

YKSITTÄIS- TAPAUS

WWW.YKSITTAISTAPAUS.FI/TYOELAMA

#SENMINKÄNEKEEVOIMUUTTA
IG @YKSITTAISTAPAUSELOKUVAT

TUFFI FILMS 2020

KAMPANJAN TARKOITUS

Sen minkä näkee voi muuttaa-tiedotuskampanja toi monimuotoisuuden ja tasa-arvon kysymysten käsittelyyn työkaluja lyhytelokuvien avulla. Kampanja levitti tietoisuutta yhdenvertaisuudesta, tasa-arvosta ja inklusiivisuudesta fiktiivisten elokuvien ja niiden ympärille kehitetyn lisämateriaalin kautta.

Tasa-arvobarometria analysoineiden tutkijoiden johtopäätös on, että asenteiden tasolla on paljon korjattavaa. Myös sekä Tasa-arvovaltuutettu että Yhdenvertaisuusvaltuutettu ovat todenneet, että häirinnän ja syrjinnän kokemuksia aliraportoidaan. Kampanjan tarkoitus oli tehdä näitä epäkohtia näkyväksi.

YKSITTÄIS-
TAPAUS

56% suomalaisista uskoo hakijan etnisen alkuperän asettavan hänet työnhakutilanteessa heikompaan asemaan.

**MITÄ SINUN TYÖPAIKALLASI ON TEHTY
MONIMUOTOISUUDEN LISÄÄMISEKSI?**

KAMPANJAMATERIAALI

Työelämään kohdistuneen kampanjan pääkohderyhmä oli henkilöstöjohtamisen ammattilaiset sekä esihenkilöt, jotka vastaavat yritysten rekrytoinnista ja työntekijöiden hyvinvoinnista.

Kampanjassa tehtiin yhteistyötä monimuotoisuutta ja inklusiivisuutta edistävän yhteisön **Inklusiivin** kanssa. Keskusteluohjeistus soveltuu etäyhteyksille ja se perustuu **Erätauko**-menetelmään.



YKSITTÄIS-
TAPAUS

38% työikäisistä naisista ilmoitti kokeneensa seksuaalista häirintää työelämässä.

MITEN SINUN TYÖYHTEISÖSSÄSI
EHKÄISTÄÄN SEKSUAALISTA HÄIRINTÄÄ?

Tuhansia elokuvien katselukertoja, tuhansia vierailijoita verkkosivuilla.

Työelämä -sivulla vietettiin **keskimäärin aikaa lähes neljä minuuttia** ja sivulta myös usein jatkettiin eteenpäin elokuvakohtaisille sivuille.

Somemainonnassa tehokkaimmaksi nousivat etnisen taustan sekä ihonvärin vaikutukseen rekrytointitilanteissa viittaavat mainokset. Myös mainokset, joissa **materiaalin maksuttomuus** mainittiin, suoriutuivat hyvin.

SUORAT KONTAKTOINNIT YRITYKSIIN JA JÄRJESTÖIHIN

Touko-elokuussa 2020 kontaktoitiin hieman alle 100 ihmistä noin 60 eri yrityksestä ja yhteisöstä. Jokaista kontaktia lähestyttiin 2-5 kertaa ja aina henkilökohtaisesti.

Yritykset kiittivät ajatuksia herättävistä elokuvista ja materiaaleista. Monille materiaalien vapaa käyttö tuli yllätyksenä, ja maksuttomuutta saatettiin tarkistaa useaan kertaan.

Yritykset eivät lähteneet julkisesti kampanjaan mukaan. Kieltäytyminen ei johtunut sisällöstä, vaan yritykset yleensä totesivat esim, että "teema on meillä kehittämisen alla".

On mahdollista, että haasteellisista asioista ei virheiden pelossa uskalleta puhua.

Sen sijaan ammattiyhdistysliikkeet ottivat materiaalin ennakkoluulottomasti vastaan. He sekä jakoivat sitä omissa kanavissaan että järjestivät koulutuksia ja tilaisuuksia elokuvien pohjalta.

ANSAITTU MEDIA

Kampanjan aikana Yksittäistapauksen työelämäelokuvat tai työelämäkampanja mainittiin tai uutisoitiin mm. seuraavissa paikoissa:

[Inklusiiv blogi](#)

[RARE Media](#)

[Yle](#)

[Suomen Ekonomit](#)

[Yle Tilipäivä \(some\)](#)

40% suomalaisista uskoo hakijan sukupuolen asettavan hänet työnhakutilanteessa heikompaan asemaan.

MITEN TYÖYHTEISÖSI EDISTÄÄ OSALTAAN TASA-ARVOA?



KOULUTUSKÄYTTÖ

Ammattiliitto PRO hyödyntää Yksittäistapaus-elokuvia ja niiden oheismateriaalina olevaa tietopakettia ('Tiedä ainakin nämä'-osia kampanjasivustolla) toteuttamissaan koulutuksissa.

Elokuvaa *Unelmaduuni* käytetään keskustelun pohjana Työelämän tasatahti - tasa-arvoa ja yhdenvertaisuutta työpaikoille -koulutuksissa sekä elokuvaa *Juhlatunnelma* työsuojeluvaltuutettujen koulutuksessa.

AMK-opiskelijoille suunnattuun, työelämätaitoja koskevaan Työelämän ajokortti -verkko-opintojaksoon on tulossa yhdenvertaisuutta käsittelevä tehtävä, jonka osana hyödynnetään *Unelmaduuni*-elokuvaa.

81% suomalaisista kannattaa monimuotoisuusaihetta koskevaa koulutusta työntekijöille ja työnantajille.

OLETKO SINÄ JO JÄRJESTÄNYT KOULUTUKSEN?



TYÖ JATKUU

Työkalut tulevat olemaan saatavilla verkkosivujen kautta vielä parin vuoden ajan. Varsinkin Unelmaduuni-elokuva lisämateriaaleineen osoittautui erittäin ajankohtaiseksi paketiksi. Keskustelu myös jatkuu, sillä sekä sosiaaliseen että ansaittuun mediaan tehtäviä julkaisuja työhyvinvointiin ja työelämään liittyen on tulossa loppuvuodesta lisää.

Yhdenvertaisuuden edistäminen tai epätasa-arvon ja syrjinnän kitkeminen suomalaisesta työelämästä ei tule valmiiksi yhden kampanjan aikana. Yksittäistapaus onnistui tuomaan keskusteluun uuden näkökulman ja kattavan paketin paremman työelämän rakentamiseksi.

YKSITTÄIS- TAPPAUS

65% suomalaisista pitää ihonväriin perustuvaa syrjintää yleisenä Suomessa.

MITEN TYÖYHTEISÖSI EHKÄISEE RASISMIA?

LINKIT MATERIAALEIHIN

[Esite työpaikoille ja organisaatioille](#)

[Keskusteluohje](#)

[Verkkosivut](#)

[Elokuvien ja kampanjan pressikansio](#)

Kuvien tilastotietojen lähteet:

[Eurobarometri; syrjintä EU:ssa 2019](#)

[Taloustutkimuslaitos, 2018 \(Elinkeinoelämän keskusliiton Taloustutkimuksella](#)