

ASK FOR THE WHOLE STORY



THE WORLD IS BEYOND THE HEADLINES.

CAMPAIGN SUMMARY

The key to battling fake news is understanding **why**. Riveting headlines may twist the story to gain power commercially, politically or ideologically. Every story has more than one side and is part of a larger context.

The more people understand, the more they will search for the story behind the headlines. Understanding diminishes the believing of fake news and bullying or trolling online.

This campaign shows the depth of a story and encourages to ask for more.

"Wait, what?" is the reaction of the reader. People will question more what they see, read and hear while HS present their brand not as a preacher, but rather an eye-opener.

THERE ARE MULTIPLE SIDES TO EVERY STORY



WE OFTEN SEE ONLY ONE OF THEM

CREATIVE INSIGHT

The less we know about a certain subject, the more we think we know. And the more we know, the better we understand how little we know.

Social media creates filter bubbles by delivering us what we already consume. It narrows our perspective on the world. People choose to read, trust and share information that support their thinking.

*“When communities distrust each other, believing that one group has certain advantages or an agenda against them, that could cause distress. By inciting those strong feelings, you can pit one community against another.”**

*“If you repeat a lie while trying to correct it, you could make a lie spread further.”***

Humans crave drama. The truth sets limits. It takes courage to check facts and to **ask for the whole story**. We need to show that there is always more to the story.

DON'T PREACH. AWAKEN THE THINKING. OFFER THE PLATFORM.

* Channel News Asia, March 9th, 2018, Why fake news is getting harder to spot (and the impact it could have),

** Full Frontal with Samantha Bee, October 11th, 2017, quote by Adam Barinsky, MIT,



OUR SOLUTION

1. COMMERCIAL ADS

Polarized digital ads to awaken the readers online on how easily stories can be portrayed in different tones.

HS provides tools for curiosity to learn more and not be left outside.

Display ads on sites like hs.fi, iltasanomat.fi, taloussanomat.fi, menaiset.fi and vauva.fi.

2. MEDIA STATEMENT

Readers often have questions that need answers. Was this blog post or article true? What's the background?

HS offers a site for asking for the whole story. HS reporters are professional story researchers and will for the duration of the campaign answer readers.

[KYSYKOKOTARINAA.FI](https://kysykokotarinaa.fi)

3. ENGAGING PEOPLE

Influencers participate in the campaign by sharing their stories on half truths for their commercial gain to bring the campaign closer to people.

Focus on why people publish modified or half truths and on realizing that some may tell stories with tougher motives such as racism and war.

[#KOKOTARINA](https://twitter.com/KOKOTARINA)

IMAGE SUMMARY

ASK FOR THE WHOLE STORY

COMMERCIAL ADS

**MITÄ JOS ET KOSKAAN
KUULE KOKO TARINAA?**



HS

THE WORLD IS BEYOND THE HEADLINES.

**Rokotteet aiheuttavat
autismia - älä rokota
lastasi!**

**Rokotusten
ansioista monet
tappavat taudit
ovat hävinneet
Suomesta**

**MITÄ JOS ET KOSKAAN
KUULE KOKO TARINAA?**

HS

THE WORLD IS BEYOND THE HEADLINES.



**MITÄ JOS ET KOSKAAN
KUULE KOKO TARINAA?**

HS

THE WORLD IS BEYOND THE HEADLINES.

MEDIA STATEMENT

HS

THE WORLD IS BEYOND THE HEADLINES

KYSYKOKOTARINAA.FI

Mistä jutusta tahtoisit saada isomman kuvan tai tarkistaa taustat?
Lähetä linkki, Helsingin Sanomien toimittajat vastaavat.

<https://www.newssite.com/news-article12>

LÄHETÄ TARKISTETTAVAKSI

VIIMEKSI TARKISTETUT



4.3.2018

Suomalainen maito on väitteistä huolimatta tutkitusti maailman puhtainta

3 puolueetonta tutkimusta todistaa, että suomalainen maito on puhtaampaa kuin missään muualla maailmassa.



16.2.2018

Somessa levinnyt kuva kodittomasta miehestä on lavastettu

Somessa kohua herättänyt kuva kodittomasta miehestä on lavastettu. Se on otettu alunperin ...




1.2.2018

Näin vasemmisto ja oikeisto näkevät sote-uudistuksen



ENGAGING PEOPLE



Maija Poliitikko (Vihreät)
20 min


Kansanedustajana on tärkeää pyrkiä kertomaan asioista koko totuus. Kertomalla asioiden monet puolet lisätään ymmärrystä ja sitä kautta myös empatiaa. Mitä enemmän tiedämme, sitä paremmin ymmärrämme.

On tärkeää ymmärtää, että usein etenkin sosiaalisessa mediassa jaetaan vain pieni osa totuudesta. Kaikilla tarinoilla on monta puolta. Jokaisen kuvaan, tarinaan, päivitykseen, uutisjuttuun ja blogipostaukseen liittyy paljon enemmän kuin kerrotaan.

Jokaisella on syynsä kertoa vain osa koko totuudesta. Yhä useammat välittävät myös täysin valheellista tietoa.

Toiset eivät halua näyttää huonoja päiviään somessa, kun taas jotkut lietsovat riitoja eri yhteisöiden välille. Tieto - etenkin valheellinen - on keino käydä sotaa.

Mitä ikinä luet, muista, että se on vain osa tarinaa ja sille on jokin syy, miksi se on julkaistu. #kokotarina



Liked by 465 others

Mirjamii Kuvat eivät usein kerro koko totuutta. Ei tämäkään.

Ihmisillä on monenlaisia motiiveja jakaa tietoa, joka ei kerro koko totuutta tai jopa vääristelee sitä. Mitä ikinä verkossa näet tai luet, tuskin kertoo koko totuuden.

Mitä sellaista sinä olet jakanut, mikä ei kerro koko totuutta? Paljasta oma tarinasi kokonaisuudessaan!

HOW DOES IT WORK

UNDERSTANDING

There is always a story behind the headlines. And when we remember that, we have more empathy and won't be too quick to judge or share.

The campaign makes it easier to understand why fake news or half truths are created and reminds how easy it is to publish them.

CURIOSITY

Whatever you see, read or hear, there is always a larger context. Every story has multiple sides.

The story and its many sides are revealed when you ask for more than what is seen at a glance.

SEARCH

Understanding and curiosity leads to a search for the whole story. You don't want to be left out, you don't want to conclude on false merits.

HS encourages people in critically examining the story behind every headline.

YOU DESERVE THE WHOLE STORY



THE WORLD IS BEYOND THE HEADLINES.