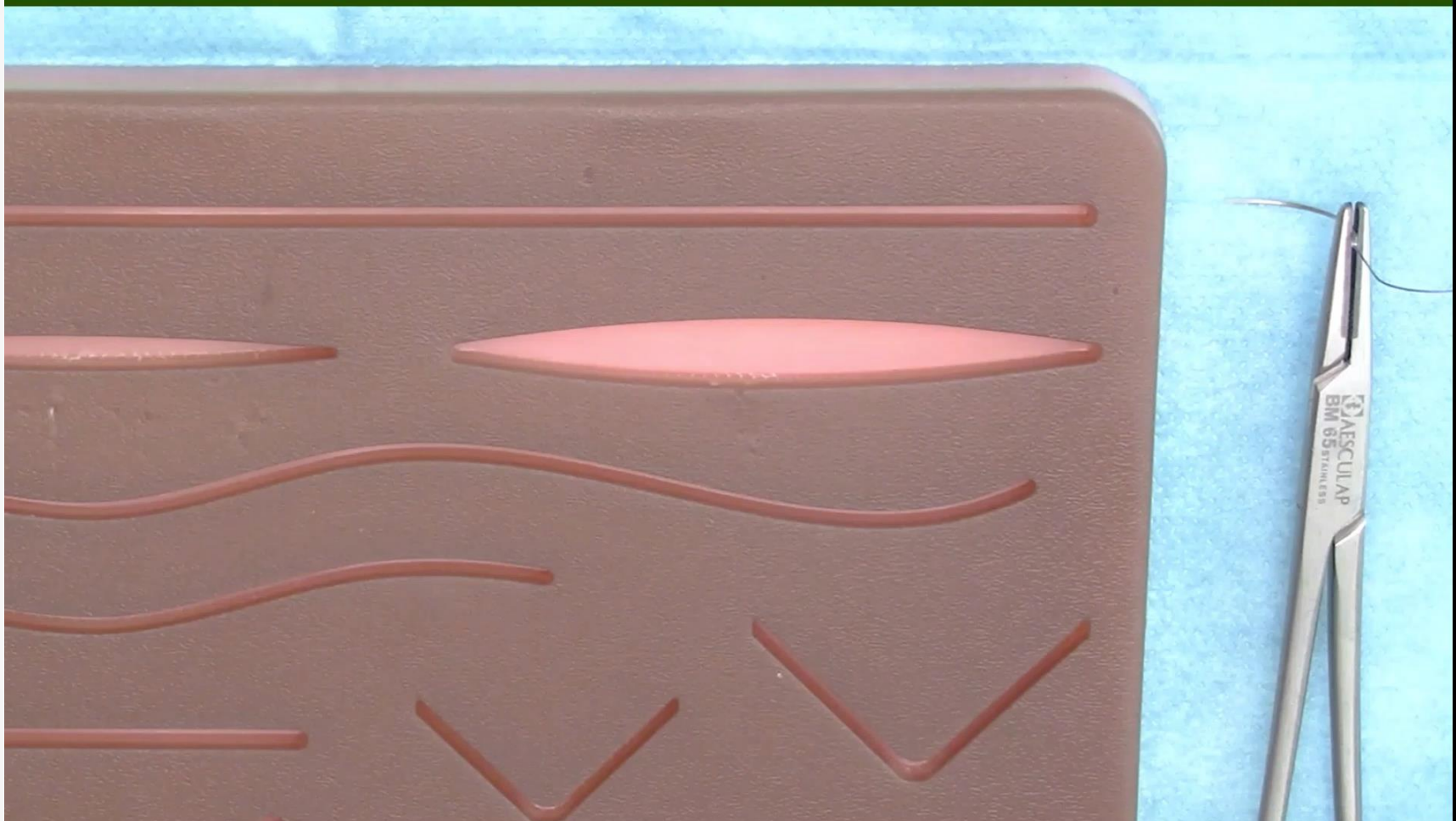


ANIMAATIOT





AI MUKANA





POHDINTAA

Teen tätä yksityishenkilönä, eikä minulla ole kaupallista yhteistyötä – kuten niin monella some influensserilla on

Minulle opetettiin aikanaan että ihmisten kanssa pitää kommunikoida heidän kronologisen ikänsä mukaan – sen vuoksi ihmetyttää että miksi me edelleen opetamme oman ikäpolvellemme tai siis oikeastaan edelliselle sukupolvelle sopivaan tapaan

Tällaiselle tilille on tarve – olen 2 kertaa palkittu

Minua ohjaa halu kehittyä itse, jakaa tietoa ja laiskuus

Minä en tanssi enkä twerkkaa enkä esittelen itseäni näissä videoissa