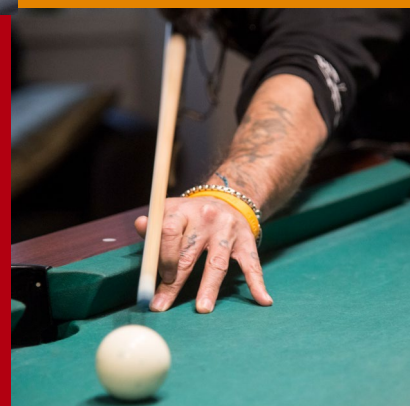
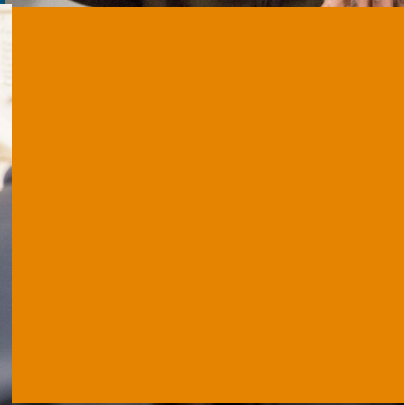
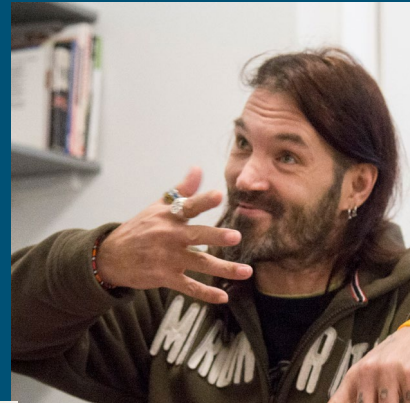


Mediatyön linjaukset 2022



Median kanssa työskentely Kriminaalihuollon tukisäätiössä

Toteuttaaksemme säätiön perustehtävää tarvitsemme viestintää ja vaikuttamista. Mediaviestintä on osa Kriminaalihuollon ulkoista viestintää ja vaikuttamistyötä. Sen avulla säätiö tiedottaa omasta toiminnastaan, osallistuu julkiseen keskusteluun ja hälventää asiakaskuntaan liittyviä ennakkoluuloja.

Tähän dokumenttiin kootaan mediaviestintään liittyviä näkökulmia sekä niiden pohjalta Kriminaalihuollon tukisäätiön mediaviestinnän linjauksia. Linjausten tavoitteena on selkiyttää mediatyöhön liittyviä tavoitteita, käytäntöjä, rooleja ja vastuita.

Yhdessä määritellyt arvot ohjaavat Kriminaalihuollon tukisäätiön kaikkea toimintaa, myös mediatyötä. Näitä arvoja ovat: Inhimillisyys ja ihmisarvo, avoimuus ja läpinäkyvyys, vahva ammatillisuus sekä yhdessä tekeminen ja osallisuus.

Taustaa

Media välittää tietoa ja kertoo tarinoita siitä ympäristöstä ja yhteiskunnasta, jossa elämme. Median kautta tavoitetaan suuria määriä ihmisiä. Median kautta kerrotut tarinat muokkaavat kuvaamme maailmasta ja parhaassa tapauksessa ne auttavat murtamaan ennakkoluuloja, näkemään asioita erilaisista näkökulmista ja tekemään niiden pohjalta myös päätöksiä. Siksi tarinoiden monimuotoisuus, erilaisten äänten ja todellisuuksien esiin nostaminen on tärkeää.

Toimittajien työn lähtökohtana on välittää olennaista, monipuolista ja kriittistä tietoa maailmasta ja yhteiskunnasta. Työllään toimittajat antavat aineksia monipuoliselle yhteiskunnalliselle keskustelulle. Median toimintaa ohjaavat erilaiset säädökset ja mm. [Journalistin ohjeet](#), joita valvoo Julkisen sanan neuvosto. Toimittajan tulee ohjeiden mukaisesti aina arvioida vastuullisesti mitä kirjoittaa, kunnioittaa ihmisarvoa ja arvioida journalistisen sisällön pitkäkantoiset vaikutukset haastateltaviin.

Median välittämää sisältöä ja niiden vaikutuksia mediassa esiintyvien ihmisten elämiin on kuitenkin syytä pohdiskella myös kriittisesti.

Median murros ja erityisesti sosiaalinen media ovat aiheuttaneet uudenlaisia haasteita mediaviestinnän suunnittelulle ja käytänteille.

Median murros on merkinnyt digitalisoitumista, uutisten viihteellistymistä, monikanavaisuutta ja kiireen lisääntymistä. Erityisesti sosiaalinen media on muuttanut perinteistä toimitusprosessia radikaalisti, sekä myös yleisön ja median suhdetta. Yleisöstä on tullut aktiivinen osallistuja, joka kommentoi, keskustelee ja jatkojalostaa uutisia kokonaan uusiin muotoihin ja sisältöihin. Myös perinteinen media nostaa uutisaiheita entistä enemmän sosiaalisen median kautta. Verkossa julkaistut artikkelit eivät koskaan kokonaan katoa.

Nämä seikat on tiedostettava aina, kun mediatyötä tehdään, erityisesti silloin, kun kyse on ihmisten omakohtaisista kokemuksista ja niihin liittyvistä tarinoista.

Median haastattelupyynnöt

Asiantuntijoina ja ammattilaisina annamme säännöllisesti haastatteluja ja lausumia eri medioihin. Asiantuntioilla on laajaa ammatillista näkemystä ja tietoa rikollisuuden ja uusintarikollisuuden ehkäisystä, kuntouttavasta kriminaalipolitiikasta sekä rikostaustaustaisten ja heidän läheistensä asemasta ja oikeuksien toteutumisesta yhteiskunnassa. Asiantuntijamme ovat median käytettävissä.

Rikokset ja rikollisuus ilmiönä ovat jo itsessään mediaa ja suurta yleisöä kiinnostava aihe, ja siksi on myös ymmärrettävää, että ihmisten omakohtaiset kokemukset, tarinat ja selviytymistarinat kiinnostavat.

Suuri osa säätiöön tulevista median yhteydenotoista onkin niitä, joissa etsitään asiakkaita tai kokemusasiakkaita haastateltaviksi. Näiden haastattelupyynnöiden kohdalla käytämme aina harkintaa tapauskohtaisesti.

Sosiaalialan etiikka ja ammattilaisen vastuu

Sosiaalialan ammattilaisina työtämme ohjaa sosiaalityön etiikka. Joskus sosiaalialan ammattietiikan ja median tavoitteiden kanssa voi syntyä ristiriita, etenkin jos median haastateltavaksi etsitään omakohtaisen tarinansa omalla nimellään ja kasvoillaan kertovaa asiakasta.

Sosiaalityön etiikka sekä kannustaa nostamaan esiin yhteiskunnallisia epäkohtia että edellyttää suojelemaan asiakkaita ja ajattelemaan heidän etuaan. Sosiaalialan ammattilaisina tehtävänä on punnita haastateltavan valmiuksia haastatteluiden antamiseen sekä haastattelun mahdollisten pitkäkestoisten vaikutusten arvioimiseen, myös läheisten näkökulma huomioiden.

Edellä mainitusta syystä emme koskaan välitä median haastateltaviksi asiakkaita, jotka ovat akuutissa kriisitilanteessa tai muutoin erityisen haavoittuvassa elämäntilanteessa. Asiakkaiden tilanne arvioidaan tapauskohtaisesti.

Lapset ovat aina vielä haavoittuvampia suhteessa julkisuuteen kuin aikuiset. Lähtökohtaisesti emme välitä median haastateltaviksi (alle 15v) lapsia tai lapsiperheitä, jos lasten edellytetään esiintyvän haastattelussa.

Oman kokemuksen julkisen kertomisen täytyy perustua täydelliseen vapaaehtoisuuteen ja täyteen ymmärrykseen haastattelun antamisen vaikutuksista. Emme koskaan painosta tai houkuttele henkilöä haastateltavaksi.

Portinvartijaksi median ja haastateltavien välillä ei kuitenkaan ole syytä ryhtyä. Lähtökohtaisesti jokaista ihmistä koskee sananvapaus ja hänellä on oikeus kertoa oma tarinansa sekä kertoa julkisuudessa omista kokemuksistaan. Tätä oikeutta tulee kunnioittaa.

Kokemustyöntekijät / vertaisohjaajat mediassa

Säätiössä työskentelee kokemusasiantuntijoita, jotka ovat jo edenneet elämässään askeleen eteenpäin eivätkä ole enää toipumisen akuutissa vaiheessa tai kriisissä. Kokemustyöntekijät osallistuvat säätiön toimintaan työyhteisön täysipainoisina jäseninä ja tekevät myös vaikuttamistyötä. Kokemustyöntekijät voivat antaa lausumia ja haastatteluja medialle eri teemoihin liittyen.

Kokemusasiantuntijoilta ei kuitenkaan edellytetä mediatyötä, oman tarinan kertomista julkisuudessa tai muitakaan mediassa esiintymisiä. Kannustamme, valmennamme ja pohdimme näkökulmia haastatteluihin yhdessä, jos kokemusasiantuntija itse on halukas antamaan medialle haastatteluja. Kokemustyöntekijät saavat tukea, tietoa ja apua haastatteluiden antamiseen ammattilaisilta, mahdollisesti kokeneemmilta vertaisilta ja viestintäpäälliköltä.

Joskus voi käydä niin, että vaikka kokemustyöntekijä on aiemmin kertonut omista kokemuksistaan ja tarinaansa mediassa, hän etenee elämässään vaiheeseen, jossa oman historian kertaaminen ei enää tunnu sopivan identiteettiin ja oman tarinan kertominen julkisesti ei enää tunnu hyvältä ajatukselta. Suhtautumista mediahaastatteluihin tulee voida jatkuvasti puntaroida oman elämän, jaksamisen ja lähipiirin hyvinvoinnin kannalta.

Mediatyön linjauksia ja käytäntöjä

1. Suhtaudumme yhteistyöhön median kanssa positiivisesti. Haluamme nostaa julkiseen ja yhteiskunnalliseen keskusteluun työhömme ja toimialaamme liittyviä ilmiöitä ja hälventää siihen liittyviä ennakkoluuloja.
2. Säätiössä ei ole erikseen nimettyjä henkilöitä, jotka vastaisivat kaikesta mediassa esiintymisestä ja haastattelujen antamisesta. Työntekijät voivat antaa haastatteluja oman asiantuntijuutensa ja osaamisalueensa puitteissa. Se, joka asiasta tietää eniten, on hyvä haastateltava.
3. Jos kyseessä on koko säätiötä koskeva kannanotto tms. haastattelun antaa lähtökohtaisesti toimitusjohtaja.
4. Emme välitä haastateltaviksi asiakkaita, joiden arvioidaan olevan kriisitilassa tai kykenemättömiä arvioimaan julkisuuden vaikutuksia itseensä tai läheisiinsä.
5. Emme välitä haastateltaviksi alle 15-vuotiaita.
6. Lähtökohtaisesti asiakkaat esiintyvät julkisuudessa omien tarinoidensa kanssa nimettöminä. Uskomme, että myös nimettömyyden turvin voidaan nostaa tärkeitä aiheita ja kokemuksia yhteiskunnalliseen keskusteluun.
7. Säätiössä työsuhteessa olevat kokemustyöntekijät tekevät säätiössä vaikuttamistyötä. He voivat itse valita haluavatko kertoa oman tarinansa julkisuudessa. Kokemustyöntekijät voivat myös antaa lausuntoja aiheisiin yleisellä tasolla omien kokemustensa pohjalta ja niihin peilaten.
8. Emme koskaan kommentoi yksittäisiä rikostapauksia mediassa. Voimme antaa näkemyksen yleisellä tasolla, laajempaan yhteiskunnalliseen kontekstiin sidottuna.
9. Haastatteluihin tulee aina voida valmistautua. Emme koskaan kutsu toimittajia avoimilla kutsuilla tapahtumiin, joissa on läsnä asiakkaita. Näin haastattelut eivät tule yllätyksinä.
10. Haastateltaville (sekä työntekijöille että asiakkaille) annetaan tukea ja apua median kanssa toimimiseen ja haastateltavana olemiseen. Työntekijöiden tukemisesta vastaa

viestintäpäällikkö, asiakkaiden riittävästä mediavalmennuksesta huolehtivat toiminnoista vastaavat.

11. Kaikkien mediahaastatteluja ensimmäistä kertaa antavien kanssa käydään läpi perusasiat, kuten haastateltavien oikeudet ja vastuut sekä mediatyön hyödyt ja myös mahdolliset negatiiviset vaikutukset yksilöön ja läheisiin. Jokaisen kanssa suositellaan käytävän keskustelu myös jälkikäteen.
12. Ensisijainen yhteydenottotaho toimittajille (esim. verkkosivuilla) on viestintäpäällikkö. Viestintäpäällikkö arvioi yhteydenoton ja haastattelupyynnön sekä selvittää näkökulman, kanavat, sisällön ja tarkoituksen. Viestintäpäällikkö voi jo tehdä alustavaa neuvottelua toimittajan kanssa esim. haastateltavan anonymiteetista ja yksityisyyden kunnioittamisesta.
13. Median haastateltaviksi suositetaan sellaisia, joilla on jo kokemusta ja hyviä kokemuksia median kanssa työskentelystä. Toissijaisesti heitä, jotka ovat kiinnostuneita, mutta joilla ei vielä ole kokemusta. Heidän kanssaan käydään keskustelut (oikeudet ja velvollisuudet, vaikutukset) läpi ennen haastattelua.
14. Kaikki median yhteydenotot tulee antaa tiedoksi myös viestintäpäällikölle, jonka on hyvä olla tietoinen mediatyön kokonaisuudesta säätiössä.
15. Mediatiedotteita lähetetään säätiön toiminnasta ja kannanotoista aktiivisesti. Mediatiedotteista vastaa viestintäpäällikkö
16. Medialle tarjotaan myös räätälöityjä juttutarjouksia haastateltavineen. Räätälöityjen juttutarjousten etu on itse määritellyt aiheet ja näkökulmat. Juttutarjouksia ja näkökulmia mietitään yhdessä. Juttutarjouksien lähettämisestä ja median yhteyshenkilönä toimimisesta vastaa viestintäpäällikkö.