

Activism and/in the media

Työryhmän vetäjät

Kaisu Hynnä-Granberg, Turun yliopisto

Anna Niiranen, Jyväskylän yliopisto

Anna Puhakka, Jyväskylän yliopisto

Arja Turunen, Jyväskylän yliopisto

Työryhmä kokoontuu tilassa **D14**

pe 12.4. klo 14.45–16.15

Cecilia Hjerppe & Heidi Hirsto: *Social media reactions to the "Made by Women" campaign as consumer activism*

Pia Karasjärvi: *#ErlaisetAivot, #DifferentBrains – How Finnish neurodivergent Young Activists change the world*

Anna Rantasila, Minna Vigren, Thomas Olsson & Elina Sutela: *Designing safer online discussion spaces*

la 13.4. klo 9.00–10.30

Heidi Kurvinen: *Media–movement relationship and 1970s Finnish feminism*

Anna Niiranen: *Luonnollinen vai luonnoton synnytyskipu? Keskustelu synnytyskipun hoidosta suomalaisissa (naisten)lehdissä 1970-luvulla*

Arja Turunen: *Roolikeskustelu mediassa. Yhdistys 9 ja sukupuolten tasa-arvon ongelmat aikakauslehdissä 1960-luvulla*

Työryhmäabstraktit

Cecilia Hjerpe, Vaasan Yliopisto & **Heidi Hirsto**, Vaasan yliopisto

Social media reactions to the "Made by Women" campaign as consumer activism

Social media platforms have become essential for contemporary feminist activism. They facilitate collective solidarity and resistance, exemplified by 'hashtag feminisms', social movements such as #metoo, and social media influencers personifying feminist/activist issues. Business companies are also tapping into the resurgence of feminism in their corporate activism efforts. As they (attempt to) enter the discursive realm of feminism, their social media audiences are invited to practice feminist activism particularly from their consumer roles.

This presentation focuses on the 'Made by Women' campaign by a Swedish fashion and home decor company on Instagram. The campaign utilized social media influencer marketing and caused mixed consumer reactions. Through discourse analytical methods, we aim to shed light on whether and how the "affective movement" (Dawson & Brunner, 2020) generated by the campaign on social media may open possibilities for (feminist) consumer activism.

The findings show that the majority of comments imply a positive, even enthusiastic reaction towards the campaign. The company's self-proclaimed aspiration of "providing an inclusive platform" is viewed as empowering by consumers and social media influencers, who contribute to the campaign's mission through sharing personal stories under the campaign hashtag. Recurring visual (e.g. self-portraits in underwear, in natural settings) and textual (personal reflections on e.g. body image) cues epitomize 'the personal being political' in the social media context.

Other comments, however, view the campaign and the positive reactions as intrinsically entangled with commercial interests, and criticize them e.g. for appropriating the body positivity movement. The discussion shows a clash of feminist perspectives, as the company-imposed 'feminist' statements are considered old-fashioned and reinforcing harmful stereotypes. Consumers raise issues outside the campaign such as labor conditions of the garment workers, prompting others to show solidarity and voice demands to the company. These critical reactions can be seen as a social media specific form of consumer activism that is partly fueled by the (flawed) efforts of companies to engage with social issues.

Dawson, V. R., & Brunner, E. (2020). Corporate social responsibility on wild public networks: Communicating to disparate and multivocal stakeholders. *Management Communication Quarterly*, 34(1), 58–84.

Pia Karasjärvi, Vaasan yliopisto

#ErlaisetAivot, #DifferentBrains – How Finnish neurodivergent Young Activists change the world

Society is built by neurotypicals, the neuromajority. Neurodivergents, the neurominority, struggle in this society and face various barriers that make going to school or work impossible for many. There is a strong need for the current school system, services and institutions to change and provide the necessary accommodations, so that everyone, including the neurominority, can have a meaningful and productive life. In recent years, the voice of autism and neurodivergent activists has grown, seeking to change the way people see autistic and other neurodivergent people. Finland is no exception to this trend. This case study looks at the social media presence of the PAUT Young Activists, a group of young neurodivergent activists who want to change society in order for it to become more accepting of neurominorities. The aim of this study is to find out what role social media plays in the Young Activists' activities, and what changes they advocate for in society. The theoretical background of this study is Critical Autism Studies, which sets itself against a medical, deficit-based understanding of autism that has been promoted by medical professionals. The study investigates power dynamics

related to how autism is talked about. It is in fact societal norms that contribute heavily to the production of disability, as seen in the social model of disability.

Heidi Kurvinen, Turun yliopisto

Media–movement relationship and 1970s Finnish feminism

There is an extensive body of literature of the media–movement relationship, which extends back to the early days of the so-called new social movements. In this scholarship, social movements and the mass media are often viewed to have a dialectic relationship. On one hand, activists use a variety of strategies to make themselves newsworthy in the mass media. On the other, newsrooms held the power to decide the public agenda by giving the movements news coverage – or not – and using certain frames to do so.

In this presentation, I will use the 1970s Finnish feminism as a case study and analyse the media strategies of the Red Hags, Marxist Feminists and the Finnish Women's Association Unioni working groups. By applying Bernadette Barker-Plummer's definitions of 'media pragmatism' and 'media subversion', I will demonstrate that Unioni leaned more on 'media pragmatism' and was able to use the news media as a political resource. On the contrary, the independent groups were more inclined towards 'media subversion', i.e. they were not ready to compromise their ideological position for the sake of media visibility. However, the two strategies were not clearly separated, and their usage varied over time. All the three groups also used their own media productions alongside the mass media to spread their cause.

The presentation is based on a book manuscript *Feminism in Finnish Print Media 1968–1985*, which is currently in peer-review.

Anna Niiranen, Jyväskylän yliopisto

Luonnollinen vai luonnon synnytyskipu? Keskustelu synnytyskipun hoidosta suomalaisissa (naisten)lehdissä 1970-luvulla

1970-luvu oli monella tapaa muutoksen ja murroksen aikaa. Sukupuolten tasa-arvosta keskusteltiin yhteiskunnassa kiivaasti ja erityisesti naisen asema herätti paljon mielipiteitä.

Myös synnytyksen hoidossa tapahtui vuosikymmenen aikana muutoksia: synnyttäminen oli siirtynyt kodeista sairaaloihin ja uuden kivunlievitysmenetelmän epiduraalin eli puudutuksen käyttö synnytyksissä alkoi yleistyä Suomessa. Monet käytänteet, ajattelumallit ja hoitomuodot kohtasivat kuitenkin myös paljon arvostelua. Kriitikoiden mukaan synnytyskipuun suhtauduttiin sairaaloissa väheksyvästi ja tuleville äideille raskausaikana annetussa synnytysvalmennuksessa oli puutteita.

Käsittelen esityksessäni suomalaisissa naistenlehdissä (*Me Naiset* ja *Anna*) 1970-luvun aikana julkaistuja synnytysaiheisia artikkeleita. Molemmat lehdet oli suunnattu moderneille nuorille kaupunkilaisnaisille. Vertailuaineistona käytän Suomen suurimmassa sanomalehtijulkaisussa Helsingin Sanomissa ilmestyneitä kirjoituksia (artikkelit, mielipidekirjoitukset) aiheesta.

Tarkastelen, miten 1970-luvun lehdet käsitelivät jutuissaan synnytyskipua ja synnytyksen kivunlievitysmenetelmiä. Miten synnytyskipuun suhtauduttiin, millaisia epäkohtia sen hoitoon lehtien mukaan liittyi ja miten naisten asemaan parannuksia ajavien liikkeiden tavoitteet näkyivät lehtikirjoittelussa – vai näkyivätkö ne? Erosivatko eri lehtityyppien ja kirjoittajien näkökulmat toisistaan?

Esitykseni on osa tutkimushanketta "Naisten asialla: Yhteiskunnan muutos ja feminismi suomalaisissa naistenlehdissä 1960–1970-luvulla" (JyU). Selvitämme hankkeessa, miten suomalaisissa naistenlehdissä käsiteltiin naisten asemaa 1960–1970-luvulla ja millainen suhde lehdillä oli aikakauden feminismiin ja sen tavoitteisiin. Naistenlehdet osallistuivat aktiivisesti yhteiskunnalliseen keskusteluun: niissä käsiteltiin monia yhteiskunnallisia kysymyksiä, kuten naisten työssäkäyntiä ja perhe-elämän rooleja. Synnyttäminen on perinteisesti ollut keskeinen osa naisiin ja naiseuteen liitettyä kuvastoa, ja siksi aihe nousi toistuvasti esiin myös 1970-luvulla.

Anna Rantasila, LUT-yliopisto; **Minna Vigren**, Aalto-yliopisto; **Thomas Olsson**, Tampereen yliopisto & Elina Sutela, Turun yliopisto

Designing safer online discussion spaces

The toxic culture of online discussion forums and social media comment spaces is extensively problematised in social media research and content moderation (e.g., Diakopoulos & Naaman, 2011; Gillespie, 2018; Roberts, 2019). Despite attempts to create human- and computer-driven moderation practices, including flagging, pre-screening of content, and use of AI to recognise unwanted content, online discussions still feature uncivil or toxic content from explicit hate speech to indirect insulting (e.g., Kiskola et al., 2022; Rantasila et al., 2022). Our presentation introduces the activist-driven principle of 'safer space' to academic research of content moderation and design of online forums, combining it with 'ethics of care' (e.g. Puig de la Bellacasa, 2017). We are inspired by the grassroots resistance and tactics of individual users and groups to counteract the toxic online cultures. For instance, the user communities on Facebook have taken up practices in an attempt to make online spaces safer. For example, a community of parents regularly shares calls to like, love, and positively comment on news featuring LGBTQ+ people, immigrants, or other minorities when the news has attracted laughing reactions and comments that ridicule the people.

So far, the concept of a safer space has been applied in academic research mainly in studying activist collectives or vulnerable and marginalised groups. It is a set of principles, including respecting everyone's personal space, both physical and mental; respecting everyone without assumptions; not allowing body discrimination; respecting the opinions, beliefs, experiences, and differing viewpoints of others; being responsible for own actions and behaviour; giving space for everyone to participate; and intervening harassment. By conceptualising and unpacking the concept, we respond to the need to imagine and design safer online spaces for all from a perspective that includes various stakeholders and understandings of technology and agency.

Arja Turunen, Jyväskylän yliopisto

Roolikeskustelu mediassa. Yhdistys 9 ja sukupuolten tasa-arvon ongelmat aikakauslehdissä 1960-luvulla

Sukupuolten tasa-arvoa koskevat kysymykset nousivat kansainvälisesti julkiseen keskusteluun 1960-luvulla feministisen liikkeen nousun myötä. Pohjoismaissa aiheesta keskusteltiin roolikeskustelun muodossa. Roolikeskustelussa huomioitiin naisten aseman ja roolin ongelmien lisäksi myös miesten aseman ja roolin ongelmat. Sukupuolirooliaktivistien toiminnan lähtökohtana oli huomio siitä, että naisten ja miesten roolit ja asema yhteiskunnassa eivät perustu biologiaan vaan ovat sosiaalisia konstruktioita. Näin olleen rooleja voi muuttaa. Suomessa sukupuoliroolikeskustelun tunnetuin edustaja oli kansalaisjärjestö Yhdistys 9 (1966–1970).

Yhdistys 9 vaati muun muassa abortin laillistamista, naisten aseman parantamista työelämässä, miesten roolin vahvistamista perheenisänä ja kunnallista päivähoitoa lapsille. Siinä missä Yhdistys 9:n ruotsalainen sisarjärjestö Grupp 222 pysytteli pienenä keskustelu- ja lobbausryhmänä, Yhdistys 9 oli avoin kaikille ja se toi asiaansa voimakkaasti julkisuuteen. Yhdistys 9 järjesti mielenosoituksia ja seminaareja, julkaisi raportteja ja kannanottoja sekä tiedotti toiminnastaan aktiivisesti. Sen tavoitteena oli vaikuttaa sekä päättäjiin että tavallisiin ihmisiin, jotta lainsäädännön ja työelämän rakenteiden lisäksi myös käsitykset sukupuolten rooleista uudistuisivat. Se koki tärkeäksi vaikuttaa myös suuren yleisön mielipiteeseen.

Yhdistys 9:n tavoitteet ja toiminta saivat mediassa runsaasti huomiota, mutta yhdistyksen aktiivit kokivat, että heidän sanomisiansa vääristeltiin mediassa eikä Yhdistys 9:n tavoitteita edes haluttu ymmärtää. "Ysiläiset" saivat myös henkilöön menevää negatiivista kritiikkiä osakseen. Esitelmässään tarkastelen aikakauslehtien roolia sukupuoliroolikeskustelun foorumina ja sukupuolirooliliikkeen tavoitteiden edistäjänä. Osoitan, että negatiivisen kirjoittelun lisäksi Yhdistys 9:n tavoitteet saivat myös runsaasti positiivista huomiota. Tärkeässä roolissa olivat pienet kulttuurilehdet, mutta myös laajalevikkiset aikakauslehdet kuten Me Naiset ja Uusi Maailma olivat roolien uudistamisen kannalla. Tuon esiin myös toimittajina työskentelevien "ysiläisten" oman roolin Yhdistys 9:n tavoitteiden ajamisessa aikakauslehtitoimittajina.