

Please note! This is a self-archived version of the original article.

Huom! Tämä on rinnakkaistalenne.

To cite this Article / Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä: Botha, E., Mettälä, M. & Tuomi, J. (2017). Vaikean ohjaaminen huumorin avulla – ViVa murtaa myyttejä. Teoksessa Jouni Tuomi & Anna-Mari Äimälä (toim.) Viisaat valinnat – tietoa, tukea, ohjausta. Tampere: Tampereen ammattikorkeakoulu. Tampereen ammattikorkeakoulun julkaisuja. Sarja B. Raportteja 93, 127-132.

URL:

<http://julkaisut.tamk.fi/PDF-tiedostot-web/B/93-Viisaat-valinnat-tietoa-tukea-ohjausta.pdf>

I7 VAIKEAN OHJAAMINEN HUUMORIN AVULLA –VIVA MURTAA MYYTTEJÄ

*Elina Botha, TtM, kättilötyön lehtori, väitöskirjatutkija, Tampereen ammattikorkeakoulu
Marika Mettälä, TtM, hoito- ja kättilötyön lehtori, Tampereen ammattikorkeakoulu
Jouni Tuomi, FT, yliopettaja, terveyden edistäminen, Tampereen ammattikorkeakoulu*

TIIVISTELMÄ

TÄMÄ ARTIKKELI KÄSITTELEE SITÄ, miten edelleenkin on seksuaali- ja lisääntymisterveyteen liittyviä asioita, joista ei haluta puhua tai ei osata nostaa esiin. ViVa-hankkeessa tuotettiin innovatiivisia tuotoksia, joiden avulla näitä arkoja asioita päästään käsittelemään. Materiaalia voi hyödyntää missä vain ja ne ovat kaikkien saatavilla silloin, kun tiedontarve herää. Hankkeessa tuotetut animaatiot, triggeri-videot ja vlogit kertovat asioista aidosti ja hauskasti. Tämän lisäksi niissä puututaan väärään tietoon ja oiotaan sitä.

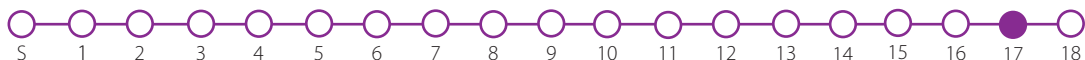
ABSTRACT

This article discusses the fact that there are still sensitive issues in sexual- and reproductive health that are left unhandled and not brought up. Innovative material that deals with these issues were produced in the ViVa -project. The material can be utilized and is available anywhere, anytime when the need for knowledge rises. The animations, trigger videos and vlogs brings up these issues genuinely and with humour. In addition, false information is attended to and straightened.

JOHDANTO

ViVa-hankkeessa kartoitettiin kättilöiltä, terveydenhoitajilta, kättilöopiskelijoilta ja nettipalstoilta tietoa siitä, mitkä asiat seksuaali- ja lisääntymisterveydessä puhututtavat, mutta ovat asiakkaille herkkiä tai vaikeasti käsiteltäviä asioita. Hankkeen yhtenä tavoitteena oli näiden aiheiden luotettava esiin nostaminen, käsittely uudella tavalla, esimerkiksi huumorin avulla ja syntyvien tuotosten tasavertainen levitys sekä helppo saatavuus kaikille.

Hankkeessa innovoitiin uusia tapoja tavoittaa ihmisiä tutuillakin terveyden edistämisen aiheilla. Tuttujen asioiden esittäminen uudella, raikkaalla tavalla kohtaa ihmiset paremmin ja herättää ajatuksia. Uusi näkökulma saattaa ajatusten herättelyn lisäksi motivoida muutokseen. Huumorin



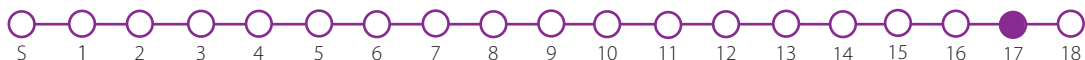
käyttöä terveysviestinnässä on tutkittu, ja se mm. oikein käytettynä voi hälventää pelkoja ja luoda hyvän ilmapiirin muutoin haastaviin tilanteisiin. Huumori myös tehostaa terveysviestintää. Huumorilla höystettyihin viesteihin kiinnitetään enemmän huomiota, ne vakuuttavat, niiden viesti ymmärretään hyvin ja ne muistetaan kauan (Blanc & Brigaud 2014). Huumori helpottaa vaikeiden asioiden puheeksi ottamista. Hauska jää mieleen, koska asiatieto kätkeytyy tunteeseen.

INTERNET TERVEYSTIEDON VÄLITTÄJÄNÄ

Internet ja sosiaalinen media ovat tulleet jäädäkseen. Ne ovat nykyään mukana ja käytössä jatkuvasti. Tilastokeskuksen mukaan (2016) vuonna 2016 suomalaisista 88 % käytti internetiä. Lähes kaikki alle 55-vuotiaat käyttivät internetiä. Yli 70 % käytti internetiä useita kertoja päivässä. Ikäryhmässä 16–34 vuotta useita kertoja päivässä internetiä käytti yli 96 %. Samassa ikäryhmässä noin 75 % oli etsinyt viimeisen kolmen kuukauden aikana internetistä tietoa sairauksiin, ravitsemukseen tai ylipäätään terveyteen liittyen.

Viestintämaisema on muuttunut pysyvästi ja muuttuu koko ajan. Sosiaalista mediaa ei voi vältellä: ihmisiä koskettavaa ja vaikuttavaa viestintää ei voi tehdä huomioimatta sosiaalisen median merkitystä yksittäisille ihmisille ja yhteisöille. Sosiaalinen media tekee näkyväksi sen, että yhteiskuntamme rakentuu erilaisista ryhmistä, intresseistä ja viestinnästä. (Matikainen & Huovila 2017.) Ihmiset käyttävät terveysviestintää yhä aktiivisemmin yksilöllisen identiteettinsä rakentamiseen ja sen kysymiseen, keitä he ovat, miten he elämästään ja arjestaan selviytyvät. Vastauksia kysymyksiin etsitään laajasti niin tiedon, tunteiden kuin kokemustenkin kautta. Haetaan tunnetta yhteenkuuluvuudesta.

Internetin käytön etuna terveystiedon välittämisessä on, että sen tuottaminen, hallinta, välittäminen ja käsittely eivät riipu paikasta. Mobiililaitteet kulkevat tänä päivänä ihmisten mukana kaikkialle. Koska terveysviestinnällä pyritään vuorovaikutteisuuteen, voi sosiaalinen media, joka on lähtökohdiltaan vuorovaikutteista, edistää terveyskäyttäytymisen muutosta. Holmbergin ja Malisen (2013) mukaan monet nuoret toivovat seksuaalikasvatuksessa multimedian käyttöä ja mahdollisuuksia tutustua asioihin itsenäisesti. Myös Leppäsen ja Leskisen (2016) selvityksessä korostui nuor-



ten aikuisten halu itsenäisesti tutustua ja selvittää seksuaali- ja lisääntymisterveyteen liittyviä asioita.

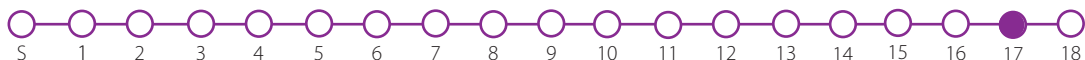
Vuorovaikutus sosiaalisessa mediassa on usein tunnepitoista. Tämä asettaa haasteita asiantuntijoiden viestinnälle, joka on totutusti tieteellis-rationaalista. Puhutaan mediakulttuurin tunneperäistymisestä. Viestintä on loppumaton prosessi. Terveysviestintä on näihin prosesseihin heittäytymistä ja niihin vaikuttamista. Tämä vaikuttaminen edellyttää entistä enemmän asiantuntijoiden henkilökohtaista toimintaa sosiaalisessa mediassa. (Matikainen & Huovila 2017.)

HUUMORI ON VAIKEA LAJI

Huumorin yksi tarkoitus on synnyttää iloa ja naurattaa. Sen klassiset lajit -komiikka, satiiri, ironia ja parodia -kertovat siitä, että huumorin käytössä on tärkeää huomioida minkälaista huumoria käyttää missäkin tilanteessa. Huumorin avulla voidaan lähestyä arkoja asioita, sen avulla voidaan hallita erilaisia tunteita, purkaa jänniteitä ja hoitaa ihmissuhteita. Huumori voi olla selviytymiskeino.

Huumori on monimutkainen, kontekstisidonnainen ja olennainen osa sitä mitä olemme ja sitä, miten olemme vuorovaikutuksessa toisten ihmisten kanssa. Huumori on osa ihmisyyttämme, mutta jokaisella ihmisellä on oma käsityksensä huumorista, johon vaikuttaa oma elämänkokemus, kulttuuri ja yhteisö. Laajasti ymmärrettynä huumori ilmenee mielentilana ja tunnelmana, jossa koetaan tilanteet huvittavina. Se voi olla sanallista leikkittelyä ja älyllistä oivaltamista. Huumori vaatii älykkyyttä ja kykyä katsoa asioita yllättävästä näkökulmasta. Huumorin ymmärtäminen vaatii huumorintajua eli kykyä arvioida sitä, mikä on hauskaa. Oletettavasti ei ole olemassa ”yhteistä” huumorintajua, sillä se mikä on itselle huumoria, ei välttämättä ole sitä toiselle.

Huumorin avulla asiatieto voidaan sitoa tunteeseen, jolloin se vaikuttaa ja muistetaan, mutta juuri samoista syistä se on herkkä ja voi kääntyä itseään vastaan. Tilanne on vähän samalainen kuin, että äiti voi puhua hyvinkin ironisesti oman lapsensa toilailuista, mutta ulkopuolisen samat sanat saattavat loukata syvästi.



ANIMAATIOT OHJAUKSEN VÄLINEENÄ

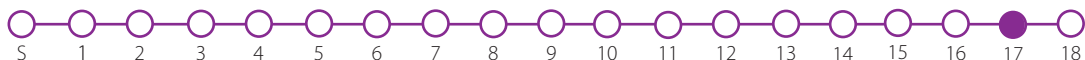
Animaatioiden tekoidea lähti oikeastaan tiedosta, että synnyttäjät pelkäävät synnytyksessä oman kehon hallinnan menettämistä. Huumorin avulla kakka-, pissa- ja pieruasioita voidaan käsitellä luontevasti, silti tarttuen vaiettuun ja noloon aiheeseen. Nykyihmisen on vaikea sietää nolostumatta omia, saati toisen luonnollisia tapahtumia, ääniä, tuoksuja ja eritteitä, joita jokaisessa synnytyksessä kuitenkin on. Löytyi paljon muitakin aiheita, joista on vaivaannuttavaa tai hankalaa puhua ilman, että joku osapuoli nolostuu.

Animaatioiden käyttöä terveyden edistämässä ei ole tutkittu, ja niiden tekemiseen saattaa olla tekninen kynnys. Nykyajan käteville animaatio-ohjelmilla animaation teko on helpottunut ja siihen voi ryhtyä kuka vain. Huumori saadaan animaatioon rakennettua helposti, jolloin viestistä syntyy toimiva kokonaisuus. Animaatiot palvelevat erilaisia katsojia ja huumorin globaalin viestin avulla saavutetaan eri kulttuuritaustaiset ja eri ikäryhmät. Animaatioiden visuaalisuus korvaa monta sanaa.

MYYTTIANIMAATIOIDEN SYNTY

ViVa-hankkeen myyttianimaatioissa käsitellään ja puretaan somessa liikkuvaa väärää tietoa yksi kerrallaan myytteinä. Animaatioissa tuodaan seksuaali- ja lisääntymisterveyden tabuja valoon. Niissä nostetaan esiin vaikeita asioita turvallisesti huumorin avulla. Animaatioissa voidaan liioitella, ja jopa revitellä aroilla aiheilla loukkaamatta ketään. Luomalla erilaisia hahmoja asiat eivät henkilöidy ikävästi. Harkitut hahmot ovat kaukaisia, mutta samalla niissä on jotain tuttua johon samaistua.

Animaatiot toteutettiin vuoden 2016 syksyllä ja 2017 keväällä. Animaatioita tuotettiin ViVa-hankkeessa kaiken kaikkiaan kuusi. Animaatiot ovat lyhyitä, kestoltaan 1–5 minuutin mittaisia. Tämä on harkittua ja vastaa nykyihmisen tarpeeseen omaksua tietoa lyhyissä pätkissä. Animaatiot on ladattu ViVa-hankkeen YouTube-kanavalle helpon saatavuuden ja levitetävyyden takia ja katselukertoja on parhaimmillaan yhdellä videolla 1400 kertaa. Katsotuin animaatio kertoo Happiest Baby -vauvan rauhoittelumenetelmästä. Myyttivideoita tehtiin aiheista raskaus, synnytys, vauva ja seksi ja niiden katselukerrat liikkuvat yhtä lailla tuhansissa.



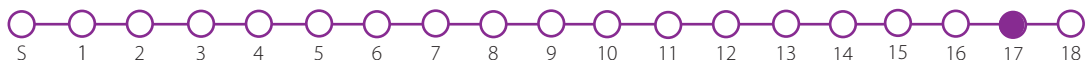
TRIGGERIT JA VLOGIT

ViVa-hankkeen YouTube-kanavalle tuotettiin myös nuorille ajatuksia herätteleviä, lyhyitä triggerivideoita. Videot tehtiin terveydenhoitajaopiskelijoiden (Koski & Tumpilla 2017) opinnäytetyönä. Näissä nuoret opiskelijat pohtivat hedelmällisyyteen vaikuttavia terveysuhkia, tarkoituksena hätkähdyttää katsojaa pohtimaan tärkeitä hedelmällisyyteen vaikuttavia elämäntapavalintoja. Näitä lyhyitä videonpätkiä tehtiin yhteensä viisi ja ne ovat kestoltaan 1–3 minuuttia. Videopätkät ovat keränneet katselukertoja 400–730/video. Suosituin tällä hetkellä on video, joka kertoo iän merkityksestä hedelmällisyyteen.

Hankkeessa tuotettiin hedelmällisyyden suojeluun ja elämäntapoihin liittyvää nuorten materiaalia eri muodoissa. ViVa-hankkeen innovatiivisimpiin tuotoksiin kuuluu viiden vlogin sarja, jotka hankkeelle tuotti lukion 2. luokkalainen Sanni Kelokaski. Sanni on nuorten keskuudessa hurjan suosion saavuttanut tubettaja, jonka vlogeilla on tuhansia katsojia. Sanni esittelee vlogeissaan hänen elämässään tärkeitä elämäntapoja ja käytännöllisiä ratkaisuja niihin. Sanni puhuu nuorille heidän kieltään ja tavoittaa näin nuoret paremmin, kuin kukaan aikuinen voisi. Lisäksi idolin voima on suuri nuorten arkivalinnoissa ja sitä hyödynnettiin onnistuneesti tämän kohderyhmän saavuttamiseksi. Sannin vlogit herättivät paljon huomiota ja katsojia niillä on 300–700/vlogi. Suosituin Sannin vlogeista on ruokaa käsittelevä vlogi, sitä on katsottu 1200 kertaa.

TUTUT TEEMAT UUDESSA MUODOSSA TAVOITTAVAT PAREMMIN

Animaatiot, triggerivideot ja vlogit perustuvat tutkittuun tietoon ja hankkeessa tehtyihin löytöihin. Seksuaali- ja lisääntymisterveyden edistämisen sanoma on paketoitu eri muotoon, kuin tavallisesti. Tämä uusi tulokulma mahdollistaa asioiden pohtimisen ja puheeksi ottamisen kouluissa, kerhoissa, vastaanotoilla, kohtaamisissa, porukoissa, pihalla, kodeissa, busseissa ja kaikkialla missä ihmiset ovat. Tätä materiaalia tutkiskellessa alkaa tapahtua muutosta. Arat aiheet eivät ole enää arvailun ja kuulopuheiden varassa, jolloin ihmiset voivat tehdä todellisia tietoisia valintoja terveytensä suhteen. Myyttivideoita katsoessa voi nauraa ja sitten helpottua, kun väärä tieto saa kyytiä.



LÄHTEET

Blanc, N. & Brigaud, E. 2014. Humor in print health advertisements: Enhanced attention, privileged recognition, and persuasiveness of preventive messages. *Health Communication*, 29, 669–677.

Holmberg, J. & Malinen, M. 2013. Erityistä tukea nuorten seksuaalikasvatukseen. *Terveydenhoitajalehti* 3/2013, 26–27.

Koski, V. & Tumpila, V. 2017. Vaikuta hedelmällisyyteesi – koska voit! Videoita hedelmällisyyttä heikentävistä tekijöistä (opinnäytetyö; terveydenhoitaja AMK) www.theseus.fi

Leppänen, A. & Leskinen, E. 2016. Seksuaali- ja lisääntymisterveysasenteet korkeakouluopiskelijoilla. Opinnäytetyö (terveydenhoitaja AMK). TAMK. www.theseus.fi

Matikainen, J. & Huovila, J. 2017. Sosiaalinen media terveyden edistämisessä. *Lääketieteellinen Aikakauskirja Duodecim* 133(10), 1003–1007.

Tilastokeskus 2016. Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniiikan käyttö. (päivitetty 9.12.2016; luettu 8.9.2017) www.stat.fi/til/

