

Raha ja some

Roolipeli rahasta sosiaalisessa mediassa

Osallistujamäärä: 3–5 pelaajaa/tiimi

Kesto: 90–120 min

Materiaalit:

- Jokaiselle tiimille: 2 noppaa, 1 pelilomake (diojen lopussa), 1 setti roolikortteja (diojen lopussa), paperia
- Jokaiselle pelaajalle: 1 hahmolomake (diojen lopussa) ja kynä

Pelin tavoite ja alkutarina (5 min)

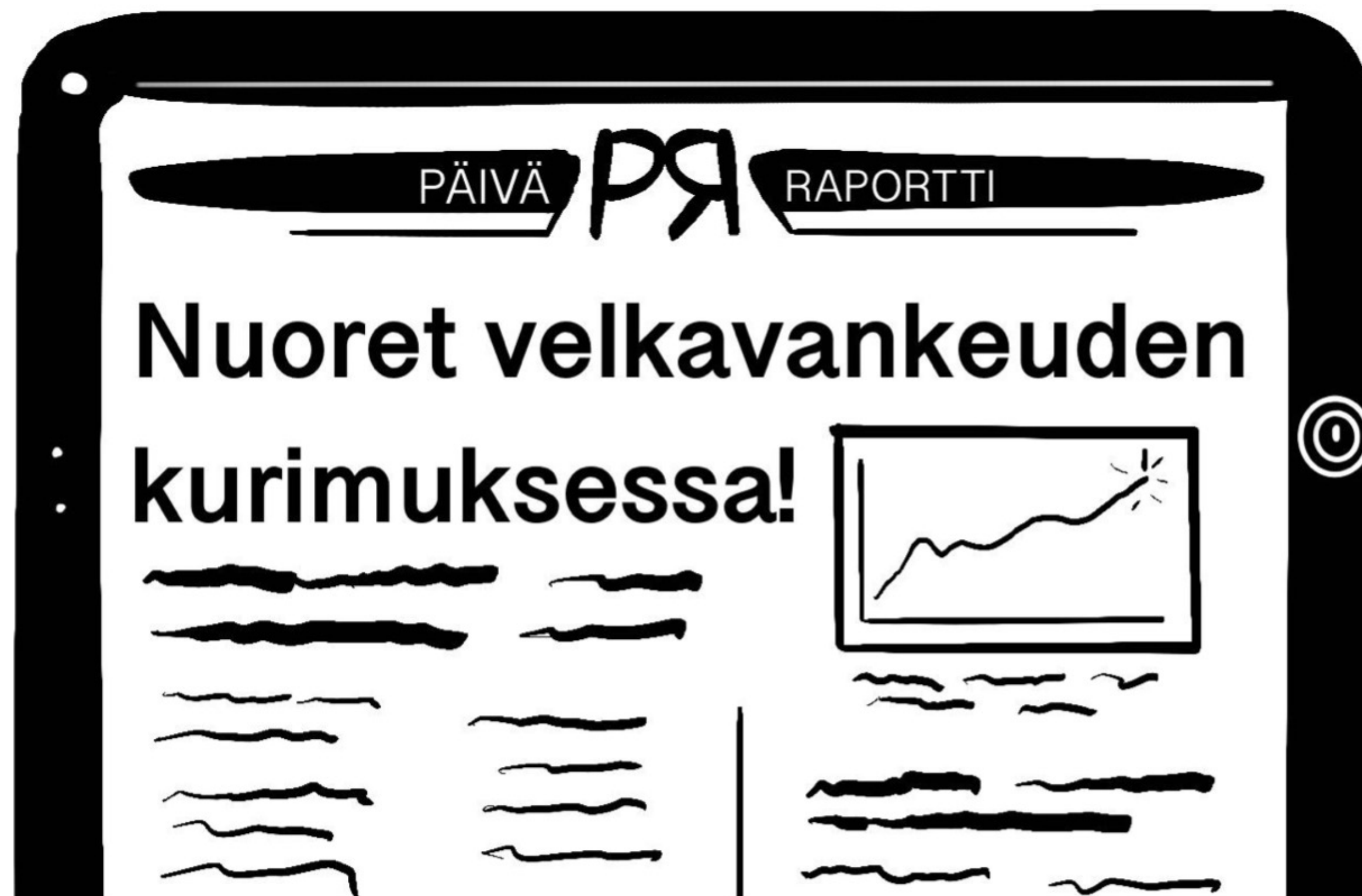
Pelissä ideana on tutustua rahan ja sosiaalisen median väliseen vuorovaikutukseen tarkastelemalla ilmiötä satunnaisesta roolista. Peli on yhteistoimintapeli, jossa osallistujat pystyvät määrittämään pelin kulkua sosiaalisesti ja luovilla tavoilla.

Pelin tavoitteena on järjestää onnistunut somekampanja. Pelin voittaa se tiimi, joka onnistuu keräämään eniten pisteitä. Pisteitä voi saada somekampanjan kohderyhmistä, somekanavista ja yhteistyökumppaneista. Myös sattuma voi vaikuttaa pisteisiin.

Peli jakautuu kahteen osaan:

- 1) Luodaan oma somehahmo.
- 2) Suunnitellaan ryhmässä somekampanja.

Pelin osa-alueille annettu minuuttiaika on ehdotus. Voitte sovittaa peliin käytettävää aikaa ryhmän koon ja tilanteen mukaan.



Eletään lähitulevaisuutta Suomessa. Päiväraportti-lehden otsikot huutavat! Nuoret ja nuoret aikuiset ovat ennätysellisen velkaantuneita, ja hälyttävän suurella määrällä on jo nuoresta iästään huolimatta maksuhäiriöitä ja muita rahankäyttöön liittyviä ongelmia.



Pankit, päättäjät, media ja muut aikuiset syyttävät tästä ongelmasta sosiaalista mediaa ja sen koko ajan suurempaa roolia nuorten elämässä. Vastakkainasettelu on saavuttanut kriittisen pisteen, ja osapuolet ovat pattitilanteessa.



Pankkien keskusliitto (PaKe) ja Sometyöläisten keskusliitto (SoKe) ovat sopineet tapaamisesta, jossa yritetään ratkaista tilanne. Pitkien keskustelujen ja neuvottelujen jälkeen päätetään seuraavaa:

Muodostetaan tiimejä, joiden tehtävänä on tuottaa somekampanjoita, joissa nuoria neuvotaan rahankäyttöön liittyvissä asioissa. Kampanjoissa keskitytään erityisesti sosiaalisen median ja rahankäytön suhteeseen, koska sekä PaKe että SoKe näkevät tämän suurimpana syynä nuorten rahankäytön ongelmiin.



Päätetään kutsua koolle joukko sosiaalisen median asiantuntijoita suunnittelemaan ja toteuttamaan kampanjoita.

Hahmon luominen

1. Yksilötehtävä: Hahmojen luominen (20 min)

- 1) Jakaudutaan 3–5 henkilön tiimeihin.
- 2) Arvotaan hahmot! (Hahmokortit diasarjan lopussa)
- 3) Tutustu oman hahmon kuvaukseen. Älä vielä paljasta hahmoasi muille!
- 4) Luo hahmokortin pohjalta oma hahmo hahmolomakkeelle (diasarjan lopussa). Pohdi hahmon kykyjä ja suhtautumista someilmiöihin.
- 5) Esittele hahmosi oman tiimisi jäsenille.

Tästä eteenpäin toimit oman hahmosi näkökulmasta! Saat itse valita tavan, voit esimerkiksi:

- eläytyä hahmosi rooliin puhumalla minä-muodossa: "Minusta meidän kannattaa tehdä..."
- kertoa ulkopuolisena tarkkailijana, mitä hahmosi tekee ja ajattelee: "Hahmoni haluaa, että..."

2. Tiimitehtävä: Ideoidaan yhdessä (10 min)

Keskustelkaa ja kirjoittakaa tyhjälle paperille ajatuksia ja ideoita seuraavista aiheista:

- 1) Miten sosiaalisessa mediassa tai internetissä yleensä voi kuluttaa rahaa? (5 min)
- 2) Miten sosiaalisessa mediassa voi ansaita rahaa? (5 min)

Somekampanja

Suunnitelmaa tiimissä yhteinen kampanja nuorten sosiaalisen median ja rahankäytönsuhteeseen liittyen.
Kirjatkaa seuraavat kohdat pelilomakkeelle (diojen lopussa). Muistakaa huomioida kaikissa tehtävissä oman hahmonne reaktiot tapahtumiin.

1. Tiimitehtävä: Ketkä ovat kampanjan kohderyhmää? (5 min)

Heittäkää noppaa, tuloksella:

1–2 valitsette yhden kohderyhmän

3–5 valitsette kaksi kohderyhmää

6 valitsette kolme kohderyhmää

Kohderyhmä on joukko ihmisiä, joille kampanjan sisältö on tarkoitettu. Kohderyhmän ihmisiä yhdistää yksi tai useampi ominaisuus, kuten ikä, asuinpaikka tai kiinnostuksen kohde.

2. Sattuma! (2 min)

Heittäkää noppaa, tuloksella:

- 1** Joudutte vaihtamaan kampanjanne kohderyhmää.
- 2** Vanhan liiton influensseri tuo näkyvyyttä perinteisessä mediassa (saatte bonuskanavaksi lehden, radion tai tv:n)
- 3** Yhteistyötarjous: heittäkää noppaa ja valitkaa hyväksyttävä yhteistyön.
 - 1–2** Eläinten oikeuksien näkökulmasta epäilyttävä tahon Minkki-ikoni Oy
 - 3–4** Laillinen toimija Ulosottoyritys Paavo ja lapset
 - 5–6** Laillinen toimija Pelastakaa lapset Ry
- 4** Saatte yhden kohderyhmän lisää.
- 5** Some-tilinne laitetaan jäihin loukkaavan sisällön takia (= menetätte yhden somekanavan).
- 6** Kuuluisa musiikkivideoiden tekijä osallistuu sometempaukseenne. Saatte lopun pisteidenlaskennassa yhden lisäpisteen.

3. Valitkaa kaksi somekanavaa, johon tuotatte sisältöä. (5 min)

Keskustelkaa ja perustelkaa: Miksi nämä kaksi?

HUOMIO: Jos ryhmä sai sattumasta (dia 12) lisäkanavan, ryhmä valitsee yhteensä kolme kanavaa.

4. Saatte neljä yhteistyötarjousta. Pohtikaa yhdessä ja päättäkää, mitkä tarjoukset hyväksytte. (5 min)

Heittäkää kahta noppaa ja laskekaa noppien numerot yhteen. Toistakaa kahden nopan heittäminen neljä kertaa. Tuloksella:

- 2** Uusiutuvaa energiaa tuottava Windi, haluaa tukea kampanjaa jos tempauksessa näkyy tuuliturbiini kauniissa maisemassa. **20 000 €**
- 3** Pikana vippiä Oy haluaa tukea osaltaan tukea tärkeää kampanjaa tietyin myöhemmin sovittavin ehdoin. **50 000 €**
- 4** Nuorten säätiö haluaa edistää kampanjanne näkyvyyttä. **NÄKYVYYS**
- 5** Turvetuottajien Liitto osallistuu kampanjan rahoittamiseen, jos mitään uusiutuvan energian toimijoita ei ole mukana kampanjassa. **30 000 €**
- 6** Pikaruokaketju McDonaps on valmis lanseeraamaan kampanjanne nimen mukaisen annoksen somepostauksia vastaan. **NÄKYVYYS**
- 7** 102-vuotias Selma Liukkonen haluaa lahjoittaa merkittävän summan tärkeäksi kokemalleen kampanjalle. **200 000 €**
- 8** Konepajayrittäjä Kiuruvedeltä sponsoroi kampanjaanne vierailua vastaan. **5 000 €**
- 9** Kuuluisa räppäri haluaa osallistua kampanjaanne. **NÄKYVYYS, -5 000 €**
- 10** Luxus-lomia järjestävä Elitebay Oy tarjoaa ilmaista matkaa ja omaa mediasisältöään ilmaiseksi käyttöönnne. **NÄKYVYYS**
- 11** Ruokakauppaketju M-ryhmä on valmis kanssanne yhteistyöhön. **20 000 €**
- 12** Nike haluaa vaatettaa kampanjanne. **NÄKYVYYS**

5. Suunnitelkaa sometempaus! (20-30 min)

Keksikää kampanjalle

- Nimi
- Hashtagit #

Kirjoittakaa kampanjan suunnitelma. Huomioikaa

- kohderyhmät
- käytettävät somekanavat
- valitsemanne kaupalliset yhteistyökumppanit

Somekampanjan esittely

Esitelkää somekampanjanne pelilomakkeen avulla muille tiimeille.

(10–20 min)

6. Parhaan kampanjan äänestys (5 min)

Pidetään kaikkien tiimien kesken käsiäänestys, mikä kampanjoista on paras. Paremmuusjärjestystä voi pohtia esimerkiksi sen perusteella, mikä kampanjoista on innostavin, kekseliäin, yllättävin tai perusteellisin. Jokainen osallistuja antaa yhden äänen, ja oman tiimin kampanjaa ei saa äänestää.

Parhaat tiimit saavat lisäpisteitä:

1. sija: 3 lisäpistettä
2. sija: 2 lisäpistettä
3. sija: 1 lisäpiste

Jos tiimejä ei ole tarpeeksi äänestyksen järjestämiseen, pelin ohjaaja voi toimia tuomarina, joka päättää, kuinka monta lisäpistettä tiimit saavat omasta kampanjastaan.

7. Miten kampanjanne onnistui? (2 min)

Heittäkää noppaa, tuloksella:

- 1** Tempaus on katastrofi. Kaikki mikä voi mennä pieleen menee myös. Menetätte kaksi pistettä.
- 2** Yksi yhteistyökumppani irtisanoo sopimuksen harkitsemattoman julkaisun jälkeen.
- 3–4** Kampanja onnistuu odotetulla tavalla. Saatte yhden lisäpisteen.
- 5** Positiivisen tempauksen ansiosta saatte uuden yhteistyötarjouksen. Heittäkää kahta noppaa selvittääksenne uuden yhteistyökumppanin (dia 14). Saatte yhden lisäpisteen.
- 6** Täydellinen tempaus! Tempauksen ansiosta saatte uuden yhteistyötarjouksen. Heittäkää kahta noppaa selvittääksenne uuden yhteistyökumppanin (dia 14). Saatte kaksi lisäpistettä.

8. Pelin pisteiden laskeminen (5 min)

Jokaisesta

- kohderyhmästä
- somekanavasta
- yhteistyökumppanista

saa yhden pisteen.

Sattumasta (dia 12) ja kampanjan lopputuloksesta (dia 17) saa tai menettää pisteitä.

Esimerkki: ryhmällä on yksi kohderyhmä, kaksi some-alustaa ja kolme yhteistyökumppania. He saavat kampanjan lopputuloksesta yhden lisäpisteen, jolloin yhteispisteet ovat: $1 + 2 + 3 + 1 = 7$ pistettä.

Loppukeskustelu: Pohditaan yhdessä (15 min)

- Miten raha vaikuttaa somesuosioon, vai vaikuttaako?
- Mitä tekisit, jos olisit upporikas somepersoonana? Millaista sisältöä tekisit? Kuinka käyttäisit rahojasi?
- Millainen on sinun somepersoonasi? Eroaako se siitä, miten toimit yksityisessä elämässä?
- Näytätkö omaa rahatilannettasi (rikkaus/köyhyys) somesisällöissäsi?
- Millaisia tunteita haluat herättää somejulkaisuillasi?

Tulostettavat materiaalit

Raha ja some: Roolikortit (tulosta ja leikkaa kortit)

Rooli 1: Rikastunut striimaaja

Olet pelistriimaaja, joka on nopeasti rikastunut omien pelistriimien avulla. Rahaa sinulla on yllin kyllin, ja haluat myös näyttää sen. Olet alun perin vaatimattomista olosuhteista, ja lapsuuden perheessäsi on ollut pula melkein kaikesta.

Erityistä: Lähes rajattomat rahalliset resurssit.

Rooli 2: Someseuraaja

Seuraat aktiivisesti sosiaalista mediaa. Olet ajan tasalla somessa olevista ilmiöistä, tapahtumista, trendeistä sekä influenssereista sekä sisällöntuottajista. Sinulla ei ole mitään tiettyä kiinnostuksen kohdetta sosiaalisessa mediassa, vaan seuraat laajasti sosiaalisen median sisältöjä ja tapahtumia.

Erityistä: Laaja tietämys eri sosiaalisen median alustoista sekä siellä olevista trendeistä.

Rooli 3: Someaktivisti

Olet somea aktiivisesti omien mielipiteiden ilmaisuun sekä maailman epäkohtiin keskittymiseen käyttävä juuri täysi-ikäinen aktivisti. Et ole rikas etkä köyhä, ja tulet toimeen sosiaalisen median kautta saamillasi tuloilla. Näitä tuloja ovat tarkoin mietityt kaupalliset yhteistyöt sekä videoiden katseluista saadut tulot. Pääosa tuloistasi tulee videoiden katselukerroista sekä useista pienimuotoisista lahjoituksista.

Erityistä: Vaikutusvaltaa ja laajat kontaktit erilaisiin yhteiskunnallisiin toimijoihin.

Rooli 4: Somejulkkis

Olet julkkiksen teini-ikäinen lapsi. Olet elänyt koko nuoren elämäsi parrasvaloissa vanhempasi vanavedessä. Olet aina saanut sen, mitä haluat, ja vielä vähän päälle. Some on sinulle vaikutuskanava ja tapa pitää yhteyttä muihin ihmisiin. Et tee mitään ihmeellistä somessa, mutta kuuluisan nimesi takia sinulla on siellä kymmeniä tuhansia seuraajia.

Erityistä: Laaja joukko omistautuneita seuraajia.

Rooli 5: Influensseri

Olet valitsemasi aihealueen (esim. meikkaaminen, kuntoilu tms.) sosiaalisen median vaikuttaja. Saat kaikki tulosi sosiaalisen median kautta tekemistäsi sisällöistä, tuotesijoittelusta ja mainoksista. Suhtaudut mainostamiseen ja tuotesijoitteluun melko välinpitämättömästi. Otat kaikki tarjoukset vastaan sen kummemmin ajattelematta. Pidät tuottamaasi sisältöä ja asemaasi vain työnä muiden joukossa.

Erityistä: Laajat kontaktit erilaisiin kaupallisiin toimijoihin ja yrityksiin.

Raha ja some: Tulostettava hahmolomake

Hahmon nimi:

Ikä:

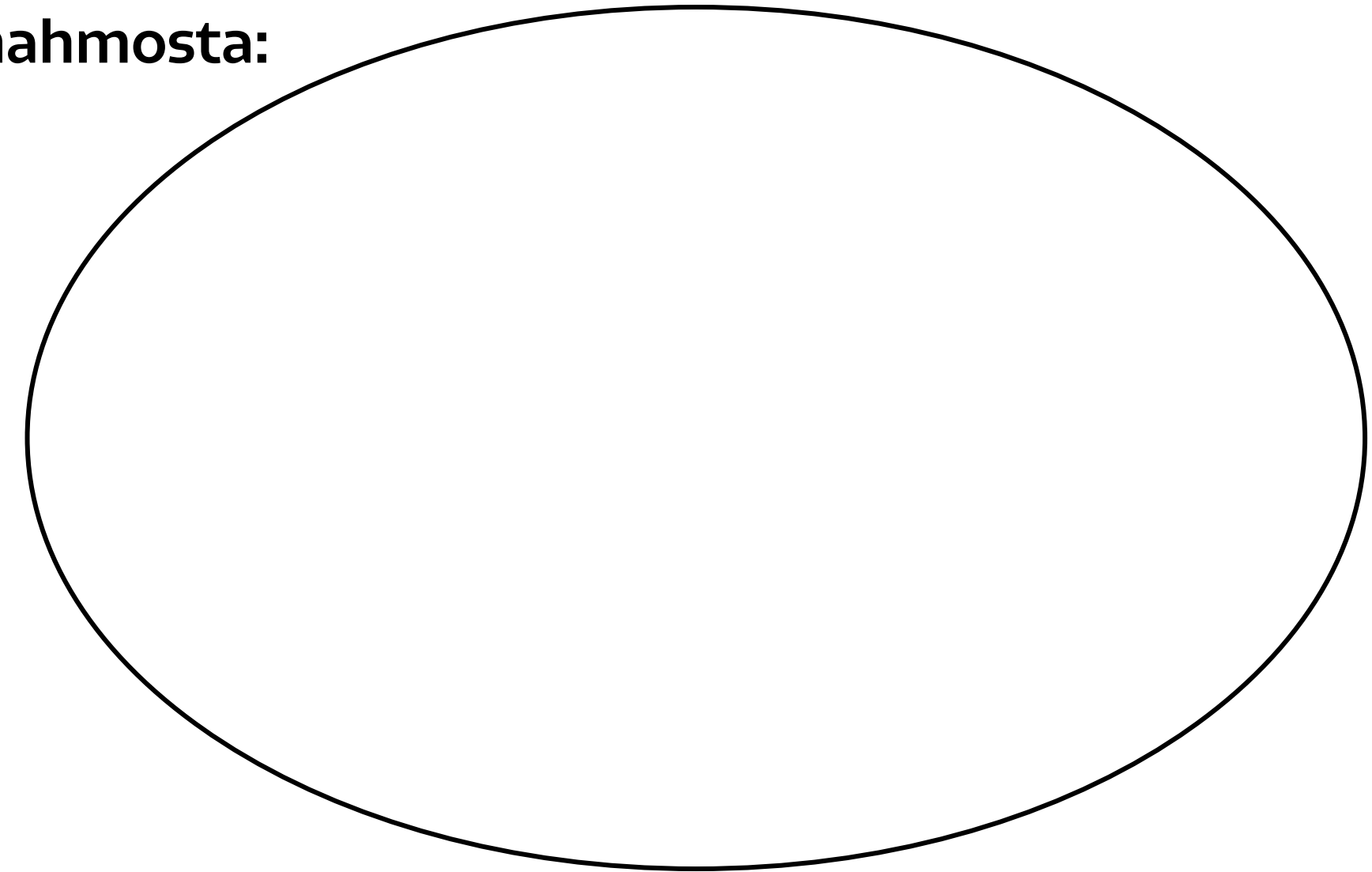
Hahmon perhe ja kaverit:

Hahmon käyttämät sosiaalisen median kanavat:

Mikä on hahmolle tärkeää? Millaista sisältöä hän tuottaa:

Eriyisominaisuudet (taidot, varallisuus, verkostot):

Kuva hahmosta:



Hahmon luonne. Merkitse X sopivaan kohtaan janalle:

RÄISKYVÄ ----- HILLITTY

MUODIN MUKAINEN ----- AJATON

AKTIIVINEN ----- PASSIIVINEN

KOOMINEN ----- VAKAVA

KRIITTINEN ----- HYVÄUSKOINEN

Raha ja some: Tulostettava pelilomake

Tiimin jäsenet: _____

1. Kohderyhmät

2. Sattuma

3. Somekanavat

4. Yhteistyö

5. Somekampanja

Kampanjan nimi: _____

Hashtagit: # _____

Kampanjan kuvaus:

6. Lopputulos

7. Pisteet