

# Tehtävä 8: Utismedian uusi rooli

**Johdanto:** Facebook ja Google haukkaavat noin viidesosan suomalaisen mediamainonnan arvosta ja kaikesta verkkomainonnasta lähes puolet. On todennäköistä, että tämä osuus kasvaa tulevaisuudessa. Facebook ja sen omistama Whatsapp ovat suosituimpia some-palveluita Suomessa, ja suomalaiset viettävät somessa keskimäärin 57 minuuttia päivässä. Aikakauslehtiin käytetty aika päivässä on kutistunut keskimäärin viiteen minuuttiin digitaaliset sisällöt mukaan lukien. Sanomalehtiin käytetään keskimäärin 29 minuuttia päivässä digisisällöt mukaanlukien. Facebookin hallussa oleva data on herättänyt paljon keskustelua viimeksi nk. Cambridge Analytica –tapauksen vuoksi.

## 1. Keskustelutehtävä. Miten mediatalon pitäisi suhtautua Facebook- ja Google-digijätteihin?

- 1) Auttaa ilmoitusasiakkaita ostamaan Facebookista ja Googelta mainontaa ja analysiomaan sitä
- 2) Lobata data-luovutus oikeuksien rajoittamista lainsäätäjiin päin Suomessa ja Euroopassa
- 3) Viestiä yleisöille säännöllisesti yksityisyyden ongelmista ilmaisissa palveluissa
- 4) Tuottaa relevanttia sisältöä esim. Facebookiin, Whatsappiin tai Instagramiin, sellaista jota ei ole saatavilla omilla alustoilla.
- 5) Anoa Googelta kehitysrahoja digitaalisiin sovelluksiin ja niiden hyödyntämiseen
- 6) Muu, mikä?

## 2. Valeuutisilmiö on syönyt kansainvälisesti katsottuna kansalaisten luottamusta uutisiin. Suomessa luottamus on edelleen korkealla, maailman huippua. Miten perinteinen kunnianhimoinen suomalainen uutisjournalismi voisi positioitua kansalaisten silmissä ja mielissä digijättien, yksityisyyden katoamisen, valeuutisten, trollien ja mustavalkoisten totuuksien aikana? Tarjoaako tilanne jotain uusia mahdollisuuksia? Jos kyllä, mitä?

1)

2)

3)

## 3. Miten mediakasvatusta pitäisi tehdä, jotta se vaikuttaisi ja toisi kunnianhimoiselle, perinteiselle uutismedialle uutta yleisöä? Mainitse kolme keinoa.

1)

2)

3)