

Stereotyyppi tai kokonaan näkymätön

Miten mainostaja voi ottaa vähemmistöt paremmin huomioon ja rakentaa samalla brändiään?

Koko Hubara
Päätöimittaja
Ruskeat Tytöt
29.9.2017

Aikakausmedian aamuseminaari
#tunteestatoimintaan

Käsitteet



Ruskea on sateenvarjotermi kaikille Suomessa rodullistetuiksi tuleville, ei-valkoisiksi ja sitä kautta ei-kantasuomalaisiksi määritettyville ihmisille.

Rodullistaminen on prosessi, jossa henkilöön liitetään historiallisiin rotukäsityksiin pohjautuvia stereotyyppisiä ja rasistisia oletuksia.

Ts. henkilö nähdään ”rodun” tai etnisen ryhmän edustajana eikä yksilönä, vaikka nykyisin tiedetään, että rotuja ei ole, vaan on kyse voimakkaasti vaikuttavasta sosiaalisesta konstruktiosta.

Tytöt on synonyymi sanaparille ”sukupuolen moninaisuus” eli se viittaa kaikkiin eri sukupuolen ilmentymiin.

Väitteeni



1. Ruskeita ihmisiä ei juurikaan näy suomalaismainoksissa, mutta kun meitä näkyy, meitä rodullistetaan, ruoallistetaan, infantilisoitetaan, toiseutetaan ja eksotisoidaan ikivanhojen kolonialististen ja rasististen käytäntöjen mukaisesti.

2. Sen lisäksi meitä käytetään mainoksissa määrittelemään monikulttuurista suomalaisuutta ja osana rasisminvastaista narratiivia

(= sinänsä hyvä asia, mutta ongelmalista jos jää yhdeksi harvoista narratiiveista joita meistä kerrotaan)

3. Meitä ei juurikaan kohdella kohderyhmänä, mutta positiiviakin poikkeuksia on!

Kolonialistiset ajattelumallit mainonnassa I

Leena-Maija Rossi: Heterotehdas

Ella Shohat & Robert Stam: Unthinking Eurocentrism: Multiculturalism and the Media

Suvi Keskinen, Salla Tuori, Sara Irni & Diana Mulinari: Complying with Colonialism – Gender, Race and Ethnicity in the Nordic Region

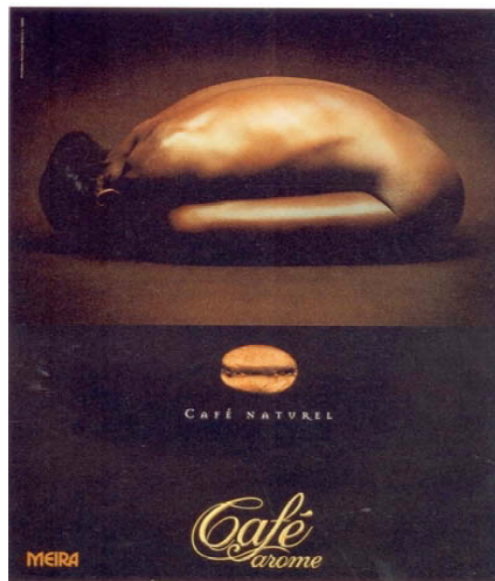
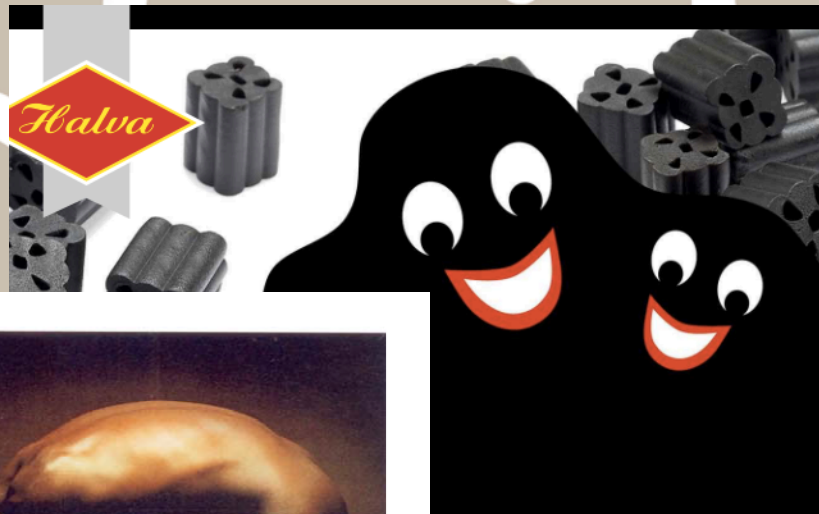
Stuart Hall: Representation:
Cultural Representations and Signifying Practices

Richard Dyer:
The Matter of Images: Essays on Representation

James Twitchell:
Adcult USA. The Triumph of Advertising in American Culture



Kolonialistiset ajattelumallit mainonnassa II



Kuva 14. Café arôme mainos.
Lähde: YH 4/1998.



Ruskea keho ja hyvä intentio – haasteita mainostajille!



Instrumentarium – Minun vahvuuteni



Felix tuntee suomalaisten maun - Josenhine



The Danger of a Single Story

”The problem with the single story is that it creates stereotypes and the problem with stereotypes is not that they are untrue but that they are incomplete. They make one story become the only story.”

–Chimamanda Ngozi Adichie

Nähkää meidät kohderyhmänä!

/

15-29-vuotiaat maahanmuuttajatyttöt ja maahanmuuttajataustaiset tytöt: 40 246 hlöä

15-29-vuotiaat tytöt joiden äidinkieli on jokin muu kuin suomalais-ugrilaiset kielet: 12 603 hlöä

15-29-vuotiaat tytöt joiden syntyperä on muualla kuin Suomessa (vanhemman syntymämaa): 38 425 hlöä

Saamelaiset ja romanit vain kielen perusteella, joten ei kerro koko kuvaa, heitä ilmoittaa koko väestöstä olevansa yhteensä n. 170 hlöä.

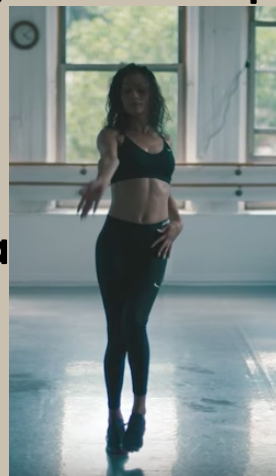
Lisäksi ovat kaikki ei-valkoiset adoptoidut ja ne joiden toinen vanhempi on syntyjään kantasuomalainen, jotka siis luetaan tilastoissa syntyperäisiksi suomalaisiksi.

Ulkomaalaistaustaiset ikärakenteeltaan suomalaistaustaisia nuorempia

Ulkomaalaistaustaisista suurin osa on työikäisiä eli 15–64-vuotiaita: vuonna 2015 työikäisiä oli 76 prosenttia

Eläkeikäisiä (65 vuotta täyttäneet) ulkomaalaistaustaisista oli 5 prosenttia, kun suomalaistaustaisista eläkeikäisiä oli 21 prosenttia

ulkomaalaistaustaisten enemmistö on työikäisiä. Erytisen selvästi muita ikäluokkia suurempana nousevat esiin 25–34-vuotiaat



Kaikki nuoret ovat trenditietoisia:




Nähkää meidät kohti II



**Kiusaako
kuume?**
Ei hätää. Mehi...
mehilainen.fi

A small inset image of a young girl with curly hair and glasses, wearing a pink sweater. To her right is a white text box with a thin border containing the text.

< Oras | Hanat | Suihkusetit | Vesikalusteet |
oras.com



Perfect your
me-moment.

A close-up photograph of a woman's back and shoulder being showered with water. The Oras logo is in the top left, and navigation icons (heart, magnifying glass, menu) are in the top right. The text 'Perfect your me-moment.' is overlaid in the center.A close-up photograph of a woman with two braids, wearing a grey turtleneck sweater. The background consists of vertical bars.

F A L L
2 0 1 7
MAKIA CLOTHING COMPANY

A close-up photograph of a woman with two braids, wearing a grey turtleneck sweater. The background consists of vertical bars. The text 'F A L L 2 0 1 7' is displayed in large, spaced-out letters, with 'MAKIA CLOTHING COMPANY' in smaller letters below it.



Kiitos!

ruskeattytot.fi

ig: @ruskeattytotmedia

fb: Ruskeat Tytöt

soundcloud: Ruskeat Tytöt

koko@ruskeattytot.fi