

RARE X Diversity-tutkimushankkeen tuloksena avoin verkko-opas sekä uutta tietoa media-alan moninaisuuden edistämiseksi

Tulosraportti: Tarvitaan työtä, tietoa ja resursseja

Median perustehtävänä on välittää tietoa, mutta kenen näkökulmasta tätä tietoa välitetään? Rajaammeko joitain näkökulmia pois huomaamatta, koska ne eivät näy omassa lähiympäristössämme? Demokratian kannalta on tärkeää, että moninaiset äänet pääsevät kuuluviin mediassa.

Media-alan tutkimussäätiön erityisteemarahoituksella toteutetun RARE X Diversity-hankkeen (2020-2021) tavoitteena oli tukea journalistisia toimijoita vastuullisemman median tekemisessä. Hankkeessa tuotettiin avoin verkko-opas *Kenen tietoo? Opas moninaisempaan ja inklusiivisempaan journalismiin*. Opas löytyy osoitteesta www.kenentietoo.fi.

RARE Median toteuttaman hankkeen tutkimusaineisto koostuu kahdesta osasta: media-alan ammattilaisten ja mediatutkijoiden teemahaastatteluista sekä laajemmasta, yleisölle suunnatusta kyselystä.

Tutkimuksessa mediatutkijoita sekä media-alalla toimivaa asiantuntijaa freelancereista päätoimittajiin. Tavoitteena oli selvittää, miten toimialan näkökulmasta journalistinen media kuvaa suomalaista yhteiskuntaa ja millaisia esteitä tai keinoja moninaisuuden toteutumiseksi mediakentän sisällä tunnustetaan.

Esteitä ja keinoja

Tyypillisimpiä haastatteluissa esiin nostettuja esteitä moninaisemmille mediasisällöille olivat: toimittajakunnan yhdenmukaisuus, jota myös koulutusrakenteet ylläpitävät sekä toimitusten kiire ja tehokkuuden vaatimus, joka ohjaa pysymään rutiininomaisissa ratkaisuissa. Myös mediarepresentaatioissa olisi uudistamisen varaa.

Keinoina moninaisuuden edistämiseksi mediasisällöissä nostettiin esimerkiksi rekrytointi ja työyhteisöjen monimuotoisuus,

toimituskäytäntöjen kehittäminen ja erilaiset seurannat sekä tietoiset teot esimerkiksi asiantuntijuuden laajentamiseksi.

Haastattelujen perusteella suomalaisessa journalistisessa mediassa huomioidaan entistä paremmin monimuotoisuutta. Diversiteettiin liittyvä keskustelu on käynnistynyt. Ensimmäisenä on havahduttu pohtimaan, kuka on asiantuntija mediassa, millainen on mediassa näkyvien ihmisten sukupuolijakauma ja kuinka eri ikäiset pääsevät esiin. Parhaillaan haetaan myös tapaa käsitellä eri taustaisia ihmisiä ja vähemmistöjä. Kehitystä voisi kuvata jatkuvaksi prosessiksi, sillä maailma muuttuu jatkuvasti. Muutokset eivät tapahdu hetkessä, mutta kelkasta ei kannata pudota.

Yleisökyselyn lukemat suuria

Median kuluttajille suunnattu kysely keräsi yhteensä 557 vastausta. Kyselyyn vastanneista (n= 557) 59,1 % oli sitä mieltä, että suomalainen journalistinen media ei kuvaa suomalaista yhteiskuntaa. Moninaisuuden näkökulmasta kysely tarjosi kiinnostavia lukuja: 96,1 % vastaajista oli sitä mieltä, että journalistisen median tulee edistää moninaisuutta. Kiinnostavasti jopa 87,4 % oli sitä mieltä, että moninaisuuden edistäminen on mediabrändille kilpailuvaltti nyt tai tulevaisuudessa.

Kyselyn otanta ei ole kansallisesti edustava, ja vastaajissa painottuvat 18–39-vuotiaat. Kyselytulokset voi kuitenkin tulkita signaaliksi, jonka mukaan etenkin nuoremman sukupolven median kuluttajat edellyttävät medioilta entistä moninaisempaa otetta yhteiskunnassa esiintyvien ilmiöiden tarkasteluun.

Kenen tietoo? Opas moninaisempaan ja sensitiivisempään journalismiin

Hankkeessa tuotettiin avoin verkko-opas *Kenen tietoo? Opas moninaisempaan ja inklusiivisempaan journalismiin*.

Oppaaseen on koottu käytännönläheinen tietopaketti siitä, kuinka journalistisessa mediassa voidaan vahvistaa moninaisuutta ja yhdenvertaisuutta - niin yksittäisenä journalistina kuin toimitusten ja tiimien voimin. Oppaan sisältö perustuu media-alan ammattilaisten ja mediatutkijoiden haastatteluihin.

Käsiteltyjä teemoja ovat tiimit ja toimitukset, rekrytointi, johtajuus, tilastot, koulutus, kiire, representaatiot, sisällöt, mediakuvasto, näkökulmat, kritiikki, arvot ja yhdenvertaisuus.

Oppaassa esitellään lisäksi *toimittajan sensitiivinen työmetodi*, check-list journalistisen toimitus- ja tuotantoprosessin eri vaiheisiin.

Työskentelymetodia varten on haastateltu toimittajia, kuvaajia ja kuvatoimittajia sekä sitä on kehitetty RARE Median omassa toiminnassa. Metodia voi hyödyntää osana toimituskäytäntöjä, haastattelu- ja kuvaustilanteita ja niiden ympärillä tapahtuvaa työtä. Erityisesti se sopii henkilöhaastattelujen ja erilaisten ilmiöiden käsittelyyn, mutta työtapojen avulla myös uutisjutuista voidaan saada moniulotteisempia.

Oppaan tekijöjoukkoa ja käsiteltäviä aiheita haluttiin monimuotoistaa eri asiantuntijoiden Näkökulma-sisältöjen kautta. Näkökulmia ovat tuottaneet **Dakota Robin** (diversiteetti ja inklusio), **Reetta Rätty** (journalistien koulutus), **Riitta Hyvärinen** (kieli ja sanavalinnat) ja **Maria Swanljung** (vammaisuuden representaatio). Lisäksi toteutettiin dialogimuotoisia haastatteluja, joissa mukana olivat **Ruskeat Tytöt**, **Inklusiiv**, **Yle** sekä **Ataá Agency**, joka toimi hankkeessa myös moninaisuuden ja inklusion kysymysten tukena konsultoivassa roolissa.

MITÄ MIELTÄ? – Moninaisuus suomalaisessa mediassa.



RARE X Diversity tutkimushankkeen kyselyyn vastasi 557 henkilöä. © RARE Media

Mitä mieltä? Moninaisuus suomalaisessa mediassa

RARE X Diversity

Kyselytutkimuksen tulokset:

87,4% mielestä moninaisuuden edistäminen on mediabrändille kilpailuvaltti nyt tai tulevaisuudessa

92,6% vastanneista on sitä mieltä, että journalistisella medially tulee olla julkilausutut arvot, jotka ohjaavat sen toimintaa

96,1% vastanneista on sitä mieltä, että journalistisen median tulee edistää moninaisuutta

59,1% mielestä suomalainen media ei kuvaa suomalaista yhteiskuntaa

Päätulokset media-alan ammattilaisten ja tutkijoiden haastatteluista:

Esteitä median monimuotoisuudelle

1. Toimittajakunnan yksipuolisuus rajaa sisältöjen näkökulmia
2. Toimitusten kiire ja tehokkuuden vaatimus ohjaa rutiininomaisiin ratkaisuihin
3. Normatiiviset mediarepresentaatiot ylläpitävät stereotyyppioita

Keinoja moninaisuuden edistämiseksi mediassa:

1. Työyhteisöjen monimuotoisuus ja rekrytointi tuovat moninaisempia ääniä kuuluviin
2. Seurantaa, tilastointia ja tietoisia tekoja yksittäisten nostojen sijaan
3. Tiedostavista yksilöistä kulttuuriseen muutokseen

Lisätiedot:

Vilma Rimpelä

Toiminnanjohtaja, RARE Media ry.

vilma@raremedia.fi

+358 405070667

www.kenentietoo.fi

Emmi Huhtanen

Tutkimusosuus

emmi.huhtanen@gmail.com

+358 445310786