

TURVALLISTA SEKSIÄ



Turvallista seksiä

– kampanjakonsepti turvallisesta seksistä

Leena Kirves

LAB AMMATTIKORKEAKOULU

MUOTOILUINSTITUUTTI

MEDIANOMI – GRAAFINEN SUUNNITTELU

TIIVISTELMÄ // ABSTRACT

Opinnäytetyönäni tein konseptisuunnitelman turvallisen seksin kampanjasta. Kampanja on graafisen suunnittelijan (minun) ja seksologi Mirka Liljeqvistin yhteinen projekti ilman taustalla vaikuttavaa brändiä. Turvallisen seksin kampanjan tarkoituksena on antaa z-sukupolven nuorelle arvokasta tietoa seksitautien ja raskauden ehkäisystä eri seksitavoissa sekä tiedottaa kaikille kuuluvista seksuaalioikeuksista – huumorintajuisella, diversiteettiä kunnioittavalla ja visuaalisesti kiinnostavalla kulmalla. Kirjallisessa osiossa avaan turvallisen seksin kehitystä 1800-luvulta tähän päivään ja tutkin kunakin aikana vaikuttaneita normeja, arvoja ja seksuaalisuuteen suhtautumista. Perehdyn kampanjaan käsitteenä sekä muihin saman henkisiin kampanjoihin ja tutkin kohderyhmän arvoja ja tarpeita. Luvussa ”Kampanjakonsepti” käyn läpi viestinnän kärkeä ja visuaalisuutta sekä ratkaisuja niiden takana.

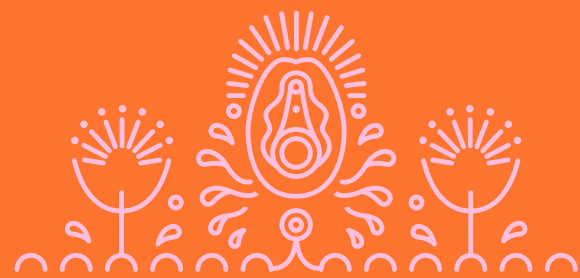
Avainsanat: Konseptisuunnittelu, kampanja, kuvitus, turvallinen seksi

Kevät 2021
Opinnäytetyö
76 sivua

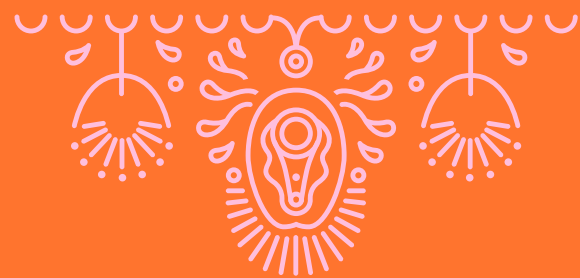
As my graduation project I created a concept for safe sex campaign. The campaign is a collective project of graphic designer (me) and sexologist Mirka Liljeqvist. There is no influence of a brand in the background of the project. The safe sex campaign gives a valuable base of information for target group – young people of generation z. The theme includes facts about how to prevent pregnancy and sexually transmitted diseases. We inform of sexuality rights that concerns everyone of us. All of this is informed with spark of humor, in visually interesting way and taking into account sexual diversity. In the written part of my work I open the history of safe sex, from 1800 century till this day. I look into the norms and values of every period of time and study how people have reacted to sexuality over time. I open the term “campaign” and examine other similar campaigns and the needs and values of target group. In the chapter “Kampanjakonsepti” I go through step by step the visuality and point of communication and all the solutions I have made.

Keywords: Concept design, campaign, illustrations, safe sex

Spring 2021
Graduation project
76 pages



Kel' kyrväs syyhy,
Se kumi kaihtant,
Kel pillus tippur,
Se suojaust kaartant
Elä siä, elä täysii,
Mut elä unhoit
ittes suojas pittä.



SISÄLLYS

Tiivistelmä/ Abstract

1 Johdanto	5
2 Taustoitutus	8
2.1 Turvallinen seksi.....	9
2.2 Siveellinen 1800-luku.....	11
2.3 Normien kehittyminen (1900–1964).....	14
2.4 Seksuaalivallankumous (1965–2000).....	17
2.5 Nykyaika (2000–2020).....	22
2.6 Pohdintaa.....	27
3 Kampanja	29
3.1 Kampanjan määritelmä & vaiheet.....	30
3.2 Z-sukupolven nuoret.....	31
3.3 Diginatiivit & sosiaalinen media.....	32
3.4 Tutkittavat kampanjat.....	34

4 Kampanjakonsepti	39
4.1 Kampanjakonseptin lähtökohdat.....	40
4.2 Viestinnän kärki.....	43
4.3 Visuaalisuuden pohja.....	46
4.4 Värit.....	47
4.5 Typografia.....	49
4.6 Kuvituselementit.....	53
4.7 Mallinnokset.....	63
6 Yhteenvedo	67

Lähteet

Liitteet

1 Johdanto

AIHEEN VALINTA

Aihe opinnäytetyölleni valikoitui lopettaessani puhelua eräänä syksyisenä aamuna (2020) ehkäisyneuvolan työntekijän kanssa. Halusin lopettaa hormonaalisen ehkäisyn sivuvaikutusten takia. Puhelun aikana minua peloteltiin, painostettiin ja sain kuulla epätosia väittämiä eri ehkäisymenetelmistä. Olin perehtynyt aiheeseen jo ennen syyskuista puhelua ja osasin kyseenalaistaa saamani tiedot, mutta kuinka moni pelästyy ja jatkaa samaa ehkäisytapaa sivuoireista huolimatta? Olen ollut koulun alusta alkaen kiinnostunut graafisen suunnittelijan keinoista vaikuttaa yhteiskunnallisella tasolla ja epämiellyttävä puhelu provosoi ajattelemaan aihetta pidemmälle.

Päädyin keskustelemaan puhelusta ystäväni seksologi *Mirka Liljeqvistin* (seksologi Mirka) kanssa ja ymmärsin, että tiedon laadun kyseenalaistamista ei kannatta rajata vain raskauden ehkäisyyn. Mirkalla nuosi huoli nuorista – ja syystä. Vuodesta 1994 koulut ja kunnat ovat saaneet vapaammat kädet opetusohjelmien suunnittelussa, mikä on vaikuttanut koulujen seksuaaliopetuksen tasoon laadullisesti ja alueellisesti (Ritamies 2006, 247).

Isäni muistaa koulun seksuaalikasvatustuntinsa 60-luvulta: opettaja oli tunnilta reilusti myöhässä ja hänen viimein saapuessa luokkaan totesi, että ”kyllähän te pojat näät jutut tiiätte, mennään pelaamaan ulos, kun on niin kaunis päiväkin”. Vaikka seksuaalikasvatuksen taso ja ylipäätään yhteiskunnan arvot ovat kehittyneet paljon avoimempaan suuntaan isäni nuoruuden ajoilta, tämän päivän nuoret edelleen raportoivat mm. siitä miten eri seksuaaliset suuntautumiset ja seksitapojen moni-

muotoisuus jäävät heteronormatiivisen ajattelun varjoon (Oinonen & Susineva 2019, 26).

Mirkan kanssa käydystä keskustelusta nousi konkreettinen toimi seksuaalitiedon tason aiheuttamaa huolta vastaan ja saimme idean z-sukupolvelle suunnatusta sosiaalisen median kampanjasta, teemalla *turvallinen seksi*. Turvallisuus seksissä kattaa ymmärryksen raskauden ehkäisystä, seksitaudeista ja niiden leviämistä eri seksitavoissa sekä seksiin ja seksuaalisuuteen liittyvän turvallisen ilmapiirin (Oinonen & Susineva 2019, 92). Kampanja on yhteinen prosessi ilman ulkoista vaikuttajaa, kuten brändiä, näin ollen toimeksiantajaa ei ole. Tämä on ollut kiinnostava ja antoisa lähtökohta, kun suunnittelu on tapahtunut kahden rohkean ihmisen havaintojen ja päätelmien kautta – ilman brändin asettamia mahdollisia rajoitteita. Kaiken suunnittelun pohjana toimii kuitenkin seksuaalikasvattajan ja graafisen suunnittelijan vastuu ja etiikka.

Kaiken suunnittelun pohjana toimii seksuaalikasvattajan ja graafisen suunnittelijan vastuu ja etiikka.

AIHEEN RAJAUS

Opinnäytetyöni teososuus rajaantuu kampanjan konseptisuunnitelmaan. Turvallisen seksin kampanjakonseptiin kuuluu tavoitteiden ja arvojen määrittäminen, viestinnän kärki sekä visuaalinen identiteetti. Konsepti on yksi vaihe koko kampanjan to-

teutumisessa. Kokonaisuuden suunnitteleminen vaatii monen osaajan yhteistyötä ja seuraavia vaiheita varten olisi hyvä ottaa työryhmään mukaan mm. markkinoinnin asiantuntija ja tekstisuunnittelija (Blakeman 2011, 15–17). Seksologi Mirka vastaa kampanjan informaatiosta, minä kampanjakonseptista.

Kirjallisessa osuudessa tutkin turvallisen seksin toteutumista 1800-luvulta tähän päivään suomalaisessa yhteiskunnassa. Perehdyn ajanjaksoilla vallitseviin normeihin, arvoihin ja säännöksiin, mitkä ovat vaikuttaneet turvallisen seksin toteutumiseen. Paljon kiinnostavia sivupolkuja jää tutkimatta aikaresurssien vuoksi mm. globaalilla tasolla, mutta valitsemani rajat antavat erityisesti pohjaa kampanjan konseptisuunnitelman toteuttamiselle. Tutkin aihetta tästä kulmasta, koska on merkittävää tiedostaa minkälaisia ennakkoluuloja ja ajatuksia seksiin tai seksuaalisuuteen liittyy ja on liittynyt. Jotkin 50-luvun normit vaikuttavat edelleen nyky-yhteiskunnassa.

Kun tekee yleiseen jakoon tulevaa kampanjaa herkästä aiheesta, pitää ymmärtää mitä kaikkea aiheen taustalla liikkuu, niin yhteiskunnan tasolla kuin subjektiivisesti. Siksi tekstissä esiintyy toisinaan omakohtaisia kokemuksia ja havaintoja omista opituista normeista.

Tutkin myös kampanjaa käsitteenä yleensä sekä muita kampanjoita joko liittyen seksuaalisuuteen tai tiedon jakamiseen. Yksi merkittävä tutkimuskohde on kohderyhmä, z-sukupolven nuoret. Pohdin heidän ajatuksiaan ja arvomaailmaansa niin aiheen tiimoilta kuin yleisestikin. Samalla ymmärtäen, että yleistäminen on kyseiselle sukupolvelle yksi negatiivisena koetuista asioista, mutta kampanjaa suunnitellessa mahdo-

tonta välttää (A-lehdet 2020). Tutkin julkaisukanavan piirteitä ja vaatimuksia peilaten kohderyhmää. Luvussa ”Kampanjakonsepti” käyn läpi teososuuden kohdat ja suunnitteluprosessin niiden takana.

TAVOITTEET JA HAASTEET

Seksuaalikasvattajan käsikirjassa (Oinonen & Susineva 2019, 5) painotetaan hyvän seksuaalikasvatuksen olevan nautintoon sekä turvalliseen ja vastuulliseen seksuaalikäyttäytymiseen perustuvaa. Sen on oltava ennakkoluulotonta, seksuaalisen suuntautumisen, sukupuoli-identiteetin ja sukupuolien ilmaisun moninaisuuden huomioivaa.

Opinäytetyön tavoitteena oli pitää seksuaalikasvattajan vastuu kaiken suunnittelun pohjana ja visualisoida seksuaalisuutta ennakkoluulottomasti. Halusin tuoda aihetta esille rohkeilla kuvitukseen liittyvillä valinnoilla, väreillä ja kantavalla teemalla. Kampanjan tavoite on normalisoida seksuaalisuudesta puhumista, vaikuttaa seksitautien leviämiseen ja kokonaisuudessaan tarjota kohderyhmälle, z-sukupolvelle, luotettava ja selkeä tietopaketti, mikä huomioi seksuaalisen diversiteetin.

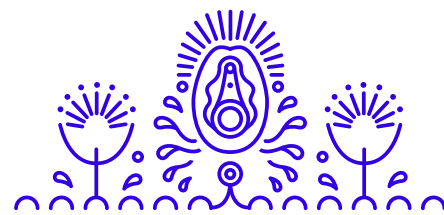
Haasteena oli ottaa huomioon seksuaalisuuteen liittyvä laaja kirjo ihmisryhmiä. Ketään ei saa jättää tiedon ulkopuolelle. Myös aiheeseen liittyvä herkkyys oli haaste. Omien havaintojen perusteella, jo muutaman vuoden aikana on tapahtunut isoja muutoksia mm. seksuaalisuuden diversiteettia koskien. Sosiaalinen media on ollut suuri suvaitsevaisuuden ja termien opettaja (myös minulle), mutta olen myös havainnut aggressiivista suhtautumista heitä kohtaan, jotka eivät termejä tai diver-

siteettiä vielä ymmärrä. Vastaavasti aggressiivista käyttäytymistä on havaittavissa heiltä, jotka eivät halua ymmärtää.

Siksi pidän tärkeänä yhteistyötä seksologin kanssa, aiheeseen perehtymistä sekä tekemiäni mielipidekierroksia visuaalisuudesta ja muista ratkaisuista tuttujeni kesken, joihin kuuluu myös vähemmistöjen edustajia ja aiheeseen syventyneitä henkilöitä. Haaste kääntyi lopulta voimaksi ja rohkeaksi tavaksi viestiä seksuaalisuudesta. Huomasin myös omien ennakkoluulojen murenevan ja uskalsin ottaa rohkeasti kantaa aiheeseen graafisen suunnittelijan tietotaidoilla ja olen osaltani mukana ummehtuneiden normien purkamisessa. Koen sen olevan opinnäytetyöni merkittävin saavutus.

TUTKIMUSKYSYMYS

Miten viestin turvallisesta seksistä erottuvalla tavalla ottaen huomioon seksuaalikasvattajan ja graafisen suunnittelijan vastuun sekä kohderyhmän tarpeet?



2 Taustoitus

2.1 TURVALLINEN SEKSI

Seksi on turvallista, kun osapuolet omaavat tietotaidon, mikä auttaa välttämään ei-toivotun raskauden tai seksitaudin. Sen lisäksi turvallinen seksi käsittää turvallisen ilmapiirin, missä osapuolet tuntevat voivansa ottaa esille mm. omat rajat, toiveet tai ajatukset. (Oinonen & Susineva 2019, 92.)

Raskaaksi tulemista ehkäistään erilaisin hormonaalisin, este- tai käyttäytymiskeinoin. Valintaan voi vaikuttaa mm. oma terveys, elämäntavat, ehkäisyn tarpeen kesto tai mahdollisen kumppanin toiveet. On tärkeää löytää juuri itselleen oikea tapa ehkäistä, valinnassa auttaa tarvittaessa terveyden alan ammattilainen. Eniten ehkäisykeinoja löytyy kohdullisille. Ehkäisylle ei ole ikärajaa. (Sexpo 2021a.)

Seksitautien ehkäisyssä pyritään välttämään seksitaudin mahdollinen tarttuminen. Seksitaudit voivat tarttua erilaisissa limakalvokontakteissa – suojaamattomassa emätin- tai anaali-yhdynnässä, sukuelimiä toisiinsa hieroessa, suuseksissä, peräaukon nuolemisen yhteydessä, seksilelujen kautta tai käsiseksissä. Eri taudit tarttuvat eri seksitavoissa, siksi on tärkeää, että näytteitä ottaessa seksitavasta ollaan tietoisia. Seksitautien leviämistä voidaan estää peittämällä penis kondomilla, laittamalla vaginaan/anaaliin tarkoitettu kondomi paikoilleen, käyttäen vulvien välissä ja suuseksin yhteydessä suuseksisuoja ja välttää pienen riskin seksitavoissa eritteiden päätymistä toisen tai omalle limakalvolle. (Hivpoint 2020.)

Turvallinen ilmapiiri toteutetaan kampanjassa tuoden esiin kaikille kuuluvat seksuaalioikeudet. *Ihmisoikeudet.net* mukaan niillä tarkoitetaan omaa itsemääräämisoikeutta seksuaalisuuteen liittyvissä asioissa, ilman painostusta tai uhkaa väkivallasta. Ne ovat ihmisoikeuksia, jotka on turvattu kansainvälisin sopimuksin. Ensimmäisen kerran seksuaalioikeudet on määritelty vuonna 1994 Kairon väestö- ja kehityskonferenssissa. Seksuaalioikeudet ovat suhteellisen tuoreet, eivätkä omasta näkemyksestä ole päässeet niille oikeutettuun laajempaan leviytykseen. Itse kuulin seksuaalioikeuksista ensimmäisen kerran taustatutkimuksen yhteydessä. Seksuaalioikeuksia on yhteensä seitsemän ja ne määritetään vapaasti referoiden seuraavasti:

1. Oikeus omaan seksuaalisuuteen: Tähän kuuluu jokaisen oikeus nautinnolliseen, turvalliseen ja tasapainoiseen seksielämään, seksuaalisesta suuntautumisesta ja sukupuolesta riippumatta.

2. Oikeus tietoon seksuaalisuudesta: Jokaisella on oikeus saada tietoa seksuaalisuudesta – oikeuksista, velvollisuuksista, seksitaudeista, ehkäisystä, keinoista saada nautintoa sekä miten suojella itseään ja tehdä hyviä päätöksiä.

3. Oikeus suojella itseään ja tulla suojelluksi: Jokainen ansaitsee tulla suojelluksi seksuaalisuuteen liittyvältä väkivallalta ja saada tukea, jos on kohdannut sitä. Jokaisella on oi-

keus käyttää raskauden- ja seksitautien ehkäisymenetelmiä.

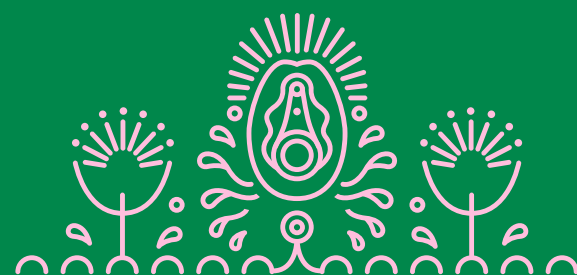
4. Oikeus seksuaaliterveyspalveluihin: Seksuaaliterveyspalveluiden tulee olla kaikille yhdenvertaisia – turvallisia, luottamuksellisia, korkeatasoisia ja helposti saatavilla asuinpaikasta ja taloudellisesta tilanteesta riippumatta.

5. Oikeus näkyä: Tavoitteena on tasa-arvoon perustuva yhteiskunta, missä jokaisella on oikeus tulla nähdyksi ja kuuluksi. Kaikilla on oikeus ilmaista omia mielipiteitään ilman syrjinnän, häirinnän tai väkivallan pelkoa.

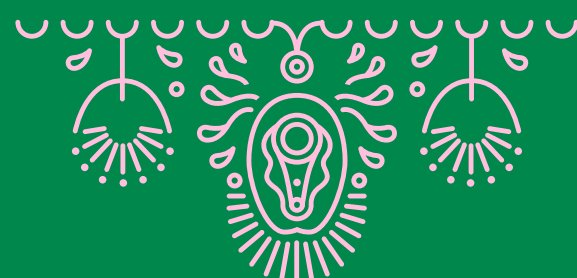
6. Oikeus yksityisyyteen: Jokaisella on oikeus tehdä päätöksiä omaan seksuaalisuuteensa liittyen. Yksityisyydellä on iso merkitys esimerkiksi naisten kohdalla – heidän tulee voida tehdä itsenäisiä päätöksiä ehkäisyvalintaan liittyen tai huolehtia hygieniastaan rauhassa kuukautisten aikana.

7. Oikeus vaikuttaa: Kaikilla on oikeus ja velvollisuus vaikuttaa omien ja muiden seksuaalioikeuksien toteutumiseen. On oikeus tarttua epäkohtiin ja vaikuttaa itseään koskevaan päätöksentekoon niin perheiden, yhteisöjen, valtioiden kuin YK:n tasolla.





**Turvallisen seksin
kampanjan toteutuksessa
vetoamme oikeuteen
vaikuttaa ja oikeuteen saada
tietoa seksuaalisuudesta.**



2.2 SIVEELLINEN 1800-LUKU

Taustoituksessa käyn läpi suomalaisen yhteiskunnan turvallisen seksin historiaa. Historiassa sukupuolittuneet roolit, esiaviollisen seksin syntyisyys ja epätasa-arvo ovat arkipäivää, siksi tekstissäni esiintyy nais-mies-vertailua ja avioliiton korostumista.

Seksuaalisuutta on aina pyritty säätelemään yhteiskunnasta riippumatta – siveellisellä 1800-luvulla vallassa oli ennen kaikkea kirkko (Ritamies 2006, 51–52). Ajanjaksolla vaikuttaneet normit, arvot ja säännökset ponnistavat osittain jo varhaiskristilliseltä ajalta (0–600 jaa.). Aikansa kirkkomiehet julistivat seksuaalisuuden kuuluvan vain avioliittoon – yhdynnän tarkoitus oli lapsien hankkiminen, ei seksuaalinen mielihyvä (Ritamies 2006, 13).

1800-luvun maaseutukeskeinen sääty-yhteiskunta oli väestönkasvua kannattava (Ritamies 2006, 44, 56 ja 80). Raskauden tarkoituksellinen ehkäisy oli luonnotonta ja syntistä – mitä suuremmaksi perhekokoa paisui, sitä suurempi oli Jumalan siunaus (Nieminen 1993, Ritamiehen 2006, 57 mukaan; Ritamies 2005, 57). Koska nautinto oli seksissä toisarvoista, ainut moraalisesti hyväksytty keino hillitä lapsilukua tai epätoivottuja esiaviollisia raskauksia oli seksistä pidättäytyminen eli abstinenssi. Julkisesti keinoa kannatettiin, mutta käytännössä siinä onnistuivat lähinnä ylemmät yhteiskuntaluokat ja heistäkin marginaalinen

osuus. Nämä säädylliset naiset pitivät yhteiskunnan aatteita tärkeinä toteuttaa ja heidän muutenkin oletettiin olevan seksuaalisesti haluttomia – samaan aikaan heidän varakkaat aviomieheensä purkivat seksuaalisia paineita bordelleissa. Kuten jo edellisistä lauseista voi päätellä, miehen ja naisen välistä tasa-arvoa ja koko yhteiskunnan kattavia yhtäläisiä seksuaalioikeuksia ei ollut olemassa. Nainen oli yhteiskuntaluokastaan huolimatta miehelleen alisteinen ja näin ollen omasta tahdostaan riippumatta jatkuvasti alttiina raskaudelle ja miehen himoille (Ritamies 2006, 46, 60 ja 97). (Ritamies 2006, 98.)

EHKÄISY JA LAPSILUKUUN VAIKUTTAMINEN

Vaikka seksistä pidättäytyminen oli ideologinen keino välttää raskaaksi tulo, kansan keskuudessa keinoja oli enemmänkin (Ritamies 2006, 61). Ne perheet, joilla ei ollut varaa aviomiehen harjoittamaan maksulliseen seksiin, rahkeita pitkäjänteiseen seksuaalielämänsä suunnitteluun tai muuten uhmasivat virallisia normeja, turvautuivat muihin käyttäytymiseen perustuviin keinoihin (Ritamies 2006, 61–62, 98).

Kenties vanhin menetelmä kautta aikojen on keskeytetty yhdyntä. Menetelmän suosion voi ymmärtää sen konkreettisesta luonteesta ja sen ollessa täysin ilmaista. Keskeytettyä yhdyntää on pidetty ja pidetään edelleen verrattain epävarmana, johtuen ihmisluonteen taipumuksesta virheisiin ja itsehillinnän ajoittai-

seen puutteeseen (Ritamies 2006, 176). Kirkko piti keinoa houreutena, vedoten Raamatun lukuun Onanista, joka vuoti himokkaasti siemenensä maahan, vaikka oli tarkoitus lain mukaan siittää edesmenneen veljensä vaimo. (Ritamies 2006, 99.)

Yksi myös tänä päivänä suosioon noussut ehkäisykeino oli kuukautiskierton perustuva rytmimenetelmä, eli varmat päivät. 1800-luvun lopulla on myös joidenkin lääkäreiden toimesta suositeltu kyseistä menetelmää, vaikka yleisesti lääkärit vastustivat syntyvyydensäännöstelyä (Ritamies 2006, 78). Valitettavasti he olivat verrattain tietämättömiä kuukautisrytmistä ja neuvoivat täysin vääriä päiviä. (Ritamies 2006, 98.)

Kondomin ja pessaarin esiasteita on ollut olemassa jo antiikin ajoilta saakka (Ritamies 2006, 13). 1800-luvulla niiden käyttö avioliitoissa oli kuitenkin vähäistä – julkisesti kyseenalaisetkin käyttäytymiseen perustuvat keinot olivat moraalisesti hyväksytympiä kuin ehkäisyyn tarkoitetut välineet (Ritamies 2006, 104). Koska kaksinaismoralismi mahdollisti miehille avioliiton ulkopuoliset bordellikäynnit, he pääsivät tutustumaan kondomin käyttöön (kuva 1: esimerkki 1800-luvun kondomista) ja silloinkin lähinnä seksitauteja torjuakseen (Ritamies 2006, 78 ja 104). Vasta vuoden 1843 jälkeen kondomeita ja pessaareita voitiin tuottaa sarjana, kun kumi saatiin valjastettua käyttötarkoitukseen sopivaksi (Ritamies 2006, 101). Vuosisadan lopulla *varmuusesineitä* (Kuva 2) alkoi ilmestymään myös apteekin myyn-



tilistoille ja lehtien ilmoitusosastoille. Postimyynnin alkaminen mahdollisti ehkäisyvälineiden lähettämisen myös harvaan asu- tuille seuduille, mutta laajempi tarjonta kääntyi kasvuun vasta 1910-luvulla (Ritamies 2006, 102).

Muita nykyään hieman kyseenalaisempia keinoja ehkäistä tai vaikuttaa lapsilukuun olivat mm. kohdun huuhtelu, erilaiset oraalisesti nautitut yrtit, magiikka, uskomukset ja itse tehdyt abortit (Ritamies 2006, 100–106). Kun raskauden ennalta ehkäisyn mahdollisuudet ovat olleet pienet ja syntyvyys korkea, on voitu turvautua myös nykyihmisen näkökulmasta äärimmäisiin keinoihin, kuten lapsen nuorena palvelukseen lähettämiseen, naittamiseen, hylkäämiseen tai jopa surmaamiseen (Ritamies 2006, 86–92). Lapsen kohdistuneet laiminlyön- nit katosivat sitä mittaa kun perhesuunnittelun mahdollisuus yleistyi ja oppivelvollisuus velvoitti lapset käymään koulua, ei- kä heitä silloin voinut lähettää palvelukseen (Ritamies 2006, 143). Erilaiset uskomuksiin ja magiikkaan perustuvat keinot, kuten amuletit, kuun asento taivaalla tai vastahakoinen tun- nelma seksin aikana herättävät 2020-luvulla hilpeyttä, vaikka jotain logiikkaa niistäkin löytyy – miksi Jumala soisi näin toi- siaan inhoavalle parille siunauksen lapsesta (Kaloinen 1969, Ritamiehen 2006, 100 mukaan)?

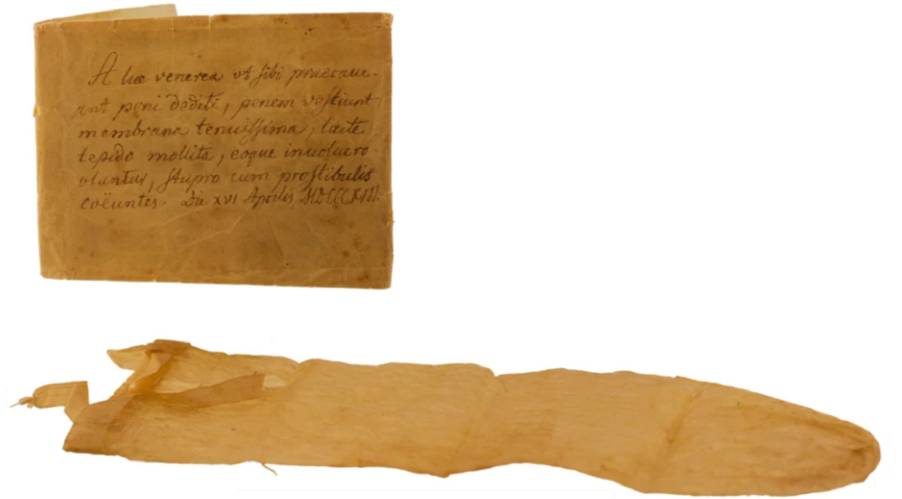
Kun huomattiin olevan jo hedelmöittyneessä tilassa, nai- set turvautuivat yhteen vanhimmista ja tehokkaimmista kei- noista – raskauden keskeytykseen eli aborttiin. 1800-luvulla raskauden keskeyttäminen oli rikos, mutta siihen turvaudut- tiin jatkuvasti erilaisin keinoin. Kenties vaarallisimmat keinot oli juoda elohopeaa tai työntää terävä piikki kohtuun (Pelko-

nen 1933, Ritamiehen 2006, 106 mukaan). Keinoilla saattoi ol- la tuhoisat seuraukset ja johtaa jopa kuolemaan. Aborttia tai 1800-luvulla tuttavallisemmin ”kuukautisten tulemista” yri- tettiin myös erilaisten oraalisten yrttien avulla. Tiedot yrteistä ja niiden vaikutuksista epäillään suurilta osin hävinneen kes- kiajalla noitavainojen myötä – yksi käsitys noitavainojen alka- misen perusteista oli kättilöiden syntyvyyteen vaikuttavan tie- totaiton hävittäminen (Nenonen 1992, Ritamiehen 2006, 104 mukaan). Vaikka osa raskauden keskeytyksen keinoista oli vaarallisia, naisilla oli tarve hallita omaa kehoaan ja esiaviol- lisissa raskaustapauksissa myös mainettaan. (Ritamies 2006, 106–107.)

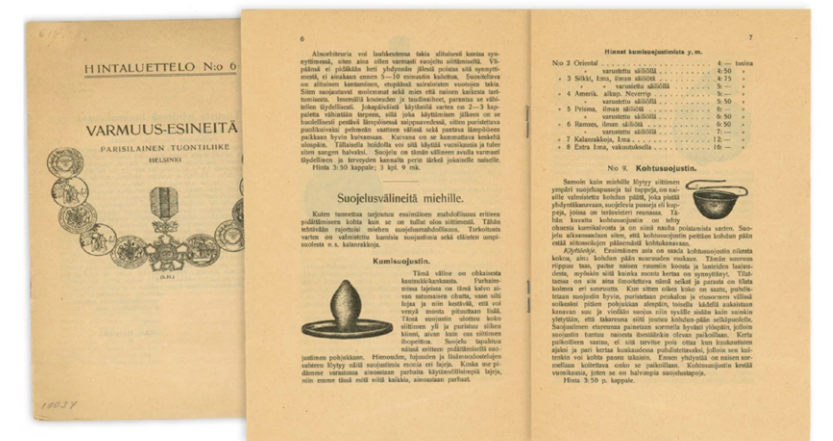
SEKSUAALISUUS

Seksuaalisuuteen suhtautumisessa oli eroja vertaillaessa yhtei- söjä säätyjen, sukupuolten ja ikähaarukan mukaan, mutta aina- kin siihen liittyvän tiedon laadun voidaan todeta olleen koko- naisuudessaan heikkoa (Ritamies 2006, 80). Miehen ja naisen välinen suhde oli ehdoton ja heidän rikkumatonta yhteenkuu- luvuuttaan korostettiin perhekeskeisessä yhteiskunnassa (Ri- tamies 2006, 72). 1800-luvulta ei ole paljon merkintöjä samaa sukupuolta olevien suhteista, mutta vuonna 1894 laadittu ho- moseksuaaliset teot kriminalisoiva laki kertoo, että niitä on kui- tenkin ollut (Weecos 2020).

Ylemmät yhteiskuntaluokat saivat käsiinsä valistusoppai- ta, mutta niissä keskityttiin moraalikoodiston mukaan kaik- keen muuhun paitsi olennaiseen – mm. kehoon ja sen toi- mintoihin, perhe-elämän alueisiin ja tavoiteltaviin sukupuo-



Kuva 1 : Kondomi vuodelta 1813 (Heikkinen 2017)



Kuva 2 : Varmuusesineiden hintaluettelo vuodelta 1916 (Heikkinen 2017)

len ihanteisiin (Nieminen 1951 & Räisänen 1995, Ritamiehen 2006, 77 mukaan). Naisten valistusoppaissa korostettiin jouloutta ja uhrautuvuutta ja heitä valmistettiin tulevaa avioliiton ja synnyttäjän roolia varten – jopa keholle ja sen mittasuhteille asetettiin normisto, joka tukee raskautta ja synnyttämistä (Ritamies 2006, 77).

Miehiä opastettiin myös tulevaa perhe-elämää varten, puhuttiin pidättyväisyyden ihanteesta ja motivoitiin suvunjatkamispuuhiin (Räisänen 1995, Ritamiehen 2006, 77 mukaan). Säädylliset miehet noudattivat ainakin ulospäin virallisia normeja ja häveliästä kulttuuria, mutta yhteiskunta katsoi läpi sormien avioliiton ulkopuoliset bordellissa käynnit (Ritamies 2006, 51). Säädyllisille naisille harvemmin opetettiin mitään seksuaalisuuteen liittyvää ja he olivat jopa autuaan tietämättömiä häyön tulevista tapahtumista – kenties tarkoituksella, koska juuri tietämättömyyden tasoa pidettiin naisen siveyden mittarina (Ollila 1998, Ritamiehen 2006, 74 mukaan). Nuorille suunnatut kristilliset valistusoppat varoittivat lähinnä itsetyydytyksen vaarallisuudesta ja sitä perusteltiin jopa lääketieteellisin keinoin (Kapff 1869, Ritamiehen 2006, 71 mukaan).

Alempien yhteiskuntaluokkien tieto seksuaalisuudesta oli pääasiassa suullisen perinteen varassa (Ritamies 2006, 80). Se oli myös puutteellista, mutta kieliasultaan ja sisällöltään realistisempaa ja suorempaa – arvoituksia, runoja ja kaskuja seksistä ja seksuaalisuudesta, jotka jättivät vähän tilaa mielikuvitukselle (Apo 1995, Ritamiehen 2006, 52 mukaan; Ritamies 2006, 80). Myös alemmissa yhteiskuntaluokissa seksuaalisuudesta puhuminen oli tabu, mutta erityisesti maaseudulla lapset ja nuo-

ret ymmärsivät syy-seuraussuhteen säätyläisiä nopeammin seuratessaan kotieläinten elämää (Ritamies 2006, 73). Neitsyyttä ei pidetty niin korkeassa arvossa kuin säädyllisten keskuudessa ja monet morsiammet olivatkin naimisiin mennessä jo raskaana (Nieminen 1951, Ritamiehen 2006, 37 mukaan; Ritamies 2006, 67).

Yksi esimerkki kahden erilaisen moraalimaailman kohtaamisesta oli Elias Lönnrotin vuonna 1828 alkaneet kansanrunouden keruumatkat. Lönnrot kirjasi tunnollisesti muistiin kaikki rivoimmatkin runot, mutta korkeakulttuurin häveliäs ilmapiiri ei ollut valmis niiden julkaisulle. (Häikiö 2014.)

ASKEL TASA-ARVOA PÄIN

Vasta Euroopasta levinneiden aatteiden ja rohkeampien valtaa kritisoivien säätyläisten myötä keskustelu syntyvyydensäätelystä ja epätasa-arvosta saatiin Suomessakin alulle (Ritamies 2006, 57). Vuosisadan loppua kohti kohonnut lukutaito sekä kirjastolaitoksen ja sanomalehtien leviäminen myös harvaan asutuille alueille, osallisti keskusteluun valtaosan kansasta ja tiukassa olleet normit saivat kaivattuja säröjä kaikissa yhteiskuntaluokissa (144; Rapola 1908, Ritamiehen 2006, 43 mukaan).

Alettiin huolehtimaan naisen terveydestä jatkuvassa raskauskierteessä ja tasa-arvosta ylipäätään. 1800-luvun lopulla naisen mahdollisuudet osallistua kodin ulkopuoliseen elämään parantuivat mm. koulutusmahdollisuutena. Vaikka muutoksen tuulet koskivat aluksi vain pientä osaa säätyläisistä, se oli yksi merkittävistä askelista kohti oikeudenmukaisempaa Suomea. (Ritamies 2006, 117, 120)

PÄATELMÄT TURVALLISEN SEKSIN TOTEUTUMISESTA

Historiallisesta katsauksesta 1800-luvulle voi päätellä turvallisen seksin olleen tuntematon käsite. Epätasa-arvoon perustuva avioliitto, vaaralliset laittomat abortit ja homoseksuaalisuuden kriminalisointi olivat kaukana ihmisoikeuksien ja näin ollen myös seksuaalioikeuksien toteutumisesta. Nainen oli miehelle alisteinen – tarkoitus oli lähinnä synnyttää eli olla ”Jumalalle otollisessa tilassa” mahdollisimman usein (Ritamies 2005, 57). Koska kaikki omaksutut keinot ehkäistä raskautta perustuivat miehen käyttäytymiseen, raskauden pelko oli jatkuvasti läsnä väestönkasvua kannattavassa yhteiskunnassa (Ritamies 2006, 59–60). Kondomikirjan (Aarnipuu, P. & Aarnipuu, T. 2012, 9–10) mukaan seksitauteja on ollut aina, mutta niiden erottaminen ympärillä riehuvista muista taudeista tai epähygienian aiheuttamista vaivoista on ollut hankalaa. Ja kuten on opittu – 1800-luvulla seksitaudeilta suojautuminen oli lähinnä varakkaiden miesten ylellisyys bordellikäyntien yhteydessä. 1800-luvulla turvallinen seksi ei toteutunut.

Ajanjaksolla turvallinen
seksi oli käsitteenä tuntematon.



2.3 NORMIEN KEHITTYMINEN (1900–1964)

1800-luvun sääty- ja maatalousyhteiskunta otti askeleen kohti individualismia ja teollistuvaa kaupunkiyhteiskuntaa (Ritamies 2006, 122). Lehdissä riehuva keskustelu vapaasta rakkaudesta antoi uusia näkökulmia niin perheen sisäiseen tasa-arvoon, kuin yhteiskuntaan yleensä (Ritamies 2006, 139). Tästä on esimerkkinä 1920-luvun *hupielämän* lisääntyminen ja modernin, omaa tahtoa korostavan naisen syntyminen alistetun perheäidin rinnalle (Ritamies 2006, 134, 137). Säädettiin lakeja suojaamaan naisten oikeuksia, kuten yhtäläinen äänioikeus ja vaalikelpoisuus vuonna 1906 ja tasa-arvoinen avioliittolaki vuonna 1930. Lisääntyvä tasa-arvo tuki parien kumppanuuteen perustuvaa avioliittoa ja nainen pääsi yhä enemmän vaikuttamaan lapsilukuun. (Ritamies 2006, 135–136.)

TASA-ARVOA PÄIN

Vuosisadan alkupuolella naisen ihanteellisin paikka oli edelleen koti ja mies oli perheen pää. Naisten mahdollisuudet osallistua kodin ulkopuoliseen elämään parantuivat pikkuhiljaa, vaikka työelämään päätyneiden odotettiin edelleen jättävän uransa naimisiin mentyä. Työelämään siirtyminen helpottui vuonna 1922, kun työsopimuslaki salli myös naimisissa olevien naisten tehdä itsenäisiä työsopimuksia. Naiset ohjattiin kuitenkin heille sopiviksi oletettuihin ammatteihin, jotka heijastivat kotielämää, kuten hoiva-ala. Hekin, jotka tekivät töitä *miesten aloilla*,

saivat alempitasoisia työtehtäviä ja huonompaa palkkaa. (Ritamies 2006, 133–136.)

Monet 1900-luvun tapahtumat kuten maailmansodat, Venäjän vallankumous, Suomen itsenäistyminen ja lama ravistivat yhteiskuntaa ja toisinaan vahvistivat perhekeskeisiä normeja, mutta ympärillä käyty keskustelu teki naiset yhä tietoisimmiksi yhteiskunnan ongelmista ja heidän itsetuntonsa kohosi. Varsinkin toisen maailmansodan aikana miesten ollessa rintamalla, naiset tekivät miesten työt ja pyörittivät yhteiskuntaa. Pelkän kotiäidin rooli kelpasi sotien jälkeen yhä harvemmillä. (Ritamies 2006, 136, 145.)

Vuonna 1921 oppivelvollisuus velvoitti koulunkäynnin kaikille lapsille ja koululaitoksia alkoi nousemaan myös syrjäseuduille. Kuilu yhteiskuntaluokkien ja sukupuolten välillä alkoi kurotua ja tasa-arvo sai uuden askeleen (Ritamies 2006, 128). Neison lapsikatraan vanhemmat, jotka ennen lähettivät lapsiaan nuorena palvelukseen, eivät oppivelvollisuuden takia voineet sitä enää tehdä (Ritamies 2006, 143).

HEDELMÄLLISYYDEN LASKU

Tasa-arvon kasvaminen ja uudet ajatukset rakkauteen perustuvasta avioliitosta antoivat pohjaa tietoiselle syntyvyydensäätelylle ja sitä myöten hedelmällisyys laski. Pariskunnan välinen seksuaalisuus koettiin myönteisenä asiana, eikä vain biologise-

na velvollisuutena. Riitasointuja kuului etenkin kristillisistä normeista kiinni pitävältä yhteisöltä, vaikka uskontopiirit pikkuhiljaa mursivat myös omia säännöksiä. He vastustivat vapaata rakkautta ja *toveriavioliittoja*, koska niiden perimmäinen motiivi ei ollut lisääntyminen vaan nautinto. Uskonnollisissa piireissä ehkäisy oli edelleen syntiä, mutta Herran pelosta vapautuneessa yhteisössä alettiin yhä enemmän ennaltaehkäisemään raskauksia (Ritamies 2006, 145). (Ritamies 2006, 135–138.)

Herran pelosta vapautuneessa yhteisössä alettiin yhä enemmän ehkäisemään raskauksia.

Hedelmällisyyden laskua alettiin puimaan sanomalehdissä ja siellä esitetyt ennusteet varoittivat liian hitaasta väestönkasvusta (Ritamies 2006, 124). Pieniä perheitä katsottiin vinoon ja oltiin huolestuneita kasvaneesta naimattomien määrän osuudesta. Erityisesti naisia syytettiin itsekkyydestä ja kansakunnan edun hylkäämisestä – väitettiin jopa sodan häviämisen olleen kiinni alhaisesta syntyvyydestä. Valtio huolehti myös väestönkasvun hidastumisesta ja sääti syntyvyyttä kannustavia lakeja, kuten äitiysavustuslain vuonna 1937 ja lapsilisälain

vuonna 1948 (Ritamies 2006, 137). (Ritamies 2006, 141–142.)

EHKÄISYMETELMÄT JA TIETOTASO

Raskauden ehkäisyyn käytettävät keinot eivät kehittyneet yhtä nopeasti kuin uudet ajatukset. Pariskunnat turvautuivat samoihin käyttäytymiseen perustuviin keinoihin kuin 1800-luvulla: pidättäytyminen, yhdynnän keskeyttäminen ja varmat päivät (Ritamies 2006, 196). Jälkimmäinen keino sai tuekseen uusia ja astetta pätevämpiä teorioita laskea päiviä, mutta vuosisadan alussa ei vielä osattu ottaa huomioon naisia yksilöllisesti, kuten kuukautisrytmien eri pituuksia (Ritamies 2006, 175). Vasta 1930-luvulla varmat päivät kyettiin määrittämään oikein ja menetelmä oli keskeytetyn yhdynnän ohella yleisin keino ehkäistä raskaaksi tulemistä (Ritamies 2006, 197). Uskomukset ja magiikka jäivät hiljalleen pois ja yrtteihin perustuvan tehon tietotaito säilyi lähinnä maaseudulla, missä juotiin mm. koiruohokaffea ehkäisyä tarkoituksessa (Ritamies 2006, 184).

Jo 1800-luvun lopulla myyntiin tulleet varmuusesineet, kuten kondomi ja pessaari saivat vierelleen myös kemikaaleihin perustuvia menetelmiä, kuten ehkäisyvaahto ja -hyttelö (Ritamies 2006, 176). Mitä pidemmälle vuosisataa edettiin, sitä tutuimmaksi erityisesti kondomi ja pessaari tulivat (Ritamies 2006, 172). Ehkäisyvälineiden käyttöä jarrutti kuitenkin niiden hinta ja saatavuus, mutta myös mukavuustekijät – yhdyntätilanteessa niiden koettiin olevan häiritseviä (Ritamies 2006, 190). Suosioon saattoi vaikuttaa myös lääkärin välinpitämätön asenne ehkäisyä kohtaan – vielä 1940-luvulla he suosittelivat lähinnä seksistä pidättäytymistä (Ritamies 2006, 174).

Vuonna 1946 Väestöliitto otti ohjelmaansa seksuaalikasvatuksen ja seksuaalitietoisuudesta luennoinnin. Lisäksi muutamille paikkakunnalle avautui ehkäisyneuvontaa antavia avioliittoneuvoita. Kuten nimestä saattaa päätellä, esiaviollista yhdyntää ei edellenkään katsottu hyvällä. Neuvontaa annettiin naisilla oleville pariskunnille ja etenkin pessaareita suositeltiin monisyntyäjille (Ritamies 2006, 190). Neuvoloiden tärkeä tavoite oli aborttitorjuntatyö – monilapsisen perheen äiti saattoi terveydentilaan vedoten saada raskauden keskeytyksen, mutta hädässä olevien aviottomien toiveisiin suhtauduttiin kielteisesti. Raskauden keskeytys oli ennen vuoden 1950 aborttilakia kriminalisoitu ja niitä tehtiin edelleen osittain vaarallisin keinoin (Ritamies 2006, 186). Vaikka aborttilain muutos oli tervetullut, laki oli edelleen rajoittavia pykäliä täynnä (Ritamies 2006, 186). (Ritamies 2006, 170–171.)

Esiaviollista yhdyntää ei edellenkään katsottu hyvällä.

Lisääntymiskyvyttömäksi on osattu operoida jo antiikin ajoilla, kun muinaiset egyptiläiset kastroivat naisia haaremeissaan (Ritamies 2006, 13). Sterilointitapaukset eivät 1900-luvulla liittyneet niinkään raskauden ehkäisyyn, vaan rotuhygieeniin tekijöihin (Ritamies 2006, 198). *Tylsämielisten* ja mielisairaiden kyky jatkaa sukuaan vietiin pois steriloidulla – tarvitsematta asianomaisen suostumusta (Ritamies 2006, 270). Steriloinnin mahdollisuus avautui ”tavallisen kansan” pariin vuonna 1950,

silloinkin vain jos mahdollinen raskaus aiheutti vaaran naisen terveydelle (Pitkänen 1988, Ritamiehen 270 mukaan). Lähes kaikki steriloinnit tehtiin naisille, vaikka vasektomia (miehen sterilointi) on toimenpiteeltään yksinkertaisempi (Ritamies 2006, 271).

Ajanjaksolla alettiin hiljalleen ehkäisemään myös seksitautteja. Jo 1800-luvun puolella hallinnasta lähteneet seksitaudit aiheuttivat huolta valtiollisella tasolla ja niiden aisoihin laittamiselle perustettiin komitea vuonna 1917 (Ritamies 2006, 139). Kansantaudiksi äityneen kupan vuoksi alettiin tehdä joukkotarkastuksia mm. sotilaille, seksityöläisille ja merimiehille (Kallio 2020). Vasta 1950-luvulla kuppa saatiin aisoihin ensimmäisten antibioottien avulla (Kallio 2020). Toisen maailmansodan aikaan sotamiehille annettiin jo kondomeja seksitautien ehkäisyä ajatellen (Aarnipuu, P. & Aarnipuu, T. 2012, 33).

SEKSUAALISUUS JA NUORTEN SEKSUAALIKASVATUS

Vaikka valistuskirjallisuudessa sukupuolten seksuaalisuuteen alettiin suhtautua myönteisemmin ja yksilön onnea korostettiin, avioliitto oli edelleen ainut yleisesti hyväksytty paikka seksille (Ritamies 2006, 138). Mies ja nainen täydensivät toisiaan ja sukupuolten eroavaisuuksien saumatonta yhteensopivuutta korostettiin (Ritamies 2006, 132). Naimattomien isoa määrää pidettiin uhkana väestönkasvulle ja perhekeskeisille arvoille – esiaviollinen seksi oli paheksuttavaa pidättyväisyyden ihanteen alla (Friberg ja Vuoma 1986, Ritamiehen 2006, 157–159 mukaan). Pelättiin, että uudet ajatukset ehkäisystä kannustavat harrastamaan seksiä kenen tahansa kanssa, kun raskauden pel-

ko viedään pois (Mattila 1999, Ritamiehen 2006, 141 mukaan).

1930-luvulla samaa sukupuolta olevien suhteiden tuomiot lisääntyivät ja 1950-luvulla homoseksuaalisuus oli jo laajemmin tunnettu ”sosiaalinen ongelma”. Samaan aikaan muissa Pohjoismaissa, kuten Ruotsissa, homoseksuaalisuus de-kriminalisoitiin vedoten ihmisoikeuskysymyksiin. (Weecos 2020.)

Seksuaalimoraalin höllentyminen aiheutti huolta nuorison suhteen ja pelättiin perinteisten arvojen puolesta (Ritamies 2006, 153). Nuorten seksuaalisivistäminen koettiin hankalaksi, koska juuri siveellisyys oli sivistyksen ydin – pidättyväisyyden merkitystä korostettiin sukupuolesta huolimatta (Ritamies 2006, 153). Aikansa ihanteet ohjasivat nuoria ”oikeille urille” ja jotain muistoja niistä on säilynyt tähänkin päivään. Naisien seksuaalisuus ja tarve nautinnolle myönnettiin, mutta heitä pidettiin edelleen lähinnä antavana ja passiivisena osapuolena – miesten vietti seksuaaliseen kanssakäymiseen oli voimakkaampi ja heidät nähtiin aktiivisena osapuolena (Ritamies 2006, 133; Tiihonen 2000, Ritamiehen 2006, 133 mukaan). Naisen seksuaalisuus perustui rakkauteen ja miehen hallitsemattomaan himoon, siksi nainen oli tilanteissa siveellisyyden tukipilari – jos seurustelu eteni liian pitkälle, syy oli naisen (Ritamies 2006, 138, 153). Edelleen puhekielessä on tapana kysyä naiselta ”annoitko?” ja vastaavasti mieheltä ”saitko?”. Myös ahdistelu- ja raiskaustapaukset kääntyvät ajoittain keskusteluissa naisen syyksi: ”Miksi oli liian vähän päällä? Mitäs oli kannissa? Pojat on poikia!”

Nuoret saivat vain vähän pätevää tietoa seksuaalisuudesta ja ehkäisytaidoista (Ritamies 2006, 152). Ennen seksuaalikasva-

tuksen yleistymistä kouluissa, koti oli paikka missä sitä olisi pitänyt antaa. Pitkään kestänyt vaikeneminen teki siitä kuitenkin hankalaa. Nuorten kuului säästää itseään avioliittoon, eikä ehkäisyä koettu tarpeellisena käsitellä. Itsetyydytys koettiin saastuttavana asiana ja sitä kuului välttää. Myös vanhempien tapo olla toistensa seurassa antaa kasvavalle mielelle pohjaa seksuaalisuudesta: jos läheisyys ja keskenäinen vuorovaikutus on etäistä ja salaista, seksuaalisuus vaikuttaa kielteiseltä asialta (Nykänen 1996, Ritamiehen 2006, 167–168 mukaan). (Ritamies 2006, 153, 167.)

PÄÄTELMÄT TURVALLISEN SEKSIN TOTEUTUMISESTA

Ajanjaksoa tarkastellessani voin todeta seksin turvallisuuden olleen vielä lähtökuopissa. Ehkäisymenetelmät perustuvat pääasiassa vielä edellisen vuosisadan tapaan miehen käyttäytymiseen eikä näin ollen vielä tehokkaasti turvannut kehoa raskaudelta tai seksitaudeilta. Seksitauteja pyrittiin torjumaan, mutta kondomien vähäisen käytön takia turvallista seksiä oli hankala harrastaa. Yhteiskunnassa riehuvat uudet ajatukset vapaasta rakkaudesta lisäsivät tietoisuutta syntyvyydensäätelystä ja kumppanuuteen perustuva avioliitto osallisti myös naisen suunnittelemaan lapsilukua – ja näin ollen edisti sukupuolten tasa-arvoa.

Yksi jarruttava tekijä oli naisen ja miehen epärealistiset ihanteet. Ne alistivat naisia siveellisyyteen ja ymmärsivät miehiä, kun seksuaalisen kiihkon vallassa menettävät hallinnan. Ajanjakson ihanteet tuntuvat edelleen heijastuvan nyky-yhteiskunnan puhekielessä – naisoletettu antaa seksiä ja miesoletet-

tu taas saa sitä. Homoseksuaalisuuden leimaaminen ongelmaksi ja sen kitkeminen lailla loukkasi ihmisoikeuksia ja näin ollen myös seksuaalioikeuksia.

Ajanjaksolla seksin turvallisuus oli vielä lähtökuopissa.



2.4 SEKSUAALIVALLANKUMOUS (1965–2000)

1960-luvulle tultessa elettiin nopeasti muuttuvassa ja kaupungistuvassa yhteiskunnassa. Taloudellinen hyvinvointi kohosi ja sosiaaliturva oli laajempi kuin ennen. Siinä missä edellinen ajanjakso oli vielä avioliiton ja perheen korostamista, nyt keski-tyttiin yksilön oikeuksiin ja tarpeisiin (Ritamies 2006, 213). Mikään muutos ei kuitenkaan tapahdu ilman vastarintaa ja perinteisiä normeja puolustettiin (ja huomaan niitä puolustettavan vielä tänäkin päivänä) – edelleen toivottiin seksistä pidättäytymistä, jota seuraisi avioliitto ja naisen alistuminen miehen halulle (Ritamies 2006, 229). Seksuaalisuuden luonteen muuttumista eivät kuitenkaan voineet edes riitasoinnut estää. Avoliitot, yhä nuorempien seksikokeilut ja lopulta myös homoseksuaalisuus siirtyivät yleisesti hyväksytyjen listalle. Yksi merkittävä keksintö, hormonaalinen ehkäisy, yleistyi ja yhdessä seksuaalisuuden luonteen muuttumisen kanssa oli käsillä seksuaalivallankumous (Ritamies 2006, 225). (Ritamies 2006, 295.)

TASA-ARVON KEHITTYMINEN, PERHE JA TYÖELÄMÄ

Kun edellisellä ajanjaksolla avioliitto takasi vielä useimmille naisille taloudellista turvaa, tällä aikakaudella naiset siirtyivät yhä enemmän kodin ulkopuolelle ansiotöihin. 1970-luvulla sukupuolten itsenäistä taloudellista toimeentuloa pidettiin tasa-arvon edellytyksenä. Naiset saivat kuitenkin edelleen huonompaa palkkaa ja valuivat vähemmän arvostettaville ammattialoille.

Vielä vuoden 2000 tienoilla naisten tulot olivat vain 80% miesten palkkapussista, vaikka naisten koulutusaso vastasi ja jopa ylitti miesten tason. Epätasapainosta huolimatta perheet tulivat riippuvaiseksi myös naisen palkasta ja kehitys vauhditti siirtymistä monihuoltajayhteiskuntaan (Karisto et l. 1998, Ritamiehen 2006, 217 mukaan). Uusi järjestelmä vaati pohtimaan myös kodin sisällä vallitsevia sukupuolirooleja uudemman kerran. Miehet kokivat alhaisemmat työt kuten kodin hoidon ja lapsien kasvatuksen vain naisten tehtäviksi. Naisten vapautuminen kodin epätasa-arvoisista oloista vaati erityisesti miehen ja isyyden uuden roolin kehittämistä aktiivisen vanhemman suuntaan, pois elatusvelvollisesta siittäjästä. (Ritamies 2006, 224–227.)

Tällä ajanjaksolla ymmärrettiin myös pienen perheen tuomat edut ja lasten paremman hyvinvoinnin lisäksi omat henkilökohtaiset tavoitteet elämässä (Ritamies 2006, 295). Ennen niin tärkeät perhe ja äitiys eivät enää määrittäneet naisen perimmäistä olemusta, vaan opiskelu ja ura olivat yhtä tärkeitä tai reippaasti tärkeimpiä asioita (Outinen 1992, Ritamiehen 2006, 250 mukaan).

SEKSUAALISUUS

Seksuaalisuudesta tuli yksilön asia eikä kirkon tai valtion vanhat normit päässeet enää vallan kahvaan, ainakaan samalla koko kansan kattavalta otteella. Seksi ei ollut enää vain avioliiton

etuoikeus tai biologisen velvollisuuden akti (Ritamies 2006, 228). Sukupuolten roolit tasaantuivat ja saivat realistisempia käsityksiä – etenkin naisten seksuaalinen itsetunto parani huomattavasti (Ritamies 2006, 225). Kun 60-luvulla oli vielä tärkeää olla *kunnon tyttö* ja siveellisyyden esikuva, 90-luvulla naisten seksuaalinen vietti oli jo hyväksytty ja nautinnon hakeminen vapaampaa (Ritamies 2006, 230). Kuitenkin vielä samaisella vuosikymmenellä tytöt pohtivat heille suunnattujen lehtien kysymyspalstoilla itsetyydytystä ja siitä koituvaa häpeää. Vastauksissa osattiin onneksi kertoa sen olevan luonnollista ja tervettä, kun historiassa se koettiin itsesaastutuksena. (Ritamies 2006, 259.)

Koska ihmisten ajatuksia *normaalista* on hankala kääntää hetkessä toiseen suuntaan, seksuaalisuuden vapaampi luonne vaati paljon sulatteleamista. Homoseksuaalisuus herätti keskustelua mediassa jo 50-luvulla, kun ”skandaalilehdet” ylläpitivät negatiivisia ajatuksia ja julkaisivat homoseksuaalisuuteen liittyviä rikoksia. Vuonna 1966 Ilta-Sanomat julkaisi laajan artikkelin missä ”homojen pesään” soluttautunut toimittaja raportoi mitä oli nähnyt ja kuullut. Tarkoitus oli heittää vettä homouden vastaiseen myllyyn, mutta artikkelista nousikin yhteiskunnallinen keskustelu pitkään poljetuista oikeuksista. Vaadittiin homoseksuaalisuuden dekriminalisoimista ja vuonna 1971 näin tapahtui – ylimääräisellä lakipykälällä. Julkinen homoseksuaaliseen ”haureuteen” kehottaminen oli kielletty ja tämä vaikutti mm.

median tapaan käsitellä seksuaalivähemmistöjä eli hyvin vähällä palstatilalla. Lakipykälä poistettiin vuonna 1999 (kuva 3). Vuonna 1981 homoseksuaalisuus ei ollut enää sairaudeksi luokiteltava tila, vaan käsitettiin yhä vahvemmin seksuaali-identiteettinä. (Weecos 2020.)



Kuva 3: Mielenosoitus lakipykälää vastaan 1980-luvulla eduskuntatalon portailla. (Kolehmainen 2016)

Seksuaalisuudesta alettiin puhumaan yhteiskunnassa realistisempaan sävyyn ja tabuja räjäytettiin esimerkiksi kirjallisuudessa tarinoimalla homoseksuaalisista suhteista. Niin nuorilla kuin aikuisilla oli seksuaalitiedon tukena tuttavapiiri, lehdet, media ja kirjallisuus sekä 90-luvulla kenties merkittävin tiedonlähde internet. Samalla kun internetin käyttö yleistyi, myös mahdollisuudet saada tietoa seksuaalisuuteen liittyvistä asioista niin keskustelupalstoilta kuin esimerkiksi alan järjestöjen kotisivuil-

ta parantuivat. Kuten nykyäänkin tiedetään, tiedon laatu netin syövereissä ei ole aina parasta ja on olettamuksia täynnä. (Ritamies 2006, 248–250, 257–259.)

Seksi alkoi hiljalleen valumaan myös mainontaan. Vaikka tällä on saattanut olla myös tabua ja normeja rikkovia myönteisiäkin vaikutuksia, mainonnan kehittämät uudet roolimalit ja käsitykset ”oikeanlaisesta” kehosta aiheuttivat (ja aiheuttavat edelleen) tyytymättömyyttä niin itsen, kumppaniin kuin seksuaalielämänsäkin. Erityisesti naisen timmi ja vähäpukeinen vartalo on jo pitkään liitetty eri tavoin täysin siihen liittymättömään objektiin myynninedistämismielessä ja usein todella alistavalla seksistisellä otteella (kuvat 4–6). Mainonnan seksuaalisuutta koettiin tarpeelliseksi valvoa ja nykyään mainonnan ammattilaiset käyttävät vastuullisuuden ohjenuoranaan yleisesti hyväksytyjä Kansainvälisen Kauppakamarin ICC:n (International Chamber of Commerce) markkinoinnin sääntöjä (Keskuskauppakamari). (Ritamies 2006, 251.)

KOULU SEKSUAALIKASVATTAJANA

Nuorten seksuaalisuuteen alettiin kiinnittämään yhä enemmän huomiota. Seksi lakkasi merkitsemästä lupausta avioliitosta ja ehkäisyä koskevan tiedon levittäminen nuorille tuli tärkeäksi (Ritamies 2006, 229). Koti oli edelleen hankala paikka puhua seksuaalisuuteen liittyvistä asioista, vaikka median vapaantuneempi ote teki aiheesta vähemmän salaisen ja hävettävän (Ritamies 2006, 242–243). Koulujen vastuuta seksuaalisuuden salojen opettamiseen korostettiin sen ollessa ainut instituutio mikä tavoittaa koko kansan (Ritamies 2006, 245).



VASEMMALTA OIKEALLE kuva 4: 1990-luku/ Nintendo (Olsson 2018)

kuva 5: 1960-luku / Silva Cigarette (Jacobs & Edwards 2014)

kuva 6: 2007 / Dolce & Gabbana (Clancy 2019)

Ensimmäiset varsinaiset seksuaalikasvatustunnit pidettiin 1950 syntyneelle ikäluokalle. Toivottiin sukupolvea, mikä osaa suhtautua seksuaalisuuteen paremmin ja välttäisi entisten virheasenteiden välittymisen jälkipolvelle. Johdannossa kertomasani tarinasta isäni (s. 1952) seksuaalikasvatustunnista, voidaan päätellä kauniin tavoitteen jääneen unelmoinnin tasolle. Kun seksuaalisuudesta oli hankala ylipäättään puhua, olisi ollut merkittävää laatia ohjeet miten aihetta kuuluu opettaa. Seksuaalikasvatuksesta oltiin myös montaa mieltä. Jotkut epäilivät 1800-luvun henkeen sen vain lisäävän nuorten viettä ja kokeiluja, heidän mielestä nämä oli ilmeisesti edelleen pidettävä kurissa. (Ritamies 2006 243–246.)

1970-luvulla parannuksia alkoi tulemaan. Opetussuunnitelmassa edellytettiin ensimmäistä kertaa seksuaalista kehitystä ja sukupuolisuutta koskevaa opetusta ja julkaisiin opetusta tukevaa materiaalia (Komiteanmietintö 1970, Ritamiehen 2006, 246 mukaan). Vuonna 1985 seksuaalikasvatus integroitiin eri oppiaineisiin ja korostettiin opetuksen yhdenmukaisuutta – valtakunnallisten ohjeistusten noudattamista pidettiin erityisen tärkeänä (Liinamo et al. 2000, Ritamiehen 2006, 246 mukaan). Nuorille opetettiin ehkäisyn lisäksi ihmissuhteiden sosiaalisia taitoja ja seksin pelisääntöjä (Ritamies 2006, 246).

Ennen 70-lukua alan järjestöt olivat merkittäviä seksuaalitiedon lähteitä. Kun valtio ja sitä myöten kunnat alkoivat ottaa yhä enemmän vastuuta, järjestöjen asema tiedon levittäjänä muuttui. Ne eivät kuitenkaan jääneet toimeettomiksi, vaan olivat poliittisesti aktiivisia, jakoivat tietoa ja järjestivät mielenosoituksia. Jotkut järjestöt, kuten Väestöliitto (1944), seksuaalipoliittinen yhdistys

Sexpo (1969) ja seksuaalivähemmistöjen tasa-arvoisuutta ajava ihmisoikeusjärjestö Seta ry (1974) ovat edelleen vahvasti kiinni tässä agendassa. Kouluissa järjestöt kampanjoivat kondomin käytön ja ehkäisyn puolesta sekä seksitautien leviämistä vastaan, kuten 80-luvulla HI-viruksen löydyttyä. Kampanjoilla oli tutkitusti myönteinen vaikutus nuorten ymmärrykseen turvallisemmasta seksistä. Yhdessä koulun panostuksen kanssa 80-luvulla nuorten raskaus- ja aborttiluvut laskivat, mikä mittasi onnistuneen kasvatustyön tuloksia (Ritamies 2006, 242, 259). (Ritamies 2006, 255.)

Kampanjoilla oli tutkitusti myönteinen vaikutus nuorten tietotason.

Vuonna 1994 myönteinen kehitys pysähtyi, kun kunnille annettiin enemmän vastuuta suunnitella koulujen opetusuunnitelmat. Tämän myötä mm. supistettiin liikunnan ja kotitalouden tunteja ja sitä myöten seksuaalikasvatusta. Opetushallinnon laatimia ohjeistuksia noudatettiin aikaisempaa heikommin ja seksuaalikasvatuksen taso laski alueellisesti ja laadullisesti. 90-luvulla raskaus- ja aborttiluvut alkoivat nousta ja tietoisuus jopa yleisimmistä seksitaudeista huononi. (Ritamies 2006, 247, 262.)

RASKAUDEN EHKÄISY

Ehkäisy muuttui merkittävästi 1960-luvulla, kun ehkäisypillerit tulivat Suomeen. 70-luvulla kuparia sisältävä kierrukka yleistyi. Uudet ehkäisymenetelmät etäännyttivät yhdynnän ehkäisystä,

mikä lisäsi nautintoa verrattuna ennen hankaliksi koettuihin ehkäisyvälineisiin. Uusista menetelmistä puhuttiin paljon ja muutokseen valmis yhteiskunta otti ne mielellään vastaan. Samalla jotkut menetelmät hiljalleen unohtuivat, mm. pessaari ja käytäytymiseen perustuvat menetelmät tippuivat yleiseltä tietotasolta. Kondomi säilytti suosionsa etenkin nuorten keskuudessa ja sai vakiintuneen aseman seksitautien torjumistyössä. 60-luvun alussa ehkäisyneuvontaan suhtauduttiin vielä osittain negatiivisesti ja naimattomat sekä eri sosiaaliryhmiin kuuluvat naiset kohtasivat epätasa-arvoista kohtelua. Vuoden 1972 kansanterveyslakiin piti lisätä erikseen lausuma, mikä sisällytti ehkäisyneuvonnan kansanterveystyöhön (Ritamies 2006, 282). (Ritamies, 2006. s. 261–269.)

Ennen ehkäisymenetelmiä vastahakoisesti suositelleet lääkärit tekivät täyskäännöksen, kun hormonaalinen ehkäisy ja kierrukka tulivat markkinoille. Mekaaniset välineet kuten kondomi ja pessaari eivät houkuttelleet, mutta tieteelliseen tutkimustyöhön perustuneet uudet ehkäisykeinot saivat heidät suhtautumaan asiaan myönteisesti. Lääkäreiden mukaan ne vetosivat ”todellisen lääketieteellisen” luonteensa vuoksi, mutta muistelllessani näkemiäni lääkefirma-dokumentteja, tulee pakostakin mieleen, että olisiko myös kukkaron paksuudella ollut osuutta asiaan? (Ritamies 2006, 226, 256.)

Täytyy myöntää, että lääkärit olivat varmasti aidosti innoissaan myös muista kuin rahallisista syistä – hormonaalista ehkäisyä pidetään 1900-luvun merkittävämpänä innovaationa ja sillä on kieltämättä paljon myönteisiä vaikutuksia (Ritamies 2006, 265). Se siirsi naiset ehkäisyvastuuseen, mikä antoi päätösval-

taa omaan kehoon ja auttoi sovittamaan työn ja perhe-elämän haluamaansa tasapaainoon (Ritamies 2006, 274–75). Netflixin dokumenttisarjan ”Pikakuva: seksi” jaksossa ”Ehkäisy” (Netflix 2020) kerrotaan Bangladeshin kylissä suoritetusta ehkäisytyöstä. Uskonnollisen ja konservatiivisen yhteisön naiset harjoittivat seksistä pidättäytymisestä astetta rankempaa versiota, missä he eivät edes näyttäytyneet julkisesti. Terveystyöntekijät kiersivät kylissä tarjoten useamman kuukauden kestävästä pistoksilla annettavaa hormonaalista ehkäisyä. Kun 20 vuotta myöhemmin vertailtiin ehkäisyä saaneita kyliä samankaltaisiin muihin kyliin, huomattiin kuinka paljon ehkäisy oli vaikuttanut koko yhteisöön. Näissä kylissä oli enemmän koulutautuneita ihmisiä, varallisuutta, arvokkaimpia koteja ja säästöjä. Ehkäisyn saaminen pidensi myös naisten eliniänodotusta.

Hormonaalisen ehkäisyn monista positiivisista vaikutuksista huolimatta, se on saanut myös negatiivista huomiota. Yksi kehitysvaiheen eettinen ongelma oli ensimmäiset ihmiskokeet. Edellä mainitun dokumentin mukaan ne suoritettiin köyhässä Puerto Ricossa naisille, jotka eivät tieneet olevansa testiryhmää (Netflix 2020). Ehkäisytabletteissa oli yli kymmenkertainen määrä vaikuttavaa ainetta verrattuna nykypillereihin, mikä aiheutti vakavia sivuoireita ja jopa kuolemia, joita ei koskaan tutkittu (Netflix 2020). Vuonna 1967 Suomessa oli jo yli 20 eri merkkiä ehkäisytabletteja. Tabletit otettiin hyvin vastaan, mutta pian huomattiin etteivät ne soveltuneet kaikille naisille. Ehkäisytabletit aiheuttivat sivuoireita, niin lieviä kuin vakavia mm. painonnousua, päänsärkyä, mielialavaihtelua, sydän- ja verisuonikomplikaatioita ja maksan toiminnan häiriöitä. Sivuoireet saivat osan

pelkäämään pillereiden käyttöä ja jotkut erityisesti oppineemat naiset palasivat tästä syystä joihinkin yleisestä tietoudesta väistyneisiin menetelmiin, kuten varmoihin päiviin tai keskeytettyyn yhdyntään (Ritamies 2006, 297). (Ritamies 2006, 267.)

Sivuvaikutukset saivat osan pelkäämään pillereiden käyttöä.

Pillereitä kehitettiin huomioiden perusteella parempaan suuntaan ja perinteisen ehkäisytabletin eli yhdistelmämenetelmän (estrogeeni + progestiini) rinnalle tuli myös minipilleri (progestiinia), mikä soveltuu paremmin heille, joilla on isompi riski saada vakavia oireita yhdistelmätablettien (Ritamies, 2006, 267–268).

Ehkäisytabletteja suositeltiin tarpeen mukaan lyhytaikaisesta pitkäaikaiseen menetelmään. 90-luvulla suosituimmat ehkäisytablettimenetelmät olivat ehkäisytabletit, kondomi ja kierukka. Hinta vaikutti osittain menetelmän valintaan varsinkin pienituloisilla ja nuorilla, vaikka yleisesti elintason kohotessa, hintaa tärkeämmäksi tuli luotettavuus ja helppokäyttöisyys (Ritamies 2006, 278). Nuoret suunnattiin käyttämään kondomia seksikertojen satunnaisuuden takia tai ehkäisytabletteja, koska heille riski saada vakavia sivuoireita koettiin olevan pienempi. Ehkäisytabletteja suositeltiin erityisesti synnyttämättömille naisille, koska niiden kerrottiin vaikuttavan positiivisesti lisäänty-

misterveyteen. Nykyäänkin tutkimusten mukaan yhdistelmäehkäisytablettien vähentävät riskiä sairastua munasarja- ja kohdunrunkosyöpään, mutta lisäävät riskiä rinta- ja kohdunkaulansyövän osalta (Ilman syöpää). Kierukkaa suositeltiin ennen vain synnyttäneille naisille, mutta sekin tabu on hiljalleen murrettu ja nykyään myös synnyttämättömät naiset saavat kierukoita. Jos hormonaalisessa ehkäisyssä pelotti sivuoireet, kuperikierukassa epäilytti runsaammat kuukautiset ja molemmissa kierukoissa mahdolliset infektiot. (Ritamies 2006 280–286)

Vuonna 1985 sterilisaatio tuli vaihtoehdoksi pitkäaikaiseen ehkäisyyn, kun se tuli myös naisen pyynnöstä mahdolliseksi. Sterilointeja tehtiin aluksi lähinnä naisille ja lakimuutokseen sisältyi ehtoja. Sterilisaation saattoi saada, jos nainen oli synnyttänyt kolme lasta/ hänellä tai yhdessä hänen aviopuolisolla oli kolme alaikäistä lasta, hän oli 30 vuotta tai jokin terveydellinen haitta puolsi steriloinnista. Vuonna 1995 kampanjoitiin myös miesten steriloinnin puolesta ja tapausten luvut alkoivat kasvamään (Ritamies 2006, 287). Myös aborttilaki sai päivitystä, kun ennen laittomat sosiaalisin perustein tehdyt abortit muuttuivat laillisiksi vuonna 1970. Abortti ei ole saatavilla ilman ehtoja edelleenkään, mutta käytännössä raskauden keskeytyksen saa pyynnöstä. (Ritamies 2006, 271–271.)

PÄÄTELMÄT TURVALLISEN SEKSIN TOTEUTUMISESTA

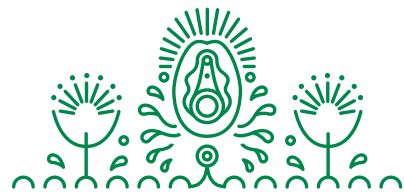
Ajanjaksolla otettiin massiivisia askeleita kohti turvallisempaa seksiä. Tietoa alettiin antamaan yhä nuoremmille, eikä seksiä tai seksuaalisuutta kahlittu enää avioliiton sisälle. Erityisesti sukupuolten lisääntyvä tasa-arvo ja uudet mullistavat ehkäisy-

netelmät antoivat naisille kauan odotettua päätösvaltaa omasta kehosta. Uudet ehkäisymenetelmät aiheuttivat nähdäkseni myös uusia ongelmia, kun ehkäisyn kulut ja niin lievät kuin vakavakin sivuvaikutukset lankesivat naisille.

Ajanjaksolla pyörrettiin laki homoseksuaalisuuden rikollisuudesta ja katsottiin asiaa vihdoinkin ihmisoikeuksien näkökulmasta. Lisääntyvä seksuaalisuus tiedostusvälineissä saattoi onnistuneesti kyseenalaistaa konservatiivisia ajatuksia, mutta asettivat samalla uusia normeja kauneudesta ja siitä mikä on seksikästä.

Abortti- ja sterilisaatiolaki uudistuivat parempaan suuntaan ja lisäsivät myös naimattomien mahdollisuuksia käyttää menetelmiä hyväkseen, mutta lait sisälsivät edelleen liikaa ehtoja. Seksitaudit nostettiin erityisesti 80-luvulla jalustalle HI-viruksen löydyttyä ja massiiviset koulukampanjat kondomin puolesta tuntuivat pureutuneen nuorten mieleen. Samalla koulun järjestämä seksuaalikasvatus sai huomattavia parannuksia ja nuorten raskaus- ja aborttiluvut laskivat. Kuitenkin 90-luvulla positiivinen kehitys pysähtyi kuntien vähennettyä seksuaaliopetusta ja luvut kääntyivät jälleen nousuun. Tämä negatiivinen kehitys ja uudet kehoon liittyvät normit jättivät varmasti jälkensä aikansa nuoriin.

Turvallinen seksi oli lähempänä toteutumista, mutta työsarkaa jäi vielä.



2.5 NYKYAIKA (2000–2020)

2000-luvun suomalainen hyvinvointiyhteiskunta on demokra-
tiaan pohjautuva ja sosiaaliturvaltaan moniin muihin valtioihin
verrattuna ihanteellinen maa. Meillä kaikilla on *periaatteessa* sa-
mat mahdollisuudet edetä elämässä. Suomessa on monia la-
keja, mitkä edistävät tasa-arvoa ja tuomitsevat syrjinnän mm.
sukupuolen tai seksuaalisen suuntautumisen mukaan (Sosiaa-
li- ja terveystieteiden ministeriö). Tänä vuonna (2021) Suomi rankattiin
neljännen kerran maailman onnellisimmaksi maaksi (Hevonoja
2021). Covid19-koronaviruksen aiheuttamasta yhteiskunnalli-
sesta ravistelusta huolimatta. Kuitenkin juuri koronavirus ja sii-
tä aiheutuneet toimet saivat viimeistään huomaamaan yhteis-
kunnassa yhä vallitsevan eriarvoisuuden (Aarnio ym. 2020).

ERIARVOISUUS

Kun Covid19-virus pakotti ihmiset sulkeutumaan koteihin, toi-
set jatkoivat töitään etänä, ostivat paniikissa kaupan hyllyt tyh-
jiksi tai tekivät tylsyyksissään sosiaalisessa mediassa kiertäviä
Covid19-haasteita, missä esimerkiksi vessapaperirullien kanssa
piti suorittaa akrobaattisia liikeratoja. Samaan aikaan toiset vaa-
ransivat terveytensä julkisen puolen aloilla, yritykset kaatuivat
kuin seinään ja rahat riittivät hädän tuskin viikonloppuun. Ylen
etuoikeutta käsittelevässä artikkelissa (Aarnio ym. 2020) Hel-
singin yliopiston Euroopan historian professori Laura Kolbe to-
teaa, että omaa etuoikeuttaan on hankala nähdä. Monet meis-

tä kokevat kaikkien suomalaisten olevan *samalla viivalla*, mutta
oma maalaisjärkikin sanoo, ettei hyväpalkkainen etätöitä tekevä
keskiluokkalainen ole saanut samanlaisia iskuja kuin valmiiksi
köyhyysrajalla kituuttanut pienyrittäjä tai koditon henkilö. Pan-
demia on sekoittanut myös sosiaalisia suhteita ja asettanut yhä
eriarvoisempaan suuntaan ne lapset ja nuoret, joiden perhees-
sä kärsitään mm. päihdeongelmista (Sosiaali- ja terveystieteiden
ministeriö 2020). Myös seksuaaliterveys on saanut iskuja, kun sinkut tai
kaukosuhteissa elävät ovat joutuneet eristäytymään neljän sei-
nän sisälle ja fyysinen läheisyys on vähentynyt (Tiessalo 2020).
(Aarnio ym. 2020.)

Samana ”meillä on yhtäläiset lähtökohdat elämään” -mant-
traa hoetaan mm. koulutukseen tai sukupuolten palkkaeroihin
liittyvissä keskusteluissa. Olen itsekin osallistunut keskuste-
luun, jossa hyvässä palkkatyössä olevat miehet perustelivat nai-
sen 84 sentin euroa saamattomalla asenteella. Naiset eivät osaa
vaatia lisää palkkaa, eivät halua edetä vaativille johtajien palleil-
le tai valuvat omasta tahdosta huonopalkkaisille naisvaltaisille
aloille. Todellisuudessa pätevyyttä rankataan sukupuolen mu-
kaan jo rekrytointivaiheessa ja miesvaltaisillakin aloilla samas-
ta työstä maksetaan eri palkkaa (Salmi 2020). Näin ei tietenkään
ole aina, mutta naisten pienempi euro ei ole *omaa syytä* vaan yh-
teiskunnan rakenteellinen ongelma. Tästä hyvänä esimerkkinä
naisista koostuvan ”huulipunahallituksemme” saama kohtuut-

toman ja osittain räikeän seksistinen vihapuhekampanja sosi-
aalisisessa mediassa, missä mm. kyseenalaistetaan johtamisen
taidot sukupuolen perusteella. (Kokkonen & Stenroos 2021.)

JUMITTUNEET IHMISOIKEUKSIA RIKKOVAT LAIT

Sukupuolen perusteella tapahtuvaa syrjintää ja seksuaalivä-
hemmistöjen poljettuja oikeuksia on vaikea nähdä ja ymmär-
tää, jos ei ole kokenut sitä itse. Minä heteroseksuaali cisnainen*
tulen tuskin koskaan täysin ymmärtämään miten merkittävää
on päivittää translaki, vaikka olenkin sen päivityksen puolel-
la. Vuonna 2003 voimaan tullut laki transseksuaalin sukupuol-
len vahvistamisesta hyväksyy juridisen sukupuolimerkinnän
muuttamisen, mutta lakiin liittyy liuta ehtoja, kuten todistus
lisääntymiskyvyttömyydestä, vaatimus sukupuolen korjaami-
sesta ja täysi-ikäisyys. Erityisesti lakiin liittyvää lisääntymisky-
vyttömyyden ehtoa eli pakkosteriloimista on vuosien mittaan
kritisoitu jopa YK:n kidutuksenvastainen erityisraportoija.
Huhtikuussa 2021 Oikeus olla -kansalaisaloite translain uudis-
tamisesta keräsi alle kahdessa vuorokaudessa kaikki tarvittavat
allekirjoitukset (50 000) (Jääskeläinen ym. 2021). (Amnesty.)

Vuonna 2021 vaaditaan edelleen 1970-luvun henkeen kah-
den lääkärin suostumus ja viralliset perustelut abortin tekemi-
selle. Jos palaisimme aikaan ennen 70-lukua, 90% tänä päivä-
nä suoritetuista aborteista muuttuisi laittomiksi – silloin ”sosi-

*Cis Sanaa cis käytetään kuvaamaan sitä, että henkilön sukupuoli-identiteetti ja suku-
puolen ilmaisu ovat hänelle syntymässä määritellyn sukupuolen ja siihen kulttuurissa
yleensä liitettyjen odotusten mukaiset. (Seta ry 2021)

aalinen peruste” ei ollut vielä pätevä syy päättämään raskautta (Tiessalo 2021). Vaikka käytännössä abortti on pyynnöstä mahdollinen, kohdulliset joutuvat selittämään päätöstään useammalle taholle. Myös lääkärin ja hoitajien mahdolliset ennakkoluulot asettavat aborttia toivovat epätasa-arvoiseen asemaan ja jotkut ovat kokeneet tuomitsevuutta ja negatiivista asennetta päätöksestään (Tiessalo 2021). ”Oma tahto 2020” -kansalaisaloite vaati aborttilain päivittämistä itsemääräämisoikeuden perusteella (Korhonen 2020).

Nykyinen sterilisaatiolaki on päivitetty viimeksi 1985 ja vaatii seitsemästä eri ehdosta yhden täyttymisen, jotta lähete voidaan antaa. Jo ikäraja, 30 vuotta, on kohtuuttoman korkea, jos tiedät haluavasi elää lapsetonta elämää. Varsinkin iäkkäämmät lääkärit voivat myös omien normien ajamina toimia sterilisaation hakijan oikeuksia vastaan. Naisten päätöksiä usein epäillään – ihan kuin 50-luvun pullantuoksuinen kotiäiti tai 1800-luvun alistettu synnyttäjähän heräisi sisällä, heti kun johdot on napsaistu poikki. (Rantanen 2020.)

Kuten päivittämistä vaativista laeista voi ymmärtää, politiikka on tärkeä osa-alue tasa-arvoisuutta koskevassa keskustelussa. Laki antaa turvaa eri sukupuolille ja seksuaalivähemmistöille, vaikka ihmisten päässä olevat normit ja niistä pulppuva vihapuhe on merkki siitä, ettei kaikki ole vielä kunnossa. Nykyiseen tasa-arvon tilaan ei kannata myöskään tuudittautua. Veroittavana esimerkkinä toimii Puola, missä aborttilain vuoden 2021 muutoksen myötä, raskauden keskeytystä on lähes mahdoton saada (Kerttula 2021).

EHKÄISYMENETELMÄT

Ehkäisymenetelmät eivät ole paljon muuttuneet edelliseltä aikajaksolta. 1990-luvun lopulla suosituimpien eli yhdistelmäehkäisytablettien, kierukan ja kondomin lisäksi myös muut hormonaaliset ehkäisymenetelmät, kuten pessari, sterilisaaatio sekä jo 1800-luvulta tutut käyttäytymiseen perustuvat menetelmät (paitsi seksistä pidättäytyminen) esitellään kattavasti ”Ehkäisy-netti”-verkkosivuilla (Ehkäisy-netti a). Yleisin ehkäisymenetelmä alle 25-vuotiaille on edelleen yhdistelmäehkäisytabletti, vaikka 2010-luvulla hormonaalisen yhdistelmäehkäisyn käyttö kääntyi laskuun, kun niiden aiheuttamasta laskimotukosriskistä uutisoitiin laajasti (Aholainen 2021; Yle 2019). Samalla erityisesti hormonikierukan ja kondomin käyttö on kääntynyt kasvuun (Aholainen 2021). Eri ehkäisymenetelmiä suositellaan ammattilaisten toimesta mm. iän, suhdestatuksen, terveydentilan ja elämäntapojen mukaan (Ehkäisy-netti b).

Hormonaalinen ehkäisy sopii hyvin monille ja on tilastojen mukaan tehokas tapa ehkäistä raskautta, ja niin kuin aikasemmassa luvussa todettiin – menetelmä antaa kohdullisille valtaa omaan kehoon. Se on pelastava lääke heille, jotka kärsivät runsaista kuukautisista, PMS-oireista tai endometriosisista. Usein tarkasteltaessa menetelmää elämää haittaavien sivuoireiden näkökulmasta, unohtuu pillerien laaja tarjonta – sopivan vaihtoehdon etsiminen saattaa viedä aikaa, mutta onnistuessa on vaivan arvoinen. Tämän kaltaiseen prosessiin tarvitaan gynekologi, joka ottaa käyttäjän sivuoireet vakavissaan. (Vilen 2020.)

Toisille hormonaalisen ehkäisyn löytäminen on hankalaa, eikä sitä välttämättä sivuoireiden takia löydy ollenkaan. Lääkä-

rit usein vetoavat hormonaalisen ehkäisyn tutkittuun tehokkuuteen ja voivat paheksua hormonittomia menetelmiä (Vähähyyppä 2010). Itselleni ovat lääkärit vihjailleet, että pitää valita haluanko tulla raskaaksi vai kestää oireet. Aivan kuin olisin heikko, jos en kestä vähän masennusta. ”The Contraceptive Pill – How Safe is it?” -dokumentissa (Valkonen 2019) esiin tulleen tanskalaisen tutkimuksen mukaan ehkäisytabletteja käyttävät söivät useammin myös masennuslääkkeitä, eikä yhteyttä itsemurhiin voi sivuuttaa olankohautuksella. Akuutin verkkokyselyn mukaan vastanneista 70% koki saaneensa liian vähän tietoa sivuoireista ja moni jäi yksin oireidensa kanssa (Tikkanen 2019).

Tanskalaisen tutkimuksen mukaan ehkäisytabletteja käyttävät söivät useammin myös masennuslääkkeitä.

Miesten hormonaalista ehkäisyä on kehitetty suunnilleen samoilta ajoilta asti kuin naisten, mutta kehitys on edelleen vaiheessa (Pärssinen 2019). Syynä on hallittavien siittiöiden valtava määrä verrattuna naisen yhteen munasoluun, mutta myös tutkimuksissa esiin nousevat sivuoireet, kuten painonnousu, akne sekä libidon ja mielialan vaihtelut (MTV Uutiset 2016; Pärssinen 2019). Oireet ovat samoja, mitä kohdulliset löytää pilleripaketin kyljestä. Lupaava ihmiskoe keskeytettiin, kun 320 miehestä 20 raportoi sivuoireista (MTV Uutiset 2016). On hyvä, että

ehkäisyn aiheuttavat epämiellyttävät oireet tutkitaan perinpohjin. Asettelu herättää silti eriarvoisuuden tunteita, kun samaan aikaan naisia painostetaan jatkamaan hormonaalista ehkäisyä ja koetut oireet kyseenalaistetaan.

Vuodesta 2006 asti Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, Väestöliitto sekä Sosiaali- ja terveysministeriö ovat suositelleet ilmaista ehkäisyä kunnille ja kymmenet kunnat ovat tarttuneet suositukseen. Tutkimuksen mukaan ilmainen ehkäisy vähentää abortteja ja säästää rahaa, sillä ilmainen ehkäisy on kunnalle halvempaa kuin abortti. Vaikka tulokset ovat kiistattomia, kunnat ovat lähteneet suositukseen heikosti mukaan. Ehkäisy nähdään edelleen naisten omana yksityisasiana, ei niinkään yhteiskunnallisena kysymyksenä. Tämä synnyttää eriarvoisuutta niin kuntien kuin sukupuolten välille, kun kohdullinen kantaa vastuun niin ehkäisyn kuluista kuin sen puuttumisen seurauksista. (Kuukkanen 2018.)

SEKSUAALISUUDEN MONIMUOTOISUUS

Kahdenkymmenen vuoden aikana olemme menneet valtavasti eteenpäin seksuaalisuuteen liittyvän monimuotoisuuden hyväksymisen osalta. Ehdoton heteroseksuaalinen mies-nainen-asetelma on saanut ansaittuja kolauksia, kun kaksinapainen heteronormatiivisuus ja sukupuolinnormit kyseenalaistetaan. Mediassa ja sarjoissa näkyy jo muitakin kuin stereotyyppisiä ”vakiohomoja” ja käsi kädessä kadulla kulkeva lesbopari ei saa niin pitkiä katseita kuin 90-luvulla. Hyvästä kehityskaaresta huolimatta sateenkaariyhteisöön ja sukupuoliin kohdistetaan edelleen vihapuhetta ja syrjintää. Sanaa ”homo” käytetään haukku-

masanana ja tyttöjä huoritellaan (Oinonen & Susineva 2019, 30–31). (Heimolehto & Sjöblom-Hasselblatt 2020.)

Naisen ja miehen rinnalle on tullut muita sukupuoliä: muunsukupuolinen, sukupuoliaton ja intersukupuolinen. Cisnainen ja -mies kokevat syntymässä määritellyn sukupuolensa oikeaksi, transnainen ja -mies taas eivät. Seksuaalisia suuntautumisia on tullut homon, lesbon ja heteron lisäksi a-, andro-, gyne-, bi-, pan-, mono-, ja polyseksuaalisuus. Miehen ja naisen avioliitosta muodostunut varjeltu ydinperhe on saanut vierelleen vuonna 2017 yhdenvertaisen avioliittolain, mikä mahdollisti samaa sukupuolta olevien avioliitot. Myös erilaiset perheet kuten apila- ja sateenkaariperhe sekä monisuhteinen polyamoria rikkovat totuttuja perhenormeja. (Seta ry 2021.)

Yksi merkittävä seksuaalisuuteen liittyvä tabu on vammaisten seksuaalisuus. Erityistason seksuaaliterapeutti ja seksuaalikasvattaja Tanja Rooth (Maskonen 2019) kertoo, kuinka seksiin liittyvät asiat jätetään usein kertomatta vammaisille henkilöille. Todellisuudessa heillä on mahdollisuus avusteiseen seksiin, mutta ennakkoluulot niin vammaisuuteen kuin seksuaalisuuteen jarruttavat asian kehittymistä. (Maskonen 2019.)

SOSIAALINEN MEDIA

Sosiaalisesta mediasta saa tietoa esimerkiksi seksuaalisuuden monimuotoisuudesta, mutta fakta, fiktio ja ihanteet sekoittuvat ja medialukutaito on tarpeen. Nuoret ymmärtävät paremmin kehokuvien epärealistisuuden, kuin mitä itse ymmärsin 2000-luvun teininä. Kuitenkin Kim Kardashianin kaltaiset kauneusikonit tai bodatut vartalot on hankala ohittaa, kun ne ovat jatkuvasti

sometilin seinällä. Median ihanteet ahdistavat ja raastavat omaa hyvinvointia, on hankalampi hyväksyä itsensä sellaisena kuin on (Seksibiliteetti 2018a). Oma ajatukseni oikeanlaisesta kehosta on muovautunut teinivuosina katsoessani sarjoja, lehtiä, mainoksia ja musiikkivideoita, mitkä olivat täynnä usein jopa sairaalloisen laihoja kehoja. En usko, että olisin peitellyt jo ala-asteella tuolla leviäviä reisiäni häpeillen, jos päässäni ei olisi jyskyttänyt Spice Girls -yhtyeen Victorian langanlaihät jalat. Normit muuttuvat nopeasti sosiaalisen median maailmassa. Erityisesti erilaisiin kehoihin sallivasti suhtautuvat kampanjat, kuten #bodypositivity-liike, vauhdittavat myös yritysten vastuuta. Kuluttajat eivät hyväksy enää samoja yksiulotteisia kehoihanteita. Esimerkkinä alla oleva kuva Victoria's secrets -mainoksesta, mikä herätti vastarintaa täydellisen kehon väitteestä (kuva 7). (MLL 2021.)



Kuva 7: Victoria's secrets nosti haloon mainoksellaan vuonna 2014. Toinen alusvaateyritys "Dear Kate" vastasi omalla kuvallaan. (Luxen 2014)

Toinen sosiaalisen median kampanja #metoo toi esiin naisiin kohdistuvaa jatkuvaa seksuaalista häirintää. Vuonna 2017 Twitterissä julkaistiin kirjoitus, missä kehoitettiin laittamaan omalle seinälleen aihetunniste (hashtag) #metoo, jos on kokenut elämässään seksuaalista häirintää (Töyrylä 2018). Julkaisusta kahden päivän jälkeen aihetunnistetta oli käytetty Twitterin mukaan lähes miljoona kertaa (Töyrylä 2018). Kuten moni varmaan muistaa, kampanjasta tuli suosittu myös Suomessa. Omalla sosiaalisen median seinälläni näin usean heräävän ongelman laajuuteen, mutta iltalehtien kommenttipalstoilla ihmeteltiin ”eikö mitään saa enää tehdä”. Nämä ovat ehkä olleet niitä samoja henkilöitä, jotka ovat yökerhon tanssilattialla hitsaantuneet lantioon kiinni tai napanneet hyvän otteen takapuolesta ja jälkeenpäin ihmetelleet vihaisesti miksi saivat avokämmenestä.

Kuten mainitsemistani kampanjoista voi päätellä, sosiaalinen media on loistava paikka ottaa kantaa, ravistella yhteiskuntaa ja saada tietoa. Valitettavasti se on myös paikka missä varsinkin nuoret naiset kokevat seksuaalista häirintää (Leppänen 2018). Myös pornoa on helpommin saatavilla ja saattaa synnyttää epärealistisia mielikuvia seksistä tai omasta kehosta (MLL 2021).

SEKSUAALIKASVATUKSEN TILA

Seksuaalikasvatuksessa on tapahtunut merkittävää kehitystä viimeisen 20 vuoden aikana. Vuonna 2016 koulujen opetusohjelmaan sisällytettiin sukupuolen moninaisuuden ymmärryksen opettaminen ja nykyään seksuaalikasvatusta annetaan jo päiväkodista lähtien – ikätasoon sopivalla tavalla (Köngäs 2020; Seta ry). Pätevä seksuaalikasvatus sisältää nykyään

paljon muutakin kuin ehkäisyneuvontaa, lisääntymistietoa ja seksitaudit. Kokonaisuudessaan WHO:n vuonna 2010 laatima määrite kuuluu näin:



Seksuaalikasvatuksessa nuoret hankkivat tiedot, taidot ja myönteiset arvot, joita he tarvitsevat ymmärtääkseen seksuaalisuuttaan, nauttiakseen seksuaalisuudestaan, luodakseen turvallisia ja tyydyttäviä ihmissuhteita, voidakseen ottaa vastuuta omasta seksuaaliterveydestä ja huomioidakseen muiden hyvinvoinnin. (Oinonen & Susineva 2019, 8.)

Kehityksestä huolimatta nuoret raportoivat edelleen puutteellisesta kasvatustyöstä, erityisesti seksuaalisuuden diversiteetin vähäisestä käsittelystä – monelle jää epäselväksi miten seksitaudit tarttuvat eri seksitavoissa (Oinonen & Susineva 2019, 26). Väestöliiton julkaisusarjassa ”Ehkäisytablettien ja sinappikylypyyn” Ritamies (2006) toteaa kuinka nuorena saatu väärä tieto seksuaalisuuteen liittyvistä asioista saattaa jäädä mieleen aikuisuuteen asti. Ylen tekemä verkkokysely (Köngäs 2020) vahvistaa väitteen, kun useat raportoivat nuoruudessa saaman heikon tiedon ehkäisystä, seksitaudeista, tunnetaidoista ja seksuaalioikeuksista vaikuttaneen merkittävästi elämään niin nuorena kuin aikuisena.

Vaikka paperilla kaikki huomioon otettavat aiheet on lueteltu mallikkaasti, niiden noudattaminen voi olla seksuaalikasvattajasta kiinni. Omien ennakkoluulojen vangeiksi jääneet aikuiset (niin kotona kuin koulussa) voivat asettaa nuoret eri arvoiseen asemaan. Tämä saa nuoret etsimään tietoa

yhä enemmän internetistä, mikä on luotettavien tahojen lisäksi myös täynnä epäluotettavaa tietoa. Koska nuorena luodaan perusta omalle seksuaali-identiteetille, on tärkeää tiedostaa ja huomioida seksuaalikasvatuksessa niin seksuaalisuuteen kuin kehoon liittyvät normit, diversiteetti ja turvallinen – asiantuntijuuteen perustuva ilmapiiri (MLL 2021). (Oinonen & Susineva 2019, 8–9.)

SEKSITAUDIT

Seksitaudit kääntyivät kasvuun vuonna 2019 ja klamydian tartuntamäärissä tehtiin ennätys alle 25-vuotiailla nuorilla: 16200 todettua tartuntaa (Kosola 2020). THL:n ylilääkäri Tuula Hannila-Handelbergin (Kosola 2020) mielestä tilastoja ei pitäisi ohittaa – seksitaudeista ja niiden ehkäisystä informointi on edelleen merkittävää valistustyötä.

Tartuntamäärän lisäksi seksitautien näytteitä otetaan toisinaan olettamalla asiakkaan seksitapa (Hivpoint 2019). Esimerkiksi kaikki näytteet mitä itse olen antanut on otettu hetero-oletuksella. Hivpoint (2019) korostaa ammattilaisen vastuuta kysyä eri seksitavoista, koska seksitaudit tarttuvat eri tavalla eri liimakalvokontakteissa. Vastaanotolla pitäisi ottaa puheeksi myös muiden kuin yleisimpien seksitautien testaus – ammattilaisen avoimuus hälventäisi seksitauteihin liittyvää stigmaa ja häpeää.

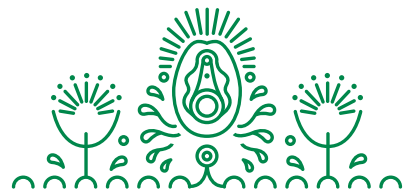
PÄÄTELMÄT TURVALLISEN SEKSIN TOTEUTUMISESTA

Nykyään tasa-arvoa edistämään on laadittu liuta hyviä lakeja. Me kaikki voimme ilmentää omaa sukupuolta tai seksuaalista suuntautumista ilman, että kukaan lentää vankilaan. Vaik-

ka kehitys on ollut hyvä, niin rakenteelliset kuin sosiaalisetkin epäkohdat näkyvät sosiaalisen median vihapuheena ja koronaviruksen runtelemassa yhteiskunnassa. Monet meistä olettaa kaikilla olevan samat lähtökohdat elämässä, mutta se ei pidä paikkaansa. Jo naisten 84 sentin euro ja edelleen paikoin heteronormatiivisuuteen perustuva seksuaalikasvatus syrjii merkittäväällä tavalla. Myös menneisyyteen jumittuneet lait luovat epätasa-arvoa. Miksi kenenkään tarvitsee selitellä päätöstään, kun on kyse omasta kehosta?

Jos opetamme nuorille, että vain tietynlainen keho on seksikäs, tai että vain jokin sukupuoli saa ilman halventavia kommentteja harrastaa vapaasti seksiä, asetamme merkittävän osan väestöä epäilemään omaa asemaansa yhteiskunnassa. Seksitautien torjumistyössä pitää jo varhaisessa vaiheessa ottaa huomioon eri seksitavoissa tarttuvat taudit. Ilman sitä diversiteettiin pohjautuva turvallinen seksi ei toteudu. Voin todeta turvallisen seksin olevan käytännössä mahdollista, mutta pätevää, diversiteettiä korostavaa tietoa ehkäisytaivoista, seksitaudeista ja seksuaalioikeuksista tarvitaan yhä.

**Diversiteettiä korostavaa tietoa
ehkäisytaivoista, seksitaudeista ja
seksuaalioikeuksista tarvitaan yhä.**



2.6 POHDINTAA

Historiaan ja nykyhetkeen perehtyminen on ollut graafisen suunnittelijan näkökulmasta enemmän kuin hyödyllistä. On merkittävää tietää miten seksuaalisuuteen on suhtauduttu ja suhtaudutaan nykyään niin sukupuolten, normien, seksuaalisten suuntautumisten, seksuaalikasvatuksen ja tasa-arvon kannalta. Taustatutkimus on saanut ymmärtämään miten tärkeän asian äärellä turvallisen seksin kampanja on.

Kun tutkin 1800-lukua, normit, säännökset ja ehkäisykeinot tuntuivat vierailta ja osittain käsittämättömältä itsenäiselle 2020-luvun naiselle. Alisteisuus miehelle, jatkuva synnytyksen pelko ja naisen arvo kiinnitettynä lapsilukuun – asetelma kuulostaa ”The handmaids tale” -romaaniin perustuvalta tv-sarjalta, missä yhteiskuntaa pyörittävät miehet ja hedelmälliset naiset orjuutetaan järjestystä tukeviin kotitalouksiin synnytyskoneiksi (HBO). Ajatus sen kaltaisesta yhteiskunnasta on pelottava, mutta vielä pelottavampaa on ymmärtää, että jotkut voivat pitää ainakin osittain asetelmaa hyvänä ideana.

Turvallisen seksin kampanjamme arvot heijastavat nykyä ja varovat historian vanhoja, mutta edelleen toisille päteviä arvoja. Yksi mikä historiassa kuitenkin inspiroi, oli 1800-luvun alueellisesti eroava häveliäs ilmapiiri. Sen ajan korkeakulttuuri oli liian sivistynyt sanoille *pillu*, *kyrpä* ja *panna*, joten kampanjassamme haluamme kokeillaan mitä nykykulttuuri näistä sanoista on mieltä.

Seuraavat aikakaudet 1900-luvulta tähän päivään saivat ymmärtämään, mistä jotkut normit ja puhekielessäkin toistuvat oletukset ponnistavat. Miten sukupuolen mukaan edelleen määritellään onko joku *antanut* seksiä tai *saanut* sitä ja miten saana ”homo” käytetään edelleen haukkumasanana.

Omassa nuoruudessani Sysmässä kukaan ei ollut avoimesti homo. Vaikka normit ovat ajassa kiinni, mielestäni ne vaihtelevat myös alueellisesti. Nykyään internet ja sosiaalinen media vain paljastavat epäkohtia paremmin. Tästä hyvänä esimerkkinä Sysmässä toimiva rehtori, joka MOT:in haastattelussa perusteli vakavaa kiusaamista kiusattujen oppilaiden tarpeella tuoda esille seksuaalista suuntautumistaan ”hutsahtavalla” pukeutumisella. Hän piti sitä myös outona, että 12-vuotiaat identifioituvat seksuaaliselta suuntautumiseltaan homoksi ja ymmärtäväisesti toteaa kuinka muut oppilaat reagoivat siihen pelolla ja vihalla. Haastattelu sai huomiota valtakunnallisella tasolla ja rehtorin sanoja pidettiin tälle ajalle käsittämättöminä. Pienessä kunnassa asioihin on hankalampi puuttua, kun piirit ovat niin tiiviit – kunnan valtopolitiikka heijastuu suoraan kiusattuihin lapsiin. (Kurki & Munukka 2019.)

Normit ohjaavat osittain seksuaalikasvatusta ja ne on tärkeää ottaa huomioon myös turvallisen seksin kampanjakonseptia tehdessä. Graafisena suunnittelijana minun täytyy ottaa huomioon eettinen suunnittelu – tekemäni ratkaisut eivät saa

olla hyvän maun vastaisia tai yhteiskunnassa hyväksytyjä arvoja loukkaavia (Graafinen 2015). Ennen konseptin elementtien suunnittelua, minun tulee ensin tiedostaa omat nuoruudessani opitut normit: heteroseksuaalisuus, parisuhde, kirkkohäät, lapset, asuntolaina ja langanlaiha kehoihanne. Ne vaikuttavat aina taustalla, vaikka olen oppinut kyseenalaistamaan kaikki. Eri kehojen, sukupuolten, seksuaalisen suuntautumisen, seksitapojen ja suhteiden monimuotoisuutta tulee korostaa ja pyrkiä ottamaan huomioon kaikki erilaiset tarpeet.

Normit ohjaavat osittain seksuaalikasvatusta ja ne on tärkeää ottaa huomioon myös turvallisen seksin kampanjan konseptisuunnitelmaa tehdessä.

Hormonaalista ehkäisyä korostetan usein ylitse muiden menetelmien. Sillä on ehdottomasti hyvät puolensa, mutta sivu-oireita vähätellään eikä niitä välttämättä kerrota asiakkaalle lääkärikäynnin yhteydessä (Tikkanen 2019). Koska olemme kaikki yksilöitä, tulevassa turvallisen seksin kampanjassa on merkittävää kertoa kaikista Suomessa saatavilla olevista ehkäisy-

keinoista, niiden hyvät ja huonot puolet, käyttöohjeet, hinta ja saatavuus. Tiedostan omat ennakkoluuloni hormonaaliseen ehkäisyyn ja kampanjan informaatio-osuudessa luotan seksologi Mirkan tietotaitoon. Raskauden ehkäisyn vastuu painottuu usein vain kohdullisille henkilöille, kampanjassa korostamme kaikkien osallisten vastuuta kantaa niin kulut kuin ymmärrys siitä mitä muutoksia keho mahdollisesti käy läpi yhteisen nautinnon vuoksi.

Sosiaalinen media on merkittävä paikka levittää tietoa, kuten kokemukset #bodypositivity ja #metoo -kampanjoiden tiimoilta ovat osoittaneet. Onnistuessaan kampanja leviää laajalle yleisölle ja tavoittaa nuoria eri paikkakunnilta – toivottavasti myös Sysmästä. Nykyään tietoisuus seksuaalisuuden monimuotoisuudesta on parempi kuin ennen ja kampanja saisi nopeasti tiukkaa palautetta, jos siinä huomattaisiin syrjittävän jotain ihmisryhmää. Olen aika varma, että kampanja saa negatiivista palautetta joka tapauksessa – toiset eivät häveliäisyyttä ja heteroseksuaalisuutta koskevista normeistaan halua päästää irti. Mutta jos negatiivista palautetta tulee, toivon sydämeni pohjasta sen tulevan vanhentuneita arvojaan korostavilta ”setämiehiltä” kuin tasa-arvoa puolustavalta muunsukupuoliselta. Vaikka maalailen piruja palauteseinille uskon, että mitä enemmän vähemmistöjä tuodaan esille, sen paremmin ne iskeytyvät monien sukupolvien alitajuntaan.



Suomen ensimmäinen naispresidentti tiivistää aiheen osuvasti:

**Kun lasikattoja rikotaan,
tarvitaan samasta aukosta
useampia tulijoita.
Tasa-arvosta on kyse vasta,
kun asiassa ei ole mitään
kummallista.**

Tarja Halonen (Kähönen 2021)

3 Кампања

3.1 KAMPANJAN MÄÄRITELMÄ & VAIHEET

Blakeman (2011, 6) kuvailee kirjassa ”Advertising Campaign Design – Just Essentials” markkinointikampanjaa sarjaksi ilmoituksia, mitkä jakavat saman visuaalisen identiteetin, edistävät samoja tavoitteita ja on kohdennettu samalle ennaltamääritellylle kohderyhmälle heille ominaisessa mediassa. Kampanjan voi osoittaa yrityksille tai laajalle yleisölle – kuluttajille. Sen tulee olla yksilöllisesti, niin ilmeeltään kuin äänensävyiltään, kohderyhmän ja aiheen taustatutkimuksessa tehtyjen havaintojen perusteella räätälöity kokonaisuus. Kuitenkaan sekään ei aina riitä – yksi merkittävä virhe voisi olla ongelman tai tavoitteen esiintuominen tarjoamatta varteenotettavaa ratkaisua. Taustatutkimuksessa tulee määrittää kohderyhmän tarpeet ja avata miten kampanja vastaa niihin (Blakeman 2011, 19). Koska kampanja usein rakentuu brändin ympärille, sillä voi olla vuosiakin brändin mainetta hyödyttävä tai heikentävä vaikutus.

Kampanjan tarkoituksen voi jakaa viiteen alatyyppeihin – se voi hakea joko kansainvälistä tai paikkasidonnaista huomiota, edistää palvelun tai vähittäiskaupan myyntiä tai se voi keskittyä auttamaan yhteisön jäseniä globaalisti tai paikallisesti. Jotta kampanja erottuisi edukseen, persoonallinen visuaalisuus ja selkeä viesti ovat merkittävässä asemassa. Keston määrittää usein tavoite – mitä kampanjalla halutaan saavuttaa ja kuinka kauan sen saavuttamiseen tarvitaan aikaa. Kun tehdään yksittäinen mainos, se on hyödyllinen silloin, kun sen osoittaa spesifillä

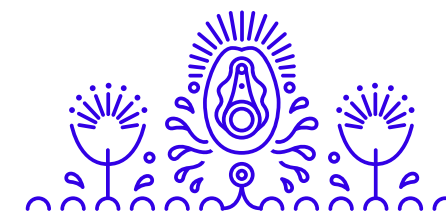
hetkellä, oikealle kohteelle ja oikeassa mediassa. Kampanjan julkaisulle on myös hyvä määrittää oikea hetki onnistumisen maksimoimiseksi, mutta yksittäiseen mainokseen verrattuna kampanjan hyöty on merkittävä. Se on nähtävillä ”jatkuvalle syötöllä” ja edistää näin tavoitettaan ja brändin tunnettuutta tehokkaasti. (Blakeman 2011, 7–11.)

Kampanjalla ja yleensä mainonnalla haetaan kokonaisuudessaan tuottoa tai tuloksia, luova työstö on vain kampanjan yksi osuus, vaikka merkittävä sellainen. Kampanjan yhtenäinen visuaalisuus ja ääni luo tunnettuutta – mm. samat väriyhdistelmät, typografia, slogan ja taitto toistuvat koko kampanjan läpi, kaikissa kanavissa ja medioissa. Luova toimintasuunnitelma, kampanjakonsepti, ratkaisee toimeksiannossa esiin tulleet tarpeet, tavoitteet ja ongelmat. Se reflektoi lisäksi kohderyhmää etsien personoituja ratkaisuja visuaalisesti ja verbaalisesti. Jokainen kampanjassa käytetty elementti nojaa toimeksiantoon ja kohderyhmään. Kampanjan kokonaisuuden luomiseen tarvitaan asiantuntijoita niin markkinoinnista, kuin luovalta puolelta. (Blakeman 2011, 15–17.)

TURVALLISEN SEKSIN KAMPANJA

Turvallisen seksin kampanja asettuu kampanjoiden alatyyppeihin ”yhteisön jäsenten auttaminen”. Kampanja jakaa luotettavaa tietoa turvallisesta seksistä. Opinnäytetyöni teososuus on kampan-

jakonsepti. Lähestyn tästä syystä kampanjan toteuttamista luovaa osuutta tukevista lähtökohdista, kuten perehtymällä aiheeseen (luku 2. Taustoitus), kohderyhmään ja levitykseen valittuun mediaan. Tutkin muita kampanjoita, joista on minulle hyötyä konseptia suunnitellessa. Lopuksi määrittelen kampanjan tarpeen, ”toimeksiannon”, tavoitteet ja arvot, teeman, viestinnän kärjen ja visuaaliset elementit. Markkinoinnin näkökulmasta tärkeitä kohtia, kuten viimeistely aikataulu, kustannukset, kohdennettu näkyvyys, resurssit ja analytiikka jäävät tutkittavista asioista pois (Teikko 2016). Kampanjan seuraavassa vaiheessa tiimiin etsitään markkinoinnin asiantuntija vastaamaan kyseisistä kohdista.



3.2 Z-SUKUPOLVEN NUORET

Kampanjan kohderyhmä rajaantui z-sukupolveen, tarkemmin 13–20-vuotiaisiin nuoriin. Taustatutkimuksessa esiin tulleet epäkohdat, kuten nuorten raportoima ajoittainen heteronormatiivinen asenne seksuaalikasvatuksessa sekä huomio nuorena saadun väärän tiedon negatiivisesta vaikutuksesta aikuisuuteen asti, teki rajaamisesta vaivatonta. Z-sukupolven tavoittaa parhaiten sosiaalisesta mediasta, ja koska monessa sosiaalisen median kanavassa ikäraja on 13, kohderyhmän ikähaarukka rajattiin alkamaan siitä (Hotti 2019; MLL 2019b). Kampanja tarjoaa yleishyödyllistä tietoa kaikille, kuitenkin 20 on asetettu yläikärajaksi, koska kampanjaa suunnitellaan erityisesti z-sukupolvelle.

Seksuaalikasvattajan käsikirjan (Oinonen & Susineva 2019, 14–15) mukaan seksuaalikasvatusta tulee tehdä ikätasoon sopivalla tasolla. Jo 12–15-vuotiaille tulee kertoa raskauden ja seksitautien ehkäisymenetelmistä eri seksitavoissa sekä kannustaa nauttimaan seksuaalisuudesta vastuullisesti. Asioista tulee kertoa myönteisellä kulmalla.

Z-sukupolvi käsittää noin 1998–2010 syntyneet henkilöt – he ovat ensimmäinen oikea diginatiivi sukupolvi eli syntyneet älypuhelimien ja internetin maailmaan (A-lehdet 2020). Sukupolvi eroaa edellisistä myös arvoiltaan. Kun aikaisemmat sukupolvet ovat pyrkineet sulautumaan normeihin, z-sukupolvi arvostaa diversiteettiä ja lokeroimattomuutta (Zetapodi 2019; A-lehdet 2020). Moninaisuuden kirjon arvostaminen luo erikois-

ta kitkaa *z-sukupolvi* ja *nuoret* käsitteille ylipäätään. **Kampanjaa suunniteltaessa täytyy ymmärtää, että kaikki ovat yleisistä leimoista huolimatta yksilöitä ja sukupolven ominaisuudet kohdistuvat massoille luotuihin oletuksiin** (Zetapodi 2019).

SEKSUAALISUUS

Kun aikaisemmat sukupolvet pyrkivät asettumaan normeihin, z-sukupolven nuoret eivät koe erilaisuutta epänormaalina. Demin toteuttamassa gallupissa (Zetapodi 2019) nousi esille, kuinka nuoret olivat huolestuneita koulujen tavasta painottaa heteroseksuaalisuutta – seksuaalivähemmistöistä ja heidän tavastaan harrastaa seksiä ei juuri puhuta. Puhe on edelleen painottunut liikaa raskauden ehkäisyyn, seksitauteja sivutaan vain kevyesti. Miehen ja naisen välisen yhdynnän lisäksi nuoret toivovat mediaan enemmän esimerkkejä siitä mitä kaikkea nautinto voi olla, myös heterosuhteissa. Kiinnostavaa vastuksissa oli solidarisuus yhteisöä kohtaan, myös he jotka eivät kuuluneet vähemmistöihin halusivat nostaa epäkohdan esille. (Zetapodi 2019.)

Nuoret toivovat seksuaalikasvatukseen myös enemmän tunteita ja suhteita käsittelevää tietoa sekä normeihin ja niiden asettamiin paineisiin puuttumista. Erityisesti pojat kokevat, kuinka heidän kuuluisi olla seksissä heti hyviä. Seksin konkretiaan otetaan harvoin kantaa – paineet ja odotukset saada orgasmi seksin aikana oli erityisesti tyttöjen huoli. (Zetapodi 2019.)

Nykynuorille tiedon etsiminen internetistä on luontevaa myös seksuaalisuuteen liittyvissä asioissa. Internetin tietovarasto on iso ja laadukkaan tiedon äärelle päätyminen ei ole yksioikoista. Pornon katsominen on yksi tapa hankkia tietoa. Koulun Terveyskirjaston nettisivuilla kerrotaan, kuinka tutkimuksen mukaan suurin osa nuorista näkee pornografiaa ensimmäisen kerran 12–14-vuotiaana. Porno ei ole suoraan huono tai tuomittava asia, mutta usein siihen liittyy näytelty kaava, yliluonnolliset asennot, ”ihanteelliset” kehot ja hiottu suoritus. Kyseiset piirteet eivät anna kasvavalle nuorelle realistista kuvaa mitä odottaa seksielämältä. (Koulun Terveyskirjasto; MLL 2021.)

Nuoret ovat yhä rohkeampia ilmaisemaan omaa seksuaalisuuttaan sosiaalisessa mediassa – kun käyttäjien on mahdollista jakaa omia kokemuksiaan, tarinat saattavat vahvistaa myös kuulijan kokemuksen oikeellisuutta tai todentaa seksuaalisuuteen liittyvän moninaisuuden kirjoja. Myös uudet seksuaalisuuteen liittyvät käsitteet kuvaavat hallitsevan heteronormatiivisen asenteen kyseenalaistamista. (Zetapodi 2019.)

Z-sukupolven luottamus ansaitaan aidolla ja läpinäkyväällä vuorovaikutuksella (Hotti 2019). Seksuaalisuudesta puhuessa täytyy ottaa huomioon mekaanisten asioiden, kuten raskauden ja seksitautien ehkäisyn lisäksi seksuaalisuuteen liittyvä ilmapiiri, tunteet ja diversiteetti. Normien toistaminen kampanjassa toisi nuorille ahdistusta ja kampanjalle ansaittua huonoa palautetta.

3.3 DIGINATIIVIT & SOSIAALINEN MEDIA

Saadakseen z-sukupolven edustajan huomion, on oltava sosiaalisessa mediassa – tästä syystä turvallisen seksin kampanja julkaistaan myös siellä (Hotti 2019). Sosiaalinen media on vuorovaikutukseen ja yhteisöllisyyteen perustuva digitaalinen ympäristö. Kun *perinteiset* mediat, kuten televisio syöttää katsojilleen sisältöä, yleisö on puhtaasti vastaanottajan roolissa. Sosiaalisessa mediassa sisältöön voidaan vaikuttaa mm. kommentoimalla tai jakamalla sitä – se on kanava, missä kuka tahansa voi ilmaista itseään ja tuoda esille mielipiteitä. (Hintikka.)

Z-sukupolvelle sosiaalinen media on itsestänselvyys ja aito vuorovaikutus välttämättömyys (Hotti 2019). Nuoret luottavat yhä heikommin brändeihin ja yrityksiin – he nostavat jalustalle vertaisiaan, aitoja ja yksittäisiä käyttäjiä, jotka mm. vaikuttavat seuraajiensa mielipiteisiin (Hotti 2019; A-lehdet 2020). Sosiaalisessa mediassa aitous on toki hieman kyseenalainen sana, mutta siellä vaikuttavat tahot ovat entistä lähempänä kuluttajaa, kun verrataan esimerkiksi allekirjoittaneen teinivuosien idoleihin, Hollywoodin miljoonataloissa sähköaitojen takana. Tästä syystä yritykset panostavat yhä enemmän vaikuttajamarkkinointiin, kun haluavat tuoda tuotettaan tai palveluaan esille (Käkelä 2020).

Se, että on sosiaalisessa mediassa, ei z-sukupolven kohdalla riitä. Vuorovaikutuksessa tulee ottaa huomioon heidän taipumuksensa tehdä nopeita päätöksiä näkemänsä sisällön merkityksellisyydestä. Aikaisemmille sukupolville tuttu (raivos-

tuttavan) hidas internet-yhteys on nykynuorille vieras käsite – he ovat oppineet suodattamaan jatkuvaa informaatiotulvaa ja päättävät kiinnostuksen tasonsa sekunneissa (Grigoreva 2017). Tästä syystä aito vuorovaikutus ja merkityksellinen sisältö on välttämättömyys (Hotti 2019). He ovat tietoisia maailman tilanteesta ja epäkohdista ja jättävät huomiotta mm. brändit, jotka eivät perustu vastuullisuuteen. Selkeä ja yleistämistä välttävä viestintä on avainasemassa (Hotti 2019).

SEKSUAALITERVEYS SOSIAALISESSA MEDIASSA

Kuten taustatutkimuksessa tuli esille, media toistaa yhteiskunnan asettamia normeja ja asettaa ulkonäköpaineita niin z-sukupolvelle kuin muillekin ikäluokille (Seksibiliteetti 2018a). Internetissä päädytään vaivattomasti pornon äärelle, eikä seksuaalinen ahdistelu sosiaalisessa mediassa ole tuntematon käsite (Leppänen 2018).

Seksuaalisuus mediassa ei kuitenkaan ole pelkästään paha asia. Väestöliiton seksuaalioikeuksia käsittelevässä podcastissa (Sexual Rights Q&A 2019) jaksossa ”Jokainen voi muuttaa maailmaa – Oikeus vaikuttaa” monet nuoret kritisoivat median ja koulun heteronormatiivista asennetta, mutta myös käyttivät seksuaalioikeuttaan hyväksi jakamalla tietoa vähemmistöistä ja tuomalla epäkohtia esiin omalla sosiaalisen median kanavalla. Kuten taustatutkimuksesta opittiin, normeja voi ravistella ja

purkaa, usein tilalle vaan tulee uusi normi, mutta se on astetta avoimempi – mediakriittisyys on nykyään merkittävä taito (Seksibiliteetti 2018a).

Normeja voi ravistella ja purkaa, usein tilalle vaan tulee uusi normi, mutta se on astetta avoimempi

Numminen (2020, 25–28) päättelee kandidaatintutkielmasaan ”Nuorten seksuaaliterveys ja sosiaalinen media” sosiaalisen median tarjoavan pätevän kanavan seksuaaliterveyden levittämiseksi osaksi omaa elämää, tiedon levittäminen on tehokasta ja kannattavaa. Seksin ja seksuaalisuuden kehittyminen mediassa on kuitenkin terveysalan ammattilaisten vastuulla. Onnistuminen vaatii tutkitun tiedon äärellä olemista, normien ja tabujen murtamista sekä matalan kynnyksen mahdollisuuden vuorovaikutukseen. Nuoria kiinnostaa seksuaalisuus – myös arkaluontoisiksi ajatellut asiat.

SOSIAALISEN MEDIAN KANAVAT

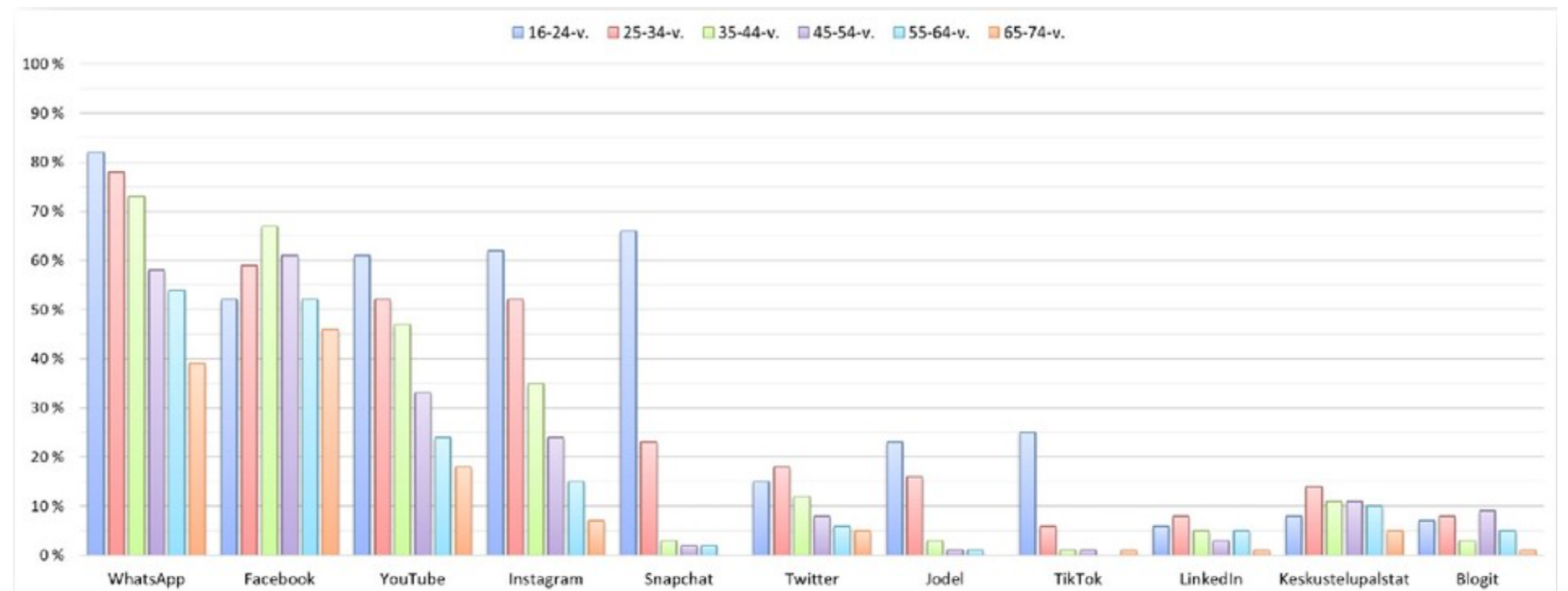
Sosiaalisen median kanavia on paljon. Kun kampanjan julkai-

sua varten etsitään paras vaihtoehto, on syytä tarkastella kanavien käyttöön liittyvää dataa ja ikäjakaumaa –näin sisältö löytää kohderyhmän luo (Folcan). Innowisen (2021) tekemä sosiaalisen median katsaus auttaa paikantamaan kampanjan kohderyhmää. Taulukon 1 mukaan turvallisen seksin kampanjan ikähaarukka jakaantuu muutamalle kanavalle. Taulukossa tutkitaan sinistä palkkia, mikä näyttää nuorimmat 16–24-vuotiaat käyttäjät. Heille suosituimmat neljä kanavaa ovat WhatsApp, Snapchat, YouTube ja Instagram.

Koska WhatsApp on pikaviestinpalvelu, suljemme sen ensin pois laskuista – kampanja on julkinen isolle yleisölle. YouTube taas on videoihin pohjautuva kanava. Se ei ole mahdoton paikka toteuttaa turvallisen seksin kampanjaa, mutta kampanjan konseptivaiheessa pysyttäydään vielä staattisessa visuaalisuudessa. Instagram on sisällöltään visuaalinen ja sinne myös kampanja sopii hyvin. Kohderyhmän kaikista nuorimpia on Instagramissa vähemmän. Innowisen (2021) mukaan 13–16-vuotiaat liikkuvat WhatsAppin ja YouTubeen jälkeen eniten mobiilisovellus SnapChatissa, missä jaetaan kuvia ja lyhyitä videoita. Lähetetyt sisällöt häviävät tietyn ajan kuluessa. Turvallisen seksin kampanjaa kannattaa harkita jaettavaksi Instagramissa ja Snapchattissa. Tarkemmat analyysit tekee markkinoinnin asiantuntija kampanjan seuraavassa vaiheessa. (MLL 2019; Innowise 2021.)

HUOMIOITA

Sosiaalisen median vuoden 2021 trendeissä painotetaan mm. vaikuttajayhteistyötä, visuaalisuutta ja vuorovaikutusta (Käkelä

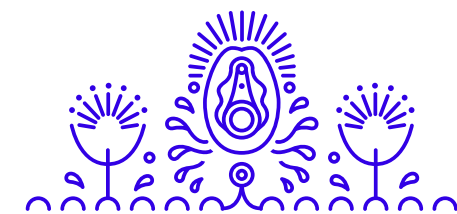


Kuvio 1: Innowisen sosiaalisen median katsaus

2020). Turvallisen seksin kampanjassa vaikuttajayhteistyö kannattaa ottaa huomioon, mutta niin kuin muissakin yhteistyökuvioissa, tiedon levittäjän ja aiheen mission täytyy sopia saumattomasti yhteen (Zetapodi 2018). Varsinkin turvallisen seksin kampanjassa oikean tiedon levittäminen on merkittävää ja sosiaalisen median ominaisuus vuorovaikutukseen on otettava huomioon. Kuka tahansa mielipidevaikuttaja ei voi vastata seksuaalisuutta koskeviin kysymyksiin, sen täytyy olla kampanjan arvot jakava ammattilainen. ”Sometohtori” (sosiaalinen median tohtori) Suvi Uski toteaa (Zetapodi 2018) ettei vaikuttajien käyttö ole täysin ehdotonta. Nuoret kiinnittävät huomiota sisältöön, jos se on kiinnostava, ajankohtainen ja ajateltu –leviäminen saattaa alkaa myös ilman vaikuttajayhteistyötä. Kuitenkin, kampanjan tiedon ollessa merkityksellistä, haluamme ottaa vaihto-

ehdon huomioon – mahdollisia yhteistyökumppaneita etsitään kampanjan seuraavassa vaiheessa.

Kun kohderyhmänä on z-sukupolvi, on erityisen tärkeää ottaa huomioon heidän nopea reaktiokyky informaatioon ja panostaa viestin ensimmäisiin sekunteihin. Sisällössä on otettava huomioon rohkea ja kekseliäs lähestymistapa, jotta z-sukupolven edustaja pysähtyy sen äärelle (Perus 2021). Kaikki yritykset viestiä arvoilla mitä ei allekirjoita, ovat nuorille ilmiselviä ja helposti ohitettavia (Hotti 2019).



3.4 TUTKITTAVAT KAMPANJAT

Tässä luvussa käsittelen seksuaaliterveyteen liittyviä ja aiheen ulkopuolelta olevia kampanjoita, jotka ovat onnistuneita tai mielestäni hyödyllisiä tutkia. Käsittelen kampanjoita, jotka ovat suunnattu nuorille tai omaavat samat lähtökohdat kuin turvallisen seksin kampanja – tavoitteena tiedon levitys ja asian nostaminen pöydälle. Seksuaaliterveyteen liittyvät kampanjat painottuvat vahvasti kondomeihin ja seksitauteihin. Päätelen sen johtuvan muiden raskauden ehkäisymenetelmien leimaamisesta vain kohdullisten huoleksi sekä seksuaalioikeuksien kohtalaisen tuoreesta statuksesta – ne eivät oman havainnon mukaan ole ehtineet vielä laajaan levitykseen. Pohdinnat mainosten, ilmeiden ja kampanjoiden yhteydessä ovat omia johtopäätöksiä ja havaintoja peilaten tekemääni taustatutkimukseen.

HIV-TUKIKESKUKSEN JULISTENÄYTTELY

Hiv-säätiö piti vuonna 2016 näyttelyn julisteista, jotka ovat vuosien saatossa kampanjoineet HI-viruksen leviämistä vastaan (STT info 2016). Näyttelyn julisteista näkee, kuinka erilaisella otteella katsojaa on provosoitu, niin pelolla kuin huumorilla. Valitsin kommentoitavaksi julisteista kolme.

Lääkintöhallituksen ”**Käytä kumia**” -juliste 1980-luvulta (kuva 8) tuo HI-virusta tietoisuuteen Touko Laaksosen ”Tom of Finland” -kuvituksella. Tom of Finland kuvitukset

ovat alunperin eroottinen kannanotto homoseksuaalisuuteen liittyvään stereotypiaan, kun 1950-luvulla homoseksuaaleja kuvattiin lähinnä onnettomina yksilöinä (Siironen 2020). Vaikka julisteen Tom of Finland -kuvitus on upea ja 1980-luvulla ne saivat valtavasti julkisuutta, kuvituksen käyttäminen olisi nykyään mielestäni hankala selittää tässä yhteydessä (Siironen 2020). HI-viruksen suurin tarttuvuusriski on anaaliseksiässä, mutta kuka sanoi, ettei sitä voisi harrastaa seksuaaliseen suuntautumiseen katsomatta (Hivpoint)?

Punaisen Ristin ”**Älä pane itseäsi hengiltä**” -viestillä (kuva 9) on painavaa sanottavaa, mutta viesti tuntuu nykyajassa todella painostavalta ja nautinnon sulkevalta. Vaikka sanoma pistääkin miettimään, turvallisen seksin kampanjassa vältetään näin negatiivista ja vahvaa mielikuvaa.

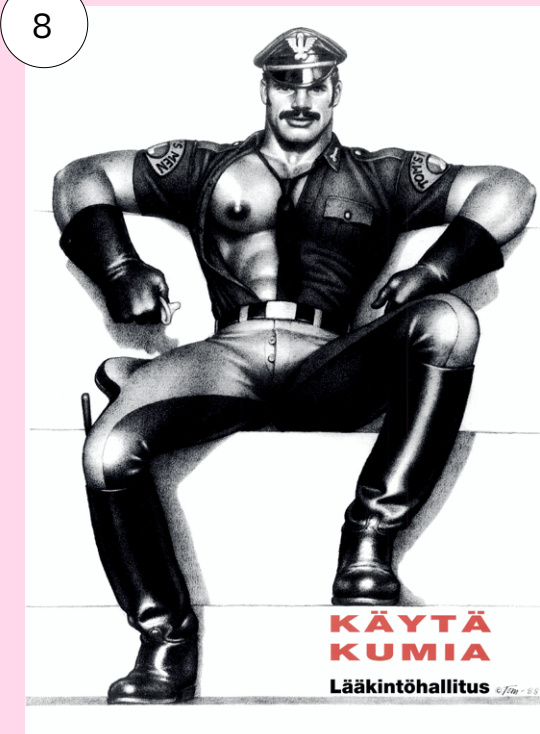
Hiv-tukikeskuksen ja Kilroyn yhteinen ”**It’s a jungle out there, use a condom**” -juliste (kuva 10) on onnistunut huumorillaan ja eikä se tuomitse seksin harrastamista. Kuitenkin hoikat ja lihaksikkaat, stereotyyppisesti *hyvännäköiset* kehot pistää silmään. Idea on viety uudelle tasolle, kun puhutaan seksistä, mutta nykyään kehoihanteet saivat kritiikkiä.

Kuva 8: Käytä kumia (STT info 2016)

Kuva 9: Älä pane itseäsi hengiltä (STT info 2016)

Kuva 10: It’s a jungle out there, use a condom (STT info 2016)

8



**ÄLÄ PANE
ITSEÄSI
HENGILTÄ.**



9



10

KESÄKUMIKAMPANJAT

Kesäkumikampanjoita on tehty vuosittain jo vuodesta 1995. Sen takana on alunperin edesmenneen Radio Mafian juontajat Jusu Lounela ja Eve Mantu, jotka houkuttelivat mukaan yhteistyöhön RFSU:n ja Suomen Punainen Ristin. Kesäkumikampanjaan liittyy aina kesäkumibiisi, joita on ollut tekemässä mm. PMMP, Cheek ja viimeisimpänä Tuure Borelius. Joka vuodelle tehdään uniikki kondomipakkaus. Koska olen ollut teini kesäkumikampanjoiden aikana, voin sanoa niiden iskeneen vahvasti kohderyhmään ainakin 2000-luvun alussa. Mielikuvana itselleni on jäänyt seksistä puhumisen normalisointi ja seksin harrastamisen sallivuus myös nuorille. Jos PMMP:n kumivirsi alkaisi soimaan, muistaisin varmasti sanat (kuva 11). (Heikkinen 2017)

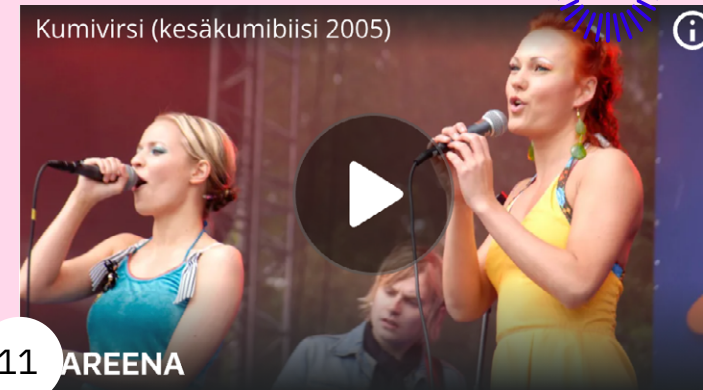
Viime vuoden kesäkumikampanja toteutettiin perinteisten festareiden sijaan sosiaalisessa mediassa. Kampanjassa painotettiin erityisesti turvallista seksiä ja yhtenäisiä oikeuksia kaikille seksin osapuolille. Aiheen tärkeyden lisäksi, visuaalinen ilme oli herkullinen ja kauniin yksinkertainen mikä taipuu moneen tarkoitukseen (kuvat 12–13). Kampanjan selkeästä linjasta voi ottaa oppia turvallisen seksin kampanjakonseptiin. (Turun Sanomat 2020.)

Kuva 11: PMMP – kumivirsi (Heikkinen 2017)

Kuva 12: Aikatauluja (Hälinen 2018)

Kuva 13: Kesäkumi 2 (Kesäkumi)

Kuva 14: Kesäkumi 3 (Väestöliitto)



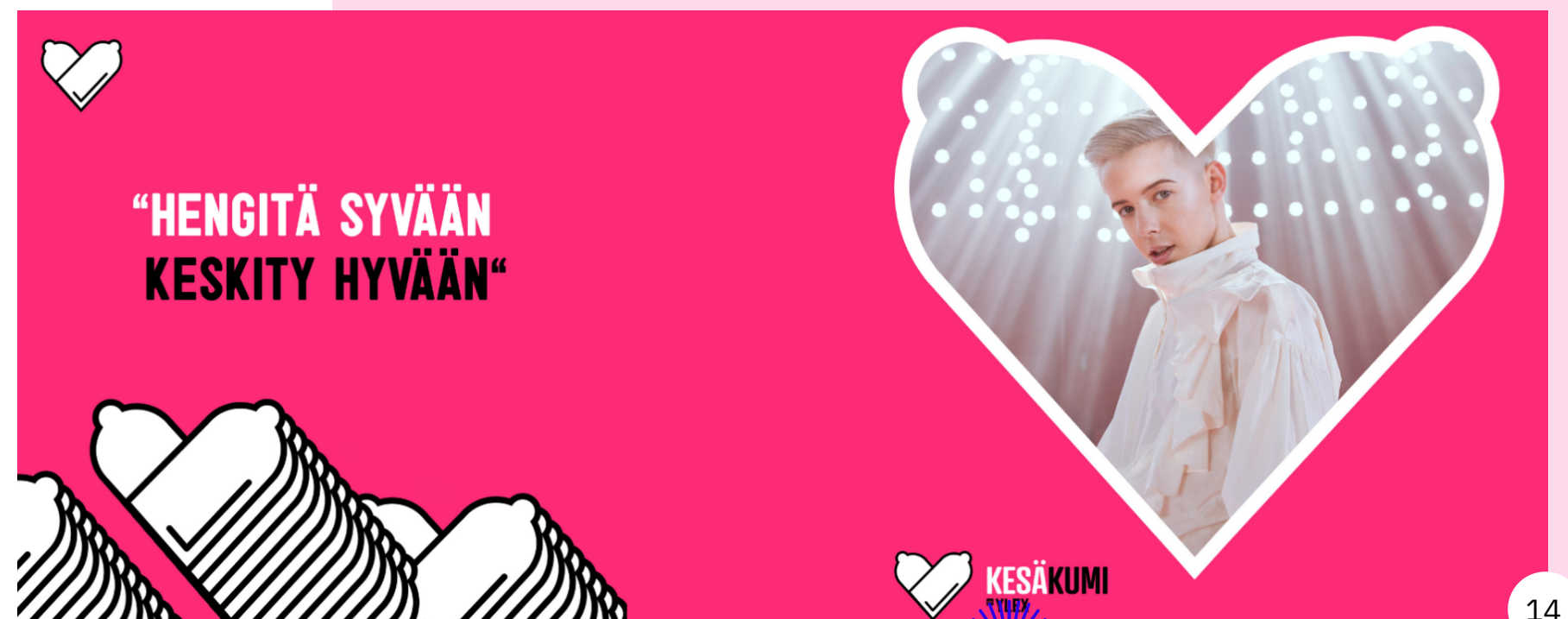
11 AREENA



13



12



14

OMAT RAJAT JA TURVALLISUUS -KAMPANJA

Kampanja on alun perin lähtöisin suoraan nuorilta, jotka ovat kokeneet, ettei seksuaalisesta häirinnästä puhuta tarpeeksi. Yksi kampanjan tavoite onkin ollut juuri asian nostaminen julkisuuteen. Kampanjalla haluttiin tavoittaa nuoria syksyllä 2020 ja tiedottaa miten omia rajoja asetetaan – kokonaisvaltaisesti antaa tietoa ja turvataitoja nuorten kokeman häirinnän ehkäisyyn. Kampanjan toteuttamisen mahdollisti Helsingin Kaupungin ympäristötoiminnan nuorisotyöyksikkö. Sosiaaliseen mediaan tehtiin kampanjalle omat hashtagit ja nuorten itse suunnittelemaa materiaaleja (kuvat 15–18) jaettiin mm. Instagramissa tileillä ”Munstadi.fi” ja ”Ympäristötila” (kuvat 15 ja 16). Kampanjan yksi vaihe oli kouluun jalkautuminen – yhteistyökumppani Nuorten Exit ja kampanjan nuoret puhuivat suoraan kohderyhmälle. (Olivia & Vita.)

Aihe on mielestäni erityisen tärkeä ja on hienoa huomata, kuinka nuorien omat ajatukset ja lähtökohdat synnyttävät kokonaisen kampanjan. Se, että nuoret uskaltavat itse puhua ja että heitä aktiivisesti kuunnellaan osoittaa mielestäni arvostusta sukupolvien välillä. Kuvitukset ovat informatiivisia ja asennot dynaamisia, mitkä tuovat aiheita tehokkaasti esille. Ihonvärinä on vain vaaleat sävyt, nuorisoa olisi voinut tuoda monipuolisemmin esille. Kampanjan hashtagit #eitarkoitaaei, #hiljaisuuseiolemyöntymisenmerkki ja #kaikestavoi selvitä ovat mielestäni turhan generiset ja voidaan liittää muuhunkin kuin kyseiseen kampanjaan. Jokaisella hashtagilla oli Instagramissa reippaasti alle 100 julkaisua.

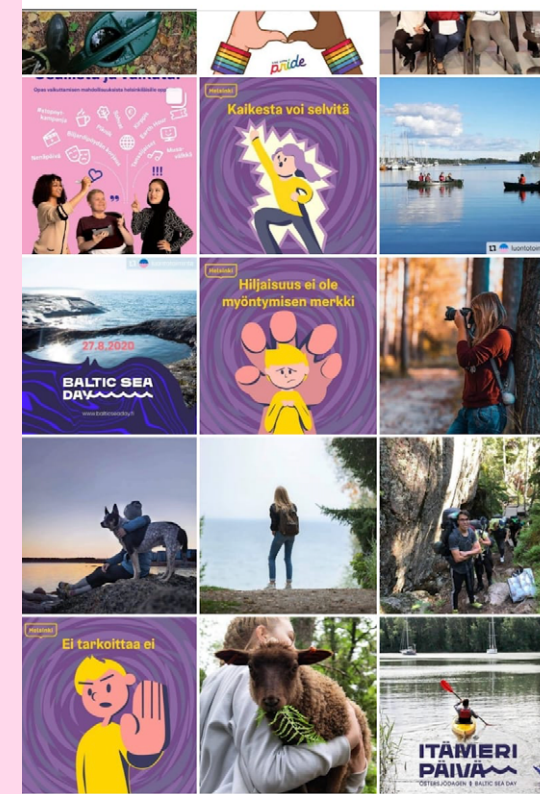
Kampanjamateriaali olisi voitu julkaista Instagramin seinälle asetta harkitummin, selkeällä rakenteella (kuva 15). Voi olla, että kampanjan merkittävin työ on tehty kouluvierailuilla, jolloin sosiaalisessa mediassa onnistumisen mittaaminen on turhaa.

15

ympäristötila

Seuraa

Helsinki



Kuva 15: Instagramin seinä (Munstadi.fi)

Kuva 16: Julkaisu (Munstadi.fi)

Kuva 17: Juliste 1 (Olivia & Vita)

Kuva 18: Juliste 2 (Olivia & Vita)

16

Kaikesta voi selvitä



1 232 tykkää tästä
munstadi.fi Vaikeistakin kokemuksista on mahdollista päästä yli!
👊 Rohkaisua vaikeiden tilanteiden kohtaamiseen saa tästä nuorten suunnittelemaasta kampanjasta. Lue lisää 📌 bit.ly/omatrajat #eitarkoitaaei #kaikestavoi selvitä #hiljaisuuseiolemyöntymisenmerkki
24. elokuuta 2020

17



18

Hiljaisuus ei ole myöntymisen merkki



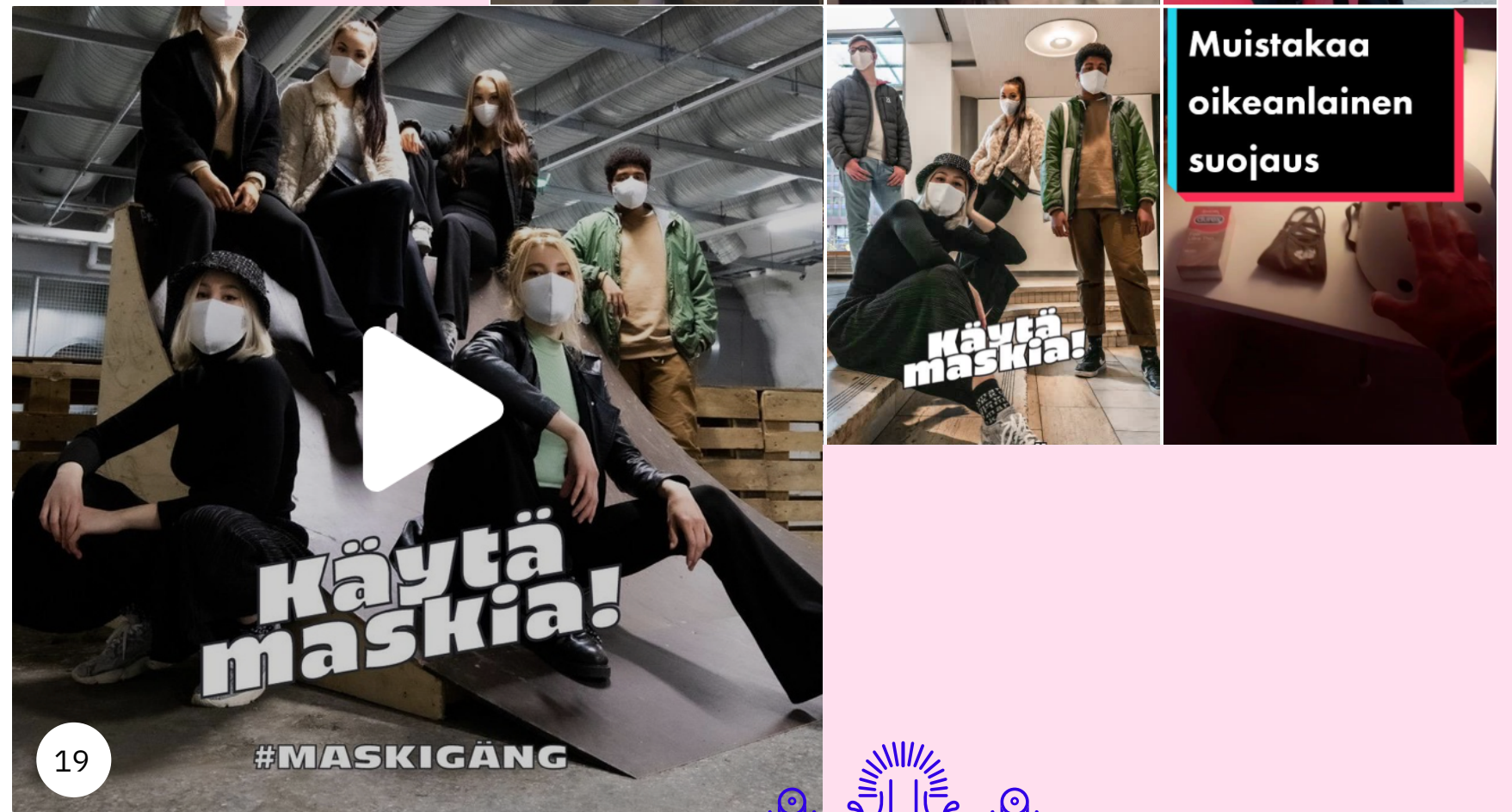
MASKIGÄNG

Kampanjalla kannustettiin nuoria käyttämään maskeja Covid19-viruksen aiheuttaman pandemian leviämisen estämiseksi. Kampanjan näkökulma oli nuoret, joiden elämä on myös muuttunut radikaalisti pandemian vuoksi – tarkoituksena oli osoittaa empatiaa ja ymmärrystä. Mediassakin toistunut nuorten kohtaama painostus pysyä neljän seinän sisällä ei kampanjan toteuttajien mielestä ollut oikea lähestymistapa – kampanjassa tuodaan maskin käyttöä esiin näkemisen mahdollisuuden kautta. Kampanjan ydin oli, ettei nuoruutta voi elää etänä – turvallisuus ja vastuullisuus huomioiden neljän seinän sisälle ei tarvitse linnoittautua. Kampanjan viestiä tuotiin esille pääasiassa sosiaalisen median kanavassa TikTokissa lyhyiden videoiden, osuvan huumorin ja vaikuttajien avulla. Vaikuttajille annettiin vapaat kädet tehdä omia videoita maskin käytöstä virallisten videoiden rinnalle (kuva 20). Tarkoituksena oli alleviivata maskien käytön olevan ”siistiä” ja ihailtavaa. Kampanja lanserattiin 2020 vuoden lopulla ja toteutuksesta vastasivat Helsingin, Espoon ja Vantaan kaupungit sekä HUS, HSL, Omnia ja TYKS – yhteistyössä muutostoimisto Ellun Kanat ja TikTok-toimisto Sakea. (HUS.)

Kampanjassa on mielestäni vahva ”this is cool” -tunnelma. Maskin käytöstä tehdään osa identiteettiä ja se on hyväksyttävämpää kuin olla ilman maskia. Nuorten näkökulma otettiin onnistuneesti huomioon. ”Maskigäng” ja ”Nuoruutta ei voi elää etänä” ovat omasta näkemyksestä onnistuneita viestejä ja tuovat kampanjan tavoitteita ja lähtökohtia esille tehokkaasti.

Kuva 19: Käytä maskia video (Maskigäng)

Kuva 20: TikTokin seinä (Maskigäng)



19

MITÄ KUULUU? -KAMPANJA

Suomen Mielenterveysseuran kampanja ”Mitä kuuluu?” otti kantaa Suomen itsemurhien määrän hälyyttävään tilaan. Käsittelen kampanjaa, koska aihe on seksuaalisuuden tapaan tabu ja kampanjan tarkoitukselta tuoda aihe rehellisesti *pöydälle* ilman rahaan liittyvää lähtökohtaa. Tutkimuksen mukaan sanat ”mitä kuuluu?” voi jo pelastaa hengen. Kampanja kiedottiin näiden sanojen ympärille ja se kannusti suomalaisia kysymään läheisiltään tämän kysymyksen. Kampanjaa levitettiin julkkisten ja Suomen Mielenterveysseuran sosiaalisen median kanavilla. Hashtagia #mitäkuuluu käytettiin yli 800 kertaa. Merkittävin vaikutus oli itsemurhaa lähiaikoina harkinneiden 165% prosentilla kasvanut yhteydenotto Kriisipuhelimeen. Kampanja sai Grad One 2019 -kilpailussa kunniamaininnan kategoriassa *tuloksellisin kampanja*. (Bob The Robot 2019.)

Kampanjassa on luotettu yksinkertaiseen, mutta näyttävään ja selkeään visuaalisuuteen. Kuvituksen muotokielessä on kyyneliin viittavaa pyöreyttä. Instagramin ”Selviytyneiden galleria” -seinä on kauniisti ja näyttävästi rakennettu. Viesti on katsojalle selvä ja visuaalisuus katseen vangitseva.

Kuva 21: Sosiaalinen media - Instagramin seinä (Selviytyneiden galleria)

Kuva 22: Ilmoitus (Mitä kuuluu)

21



22





4 Kampanja- konsepti

4.1 KAMPANJAKONSEPTIN LÄHTÖKOHDAT

Idea turvallisen seksin kampanjasta lähti liikkeelle ehkäisyneuvolasta saamani virheellisen tiedon ja painostavan ilmapiirin provosoimana sekä seksologi Mirka Liljeqvistin huomioista seksuaalikasvatuksen tasossa. Ensimmäinen raja-aiheesta ”raskauden ehkäisy” laajeni taustatutkimuksen ja seksologin huomioiden myötä turvalliseen seksiin, mikä tukee paremmin seksuaalikasvatuksen diversiteettiin pohjautuvia tavoitteita. Aiheesta tuli kampanjan kattokäsite, sisältäen raskauden ehkäisyn, seksitautien ehkäisyn ja seksuaalisuuteen liittyvän turvallisen ilmapiirin (Oinonen & Susineva 2019, 92). Jälkimmäinen kohta toteutetaan kertomalla kaikille kuuluvista seksuaalioikeuksista. Kampanjan informaatiosta vastaa seksologi Mirka, minä vastaan kampanjan visuaalisuudesta ja viestinnän kärjestä. Myöhemmin suunnitteluun otetaan mukaan markkinoinnin asiantuntija ja tekstisuunnittelija.

Turvallisen seksin kampanjan rakenne muodostuu seksitapojen ympärille. Kuten taustatutkimuksessa tuli selville, jokaisessa seksitavassa on omat seksitautiriskit ja vain yhdessä seksitavassa (emätinpenetraatio) on mahdollisuus tulla raskaaksi. Emätinyhdyntä on yksi seksitapa muiden joukossa, siksi raskauden ehkäisymenetelmät on sijoitettu tiiviisti ja keskitetysti kyseisen seksitavan yhteyteen. Sivulla 43 (kuvio 3) on paloitetu kampanjan alustava rakenne. Yksityiskohtaisempi suunnitelma tehdään kampanjan seuraavassa vaiheessa, missä muotoil-

laan jaettava informaatio selkeään ja tiiviiseen muotoon. Vaikka emätinpenetraatioon tulee verrattain enemmän tietoa, kaikki seksitavat pidetään saman arvoisina. Kampanjassa vältetään yhdyntäkeskeistä lähestymistapaa. Seksuaalioikeudet ripotellaan seksitapojen väleihin, mutta varsinainen järjestys tehdään kampanjan seuraavassa vaiheessa.

”TOIMEKSIANTO”

Koska kampanja on lähtenyt puhtaasti graafisen suunnittelijan ja seksologin yhteisestä tarpeesta vaikuttaa yhteiskunnallisella tasolla, varsinaista toimeksiantoa ei ole. Kampanja toteutetaan itsenäisenä – brändistä tai muusta toimijasta erillisenä kokonaisuutena. Kuitenkin kaikkien ratkaisujen taustalla toimii seksuaalikasvattajan ja graafisen suunnittelijan eettinen vastuu ja taustatutkimuksessa nousseet huomiot. Asetelmassa on kiinnostava tilaisuus suunnitella kampanjakonsepti ilman brändin asettamia mahdollisia rajoitteita. Seuraavassa vaiheessa kampanjakonseptin avulla etsitään yhteistyökumppaneita, mm. seksuaalisuuteen keskittyviä järjestöjä ja pohditaan tarkemmin levitykseen liittyviä asioita.

Kampanja luetaan seksuaalikasvatukseksi ja sen alla vielä tarkemmin seksuaalivalistukseksi, koska se tavoittaa levityskanavassa sosiaalisessa mediassa ison ryhmän ihmisiä kerralla. Tästä syystä vastuu noudattaa virallisia ohjeistuksia ja oikeape-

räisen tiedon levittäminen on merkittävää. Seksuaalikasvattajan käsikirjassa (Oinonen & Susineva 2019, 5) painotetaan hyvän seksuaalikasvatuksen olevan nautintoon sekä turvalliseen ja vastuulliseen seksuaalikäyttäytymiseen perustuvaa. Sen on oltava ennakkoluulotonta, seksuaalisen suuntautumisen, sukupuoli-identiteetin ja sukupuolien ilmaisun moninaisuuden huomioivaa. Pidämme tätä pohjana kaikessa tekemisessä. (Oinonen & Susineva 2019, 5, 9.)

ARVOT

Seksuaalikasvauksen tiedostetun vastuun ja raamien lisäksi kampanjalle asetetaan arvoja minkä pohjalta tehdään ratkaisuja ja viestitään ulospäin. Arvot pohjautuvat vahvasti seksuaalikasvatuksen stantardeihin, taustatutkimuksessa esiin tulleisiin huomioihin ja kohderyhmän odotuksiin. Kampanjassa halutaan ottaa huomioon laaja yleisö, riippumatta sukupuolesta tai seksuaalisesta suuntautumisesta. **Diversiteetin arvostaminen** on merkittävää turvallisen seksin kaikissa kohdissa. Jotta viesti menee perille z-sukupolven nuorelle, sen on oltava **visuaalisesti kiinnostava ja rohkea**. Kädenlämpöinen ja mitäänsanomaton kampanja ei palvele ketään. **Ennakkoluulottomuus** on merkittävää, kun puhutaan seksistä, seksuaalisuudesta ja visualisoidaan kehoja. Omien ja yhteiskunnan normien tiedostaminen ja välttäminen on käyty tehokkaasti läpi taustoituksen yhteydessä.

TAVOITTEET

Oma lähtökohtani koko graafiseen suunnitteluun on ollut kiinnostus yhteiskunnallisesta vaikuttamisesta, minkä koen kampanjankin olevan. Kampanjaa tehdään pro bono, eikä rahallisia tavoitteita ole. Haluamme nostaa puhtaasti *kissan pöydälle* ja levittää oikeaa – asiantuntijuuteen pohjautuvaa tietoa. Kampanjan yhtenä tavoitteena on **normalisoida seksuaalisuudesta puhumista** ja tuoda sitä esiin positiivisella ja visuaalisesti kiinnostavalla kulmalla. **Tartumme seksitautien tartuntamäärien kasvuun** ja pyrimme vaikuttamaan tilastoihin tuoden seksitapoja ja niihin liittyviä tautiriskejä konkreettisesti esille. Kokonaisuudessaan tavoitteena on **tarjota kattava ja selkeä tietopaketti** turvallisesta seksistä, mikä toivottavasti seuraa nuoria positiivisessa mielessä aikuisuuteen asti.

Tavoitteiden saavuttamisen mittaamisesta vastaa seuraavassa vaiheessa markkinoinnin ammattilainen. Ajatuksen tasolla onnistumista voisi mitata esimerkiksi ohjaamalla sosiaalisen median julkaisukanavalta mahdollisen yhteistyökumppanin verkkosivuille. Verkkosivuilla olisi tietoa yksityiskohtaisemmin ja sinne menijöiden lukumäärä voitaisiin määrittää (Meltwater 2020). Myös julkaisujen saamat tykkäykset, jaot, palaute ja muut yhteydenotot voidaan analysoida (Meltwater 2020). Suoraa yhteyttä seksitautien tartuntamäärään tuskin saa mitattua, mutta yleisesti tiedon jakaminen ja seksuaalisuudesta puhumisen normalisointi on tärkeää myös ilman mittaamisen mahdollisuutta. Vieressä tavoitteet ja arvot ytimekkäästi (kuvio 2).

KONSEPTISSA RATKAISTAVAT KYSYMYKSET

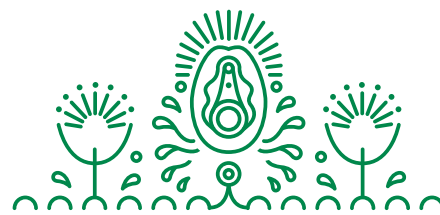
Miten otan huomioon eri seksuaaliset suuntautumiset ja sukupuolet?

Miten otan huomioon erilaiset kehot ja kehonkuvaan liittyvät normit?

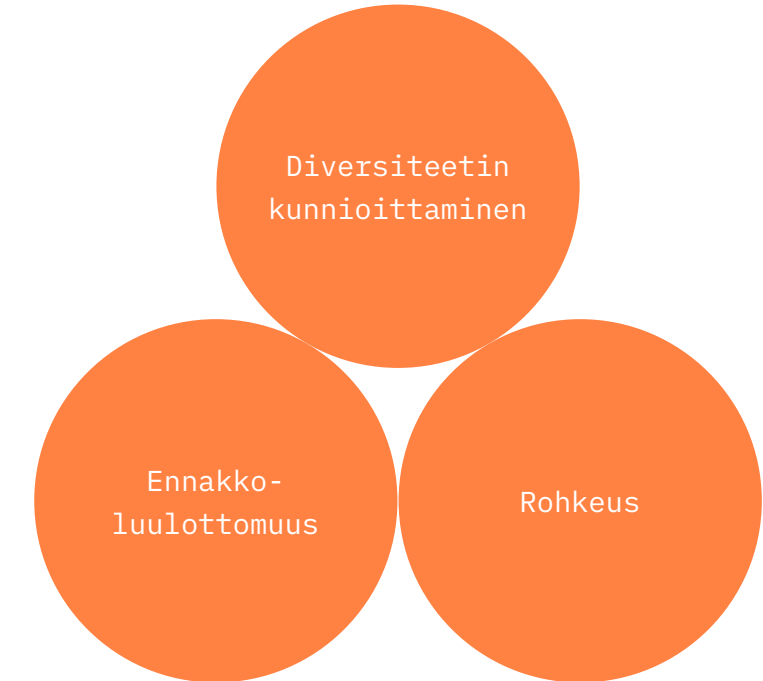
Miten viestin turvallisesta seksistä positiivisella kulmalla tuoden esiin nautinnon sekä vastuullisuuden?

Tutkimuskysymys:

Miten viestin turvallisesta seksistä erottuvalla tavalla – ottaen huomioon seksuaalikasvattajan vastuun sekä kohderyhmän tarpeet?



ARVOT

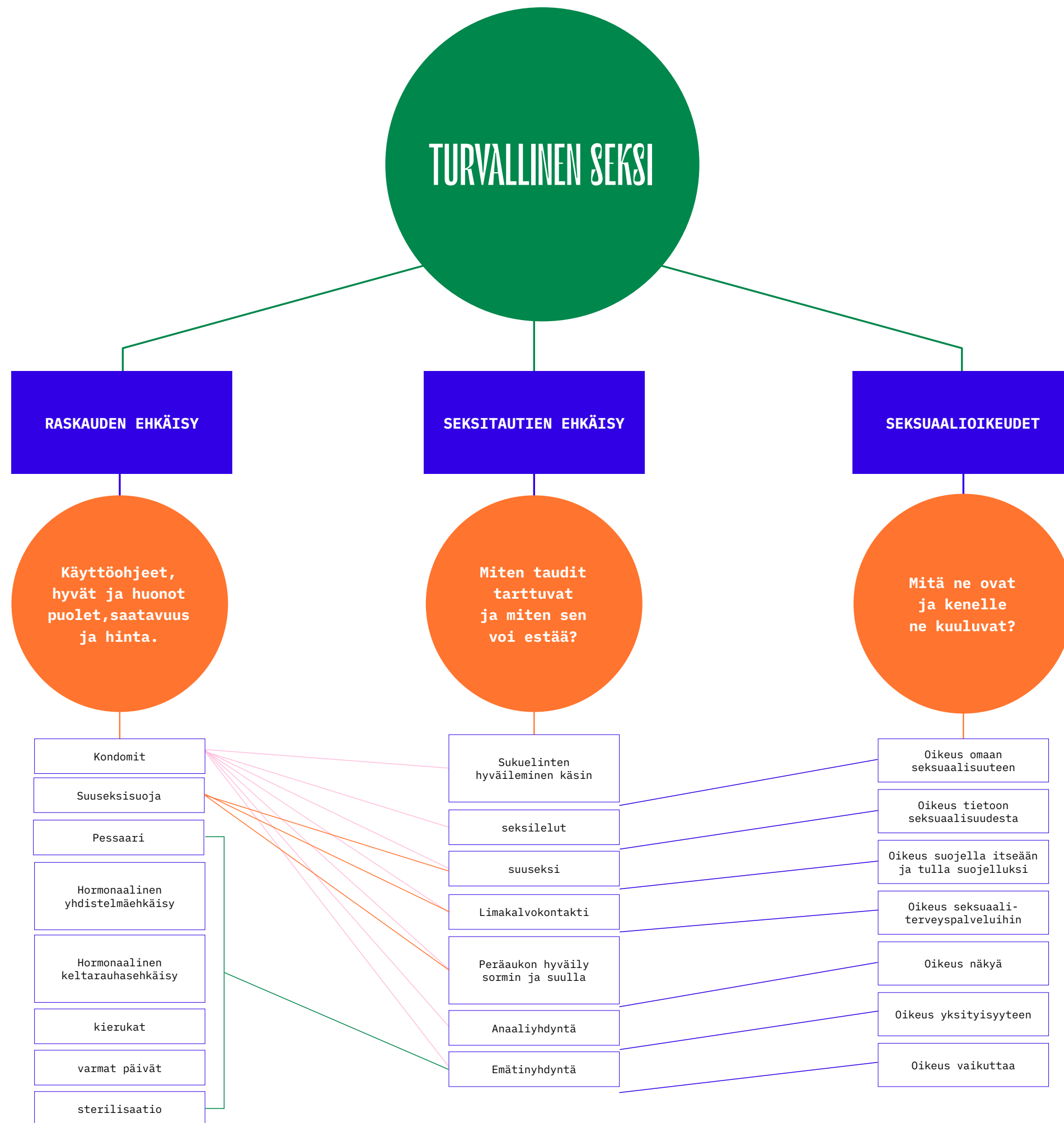


TAVOITTEET



Kuvio 2 – kampanjan arvot ja tavoitteet

Kuvio 3 – kampanjan aiheet paloiteltuna.
 Varsinainen järjestys tehdään
 kampanjan seuraavassa vaiheessa.



4.2 VIESTINNÄN KÄRKI

Turvallisen seksin kampanja tiivistyy näin: *Turvallisen seksin kampanja antaa z-sukupolven nuorelle arvokasta tietoa seksitautien ja raskauden ehkäisystä eri seksitavoissa sekä tiedottaa kaikille kuuluvista seksuaalioikeuksista – huumorintajuisella, diversiteettiä kunnioittavalla ja visuaalisesti kiinnostavalla kulmalla.* Tässä luvussa esittelen kyseisen tekstin ympärille valittua viestinnän kärkeä ja käytettäviä verbaalisia keinoja sekä ratkaisuja, mitkä palvelevat tavoitteita ja arvoja. Kampanjakonseptiin liittyvän tekstin tuottaminen ei kuulu opinnäytetyöhöni laajuuden ja aikaresurssien takia. Etsin sosiaalisessa mediassa verbaalisesti lahjakkaita ja aiheesta inspiroituneita auttamaan tekstiosuudessa ja sain arvokasta apua muutamalta kiinnostuneelta.

TEEMA

Taustatutkimuksessa tuli esiin 1800-luvun yhteiskuntaluokkien eroavaisuudet seksuaalisuuteen suhtautumisessa. Säädylliset noudattivat häveliästä ilmapiiriä ja vaalivat korkeakulttuurin imagoa (Nieminen 1951 & Räisänen 1995, Ritamiehen 2006, 77 mukaan). Alemmissa yhteiskuntaluokissa seksuaalisuus oli suosittu aihe sen ajan runoissa ja kaskuissa – ajalta löytyy paljon rivoja runoja ja jollain tasolla ne ovat olleet sen ajan ja yhteisön seksuaalikasvatusta, vaikka puutteellista sellaista (Apo 1995, Ritamiehen 2006, 52 mukaan; Ritamies 2006, 80). Sivistynyt ja häveliäs ilmapiiri pakotti myös Elias Lönnrotin jättämään

seksuaalissävytteiset runot (esimerkki oikealla) pois Kalevalasta (Häikiö 2014). Kalevalassa on toki myös seksuaalisuutta, mutta Suomalaisen kirjallisuuden seuran uumeniin säilötyt runot menisivät jopa suomalaisesta Kamasutrasta (Häikiö 2014; Leino & Timonen 2015, 8, 15).

Tietyllä tapaa häveliäs kulttuuri edelleen leimaa seksistä ja seksuaalisuudesta puhumista. Sukuelimien tai seksitapojen asianmukaisten nimien välttely ilmiönä vahvistaa väitteen. Pimppi käännetään pepuksi tai oma henkilökohtainen inhokkini – etupyllyksi. Anaaliseksiin sen sijaan viitataan peppuseksillä. (Seksibiliteetti 2018b.)

VIESTINNÄN POHJA

Kampanjassa seksuaalisuutta ilmaistaan rohkeasti oikeilla nimillä – se normalisoi seksistä puhumista ja eri seksitapojen hyväksyntää. Asiat ilmaistaan napakasti ja informatiivisesti. Tiedosta vastaa seksologi Mirka ja tätä sisällöllistä osuutta sivutaan esimerkeissä vain kevyesti. Yhteinen linja on kuitenkin puhua asioista suoraan ja diversiteettia kunnioittaen.

Sukupuolien ja seksuaalisten suuntautumisten monimuotoisuus on ratkaistu puhumalla vain sukuelimistä – penis, vulva ja intersukupuolinen, jonka sukuelimiä ei voi suoraan määrittää kahden ensimmäisen mukaan (Seta ry 2021). Puhutaan myös esimerkiksi limakalvoista ja seksitavoista kiinnittämättä



Ei pillu ole pahoista tehty
eikä aivan arvosista:
tehty kuusta,
tehty voista
silkasta sian lihasta,
emä reikä Enkelistä,
kieli Kiesuksen lihasta.

Pielisjärvi E. Lönnrot 1828

(Enqvist ym. 2015, katkelma runosta 44)

niitä suoraan sukupuoleen tai seksuaaliseen suuntautumiseen. Ei esimerkiksi oleteta ”kun mies ja nainen harrastavat yhdyntää ilman ehkäisyä, on raskauden ja sukupuolitaudin vaara” vaan ilmaistaan asia esimerkiksi näin: ”Kun harrastetaan peniksen ja vulvan suojaamatonta emätinyhdyntää ja joukossa on kohdullinen henkilö, raskaus ja seksitautien leviäminen on mahdollista”. Informatiivisessa viestinnässä vältellään lähtökohtaisesti negatiivisia sanoja, kuten *vaara*, *pelko* ja *älä*.

Sen lisäksi, että kampanjassa herätellään aiheen äärelle ylipäätään, sanallisessa viestinnässä kivutaan osittain yli yleisesti korrektiksi määritellyn rajan – teemme 1800-luvun rivoista runoista inspiroituneena omia turvalliseen seksiin liittyviä runoja, myös rivolla otteella. Lorumainen viestintä pyöri päässäni jo ennen tarkempaa taustatyötä, mutta en löytänyt sille kantavaa voimaa. Löytäessäni yhteyden kampanjan ja 1800-luvun maalaiskulttuurin tavasta sanoa asiat suoraan, sain vahvan ”ahaa”-elämyksen ja intuition, että olen oikeilla jäljillä. Seuraavaksi perustelen miksi koen rivojen runojen olevan kampanjassa hyvä viestinnän kulma.

VOIMASANAT

”Tupa ryskyi, parret paukkui” -teos (Enqvist ym. 2015) kokoaa suomalaisia 1800- ja 1900-luvuilla kerättyjä rivoja ja seksuaalissävytteisiä runoja samojen kansien väliin. Teoksen esipuheessa Leino ja Timonen toteavat, kuinka seksuaalisuudesta puhumista edelleen vältellään erityisesti nuorien suuntaan. He myös kyseenalaistavat runoissa esiintyvien sanojen ”rumuuden”. Seksuaalissävytteiset sanat eivät lähtökohtaisesti ole ru-

mia vaan niiden oikea ja kaunis käyttäminen vaatii tilannetajua. Seksuaalisuus ei ole vain anatomiaan liittyvää toimintaa, se käsittää laajan skaalan ulottuvuuksia, kuten tunteita, moraalia, uskontoa ja itsetuntoa. Ulottuvuudet ja erilaiset tilanteet eri ihmisten kanssa vaativat mm. sukuelimille useita eri nimiä – lääkärit käyttävät virallisia termejä ja äidille ei sanota ääneen samoja sanoja kuin kaveripiirissä. Runojen viehäytys perustuu juuri niiden kiertelemättömyyteen. (Enqvist ym. 2015, 9–11, 18.)

Runojen viehäytys perustuu juuri niiden kiertelemättömyyteen.

Koponen (2020) tutkii pro gradu -tutkielmassaan nuorten suomalaisten käsityksiä kiroilusta. Nuoret käyttävät erityisesti seksuaalissävytteisiä voimasanoja, kuten *vittu*, *perse*, *kyrpä*, *pillu* ja *mulku*. Suosituin sana oli *vittu*. Nuoret kokevat, että kiroilulla on oma aika ja paikkansa. Vaikka kiroilua paheksutaan ja sitä varotaan esimerkiksi auktoriteetin omaavan henkilön seurassa, se koetaan myös huumoriksi, puheen elävöittämiseksi tai taitavan kiroilijan kohdalla jopa kielelliseksi lahjakkuudeksi. Vapaa-ajalla saman henkisten ja ikäisten seurassa kiroilu on sallittua. (Koponen 2020, 110–112.)

Sexpon sivuilla on lueteltu penikselle ja vulvalle eri nimiä. Listalta löytyy myös esimerkiksi *pillu* ja *kyrpä*. Sanat ovat tässä yhteydessä nimiä sukuelimille – ei niinkään kiroiluun tarkoitettuja voimasanoja. Turvallisen seksin kampanjassa otan saman mentaliteetin viestintään. Ne ovat sanoja sukuelimille, mitkä

kiinnittää huomion nuorissa, mutta sana *vittu* jätetään kuitenkin pois. Koen sen olevan sopimaton kirjavan käytön ja yleisyyden takia, vaikka perimmäinen merkitys on vulva. (Sexpo 2021b; Sexpo 2021c.)

Voimasanoja pehmentää runomuoto, mikä kääntää seksuaaliterveyttä omanlaiseksi taiteeksi. Runomuotoa ja voimasanoja ei käytetä kaikkeen viestintään, vaan satunnaisesti korostamaan sanomaa ja tuomaan huumoria informaation keskelle. Voimasanat eivät suoraan sukupuolita tai rajaa seksuaalista suuntautumista, vaan kunnioittaa monimuotoisuutta. Turvallisen seksin kampanjakonseptia varten tehdyt runot on koostettu seuraavalle sivulle. Ne ovat esimerkkejä ja luonnoksia kampanjan runoudesta. Kampanjan seuraavassa vaiheessa runoista tehdään vielä tarkempia kuvauksia ja pohditaan yhteistyön mahdollisuuksia runojen tuottamiseksi z-sukupolvea kiinnostavien julkisuuden henkilöiden kanssa, kuten jotkut rap-artistit ja lauluntekijät.

Kohderyhmän taustatutkimuksessa tuli myös selville, että z-sukupolvi arvostaa aitoa ja suoraa viestintää. Heidän tapansa liikkua sosiaalisessa mediassa – tehden nopeita päätöksiä näkemänsä kiinnostavuudesta korreloi viestinnän ytimen kanssa. Päätelen viestinnän tavan täyttävän vaadittavat kohdat, mikä pysäyttää heidät aiheen äärelle. Äänensävy on **rohkea, huumorintajuinen** ja oikeissa kohdissa **asiallinen**.

Kampanjan virallinen nimi ja slogan jäävät kampanjan seuraavaan vaiheeseen, koska tämä vaihe kuuluu erityisesti tekstisuunnittelijalle. Kampanjan nimi on konseptivaiheessa vielä yksinkertaisesti ”turvallista seksiä”.

*Haaveissasi heppi heiluu,
kyrpä kutsuu kokeilemaan,
kaipaat kuoman kikkeliä,
kämpälöidä kaluansa.*

*Pillu mieleen livahtavi,
kirkkoveneen kyytiin kaipaat.
römpsäralliin käypi matka,
vittuvalssiin askel viepi.*

*Vehkeisiin jos mieles' hinkuu:
lähestypä luvan kanssa!
Ällös koske kysymättä,
kämpistele kutsumatta.*

Santeri Laasanen

*Vailla suojaa paneskellen
lankesi kuppa katala!
Kiros ylle kyrvännupin,
piinapiru pillun tienoon.*

*Kihelmöivät kuumotukset,
kupeiden mädät hedelmät,
tippuriset turmatunnot,
kuseskelun kirvellykset.*

*Nivustemme räyhähenget
hepatiitit, kondyloomat
lateksilla nalkkiin saapi,
kumikuiluun kahliutuvi.*

Santeri Laasanen

SOSIAALINEN MEDIA OLI APUVÄLINEENÄ RUNOJEN KERUULLE. NÄMÄ EIVÄT OLE LOPULLISIA KAMPAJAN RUNOJA, VAAN ESIMERKKEJÄ TULEVASTA.

*Rakkaal pimpil onpi monta nimmee,
Pillut, vulvat tahi taiteelliset kirkkovenneet*

*Penis se myöskin kutsuun vastaa,
joku kullia, kampia tahi kyrpää kастaa.*

*Joskus nivusis ei oo kumpikaan noista,
se on intersukupuoliselle ominaista*

*Ei oo välii millä omaas haluut kutsua,
kaik saa samat oikeudet ja yhtälaista arvoa.*

Lisa Kangas & Leena Kirves

*Kumitta ihtelles kuoppaa kaevat,
Siä kupan saat, taikka tippurist vaiva*

*Klamydia taik kondylooma,
jos et suojaust siä muist,
on ongelmii nuist.*

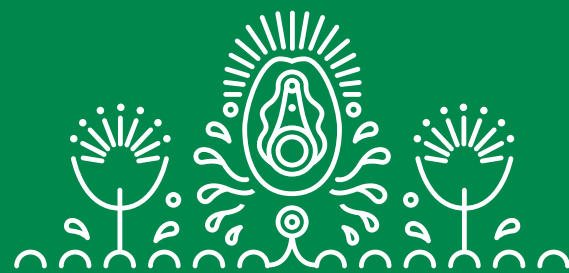
*Kutisevi lemменhedelmäs,
Korventavi sukukalleutt'?*

*Kai senthä siä kumii välii laitat
taikka ehkäsyvä kallista kannat?*

Lisa Kangas

*Kel' kyrväs syyhy,
Se kumi kaihtant,
Kel pillus tippur,
Se suojaust kaartant
Elä siä, elä täysii,
Mut elä unhoit
ittes suojas pittä.*

Lisa Kangas

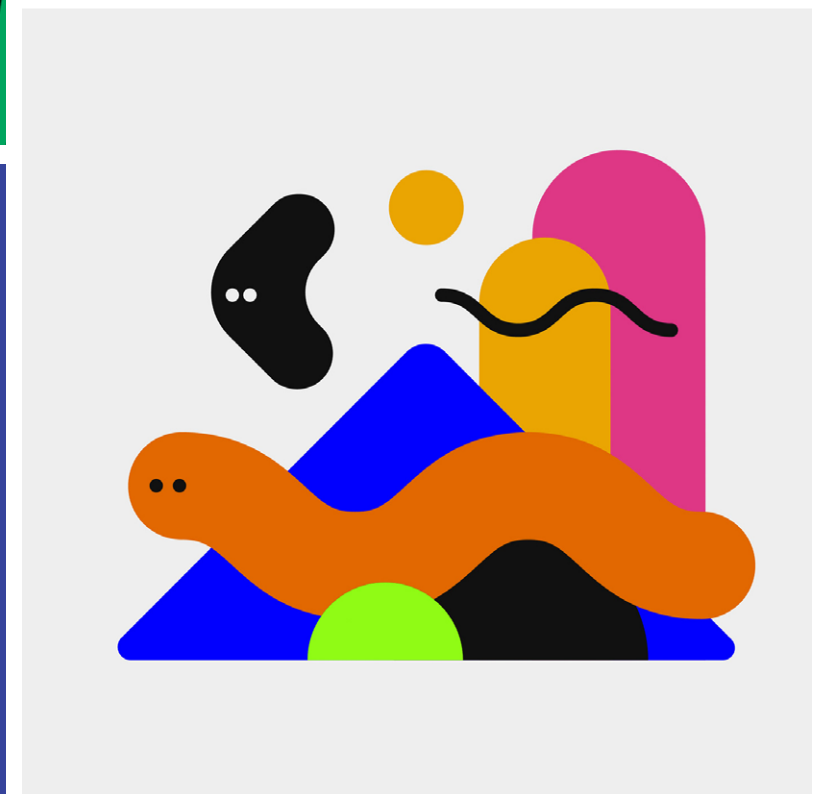


4.3 VISUAALISUUDEN POHJA

1800-luku ja Kalevala inspiroi myös osittain visuaalisuudessa. Teema on erityisen kiinnostava henkilökohtaisesti, koska sukujuureni ponnistavat luovutetun Karjalan puolelta. Myös aikasemmat koulutukseni, vaatetusalan artesaani ja neulekisälli, ajoivat tutkimaan erityisesti Karjalan kirjontaa ja sen hyödyntämistä visuaalisuudessa.

Vaikka karjalainen estetiikka vaikuttaa taustalla, se ei ole hallitsevassa roolissa. Värit eivät esimerkiksi toista karjalaisuudelle tyypillistä mustaa ja punaista, vaan nojaa trendeihin ja värisilmääni. Kuvitukset perustuvat luonnolliseen kuvitustyyliini ja peilaamiini trendeihin. Malika Favre on yksi kuvitustyyliini inspiraation lähde – hänen teoksensa perustuvat varjon ja valon kanssa luotuihin dynaamisiin linjoihin. Kampanjan seksitapojen moniulotteisissa kuvituksissa näkyy samaa tekniikkaa. Vaikka käyttämässäni typografiassa on viittauksia Kalevalaan ja siitä inspiroituneena myös goottilaiseen kirjaintyyliin, sen muotokieli on moderni. Ohessa moodboard koko visuaalisuuden pohjasta – kokonaisuudessaan ilmeellä haetaan kiinnostavia linjoja ja rohkeita väriyhdistelmiä.

Kuva 23 Moodboard: (Fulleylove; Inspiration Grid; Mindsparkle Mag, Suomen Käsityön Museo; Vafre; Valker)

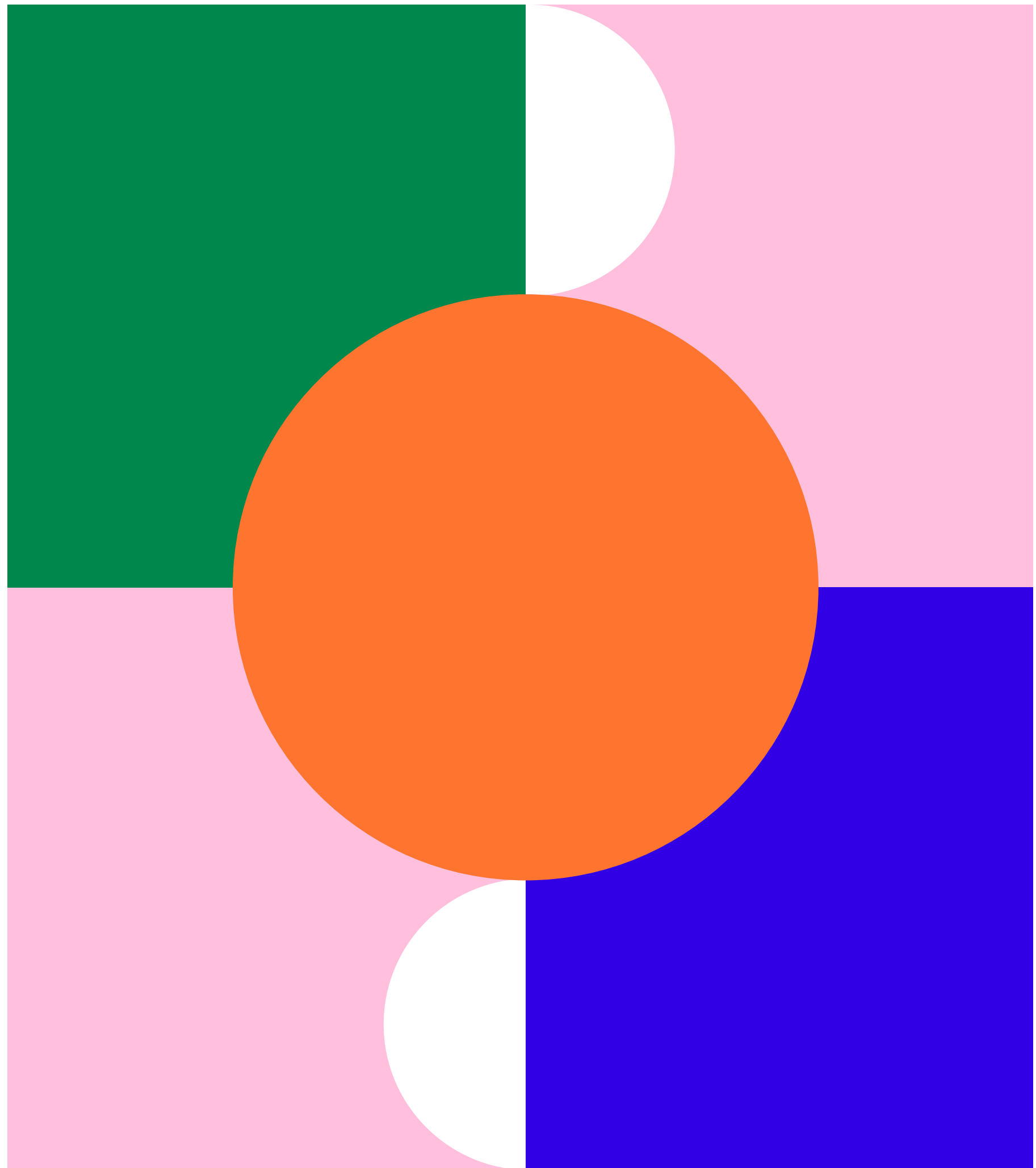


4.4 VÄRIT

Värit ovat huomiota herättäviä ja kirkkaita – ne ponnistavat edellisen sivun moodboardista. Väriavaruutena toimii RGB (red, green, blue). Se on optimaalisin vaihtoehto digitaalisille alustoille, kun CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Key/Black) on paras vaihtoehto tulostukseen (Ellis 2019). Tarkoituksena on herättävää huomiota rohkeilla väriyhdistelmillä – ne ovat yksi vuoden 2021 trenditekijöistä. Seuraavalla sivulla värit on nimetty kampanjalle sopivalla otteella ja joidenkin värien kohdalla määritetty lisäsävyjä kuvituksen tueksi. (Ollikainen 2020.)

Oranssi kuvastaa lämpöä, energiaa, nuoruutta ja onnellisuutta. Kuvailu sopii ilmeeseen liittyvään seksuaalisuuteen ja kampanjan kohderyhmään osuvasti. **Vaaleanpunainen** kuvastaa romanssia, myötätuntoa ja viattomuutta – se on hyvä väri käytettäväksi herkkien aiheiden ympärillä. **Vihreä** on hyvä pari vaaleanpunaiselle ja se rauhoittaa myös oranssia väriä. **Sininen** on yksi pääväreistä, se kuvastaa rehellisyyttä ja luotettavuutta. **Valkoinen** on ilmeessä mukana tuomassa selkeyttä ja raikkautta. (Adams 2017, 51, 67, 109, 129, 147.)

Värejä käytetään reippaasti sekaisin toistensa kanssa niin typografiassa kuin taustavärinä. Poikkeuksena valkoinen väri, mitä voi käyttää vain tekstin tai ikonin värinä.



Kuvio 5 - Värikoodit

ROMANSSI

R:255 G:191 B:221
#ffbffd

PUHDAS

R:255 G:255 B:255
#ffffff

TURVA

R:0 G:135 B:75
#ff742e

ONNI

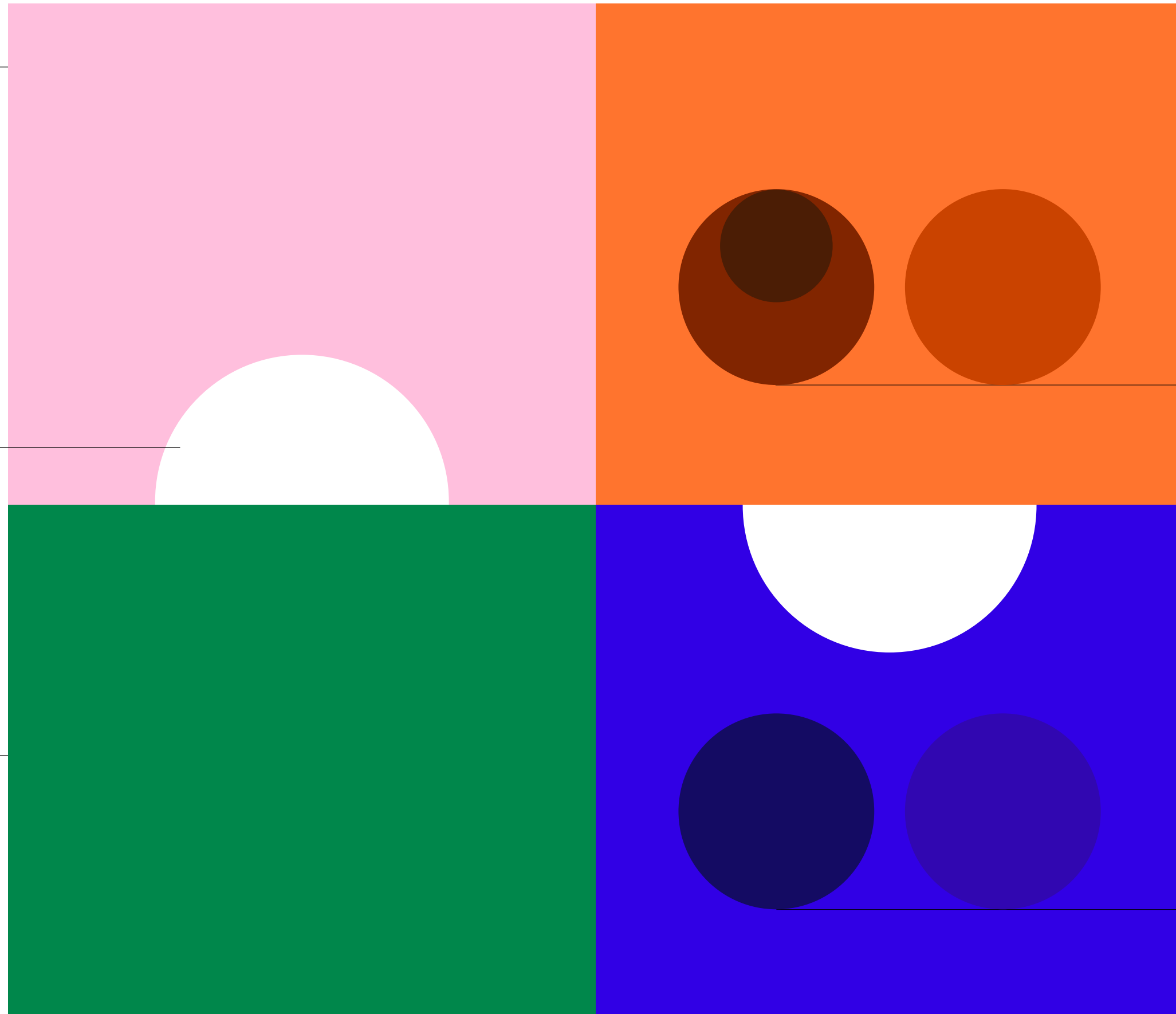
R:255 G:116 B:46
#ff742e

ONNI lisävärit
kuvitukseen

OIKEUS

R:49 G:0 B:229
#ff742e

OIKEUS lisävärit
kuvitukseen



4.5 TYPOGRAFIA

Hain typografian estetiikkaan vaikutteita goottilaisesta kirjaintyylistä. Pidän suunnittelun taustalla Kalevalaa (kuvat 25–27) ja vanhoja kirkkoon liittyviä kirjoja (kuva 24).

Kirkko on säädellyt seksuaalisuutta aikojen saatossa monin tavoin, mm. tuomitsemalla ehkäisyn ja painostamalla pidättäytymään seksistä, jos seksin motiivi ei ole lapsien hankkiminen (Ritamies 2006, 13–14). 1500-luvulla levinnyt protestanttinen kristinusko oli merkittävä suomalaisten lukutaidon kehittäjä, koska uskonnon oppeihin kuului Raamatun lukeminen (Yliniitty 2019). Suomea ladottiin goottilaisella kirjaintyyppillä fraktuuralla 1920-luvulle asti ja kuten kuvasta 24 voi päätellä, tähän liittyi myös uskontoon liittyvät materiaalit (Metropolia). Kirkon yhteys kampanjan typografiaan luo kiinnostavan yhteyden seksuaalisuuden sallittavuuteen.

Akseli Gallen-Kallela ja hänen poikansa tekivät Kalevalaa varten Suomen ainoan metalliin valetun suomalaisen kirjaintyyppin (kuva 25). Kalevala-kirjaketta suunniteltiin Akseli Gallen-Kallelan Suur-Kalevala-hanketta varten, mutta se ei valitettavasti koskaan päässyt painovaiheeseen asti. Gallen-Kallela kuoli puolitoista vuotta ennen koevedoksen valmistumista ja siinä huomattiin ongelmia mm. kirjainten vahvuusvaihtelussa sekä merkkipäilyksessä. (Itkonen 2012, Aaltonen 2019, 9–10 mukaan.)

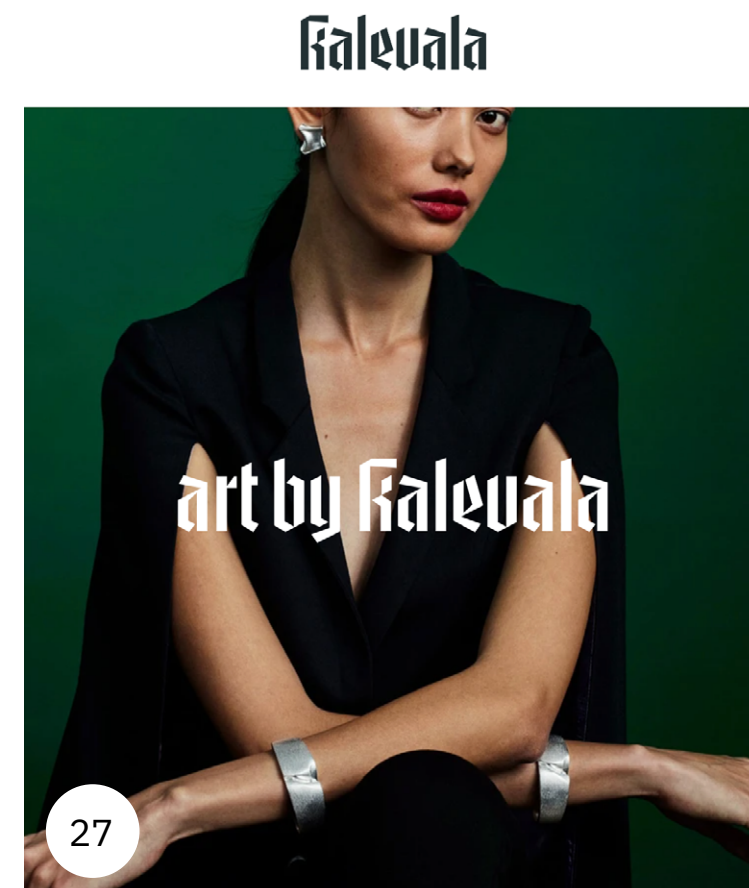
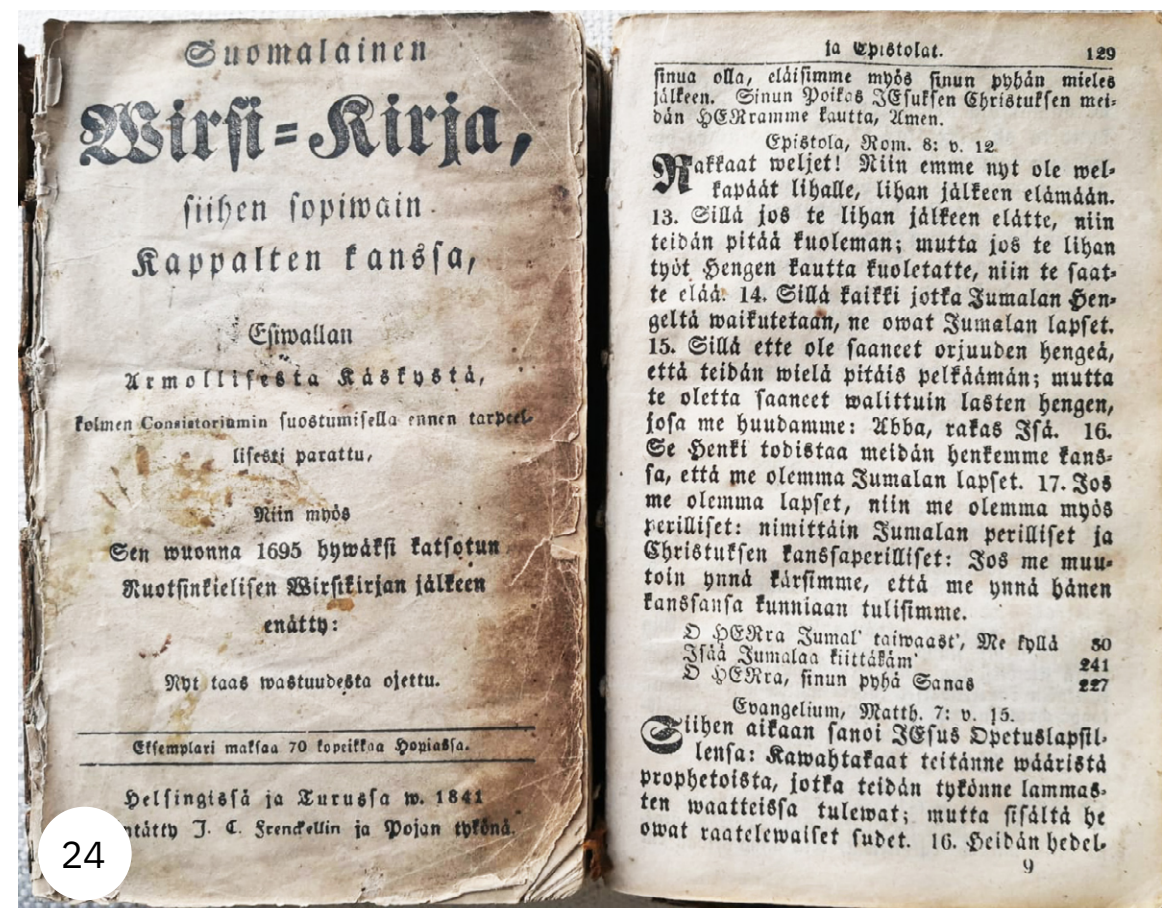
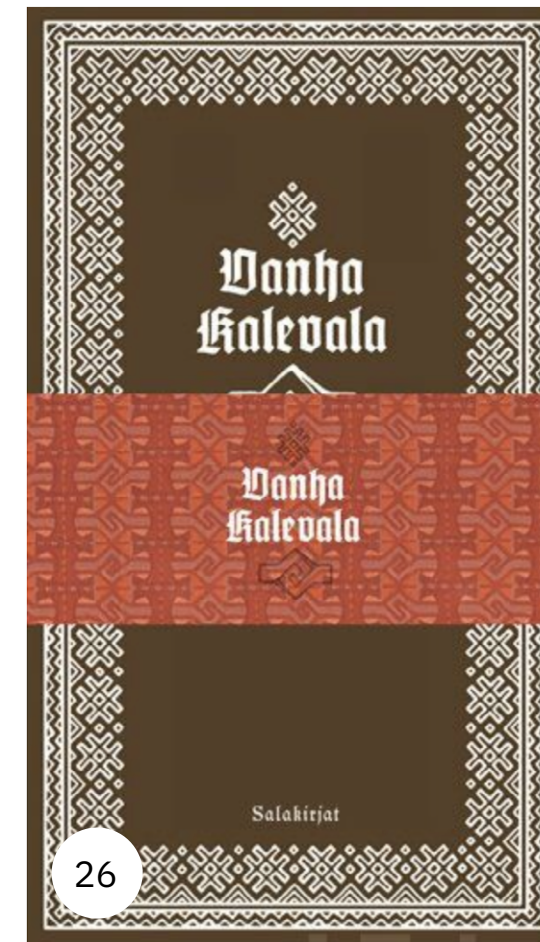
Kalevala-korulle vuonna 2020 tehty uusi logo on yksi hyvä esimerkki goottilaisen kirjaintyyppin käytöstä modernisoituna versiona (kuva 27). Etsin turvallisen seksin kampanjaan saman henkistä, näyttävää ja modernia goottilaistyylistä typografiaa.

Kuva 24: Vasemmalla suomalainen virsikirja (arvio 1800-luku) & oikealla tuntematon laitos – arviolta jonkinlainen Raamatun opiskeluun tarkoitettu materiaali. (Oma varasto)

Kuva 25: Kalevala-kirjake (Itkonen 2012)

Kuva 26: Vanha Kalevala (Suomalainen kirjakaupa)

Kuva 27: Kuvakaappaus Kalevala-koru nettisivuilta (Kalevala)



LE MURMURE

Löysin kirjainleikkauksen **Le Murmure** etsiessäni modernia Kallevalaa heijastavaa kirjaintyyliä. Se on saanut inspiraation goottilaisesta kirjainmuodosta tekstuurasta. Le Murmure on vaikuttava ja ilmeikäs sans-serif -kirjainleikkaus (fontti), mikä toimii turvallisen seksin kampanjassa yhtenä ”pään kääntäjänä”. Fonttia käytetään isolla pistekoolla, koska mitä pienemmäksi koko menee, sen hankalampi sitä on lukea. Le Murmure on otsikkotasoon ja runoihin tarkoitettu fontti. Se on ilmaiseksi ladattavissa ja käytettävissä myös kaupallisiin projekteihin. Le Murmurea saa vapaasti myös muokata. Ilmeeseen valitun fontin on alunperin suunnitellut Studio Triplen Jérémy Lande, fonttia on muokattu Alex Slobzheninovin ja George Triantafyllakosin toimesta. (Popovic 2020; Velvetyne.)

IBM PLEX MONO TEXT

IBM Plex Mono Text toimii ilmeessä informatiivisena fonttina. Koska monospaced-fontit vievät paljon tilaa (jokainen merkki vie yhtä suuren tilan), fonttia käytetään pienessä, mutta hyvin luettavassa koossa. Fontti ei ole koskaan paraatipaikalla, sen tarkoitus on olla neutraali ja informatiivinen, alisteisena Le Murmurelle. Kirjoituskonetyylinen fontti sointuu mielestäni hyvin Le Murmuren kanssa ja tuo mielenkiintoa myös tietoon painottuvaan tekstisuuteen. IBM Plexin suunnittelija on IBM:n Mike Abbink. Fontti on ilmainen ja sitä voi käyttää vapaasti. (Google Fonts.)

Le Murmure

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö
! " # % & (') * / : ; ? @ [\] _ { } | § « ¶ » - ˆ ; † ‡ % ” « » ¡ ª ...

IBM Plex Mono Text

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö
! " # % & (') * / : ; ? @ [\] _ { } |
§ « ¶ » † ‡ % ” Н к л ...

Le Murmure – Otsikkotasot: sekstitavat, ehkäisymenetelmät

IBM Plex Mono Text – Lyhyitä lauseita

IBM Plex Mono Text – Lyhyitä tekstejä, gemenat tai versaalit

Le Murmure – Oikeudet on painavaa asiaa, versaaleilla

Le Murmure – Runot gemenoilla

Anaaliyhdyntä

on yksi tapa harrastaa seksiä.

INIM DOLOREPUDITI utaturias re nos re, eris et alicium hitiasitae
ate perum aut aut facesti dolorectia ium ut ex estin cullab inus.

SINULLA ON OIKEUS VAIKUTTAA

Nivustemme räyhähenget, hepatiitit, kondyloomat
lateksilla nalkkiin saapi, kumikuiluun kahliutuvi.

Seksuaalioikeudet

**SINULLA
ON OIKEUS
VAIKUTTAA**

Nivustemme räyhähenget,
hepatiitit, kondyloomat
lateksilla nalkkiin saapi,
kumikuiluun kahliutuvi.

Kondomi

on ainoa menetelmä,
joka pysyessään ehjänä
ehkäisee raskauden ja
suojaa seksitaudeilta.

4.6 KUVITUSELEMENTIT

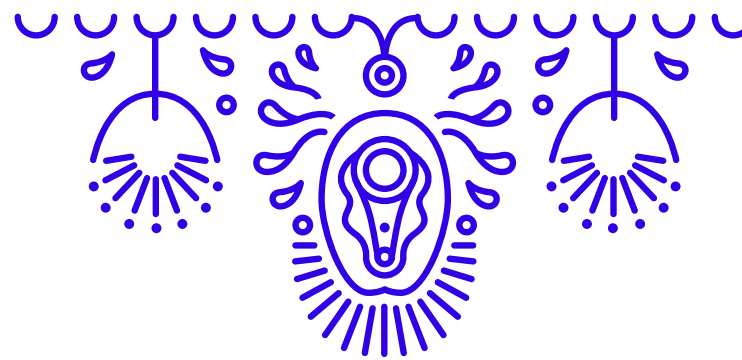
Kuvituksessa on nähtävissä sivun 47 moodboardin vaikutusta – visuaalisuuteen on valittu kaksi eri tyyliä. Koska kampanjan rakenne kietoutuu seksitapojen ympärille, näyttävämpi ja moniulotteisempi tyyli on varattu niiden kuvaamiseen (kuvio 9). Kampanjan muut elementit: seksitaudit, raskauden ehkäisymenetelmät ja niihin liittyvät käyttöohjeet kuvataan ikoneina (kuvio 8). Lisäksi ilmeessä on puhtaasti koristemielessä tehtyjä ”pitsejä” (kuvio 7).

IKONIT

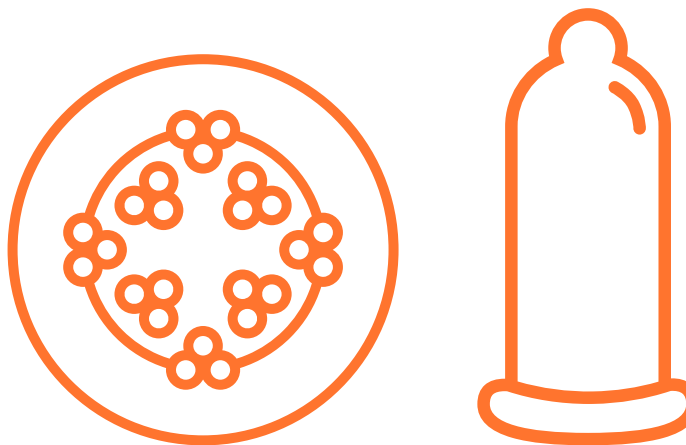
Ikonit muistuttavat ulkoisesti kuvaamaansa kohdetta, ne voidaan tunnistaa nopeammin kuin yksityiskohtaiset visualisoinnit, jos merkitys on ennaltaan tuttu (Hildén ym. 2019, 38–40). Kampanjassa usein toistuvaa ehkäisymenetelmää kondomia on kampanjoitu eniten seksitautien vastaisessa työssä, muoto on tästä syystä tuttu useille. Muut hieman tuntemattomammat, kuten pessaa-ri, vaativat ehdottomasti sanallista ilmaisua ikonin yhteyteen.

Seksitaudit kuvataan bakteerin tai viruksen lähikuvana. Inspiraationa on toiminut Covid19-koronaviruksen mediassa esiintynyt mikroskooppikuva. Oman havainnon mukaan viruksesta on tullut konkreettisempi usein toistuvan kuvan takia. Tarkoitus ei ole kuitenkaan luoda samanlaista pelkoa seksitautien ympärille, kuten Covid19-virukselle. Kirkkaat värit ja positiivinen tapa puhua varmistavat, ettei näin tapahdu.

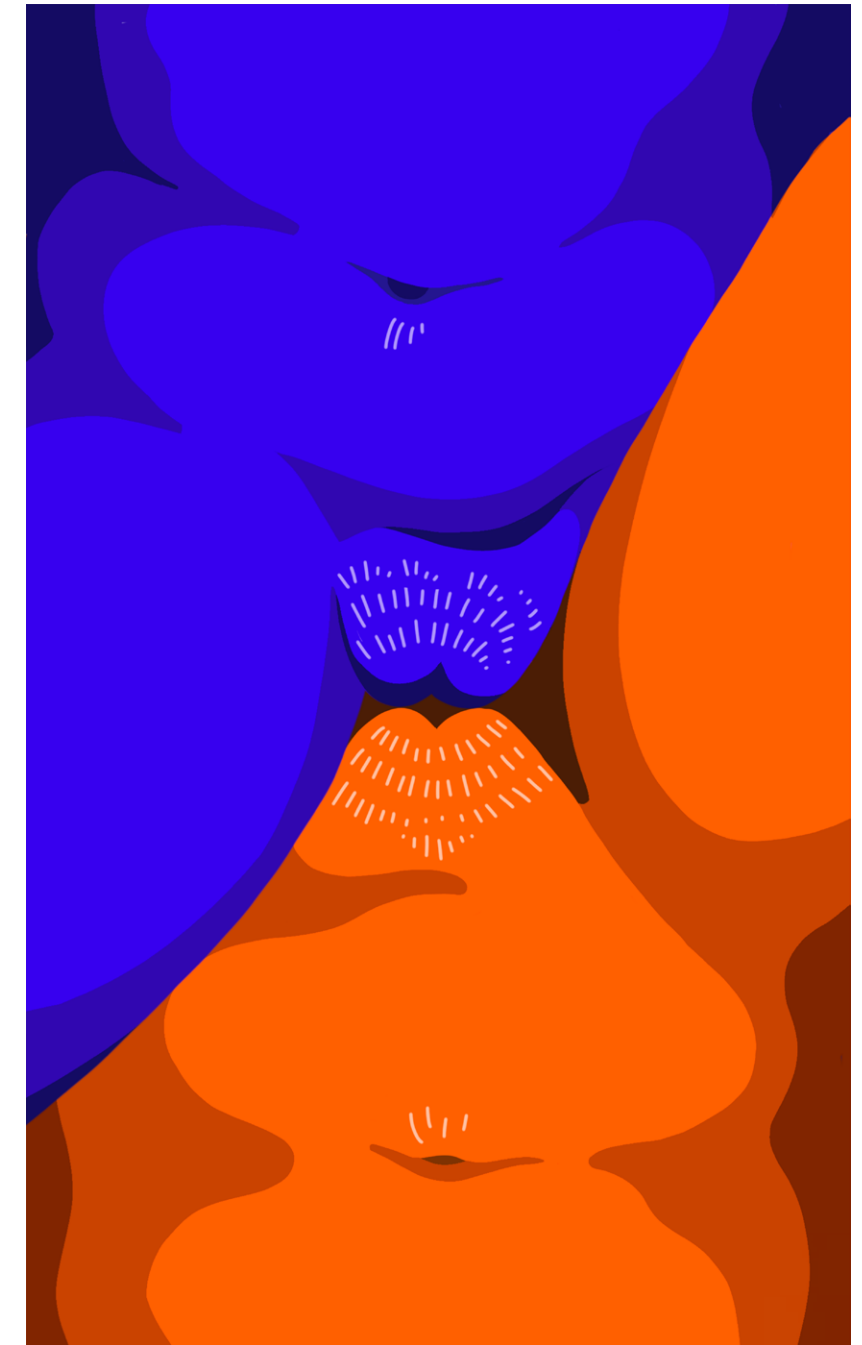
Kuvio 7: Pitsit

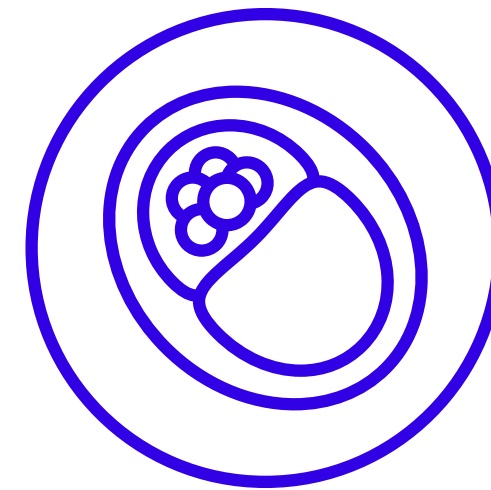
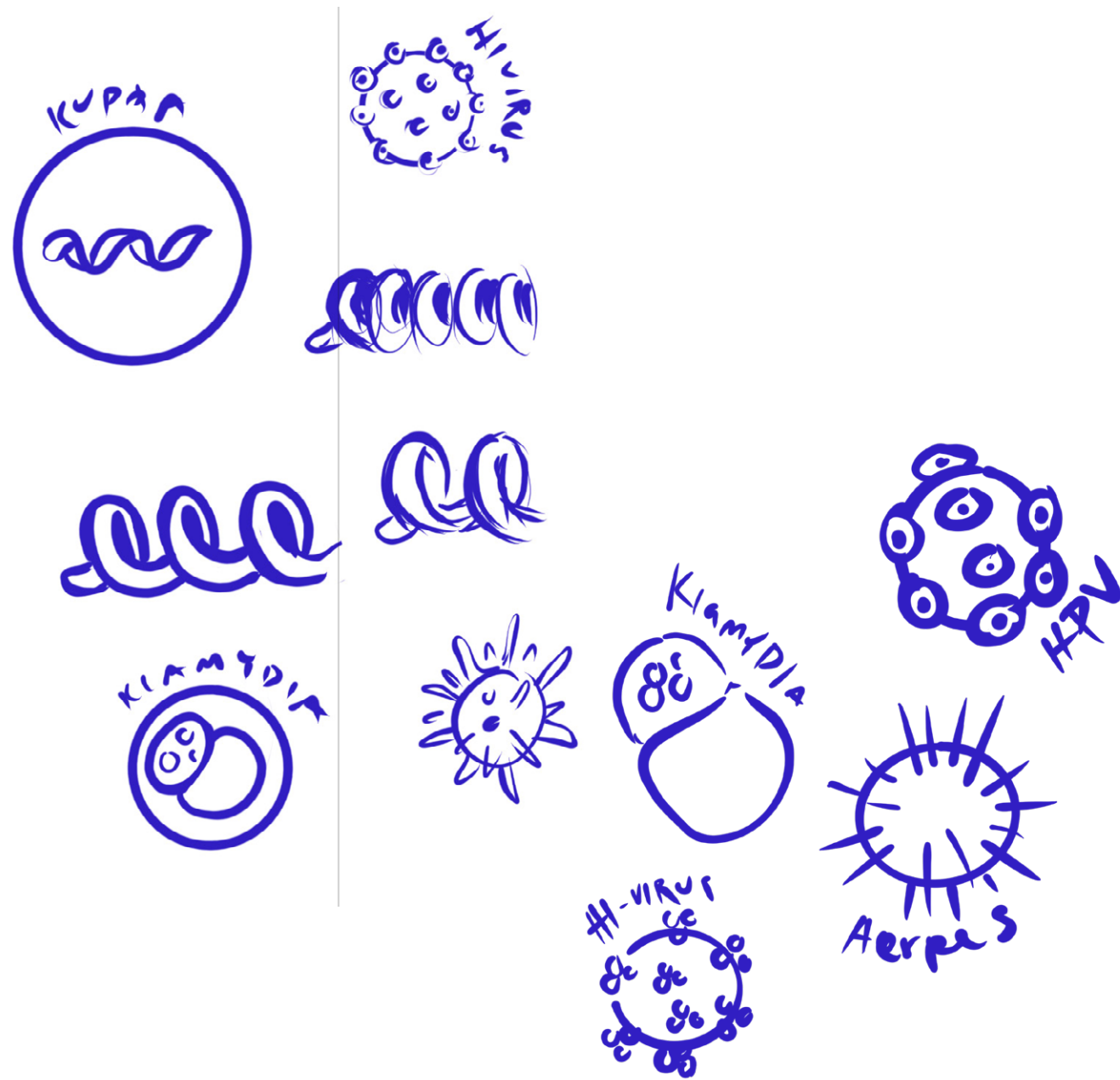


Kuvio 8: IKONIT

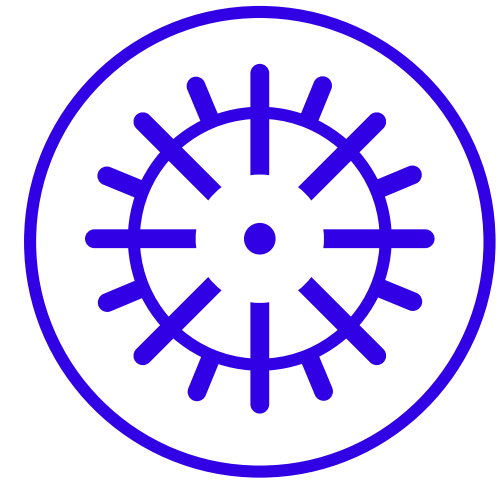


Kuvio 9: Moniulotteinen kuvitus

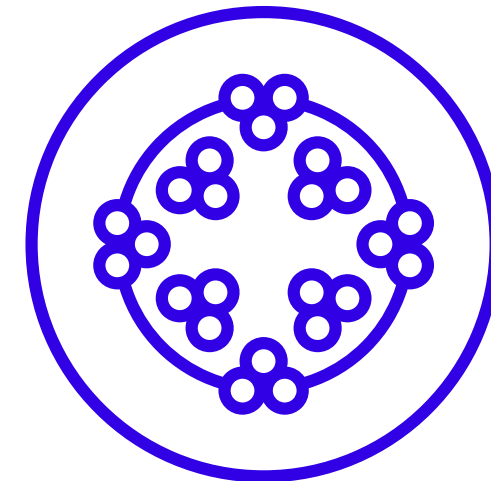




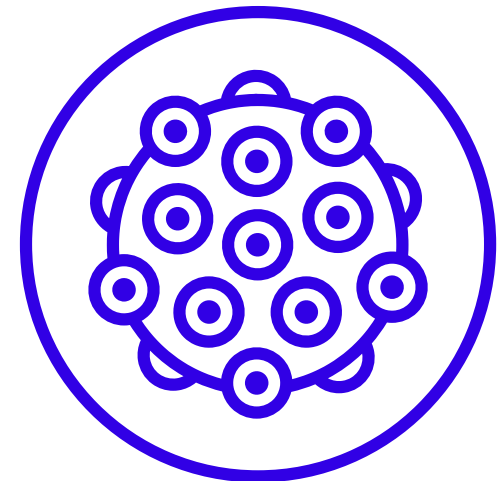
Klamydia



Genitaaliherpes



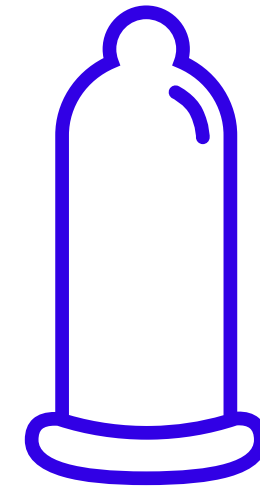
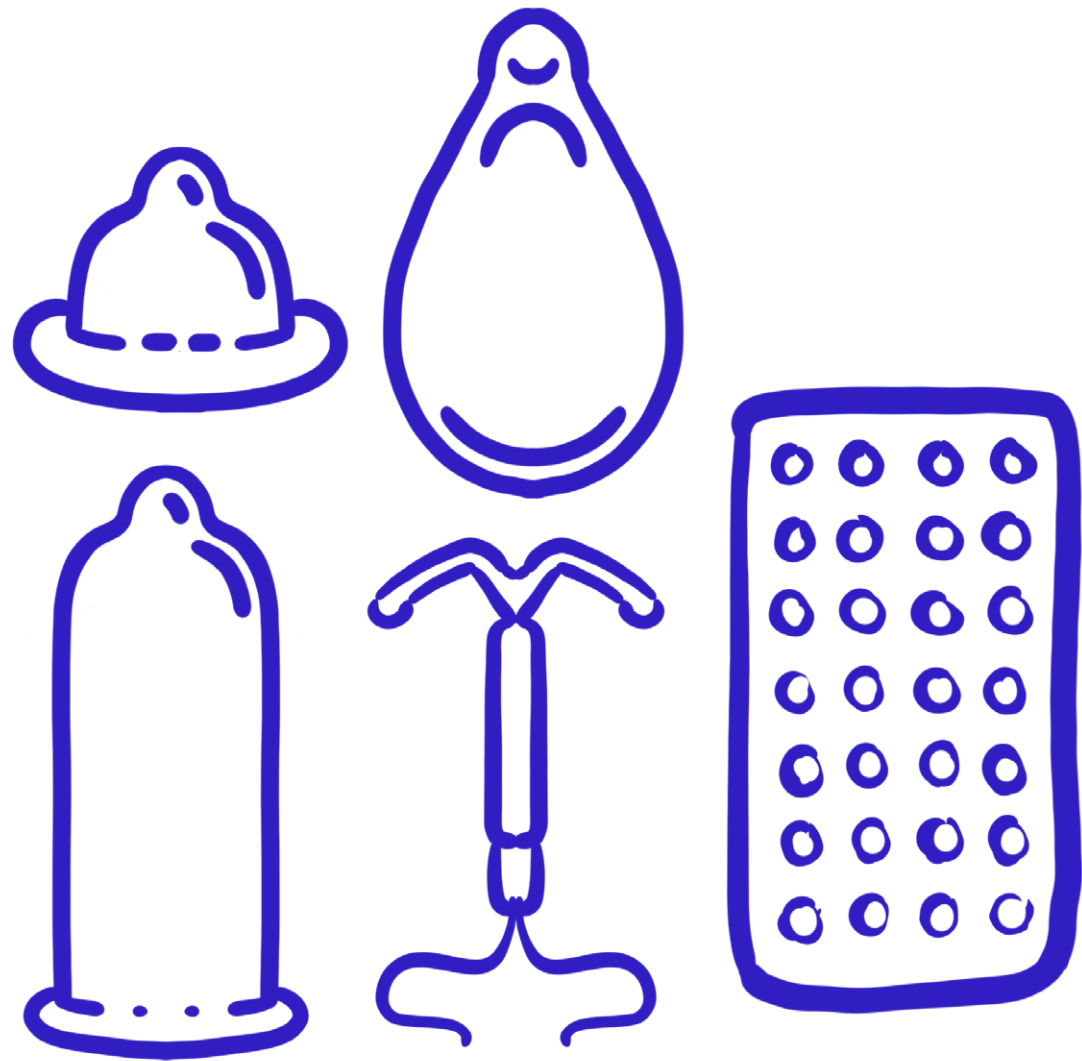
HI-virus



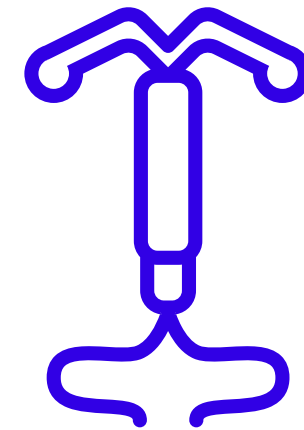
HPV-virus

Luonnoksia Ikoneiden tekemisen apuna on käytetty googlehaussa tulleita referenssikuvia.

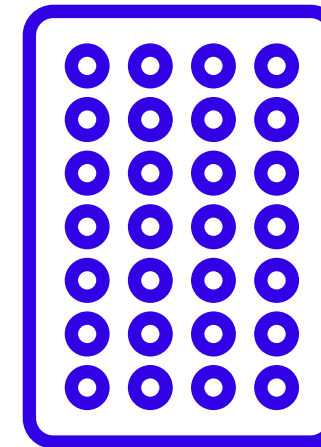
Valmiita ikoneita Yksinkertaistetut ja säännölliset muodot. Ikonit ovat sijoitettu ympyrän sisään, se kuvaa seksitaudin olevan lähikuva, "mikroskooppinäkö". Tehty Adobe Illustratorilla.



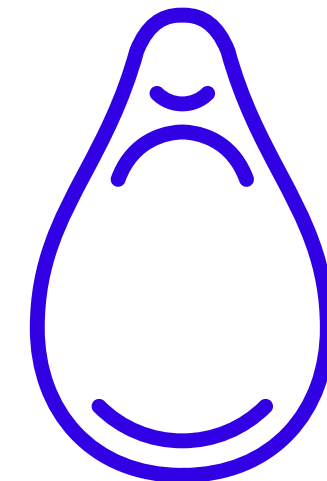
Kondomi



Kierukat



Hormonaalinen ehkäisy



Pessaari

LUONNOKSIA Ikoneiden tekemisen apuna on käytetty googlehaussa tulleita referenssikuvia.

VALMIITA IKONEITA Yksinkertaistetut ja säännölliset muodot. Ikonit eivät ole toisiinsa verrattuna oikeissa mittasuhteissa. Ne esiintyvät kampanjassa erillään toisistaan. Tehty Adobe Illustratorilla.

Kuvio 12: Ikonien käyttömahdollisuudet Värien ja typografian kanssa



SEKSITAVAT

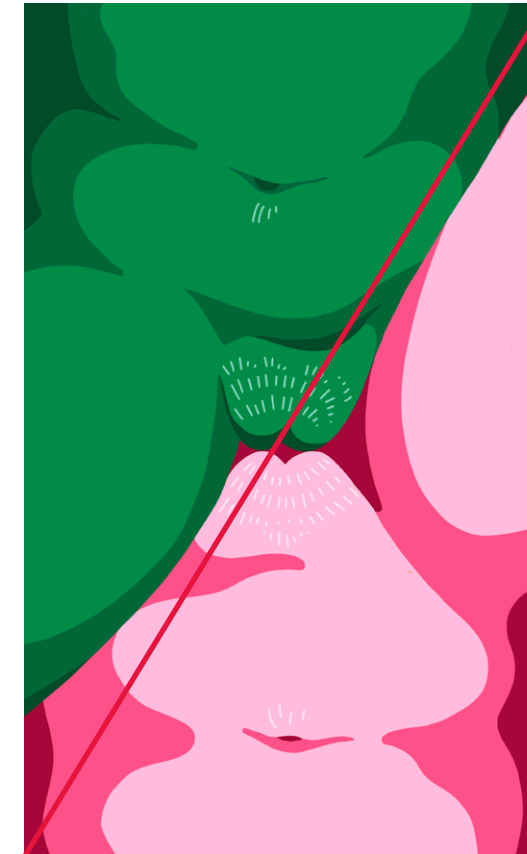
Seksitapojen kuvaamisessa käytetty tyyli ponnistaa inspiraation lähteistä (moodboard) ja sitä myöten kehitetystä omasta tavasta käyttää valoa ja varjoa. Käytän omassa tyyliissäni myös paljon värejä sekä aiheina ihmisiä – niin kasvoja kuin kehoja.

Taustatutkimuksen mukaan z-sukupolven nuoret arvostavat suoruutta ja haluavat nähdä myös muuta kuin heteronormatiivista emätinyhdyntää. Seksitavoissa on tärkeää huomioida koko moninaisuuden kirjo, jotta kohderyhmän vaatimukset ja arvo ”diversiteetin kunnioittaminen” täyttyisi. Olen ratkainut haasteen rajaamalla kuvat niin, että pääosassa on sukuelimet (poikkeus on suuseksi). Niiden kautta puhutaan myös sanallisesti. Kehojen muodot eivät noudata omia nuoruudessani oppimia ihanteita ja normeja vaan olen lisännyt niihin orgaanista viivaa ja pehmeyttä. Kehon varsinaista kokoa ei paljasteta, kun ääriviivat jatkuu reunojen yli. **Näillä ehdoilla jokainen voi tulkita kuvaa omasta lähtökohdastaan** ja identifioitua sukupuolen ja seksuaalisen suuntautumisen mukaan ilman oletuksia ja normeja.

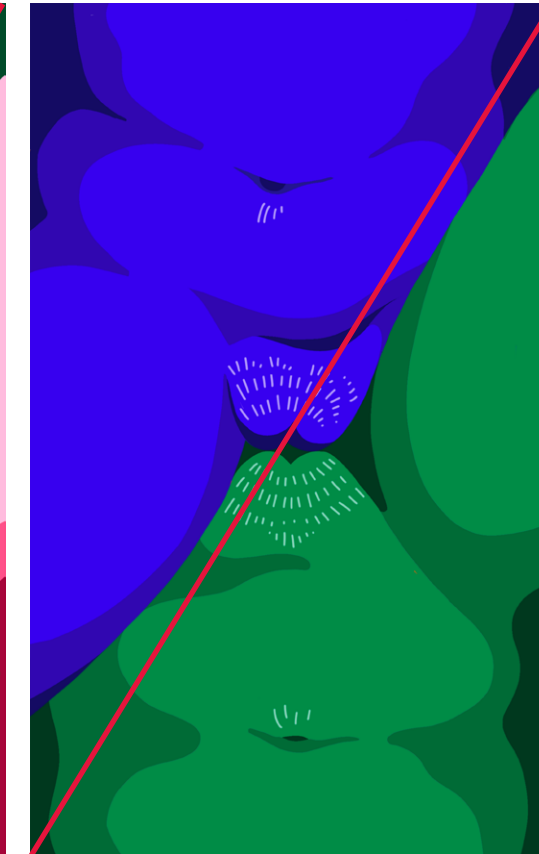
Jotta emme rajaisi ketään ulos ihonvärinkään kautta, olen käyttänyt väreinä ilmeen oranssia ja sinistä – lisävärien kanssa. Vierellä kuvattuna ihonvärien valitsemisen prosessi. Valitsemani värit sointuvat hyvin yhteen ja asettaessa niiden päälle valkoisen ikonin tai tekstin – ne erottuu taustasta hyvin.

Olen tehnyt kolme seksitapaa loppuun asti, jotta niistä näkee hakemani idean ja tyylin. Ne ovat ”anaaliyhdyntä, suuseksi ja limakalvokontakti”. Näissä ei näy vielä suhteiden monipuolisuutta osallistujien lukumäärän suhteen, mutta luonnoksis-

Kuvio 13: Ihonvärien valitseminen



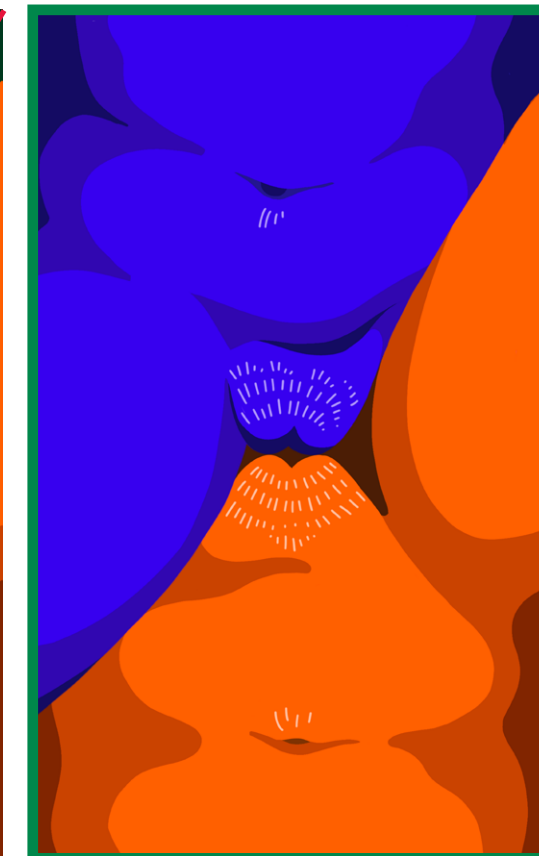
V.pun väri on liian lähellä vaaleaa ihoa.



Liian tumma



Väriyhdistelmästä ja asetelmasta tulee mieleen porkkana.



Valittu väriyhdistelmä.

sa ja ajatuksentasolla olevissa, kuten seksitavassa ”sukuelinten hyväileminen käsin” näkyisi useampi osanottaja. Vaikka tätä ei valmiissa esimerkeissä näy, olen ottanut sen huomioon.

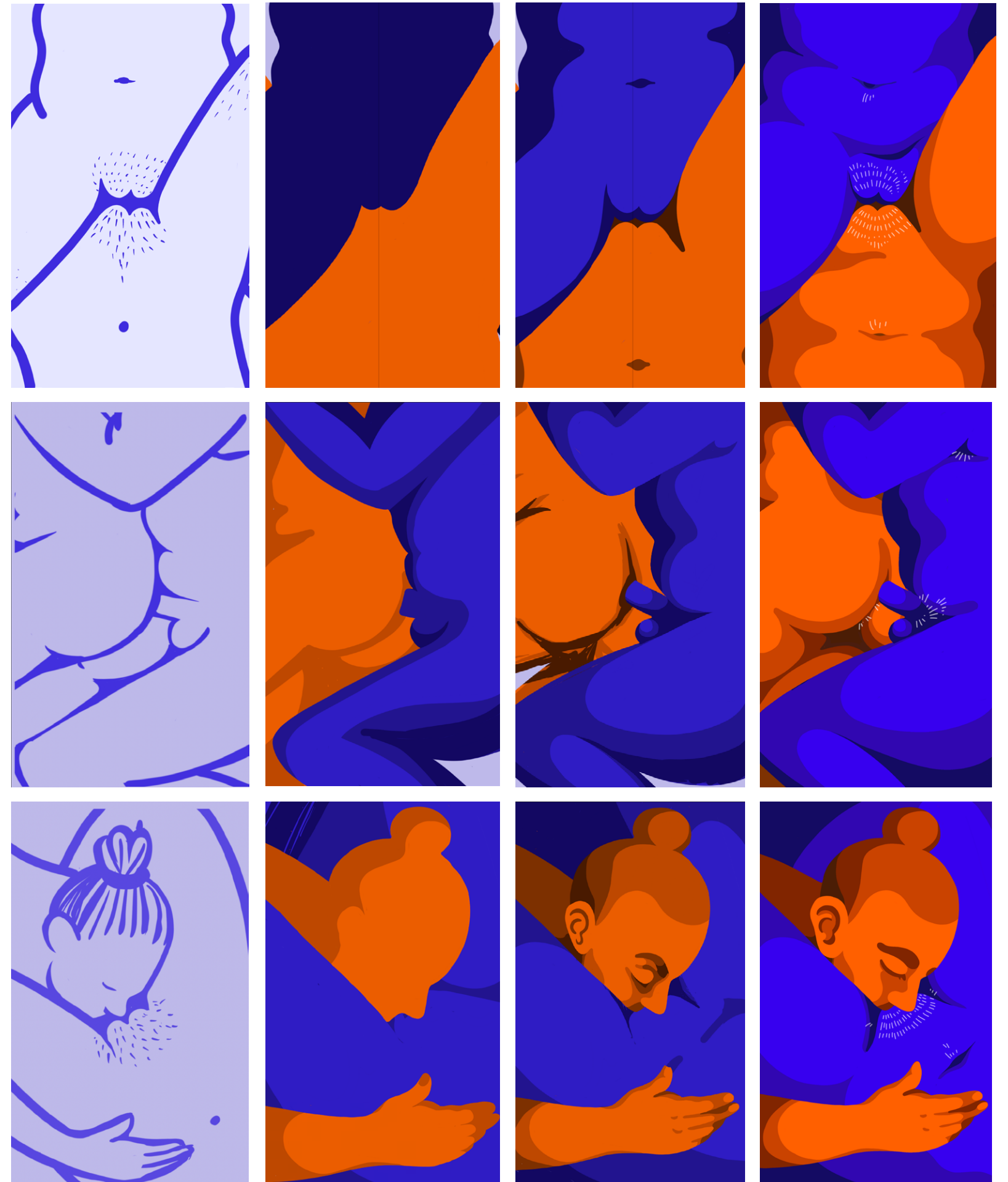
Intersukupuolisen huomioiminen onnistuu osittain, kun esimerkiksi suuseksissä sukuelin ei ole selkeästi näkyvillä ja on tulkittavissa. Kuitenkin on halu ottaa intersukupuolisuus vielä paremmin huomioon ja kampanjan seuraavassa vaiheessa tähän haetaan kokemusasiantuntijaa.

SEKSITAPA - KUVITUSPROSESSI

Aloitin seksitapojen visualisoinnin tekemällä raakoja luonnoksia hakien orgaanista muotoa ja asentojen dynamiikkaa. Lisäsin pohjaväriä ja aloin hakemaan valon ja varjon paikkoja. Muodoissa haen pyöreyttä, tarkoitus ei ole olla realistinen vaan pehmentää rohkeaa tapaa näyttää sukuelimiä.

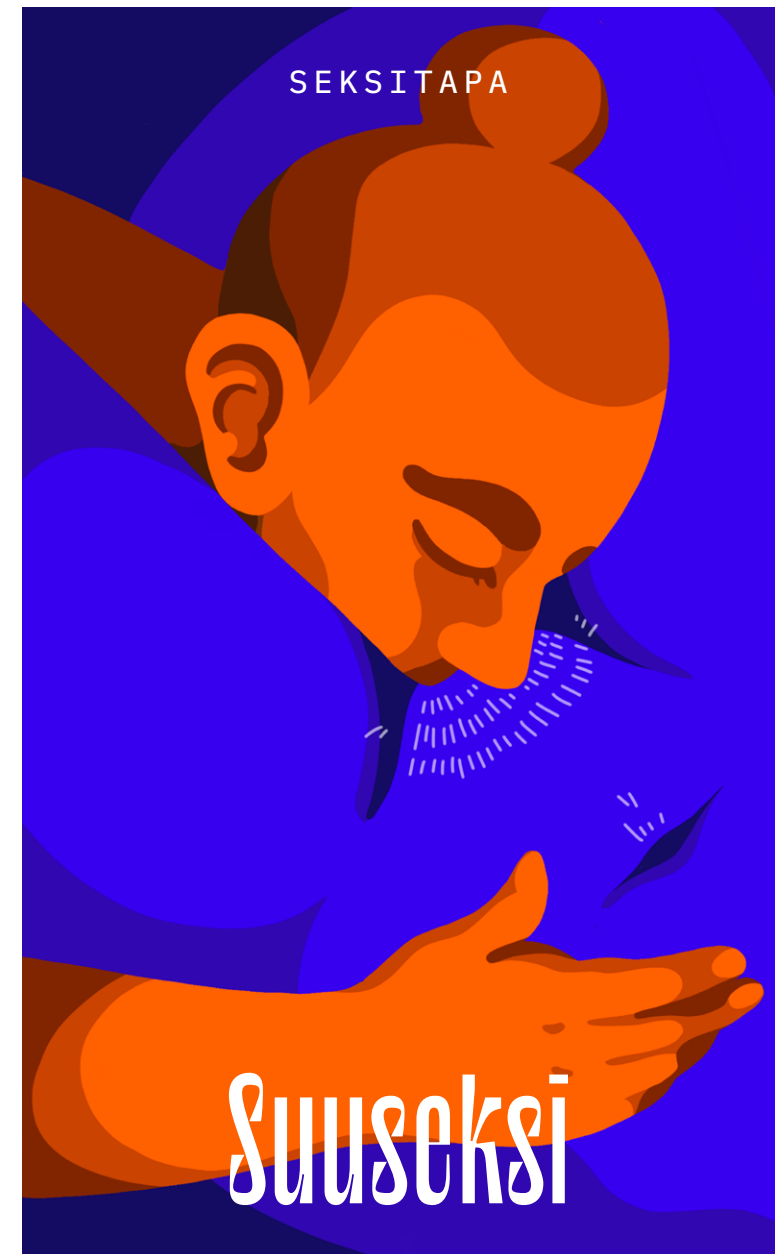
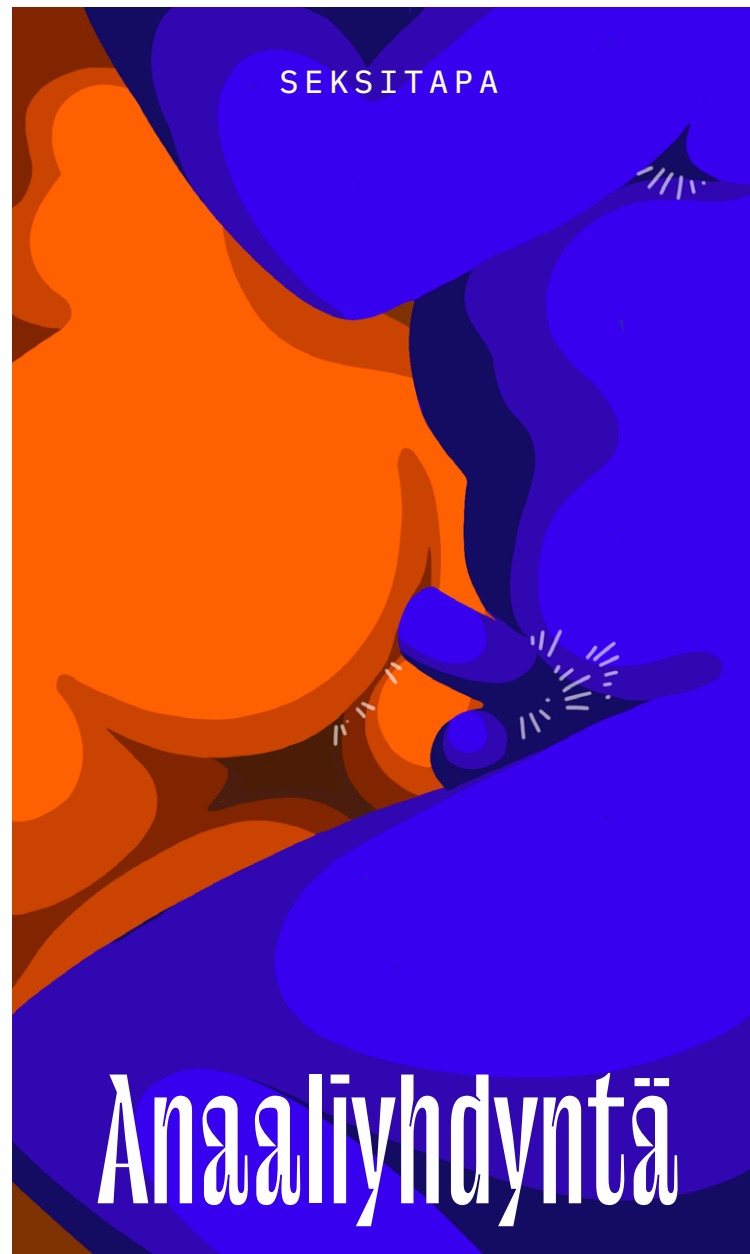
Seksitavoista rivin alimmainen, suuseksi, on poikkeuksellinen, koska siinä näkyy suuseksin antajan kasvot. Tässä olen pyrkinyt yksinkertaistamaan kasvonpiirteitä, ettei sukupuoli olisi selkeä. Olen lisännyt kuviin sukuelimien ympärille kevyesti graafista karvoitusta, ettei seksin osapuolet näyttäisi lapsilta ja normalisoisi myös karvoitukseen liittyvää häpeää. Karvoihin liittyvästä häpeästä olen tullut tietoiseksi sosiaalisen median vaikuttajien kautta.

Kuvitukset on toteutettu käyttäen iPad Pron ohjelmaa ”Procreate”. Kuvitukset on pikseligrafiikkaa, mutta voidaan siistiä linjojen takia muuntaa tarvittaessa vektoreiksi. Referenssikuvia ei ole käytetty, koska niitä ei ole valtavasti saatavalla ja halusin välttää esimerkiksi pornografialle tyypillisiä yliasentoja.



Kuvio 14: Seksitavat - kuvitusprosessi

Kuvio 15: Seksitavat – Valmiit Kuvitukset liitettynä typografian kanssa



PITSIT

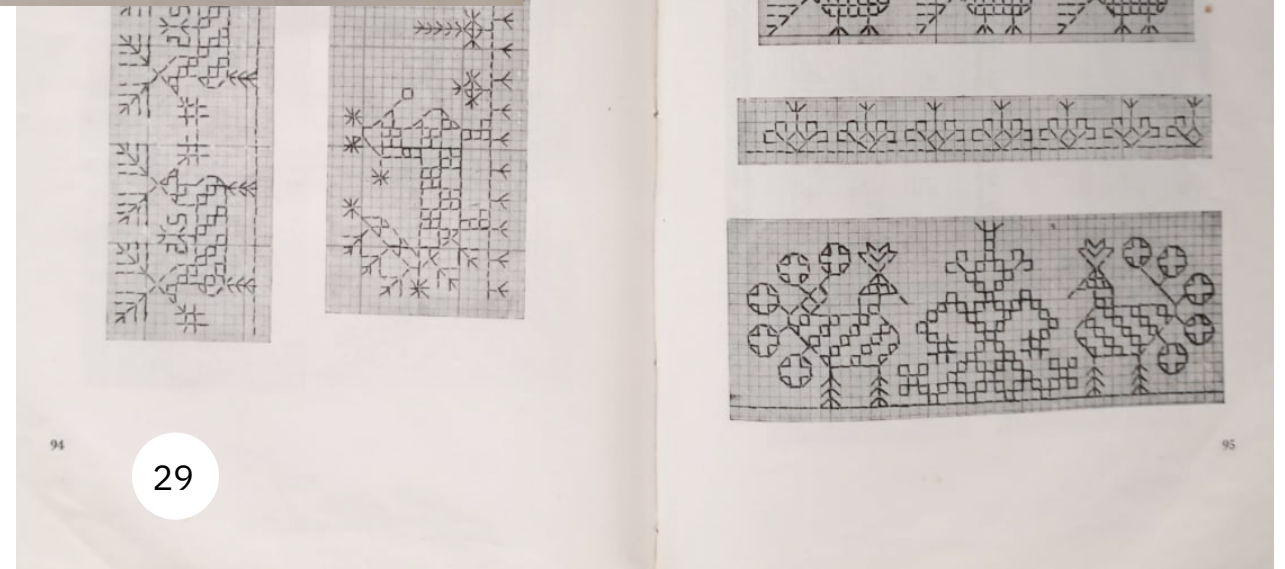
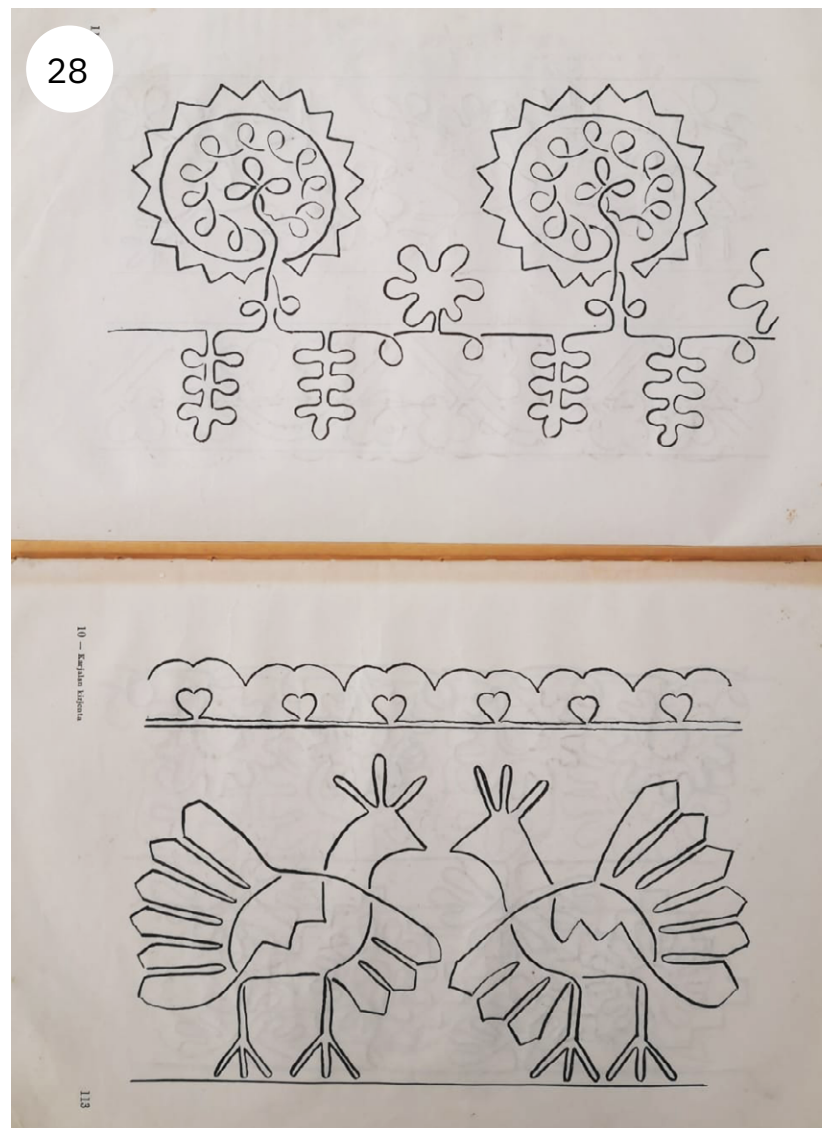
Pitsien inspiraatio tulee suoraan karjalaisesta kirjonnasta. Se on erityisen rikasta aiheiltaan, kun paidan helmassa saattaa olla kirjottuna kasvi, ihminen, riikinkukko, leijona tai taruolento. Kirjonta voi olla muodoltaan veitsenterävää (kuva 29) tai orgaanista (kuva 28), niinkuin kampanjan ilmeen pitsit. (Ollila & Ste 1955, alkulause.)

Pitsien tarkoitus on puhtaasti koristeellinen. Mitään varsinaista informaatiota kuvitukset eivät tarjoa, ellei sitten ripauksen anatomiaa. Pitsit ovat saaneet ilmeen mukaan omalaatuiset nimet *pillupitsi*, *kullipitsi* ja *interpitsi*.

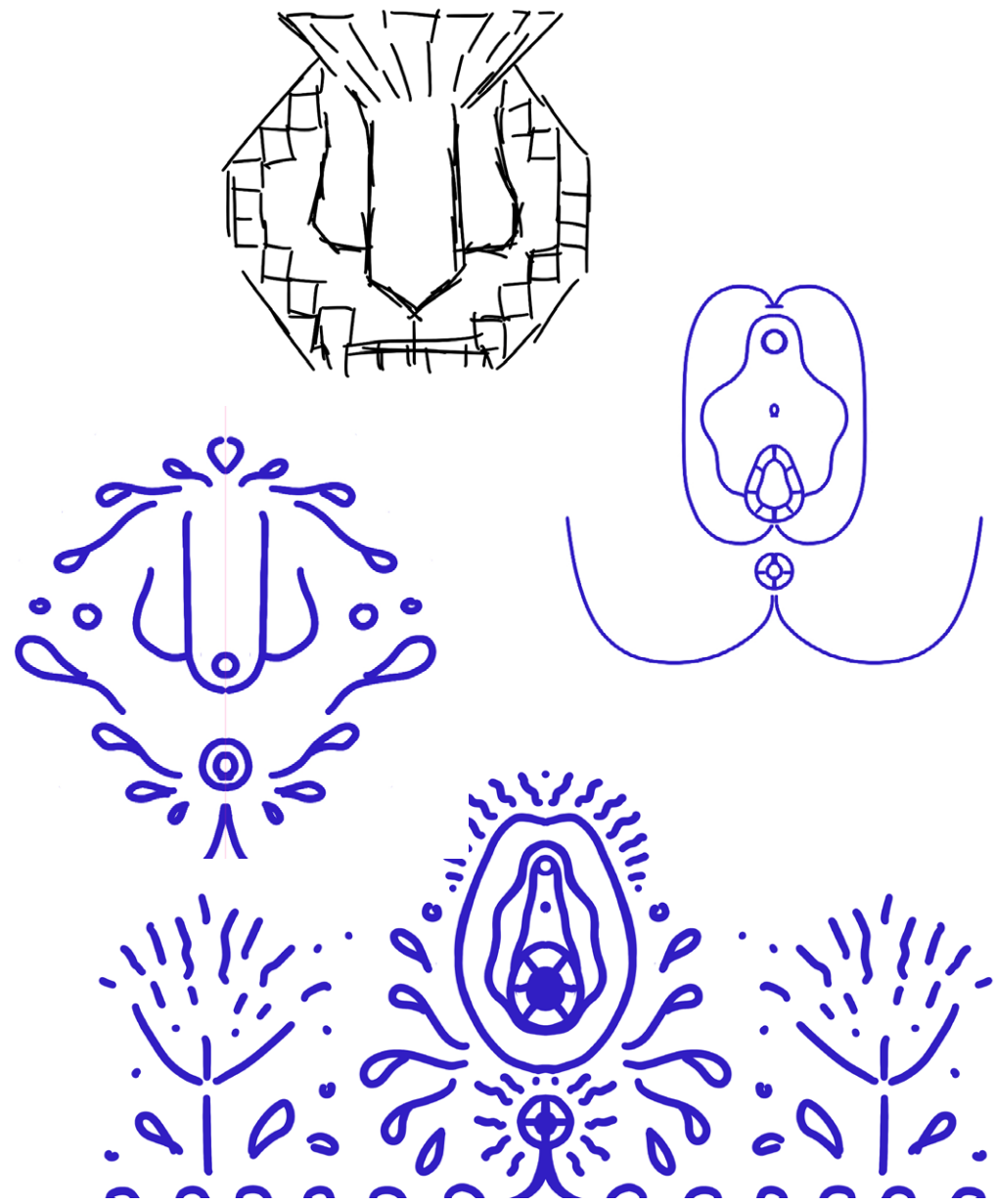
Interpitsissä on haettu sukuelintä mistä ei voi suoraan sanoa onko kyseessä penis vai vulva. Pitsit esiintyvät seksitapojen ja seksuaalioikeuksien kanssa. Seksitauti-ikoneiden kanssa pitsien käyttöä vältetään, koska viivat ovat tyyliiltään samankaltaisia, ja koska seksitauti-ikonit ovat astetta monimutkaisempia kuin muut ikonit. Näin ollen yhdistelmästä tulisi sekava ja epäinformatiivinen.

Kuva 28: Orgaaninen kuvio (Ollila & Stenij 1955, 112)

Kuva 29: Terävä kuvio (Ollila & Stenij 1955, 95)

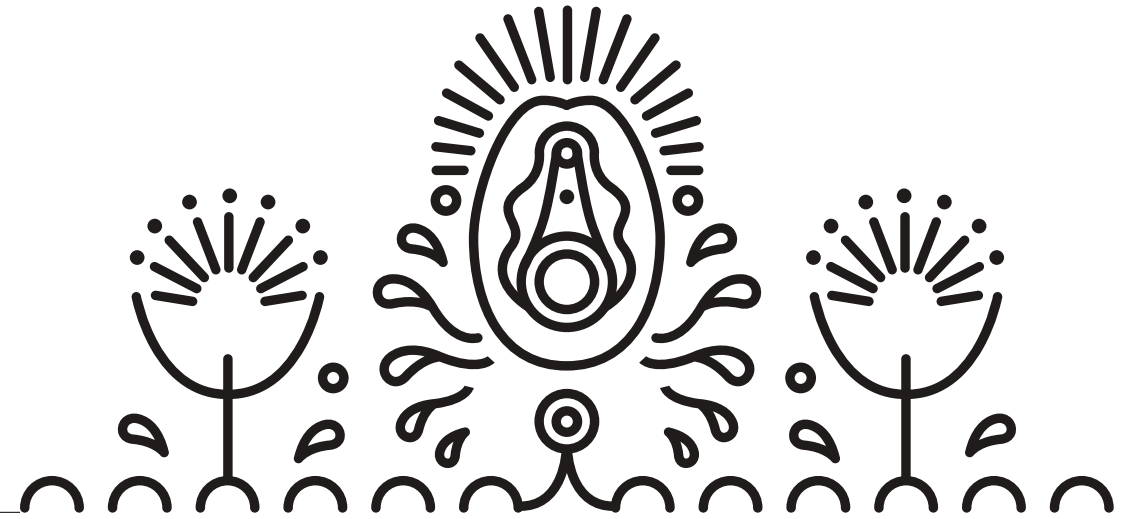


Kuvio 16: pitsit - kuvitusprosessi

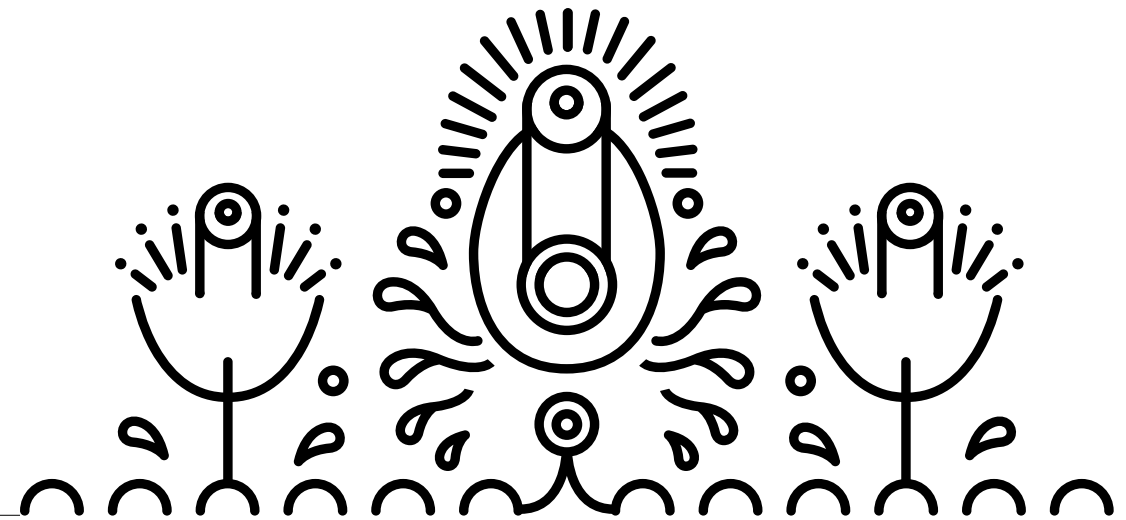


Luonnoksia Hain pitsiin orgaanista muotoa.

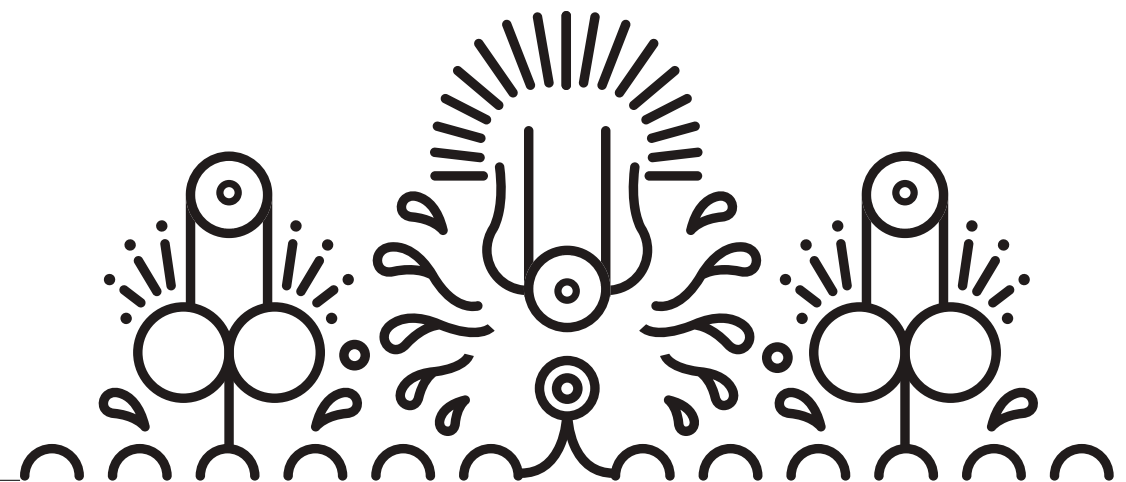
Pillupitsi



Interpitsi



Kullipitsi



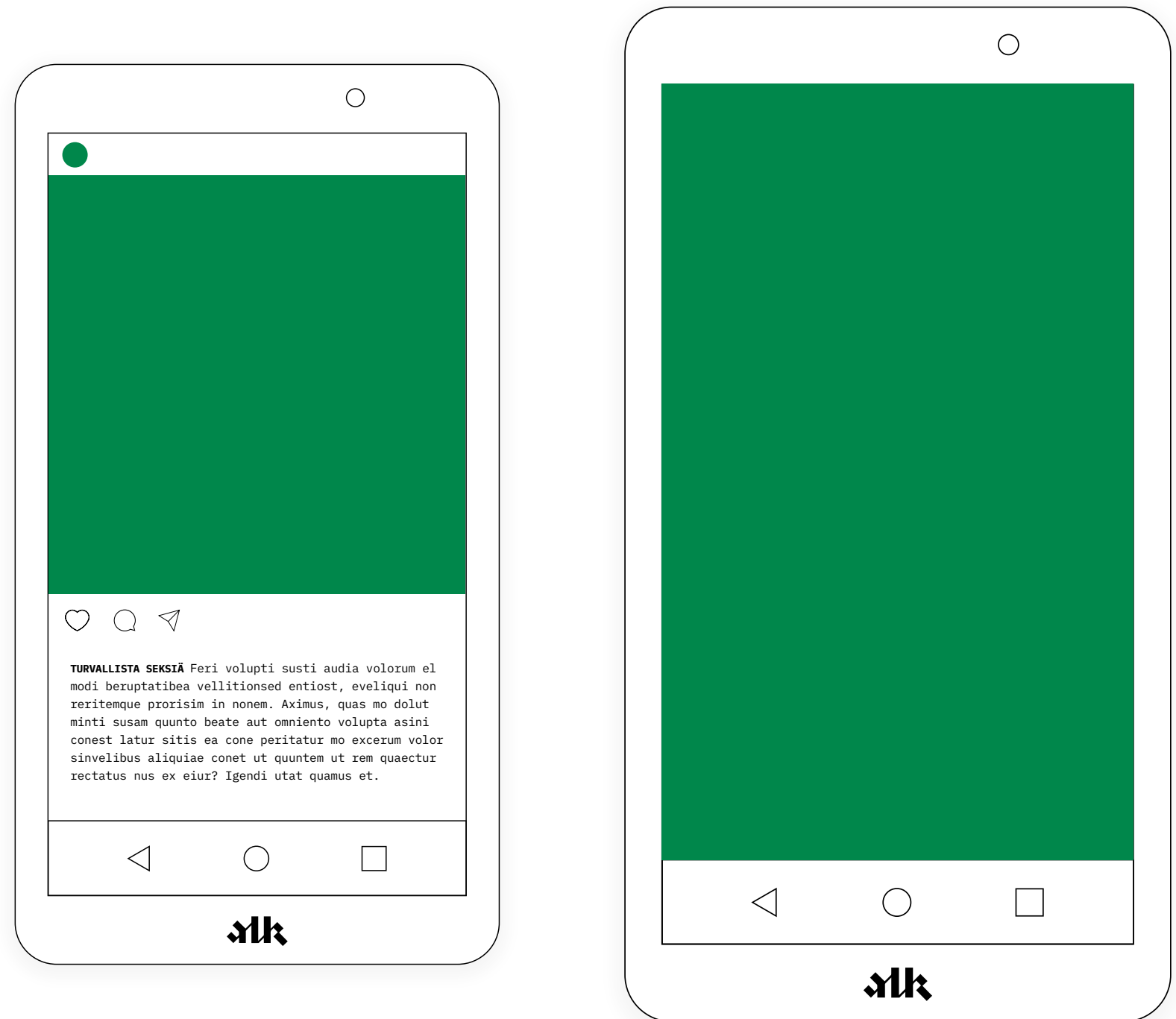
Kuvio 17: pitsit – käytössä värien, typografian ja kuvitusten kanssa



4.7 MALLINNOKSET

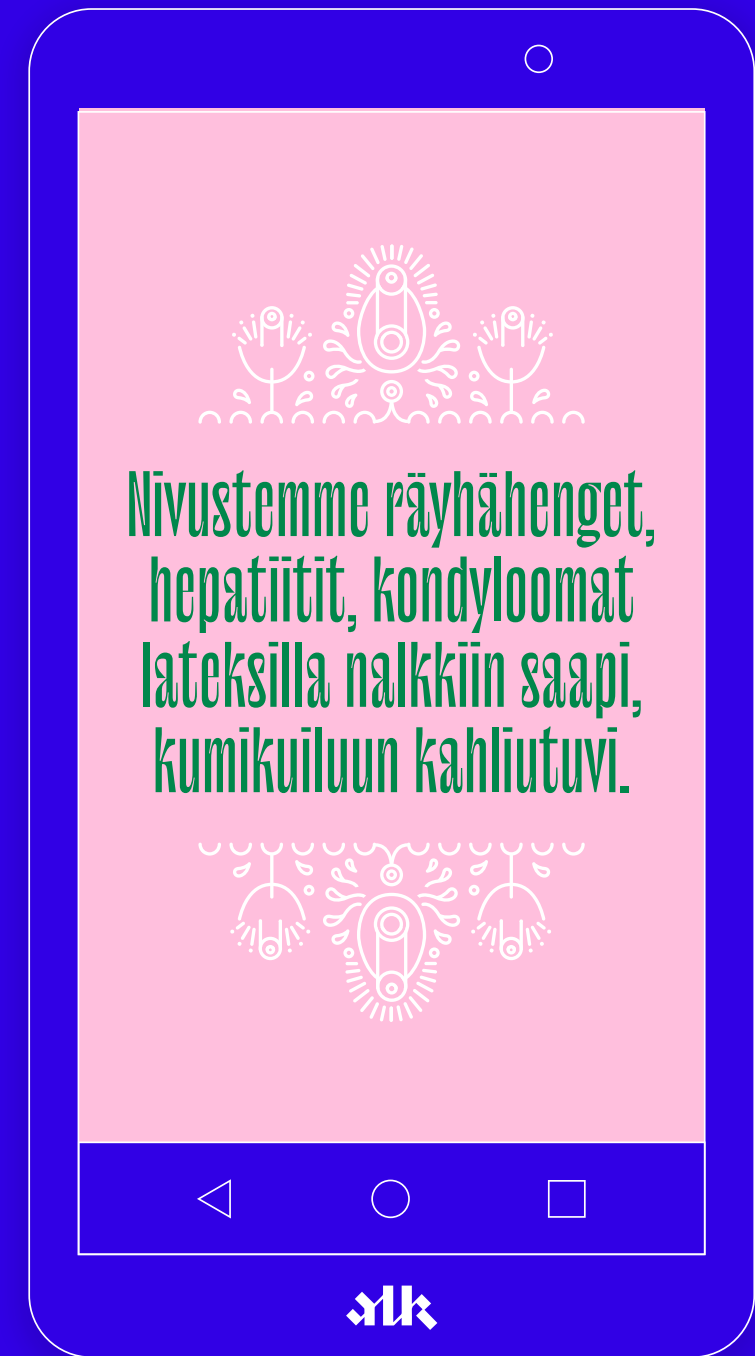
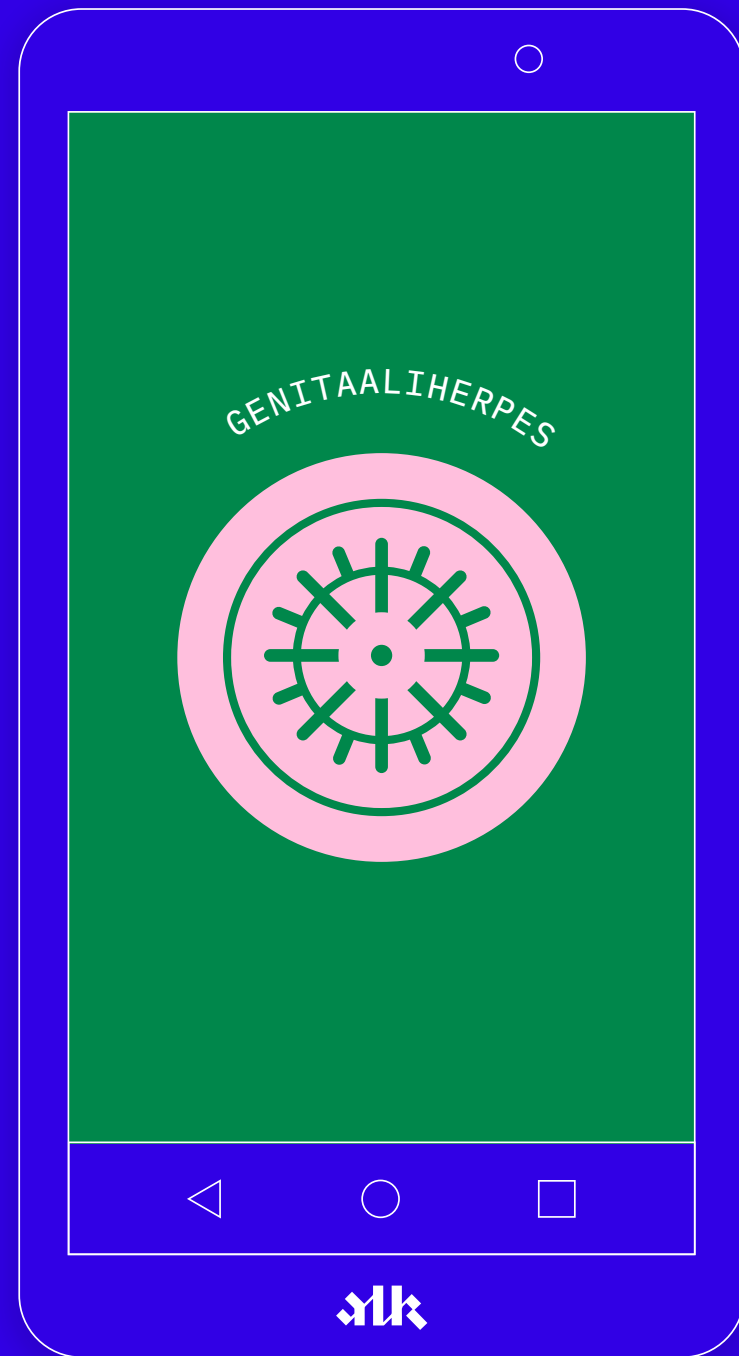
Mallinnoksissa olen yhdistänyt visuaalisia elementtejä ja kokeilut kampanjan viestinnän runoja sekä suoraa ja selkeää viestintää napakoilla teksteillä. Tekstit ja runot ovat esimerkkejä ja ilmentävät kampanjassa haettua tunnelmaa. Olen tehnyt mallinnokset Instagramin tukemaan tapaan näyttää kuvia. Instagramissa voi julkaista kuvan tilin seinälle tai ”Instagram Story” kautta, missä julkaisu häviää vuorokauden jälkeen. Storyssä kuva kattaa puhelimen koko ruudun ja seinällä kuvat muodostuu neliöistä (kuvio 18). (MLL 2019.)

Mallinnoksissa näkyy alustavaa hahmotelmaa kampanjan rakenteesta. Se ei ole vielä varsinainen lukkoon lyöty rakenne vaan ehdotus, miltä visuaalisuus voisi Instagramissa näyttää. Mallinnosten avulla visuaalisuutta hahmottaa paremmin ja jatkotyöskentely on helpompaa.

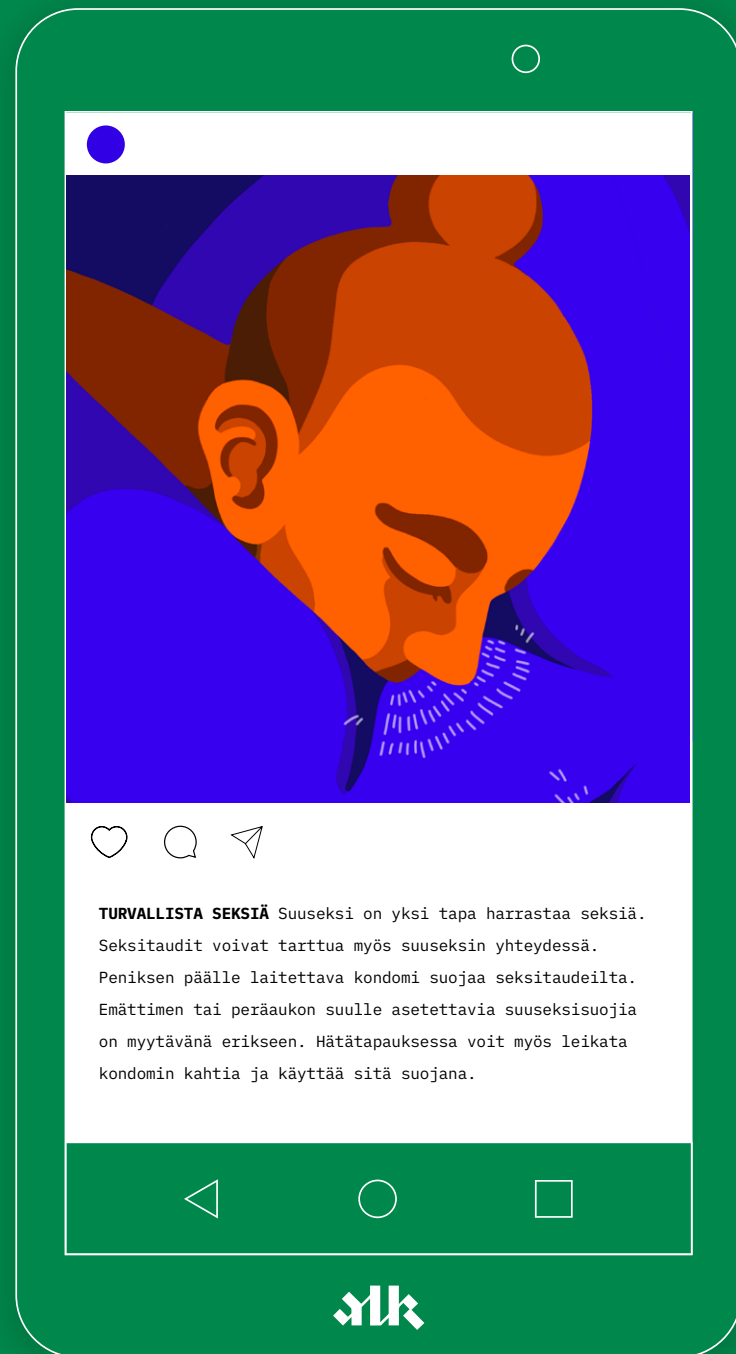


Kuvio 18: Mallinnoskoot





Kuvio 21: Mallinnoksia



5 Yhteenveto

SEURAAVAAT VAIHEET

Kampanjan kokonaisuuden luomiseen tarvitaan asiantuntijoita niin markkinoinnista, kuin luovalta puolelta. (Blakeman 2011, 15–17.) Kampanjakonseptin seuraava vaihe on etsiä työryhmään markkinoinnin asiantuntija, tekstisuunnittelija sekä luoda kampanjalle luonteva järjestys. Visuaaliset elementit tehdään loppuun ja päätetään viimeistellyn informaatio-osuuden ja luodun järjestyksen mukaan miten mikäkin elementti esitetään ja mahdollisesti värikoodataan.

Seuraavassa vaiheessa pohditaan myös yhteistyökumppaneita kampanjan levityksen suhteen ja rivojen runojen tekijää. Tarkoitus olisi saada useampi kampanjan levittäjä, koska jaettava tieto on tärkeää. Jos tämä ei onnistu, kampanja julkaistaan joka tapauksessa seksologi Mirkan sosiaalisen median kanavissa. Runojen tekijä voisi olla julkisuuden henkilö, mikä nostaisi kampanjan ”uudelle tasolle” tiedon leviämisen suhteen.

Kampanjan tuloksia ja pysyvää informaation paikkaa varten voisi perustaa omat verkkosivut tai tehdä mahdollisen yhteistyökumppanin verkkosivuille alasivu, minne sosiaalisesta mediasta ohjattaisiin lisätiedon kaipaajat. Tästä pystyisi saamaan dataa ja se auttaisi kampanjan tulosten mittaamisessa.

OMA ARVIOINTI

Pohdin syksyllä useimpia vaihtoehtoja opinnäytetyöni aiheeksi, mutta kokemani ikävä puhelu ehkäisyneuvolan työntekijän kanssa ja siitä lähtenyt keskustelu seksologi Mirkan kanssa vei ehdottomasti voiton. Halu vaikuttaa yhteiskunnallisella tasolla sekä minun ja Mirkan rohkeat visiot ilmeestä ja viestinnän kul-

masta tekivät prosessista antoisan.

Haasteina oli, kun pohdittiin aiheen laajuutta ja rajausta mikä ottaisi huomioon seksuaalisen diversiteetin. Ensimmäinen aihe ”raskauden ehkäisy” sai nopeasti kyytiä taustatutkimuksen edetessä ja Mirkan kertoessa omia kokemuksiaan nuorten seksuaalikasvatuksen tasosta. Aiheen laajentaminen oli hyvä päätös, vaikka sen käsittely ja jäsentäminen oli iso työ.

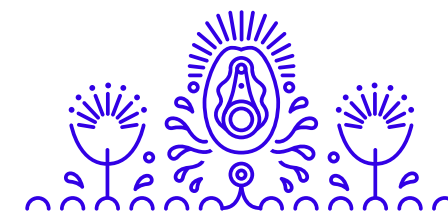
Taustatutkimus oli tärkeä suunnittelun vaihe. Sain historiaan ja nykyhetkeen perehtymisestä paljon arvokasta oppia mm. normeista ja seksuaalisuuteen suhtautumisesta. Pidän merkittävänä sitä, että graafinen suunnittelija on tietoinen asioista, mitkä vaikuttavat herkän aiheen ympärillä, ennen kuin suunnitteluprosessi alkaa. Varsinkin seksuaalisuuteen liittyvässä viestinnässä pitää olla tarkka, ettei toista vanhoja ja ihmisryhmiä rajaavia normeja tai ihaneita. Koin haasteellisena keksiä viestinnän kärkeä, kun aiheen äärellä kuuluisi olla salliva ja positiivinen, mutta samalla varoittaa raskaudesta ja seksitaudeista. 1800-luvun häveliään kulttuurin ja Elias Lönnrotin runomatkojen yhdistäminen oli suunnittelun käännekohta. Kun löysin yhteyden, sain valtavan intuition tunteen – nyt kampanja on oikeilla jäljillä.

Sain kyseisen käännekohdan verrattain myöhäisessä vaiheessa ja kampanjan kehittämisessä tuli kiire. Koronaviruksen viime vuoden puhkeaminen vaikutti välillisesti myös opinnäytetyön kulkuun, kun keväälle 2020 suunnittelema harjoittelu siirtyi lähes vuodella eteenpäin. Olen ollut harjoittelussa koko opinnäytetyön tekemisen ajan.

Visuaalisuuden kanssa kompastelin ennen rivojen runojen keksimistä, mutta kun teema ja inspiraation lähde oli selvillä sain mielestäni aikaan hyvän kampanjakonseptin. Konseptisuunnitelma keskittyi vahvasti osaamisalueisiini ja minun piti ajoittain muistuttaa itseäni, ettei valmista kampanjaa ole tarkoitus tehdä. Harjoittelussa saamani arvokas oppi tiimityöskentelestä auttoi asian sisäistämisessä – olen graafinen suunnittelija, omaan tietotaidot mitkä kuuluvat sille alalle, en koko mainostöimiston kaltaista asiantuntijuutta.

Muutamista epätoivon hetkistä huolimatta sain paketin valmiiksi ja olen tyytyväinen lopputulokseen. Olisin halunnut ehdottomasti kuvittaa kaikki seksitavat ja ikonit, mutta konseptissa on tärkeintä, että näkee ratkaisun idean – ei kaikkia yksityiskohtia. Pidän tekemistäni ratkaisuista, kuten kuvittaa sukuelimiä. Kun tein ensimmäisen seksitavan ”limakalvokontakti”, siskoani alkoi hävettämään ja hän ehdotti laitettavaksi vulvien päälle pikkuhousuja. Minuakin hävetti, mutta lyhyen keskustelun jälkeen ymmärsin olevani asian ytimessä. Miksi hävettää, jos se on ihan luonnollista? Reaktio vahvisti, että teen jotain oikein. Koen, että olen ratkaissut tutkimuskysymykseni.

Kaiken kaikkiaan prosessi oli työläs, mutta hyvin antoisa ja aion jatkossakin puuttua rohkeasti yhteiskunnallisiin epäkoh-
tiin ja tehdä kenties niistä muutaman kampanjakonseptin!





Lähteet

Aaltonen, I. 2019. Kirjainmuotoilu – Miten kirjaintyyppi kaupallistetaan ja onko suomalaisuudesta etua? Turun ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Viitattu 15.4.2021. Saatavissa https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/265573/Aaltonen_Ilona.pdf?sequence=2

Aarnio, J., Tolonen, A. & Savin, A. 2020. Tiedätkö olevasi etuoikeutettu? Korona paljasti Suomen luokkajaon ja epäkohdat, mutta mikään tuskin muuttuu. Viitattu 4.4.2021. Saatavilla <https://yle.fi/uutiset/3-11449033>

Aarnipuu, P. & Aarnipuu, T. 2012. Kondomikirja. Helsinki: Into

Aholainen, S. 2021. Yhdistelmäpillereiden suosio vähenee, sillä kaikki naiset eivät halua enää hyväksyä sivuoireita – Katriina Kivinen, 26, siirtyi käyttämään ”kiertotietoisuusmenetelmää”. HS. Viitattu 2.4.2021. Saatavissa <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000007885298.html>

Adams, S. 2017. The Designer’s Dictionary of Colour. New York: Abrams The Art of Books

A-lehdet. 2020. XYZ – Miten eri sukupolvet eroavat toisistaan?. Viitattu 5.4.2021. Saatavissa <https://www.a-lehdet.fi/artikkelit/xyz-miten-eri-sukupolvet-eroavat-toisistaan>

Amnesty. Transihmisten oikeudet. Viitattu 2.4.2021. Saatavissa <https://www.amnesty.fi/tyomme/teemat/itsemaaramisoikeus-sukupuoleen/>

Blakeman, R. 2011. Advertising Campaign Design: Just the Essentials. New York: Routledge. Viitattu 14.4. Saatavissa: https://books.google.fi/books?hl=fi&lr=&id=ou0oCAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=campaign+design&ots=OJUW_Lx2O&sig=0dEh-pFGwDmfsMlxeg_5dv3TjIs&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Bob the Robot. 2019. #mitäkuuluu sai suomalaiset puhumaan itsemurhista. Viitattu 10.4.2021. Saatavissa <https://www.bobtherobot.fi/blog/1153/mitakuuluu-sai-suomalaiset-puhumaan-itsemurhista>

Clancy, H. 2019. Tom Ford’s objectifying ad archive shows how far the world has come. Indie. Viitattu 15.3.2021. Saatavissa <https://indie-mag.com/2019/09/tom-ford-problematic-90s-ads/>

Ehkäisynetti a. Yhteenveto – tietoa eri ehkäisymenetelmistä. Viitattu 5.4.2021. Saatavissa: <https://www.ehkaisynetti.fi/ehkaisymenetelmat>

Ehkäisynetti b. Kuinka aloitan ehkäisyn? Viitattu 28.3.2021. Saatavissa <https://www.ehkaisynetti.fi/blogi/ehkaisyn-aloittaminen>

Ellis, M. 2019. RGB vs CMYK: What’s the difference?. 99designs. Viitattu 20.4.2021. Saatavissa <https://99designs.com/blog/tips/correct-file-formats-rgb-and-cmyk/>

Enqvist, E., Haahtola, P. & Lampinen, P. 2015. Tupa ryskyi, parret paukkui. Helsinki: Werner Söderström sakeyhtiö

Folcan. Sosiaalisen Median Kanavat – Top 6 tärkeintä kanavaa. Viitattu 15.4.2021. Saatavissa <https://www.folcan.fi/sosiaalisen-median-kanavat/>

Fulleylove, R. Studio io designs futuristic, Blackletter typeface Optimum Compress. Viitattu 13.4.2021. Saatavissa https://www.itsnicethat.com/articles/studio-io-optimum-compress?utm_source=pinterest&utm_medium=social&utm_campaign=intsocial

Googlefonts. IBM Plex Mono. Viitattu 14.4.2021. Saatavissa <https://fonts.google.com/specimen/IBM+Plex+Mono>

Graafinen. 2015. Eettinen mainonta. Viitattu 14.4.2021. Saatavissa <https://www.graafinen.com/suunnittelu/mainonta/eettinen-mainonta/>

Grigoreva, G. 2017. How To Win The Hearts Of The Gen Z Consumer Base In Eight Seconds. Forbes. Viitattu 12.4.2021. Saatavissa <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2017/11/27/how-to-win-the-hearts-of-the-gen-z-consumer-base-in-eight-seconds/?sh=48094d0a6bff>

HBO. The Handmaid's tale. Viitattu 14.4.2021. Saatavissa https://fi.hbonordic.com/series/the-handmaids-tale/19ad2ad3-a06a-43e9-b927-9fe70acd94fd?gclid=Cj0KCQjwse-DBhC7ARIsAI8YcWLnUb02NCHa6d5Ae9TG_7NsYteGKV73s--jW4b9QA9adzuNR7JaVrwaAq_fEALw_wcB

Heikkinen, T. 2017. Seksisuomen historia – Kortonkien gummisetä. Yle. Viitattu 10.4.2021. Saatavissa <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/06/21/kortonkien-gummiseta>

Heimolehto, K. & Sjöblom-Hasselblatt, S. 2020. Median kuva seksuaali- ja sukupuolivähemmistöistä on dosentin mukaan monipuolisempi kuin ennen – tosielämässä on yhä paljon eriarvoisuutta. Yle. Viitattu 4.4.2021. Saatavissa <https://yle.fi/uutiset/3-11475954>

Hevonoja, J. 2021. Suomi on jälleen maailman onnellisin maa – koronasta huolimatta! Yle. Viitattu 3.4.2021. Saatavissa <https://yle.fi/uutiset/3-11843568>

Hildén, J., Koponen, J. & Vapaasalo, T. 2019. Tieto näkyväksi. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy

Hintikka, K. Sosiaalinen media. Jyväskylän Yliopisto. Viitattu 12.4.2021. Saatavissa: <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/sosiaalinen-media>

Hivpoint. 2019. Seksitautitesteihin pääsee Suomessa suhteellisen helposti, mutta oikeat kysymykset on tärkeää osata kysyä – hiv- ja hepatiittitestausta viikkona haastamme terveysasemat testaamaan. Viitattu 26.3.2021. Saatavissa <https://hivpoint.fi/yleinen/seksitautitesteihin-paasee-suomessa-suhteellisen-helposti-mutta-oikeat-kysymykset-on-tarkeaa-osata-kysya-hiv-ja-hepatiittitestausta-viikkona-haastamme-terveysasemat-testaamaan/>

Hivpoint. 2020. Eri seksitavoissa on erilaiset riskit hiv- ja seksitautitartunnoille. Viitattu 10.4. Saatavissa <https://hivpoint.fi/nuorille/eri-seksitavoissa-on-erilaiset-riskit-hiv-ja-seksitautitartunnoille/>

Hivpoint. Miten hiv voi tarttua (ja miten ei voi). Viitattu 14.4.2021. Saatavissa <https://hivpoint.fi/miten-hiv-voi-tarttua-ja-miten-ei-voi/>.

Hotti, J. 2019. Sukupolvi Z - arvoja korostava videosukupolvi. Videolle. Viitattu 30.9.2020. Saatavissa: <https://blogi.videolle.fi/sukupolvi-z-arvoja-korostava-videosukupolvi>

HUS. 2020. Nuoruutta ei voi elää etänä, ja siksi Maskigång-kampanja kannustaa nuoria kasvomas- kin käyttöön TikTokissa. Viitattu 12.4.2021. Saatavilla <https://www.hus.fi/ajankohtaista/nuoruutta-ei-voi-elaa-etana-ja-siksi-maskigang-kampanja-kannustaa-nuoria-kasvomaskin>

Häikiö, P. 2018. ”Nouse kiihko kiimasuosta, häkärä hajyn perästä” – nämä säkeet sensuroitiin Kalevalasta. YLE. Viitattu 28.3.2021. Saatavissa <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/09/23/nouse-kiihko-kiimasuosta-hakara-hajyn-perasta-nama-sakeet-sensuroitiin>

Hälinen, S. 2018. Hiv on seksitauti eikä se tartu lääkittynä. Väestöliitto. Viitattu 1.4.2021. Saatavissa <https://vaestoliitonblogi.com/2018/12/01/jaanalle-tsek-julkaisu-1-12-kesken/>

Jääskeläinen, K., Kajander, R. & Pitkäranta P. 2021. Kansalaisaloite translain uudistamisesta keräsi 50 000 kannattajaa vauhdilla – ”Emme osanneet edes unelmoida, että saavuttaisimme tämän määrän näin nopeasti”, aloitteentekijä iloitsee. Viitattu 9.4.2021. Saatavissa <https://yle.fi/uutiset/3-11873108>

Ihmisoikeudet.net. Mitä seksuaali- ja lisääntymisterveys ja -oikeudet ovat? Viitattu 5.4.2021. Saatavissa <https://ihmisoikeudet.net/ihmisoikeudet/seksuaalioikeudet/>

Ilman syöpää. Naisille. Viitattu: 4.4.2021. Saatavilla <https://www.ilmansyopaa.fi/tunne-syopariskit/naisille/>

Itkonen, M. 2012. Kadonneet kirjaintyyppit. Helsinki: Paintek Piihlajamäki Oy. Viitattu 14.4.2021. Saatavilla <https://www.typoteekki.fi/wp-content/uploads/2018/05/kadonneet-kirjaintyyppit.pdf>

Innowise. 2021. Sosiaalisen median tilastot ja käyttö Suomessa: somekatsaus 04/2021. Viitattu 14.4.2021. Saatavissa: <https://www.innowise.fi/fi/sosiaalisen-median-kaytto-suomessa-somekatsaus-04-2021/>

Inspiration Grid. 2019. Viitattu 13.4.2021. Saatavissa <https://theinspirationgrid.com/join-the-conversation-campaign-by-niceshit-studio/>

Jacobs, H. & Edwards, J. 2014. 26 Sexist Ads Of The 'Mad Men' Era That Companies Wish We'd Forget. Viitattu 16.3.2021. Saatavissa <https://www.businessinsider.com/26-sexist-ads-of-the-mad-men-era-2014-5?r=US&IR=T>

Kallio, K. 2020. Kuppasyyni oli ensimmäinen työterveystarkastus. Telma. Viitattu 22.3.2021. Saatavilla <https://telma-lehti.fi/kuppasyyni-oli-ensimmainen-tyoterveystarkastus>

Kalevala. Viitattu 14.4.2021. Saatavissa https://www.kalevala.fi/?gclid=Cj0KCQjw6-SDBhCMARIsAG-bI7UjDcWc4F7OS_ElRgSVGbNnrk7ZwBS7BQXeE5kT6u31bXAW6TjPmlOEaAoy7EALw_wcB

Kosola, L. 2020. THL: Seksitautien määrä kasvoi selvästi viime vuonna, klamydiatartuntoja rekisteröitiin enemmän kuin koskaan aiemmin. Yle. Viitattu 26.3.2021. Saatavissa <https://yle.fi/uutiset/3-11404956>

Kerttula, A. 2021. Puolassa astuu tänään voimaan linjaus, jonka nojalla abortti on lähes mahdoton – tuhannet vastustaneet päätöstä Varsovassa. Yle. Viitattu 3.4.2021. Saatavissa <https://yle.fi/uutiset/3-11759824>

Keskuskauppakamari. Kansainvälisen kauppakamarin markkinointisäännöt. Viitattu 24.3.2021. Saatavilla <https://kauppakamari.fi/palvelut/mainonnan-eettinen-neuvosto/markkinointiin-sovellettavat-saannot/>

Kesäkumi. Facebook. Viitattu 1.4.2021. Saatavissa <https://www.facebook.com/kesakumikampanja/photos/a.1042238512489636/2988079954572139/>

Kokkonen, Y. & Stenroos, M. 2021. Nato-raportti kertoo Suomen hallituksen olevan poikkeuksellisen vihakampanjan kohde somessa – Marin: ”Naiset johtavat hallitusta, Get over it”. Yle. Viitattu 3.4.20. Saatavilla <https://yle.fi/uutiset/3-11842996>

Kolehmainen, T. 2016. Vuoteen 1999 asti Suomessa pyrittiin rajoittamaan homoseksuaalien sananvapautta – tästä ”kehotuskielossa” oli kyse. HS. Viitattu 15.3.2021. Saatavissa <https://www.hs.fi/lehdistonvapaus/art-2000002920244.html>

Koponen, N. 2020. Perkeleestä tulee mieleen kesäilta, itikat ja tikku varpaassa. Itä-Suomen yliopisto. Pro gradu -tutkielma. Viitattu 15.4.2021. Saatavissa https://erepo.uef.fi/bitstream/handle/123456789/22796/urn_nbn_fi_uef-20200650.pdf?sequence=-1&isAllowed=y

Korhonen, A. 2020. Aborttilain muutos etenee eduskuntaan – 50 vuotta vanha laki syyniin: ”Nykyisessä laissa on kaksi kipukohtaa”. MTV-uutiset. Viitattu 2.4.2021. Saatavissa <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/aborttilain-muutos-etenee-eduskuntaan-50-vuotta-vanha-laki-syyniin-nykyisessa-laissa-on-kaksi-kipukohtaa/7957886#gs.xhyipc>

Koulun terveystarkastus. 2018. Viitattu 30.3.2021. Saatavissa <https://www.koulunterveyskirjasto.fi/aihe/opettajalle-ja-opiskeluhuollolle/opettajan-opas-nuorten-seksuaalisuus-ja-seksuaaliterveys>

Kurki, R. & Munukka, J. 2019. ”Outoa, että 12-vuotiaat ilmoittavat olevansa homoja”. Yle. Viitattu 10.4.2021. Saatavissa <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2019/01/08/peruskoulun-rehtori-selittaa-koulukiusaamista-oppilaiden-tarpeella-korostaa>

Kuukkanen, T. 2018. Ilmainen ehkäisy voisi vähentää abortteja ja niistä koituvia kuluja – vain 35 kuntaa herännyt asiaan, vaikka Väestöliitto suositellut kymmenen vuoden ajan. Yle. Viitattu 1.4.2021. Saatavissa <https://yle.fi/uutiset/3-10252289>

Kähönen, M. 2021. Artikkelit: Tasa-arvon edistäminen Suomessa vaatii asennemuutosta. YTN. Viitattu 28.3.2021. Saatavissa <https://ytn.fi/ajankohtaista/tasa-arvon-edistaminen-suomessa-vaatii-asennemuutosta/>

Käkelä, S. 2020. Sosiaalisen median trendit 2021. Dagmar. Viitattu 7.4.2021. Saatavissa <https://www.dagmar.fi/trendit/sosiaalisen-median-trendit-2021/>

Köngäs, P. 2020. Emma Ojanen, 24, oppi vasta aikuisena, ettei raskaaksi tulla milloin vain – moni jakaa kokemuksen surkeasta seksuaalikasvatuksesta. Yle. Viitattu 29.3.2021. Saatavissa <https://yle.fi/uutiset/3-11635502>

Leino, J. & Timonen, S. 2015. Esipuhe. Julkaisussa Tupa ryskyi, parret paukkui. Koonneet Enqvist, E., Haahtola, P. & Lampinen, P. Helsinki: Werner Söderström sateyhtiö

Leppänen, M. 2018. Selvitys: Lasten ja nuorten seksuaalinen häirintä rehottaa sosiaalisessa mediasa – ”Snäpissä pojalta tuli kuva genitaalialueesta”. Yle. Viitattu 5.4.2021. Saatavissa <https://yle.fi/uutiset/3-10384995>

Luxen, M. 2014. Victoria's Secret changes course on 'Perfect Body' ads. BBC. Viitattu 14.3.2021. Saatavissa <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-29958907>

Maskonen, R. 2019. Avustaja Jannina Tallberg on vieressä, kun Miika ja Raila Riikonen harrastavat seksiä: ”Pystyn sulkemaan itseni pois siitä tilanteesta”. Viitattu 26.3.2021. Saatavissa <https://yle.fi/uutiset/3-11000972>

Meltwater. 2020. Markkinoinnin ja viestinnän mittarit. Viitattu 14.4.2021. Saatavissa <https://www.meltwater.com/fi/blog/markkinoinnin-ja-viestinnan-mittarit>

Metropolia. Goottilaiset kirjaimet. Viitattu 21.4.2021. Saatavissa <http://users.metropolia.fi/~fannypo/typografia/gootti.html>

Mindsparkle Mag. 2021. Abstract Mornings by Lucas Wakamatsu. Viitattu 13.4.2021. Saatavilla <https://mindsparklemag.com/design/series/illustration-series-branding-2-2-2-2/>

Mitä kuuluu. Viitattu 2.4.2021. Saatavissa <https://mitakuuluu.fi/>

MLL. 2019. Sosiaalisen median palveluita ja sovelluksia. Viitattu 7.4.2021. Saatavissa <https://www.mll.fi/vanhemmille/tietoa-lapsiperheen-elamasta/lapset-ja-media/lapsi-sosiaalisessa-mediassa/sosiaalisen-median-palveluita-ja-sovelluksia/>

MLL. 2021. Media ja seksuaaliset sisällöt. Viitattu 28.3.2021. Saatavissa <https://www.mll.fi/vanhemmille/tietoa-lapsiperheen-elamasta/hyvinvointia-digiajassa/media-ja-seksuaaliset-sisallot/>

MTV Uutiset. 2016. Miehet eivät kestäneet ehkäisyruiskeen ”sietämättömiä sivuvaikutuksia” – naiset kärsineet samoista ongelmista jo 50 vuotta. Viitattu 3.4.2021. Saatavissa <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/miehet-eivat-kestaneet-ehkaisyruiskeen-sietamattomia-sivuvaikutuksia-naiset-karsineet-samoista-ongelmista-jo-50-vuotta/6143030#gs.xj5qyk>

Munstadi.fi. Instagram. Viitattu 2.4.2021. Saatavissa https://www.instagram.com/p/CERge9_hYiU/

Maskigäng. TikTok. <https://www.tiktok.com/music/maskig%C3%A4ng-6895597707033905921>

Netflix. 2020. Pikakuva:seksi – Ehkäisy. Viitattu 25.3.2021. Saatavissa <https://www.netflix.com/watch/81062195?trackId=200257859>

Numminen, H. 2020. Nuorten seksuaaliterveys ja sosiaalinen media. Tampereen Yliopisto. Kandidaatin-tutkielma. Viitattu 10.4.2021. Saatavissa <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/119616/NumminenHenna.pdf?sequence=5>

Oinonen, M. & Susineva, A. 2019. Seksuaalikasvattajan käsikirja. Helsinki: Trinket

Olivia & Vita. Nuorten turvataitokampanja. Viitattu 14.4.2021. Saatavissa <https://nuortenymparistotila.munstadi.fi/nuorten-turvataitokampanja/>

Ollikainen, M. 2020. Visuaaliset trendit 2021. Bonde. Viitattu 15.4.2021. Saatavissa <https://www.bonde.fi/blogi/visuaaliset-trendit-2021>

Olsson, L. 2018. A barebones visual history of sexism in advertising. The Love Post. Viitattu 16.3.2021. Saatavissa <https://www.thelovepost.global/identity/articles/barebones-visual-history-sexism-advertising>

Perus, J. 2021. Sukupolvi Z tavoitetaan arvopohjaisella videosisällöllä. #pinghelsinki. Viitattu 7.4.2021. Saatavissa <https://pinghelsinki.fi/sukupolvi-z-videosialto/>

Popovic, D. 2020. Modern Blackletter-inspired Fonts and Their Use in Web Design. Qode Magazine. Viitattu 14.4.2021. Saatavissa <https://qodeinteractive.com/magazine/modern-blackletter-fonts/#le-murmure>

Pärssinen, M. 2019. Miesten ehkäisytablettiä pitää odottaa vielä vuosia – miksi lääketeollisuutta ei kiinnosta miesten ehkäisy? Yle. Viitattu 3.4.2021. Saatavissa <https://yle.fi/uutiset/3-10709135>

Rantanen, L. 2020. Sinun kohtusi ei ole sinun. Iltalehti. Viitattu 1.4.2021. Saatavissa <https://www.iltalehti.fi/seksuaalisuusjasuhteet/a/e7f489b0-d8ee-4fbf-9527-a88d57e68e45>

Ritamies, R. 2006. Sinappikylvystä ehkäisytablettiin. Väestöliitto. Julkaisusarja. Viitattu 6.4.2021. Saatavissa https://www.vaestoliitto.fi/uploads/2020/12/40915a62-suomal-perhesuunnittelun-historia_pdf-kirja.pdf

Salmi, V. 2020. Pomo tyrmistyi joutuessaan nostamaan Maijan palkkaa 38 prosenttia, jotta se olisi sama kuin mieskollegoilla – selvitimme, mistä teknisen alan palkkaerot johtuvat. Me naiset. Viitattu 1.4.2021. Saatavissa <https://www.is.fi/menaiset/tyo-ja-raha/art-2000007414056.html>

Seksibilibiteetti. 2018a. Miten media vaikuttaa kehonkuvaan ja seksuaalisuuteen. Radio-Helsinki. Viitattu 4.4.2021. Saatavissa <https://www.radiohelsinki.fi/ohjelma/seksibilibiteetti/>

Seksibilibiteetti. 2018b. Seksistä puhutaan liian yhdyntäkeskeisesti. Radio-Helsinki. Viitattu 5.4.2021. Saatavissa <https://radiohelsinki.page.link/ahzt>

Selviytyneiden galleria. Instagram. Viitattu 2.4.2021. Saatavissa <https://www.instagram.com/selviytyneidengalleria/?hl=fi>

Seta ry. Sateenkaarihistoria Suomessa. Viitattu 24.2021. Saatavissa <https://seta.fi/ihmisoikeudet/sateenkaarihistoria-suomessa/>

Seta ry. 2021. Sateenkaarisanasto. Viitattu 25.3.2021. Saatavilla: <https://seta.fi/sateenkaaritieto/sateenkaarisanasto/>

Sexpo. 2021a. Ehkäisyvälineet. Viitattu 5.4.2021. Saatavissa <https://sexpo.fi/kootusti-tietoa/ehkaisyvalineet-2/>

Sexpo. 2021b. Vagina ja vulva. Viitattu 14.4.2021. Saatavissa <https://sexpo.fi/kootusti-tietoa/vagina/>

Sexpo. 2021c. Penis. Viitattu 14.4.2021. <https://sexpo.fi/kootusti-tietoa/penis/>

Sexual Rights Q&A. 2019. Jokainen voi muuttaa maailmaa – Oikeus vaikuttaa. Väestöliitto. Viitattu 11.4.2021. Saatavissa <https://cms.podcastit.me/sexual-rights-qa/7-jokainen-voi-muuttaa-maailmaa-oikeus-vaikuttaa/>

Siironen, J. 2020. Tom of Helsinki. Helsinki. Viitattu 10.4.2021. Saatavissa <https://www.myhelsinki.fi/fi/n%C3%A4e-ja-koe/n%C3%A4ht%C3%A4vyydet/tom-of-helsinki>

Sosiaali- ja terveystieteiden ministeriö. Tasa-arvolaki. Viitattu 3.4.2021. Saatavilla <https://stm.fi/tasa-arvo/lainsaadanto>

Sosiaali- ja terveystieteiden ministeriö. 2020. Työryhmä: Koronaepidemian vaikutukset lasten hyvinvointiin on korjattava – erityinen huomio eriarvoisuuden torjuntaan. Viitattu 2.4.2021. Saatavissa <https://stm.fi/-/tyoryhma-koronaepidemian-vaikutukset-lasten-hyvinvointiin-on-korjattava-erityinen-huomio-eriarvoisuuden-torjuntaan>

Stenij, M. & Ollila, A. 1955. Karjalan Kirjontaa. Porvoo: WSOY

STT Info. 2016. Älä pane itseäsi hengiltä! – Hiv-tukikeskuksen julistenäyttely Helsingin rautatieasemalla esittelee valistuksen muutoksen pelottelusta nautintoon. Viitattu 10.4.2021. Saatavissa <https://www.sttinfo.fi/tiedote/ala-pane-itseasi-hengilta-hiv-tukikeskuksen-julistenayttely-helsingin-rautatieasemalla-esittelee-valistuksen-muutoksen-pelottelusta-nautintoon?publisherId=45754386&releaseId=48276351>

Suomalainen kirjakauppa. Viitattu 14.4.2021. Saatavilla <https://www.suomalainen.com/products/vanha-kalevala>

Suomen Käsityön Museo. 2019. Käspaikkojen kauneutta . Viitattu 13.4.2021. Saatavissa <https://www.craftmuseum.fi/blogit/suomen-kasityon-museon-blogi/kaspaikkojen-kauneutta>

Teikko, V. 2016. Viisi askelta tehokkaaseen kampanjaan. Viitattu 8.4.2021. Saatavissa <https://www.harva-marketing.fi/blog/viisi-askelta-tehokkaaseen-kampanjaan>

Tiessalo, P. 2020. Koronakevättä seuraa rakkauden ja seksin kesä – seksuaalisuuden asiantuntija: ”Halua päästä toisen lähelle on kauhean inhimillinen”. Yle. Viitattu 2.4.2021. Saatavissa <https://yle.fi/uutiset/3-11381074>

Tiessalo, P. 2021. 23-vuotiaana Ria Muurinen teki päätöksen, johon on tyytyväinen – aborttiin suhtaudutaan edelleen säälien tai tuomiten. Yle. Viitattu 2.4.2021. Saatavissa <https://yle.fi/uutiset/3-11864569>

Tikkanen, T. 2019. ”Hormoniehkäisy väärästi kehoni ja mieleni” – Hormonaalisen ehkäisyn haitat tulevat liian monelle yllätyksenä, kertoo Akuutin kysely. Yle. Viitattu 3.4.2021. Saatavissa <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2019/08/28/hormoniekaisy-vaaristi-kehoni-ja-mieleni-hormonaalisen-ehkaisy-haitat-tulevat>

Turun Sanomat. 2020. Festarit peruuntuivat ja kesäkumikampanja siirtyi someen – seksuaaliterveys puhututtaa. Viitattu 10.4.2021. Saatavissa <https://www.ts.fi/uutiset/kotimaa/4987642/Festarit+peruuntuivat+ja+kesakumikampanja+siirtyi+someenseksuaaliterveys+puhututtaa>

Töyrylä, K. 2018. Yhden miehen sikailun paljastamisesta se alkoi: Näin #metoo-tviitti on ravistellut maailmaa. Yle. Viitattu 27.3.2021. Saatavissa <https://yle.fi/uutiset/3-10048821>

YLE. 2019. E-pilleri on yhä suosituin ehkäisymenetelmä. Viitattu 2.4.2021. Saatavissa <https://yle.fi/uutiset/3-10823410>

Yliniitty, P. 2019. Suomalaisten kirjoitustaito. Viitattu 21.4.2021. Saatavissa <https://www.pauliinayliniitty.com/suomalaisten-kirjoitustaito/>

Vafre, M. Strat your engines. Viitattu 13.4.2021. Saatavissa <https://www.malikafavre.com/start-your-engines>

Valker, S. Acme Brewing Company. Dribbble. Viitattu 13.4.2021. Saatavissa <https://dribbble.com/shots/6621472-Acme-Brewing-Company/attachments/1415137>

Valkonen, N. 2019. ”Tuntui kuin aivoni olisivat sammuneet” – kuinka turvallista e-pillereiden käyttäminen on? Ilta-Sanomat. Viitattu 27.3.2021. Saatavissa <https://www.is.fi/seksi-parisuhde/art-2000006273964.html>

Velvetyne. Le Murmure. Viitattu 14.4.2021. Saatavissa <https://velvetyne.fr/fonts/le-murmure/>

Vilen, N. 2020. ”Lopetin hormonaalisen ehkäisyn ja nyt seksi luistaa” – Nainen, huomioi nämä asiat, jos harkitset samaa. Iltalehti. Viitattu 27.3.2021. Saatavissa <https://www.iltalehti.fi/keho/a/08c66a04-6658-4096-b702-e6408238f176>

Väestöliitto. Viitattu 1.4.2021. Saatavissa <https://www.hyvakysymys.fi/palvelukortti/oletko-sina-naima-maisteri/>

Vähähyyppä, M. 2010. Tyrkytetäänkö naisille liikaa hormonaalista ehkäisyä? Suomen Kuvalehti. Viitattu 27.3.2021. Saatavissa <https://suomenkuvalehti.fi/jutut/kotimaa/tyrkytetaanko-naisille-liikaa-hormonaalista-ehkaisya/>

Weecos. 2020. Hlbt-i-oikeuksien historia Suomessa. Viitattu 24.3.2021. Saatavilla <https://www.weecos.com/fi/blog/hlbt-i-oikeuksien-historia-suomessa>

Zetapodi. 2018. Jakso 2. Teinit ja sosiaalinen media: Miksi nuoret katosivat Facebookista, sometohtori

Suvi Uski? Viitattu 7.4.2021. Saatavissa <https://zetapodi.simplecast.com/episodes/e370d6fb>

Zetapodi. 2019. Sex talk 2.0: Mikä nuoria risoo seksuaalikasvatuksessa? A-lehdet. Viitattu 10.4.2021 Saatavissa <https://zetapodi.simplecast.com/episodes/7db5ddd0>

Liiitteet



KAMPANJAKONSEPTI

TURVALLISTA SEKSIÄ





SISÄLLYS



01 ALUKSI

02 KOHDERYHMÄ

03 ARVOT

04 TAVOITTEET

05 VIESTINNÄN KÄRKI

06 VÄRIT

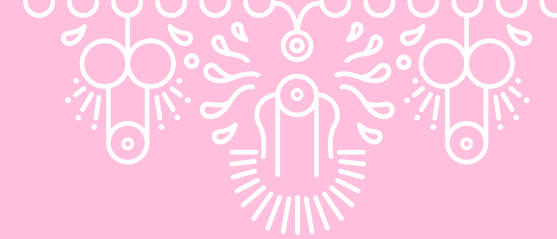
07 TYPOGRAFIA

08 KUVITUS

01

Aluksi

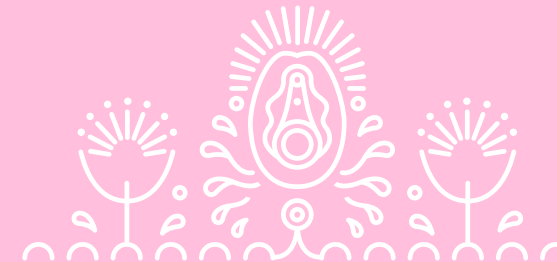
SEKSUAALISUUDESTA PUHUMINEN ON EDELLEEN TABU yhteiskunnassamme. Jo 1800-luvulla Elias Lönnrot jätti Kalevalasta pois seksuaalissävytteisiä runoja häveliään ilmapiirin takia. Kampanjan inspiraationa toimii nuo runot ja pyrimme rohkealla viestinnällä normalisoimaan seksuaalisuutta. Turvallista seksiä -kampanja antaa z-sukupolven nuorelle arvokasta tietoa seksitautien ja raskauden ehkäisystä eri seksitavoissa sekä tiedottaa kaikille kuuluvista seksuaalioikeuksista – rennolla, diversiteettiä kunnioittavalla ja visuaalisesti kiinnostavalla kulmalla. Kampanja luetaan laajan levityskanavan takia seksuaalivalistukseksi. Tästä syystä taustalla vaikuttaa aina seksuaalikasvattajan ja graafisen suunnittelijan vastuu jakaa oikeaa ja moninaisuuden huomioivaa tietoa.



Haaveissasi heppi heiluu,
kyrpä kutsuu kokeilemaan,
kaipaat kuoman kikkeliä,
kämpälöidä kaluansa.

Pillu mieleen livahtavi,
kirkkoveneen kyytiin kaipaat.
römpsäralliin käypi matka,
pilluvalssiin askel viepi.

Vehkeisiin jos mieles' hinkuu-
lähestypä luvan kanssa!
Ällös koske kysymättä,
kämpistele kutsumatta.



Turvallinen seksi

RASKAUDEN EHKÄISY

Käyttöohjeet,
hyvät ja huonot
puolet, saatavuus
ja hinta.

Kondomit

Suuseksisuoja

Pessaari

Hormonaalinen
yhdistelmäehkäisy

Hormonaalinen
keltarauhasekäisy

kierukat

varmat päivät

sterilisaatio

SEKSITAUTIEN EHKÄISY

Miten taudit
tarttuvat
ja miten sen
voi estää?

Sukupuolinten
hyväileminen käsin

seksilelut

suuseksi

Limakalvokontakti

Peräaukon hyväily
sormin ja suulla

Anaaliyhdyntä

Emätinyhdyntä

SEKSUAALIOIKEUDET

Mitä ne ovat
ja kenelle
ne kuuluvat?

Oikeus omaan
seksuaalisuuteen

Oikeus tietoon
seksuaalisuudesta

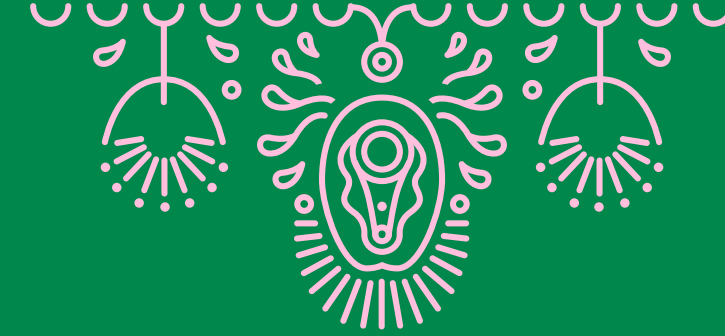
Oikeus suojella itseään
ja tulla suojelluksi

Oikeus seksuaali-
terveyspalveluihin

Oikeus näkyä

Oikeus yksityisyyteen

Oikeus vaikuttaa



Kohderyhmä

KAMPANJAN KOHDERYHMÄ ON Z-SUKUPOLVEN 13–20-VUOTIAAT NUORET.

Nuorena saatu väärä tieto seksuaalisuudesta saattaa seurata aikuisuuteen asti. Jos iskemme kiinni epäkohtiin nyt, nuorien tulevaisuus näyttää kirkkaammalta. Jo 12–15-vuotiaille tulee kertoa raskauden ja seksitautien ehkäisymenetelmistä eri seksitavoissa sekä kannustaa nauttimaan seksuaalisuudesta vastuullisesti. Kampanja on yleishyödyllinen kaikille, mutta ratkaisuja tehdään pitäen mielessä z-sukupolven tarpeet. Kampanjaa suunnitellessa täytyy ymmärtää, että kaikki ovat yleisistä leimoista huolimatta yksilöitä ja sukupolven ominaisuudet kohdistuvat massoille luotuihin oletuksiin.

Z-sukupolven nuoret arvostavat erityisesti suorutta, aitoutta

sekä kunnioittavat diversiteettiä. He ovat kritisoineet seksuaalikasvatuksen olevan heteronormatiivista ja yhdyntäkeskeistä. Hekin, jotka eivät kuulu vähemmistöihin, ovat huolissaan saavatko kaikki sitä tietoa mitä tarvitsevat. Nuoret haluavat enemmän puhetta erilaisista tavoista harrastaa seksiä ja seksuaalisuuteen liittyvästä tunnepuolesta. Myös seksitautien taruntamäärät ovat nousseet ja vuonna 2021 tehtiin klamydia-tartuntojen ennätys. Kampanja huomio tarpeet ja faktat tuomalla seksitavat ja niihin liittyvän turvallisuuden kampanjan rungoksi, minkä ympärille suunnitellaan muut osiot. Kaikki seksitavat saavat yhtäläisen valokeilan, eikä mitään sivuuteta ennakkoluulojen ajamana. Turvallinen seksi kuuluu kaikille!

SUORUUS JA AITOUS

LOKEROIMATTOMUUS

VÄHEMMÄN HETERONORMATIIVISUUTTA, ENEMMÄN AVOIMUUTTA

TURVALLINEN SEKSI KUULUU KAIKILLE



ESIMERKKEJÄ - KEITÄ TAVOITTELEMME:

Joona 13 vuotta

Joona asuu pienellä paikkakunnalla Keski-Suomessa. Hän on tiennyt kuuluvansa seksuaalivähemmistöön jo vuoden. Paikkakunnalla kukaan ei puhu näistä asioista tai ole julkisesti homo.

Joonaa ahdistaa.

Hän tuntee olevansa yksin.

Pinja 18 vuotta

Pinja on muuttanut ensimmäiseen omaan asuntoonsa ja alkaa tapailemaan erilaisia ihmisiä myös omien heteroutta korostavien normien ulkopuolelta. Pinja tapaa Roosan ja heidän suhteestaan tulee intiimi. Kun h-hetki lähestyy Pinja ymmärtää, ettei tiedä kuuluuko hänen olla huolissaan seksitautiriskeistä.

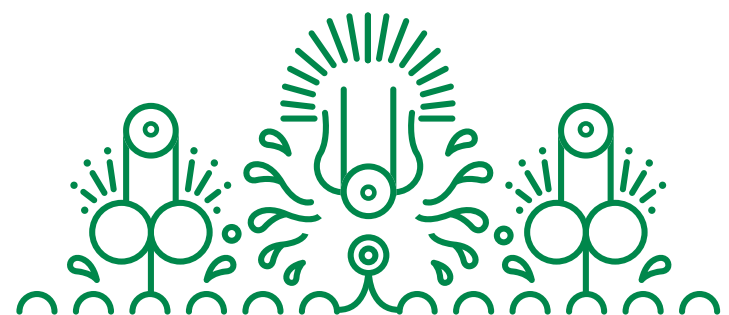
Ei kai nyt sentään!

Eikös ne kuulu vain yhdyntään?

Aali 16 vuotta

Aali on seurustellut kumppaninsa kanssa muutaman kuukauden. Kumppani haluaisi harrastaa jo seksiä ja Aali tuntee olevansa velvollinen noudattamaan hänen toiveitaan. Aali ei kuitenkaan vielä haluaisi, häntä pelottaa. Kaikki ympärillä tuntuu etenevän "maaliin asti".

Kai hänenkin täytyy?





MISTÄ TAVOITTELEMME:

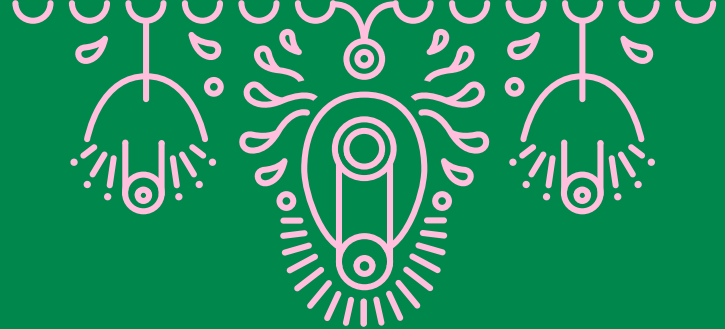
Sosiaalinen media

Jos haluaa saada z-sukupolven edustajan (zetalaisen) kiinni, täytyy mennä sosiaaliseen mediaan (some). Some on z-sukupolvelle kuin toinen nahka, heillä ei ole ollut elämää ilman digiaikaa. Zetalainen osaa suodattaa valtavasta määrästä informaatiota itselleen merkitykselliset sisällöt vain sekunneissa. Tästä syystä huomion kiinnittäminen kaikin keinoin on oleellista. Visuaalisuuden puolesta mobiilisovellus Instagram on hyvä paikka rakentaa kampanjaa. Kohderyhmän nuorin väki hengailee kuitenkin mieluummin Snapchatissa, joten lanseeraus kannattaa painottaa ainakin näille kanaville.

SOSIAALINEN MEDIA

ZETALAISEN HUOMION HERÄTTÄMINEN KAIKIN TAVOIN

INSTAGRAM & SNAPCHAT



Arvot

Diversiteetin
kunnioittaminen

Ennako-
luulottomuus

Rohkeus

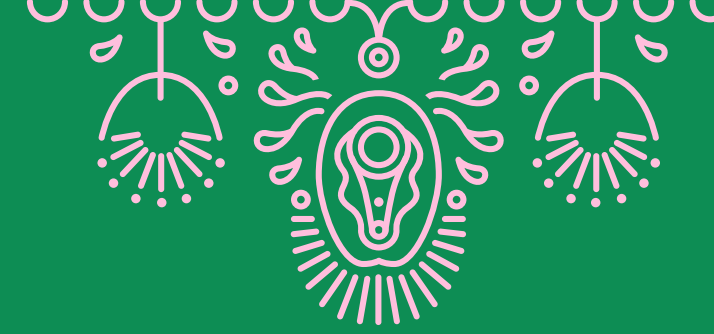


Tavoitteet

Tarjota
luotettava
tietopohja
nuorille

Seksitautien
tartuntojen
väheneminen

Normalisoida
seksuaalisuudesta
puhumista



Viestinnän kärki

KAMPANJASSA HUOMIODAAN SEKSUAALISUUDEN DIVERSITEETTI puhumalla sukuelinten kautta – vulvasta, peniksestä ja intersukupuolisuudesta. Näin jokainen voi identifioitua viestin sanomaan omasta lähtökohdastaan ilman rajaavia oletuksia. Sukuelinten ja seksitapojen nimet sanotaan suoraan ja isolla pistekoolla. Kun seksuaalisuutta ilmaistaan rohkeasti oikeilla nimillä – se normalisoi seksistä puhumista ja eri seksitapojen hyväksyntää. Informatiivinen osuus ilmaistaan napakasti ja selkeästi. Koko viestinnän yhteinen linja on puhua asioista suoraan, ennakkoluulottomasti ja diversiteettia kunnioittaen.

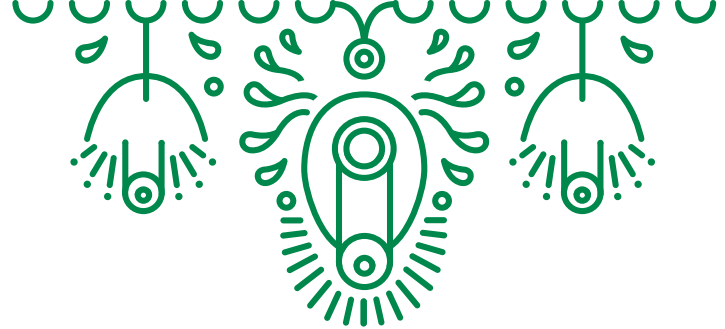
VIESTINNÄSSÄ ISONA HUOMION HERÄTTÄJÄNÄ TOIMII RIVOT RUNOT turvallisesta seksistä. Runoudessa käytetään rohkeasti voimasanoja, kuten ”*pillu* ja *kyrpä*”. Ne herättävät sosiaalisen median informaatiotulvassa huomiota ja saavat osaltaan z-sukupolven diginatiivit pysähtymään julkaisun äärelle. Runomuodon lisäksi voimasanoja pehmentää persoonallinen typografia. Runoja ei käytetä kaikkeen viestintään, vaan satunnaisesti korostamaan sanomaa ja tuomaan huumoria informaation keskelle. Runot antavat normia rikkovan mielikuvan seksuaalisuudesta – se ei ole epämiellyttävä ja hävettävä asia.

PUHUTAAN SUKUELIMIEN KAUTTA

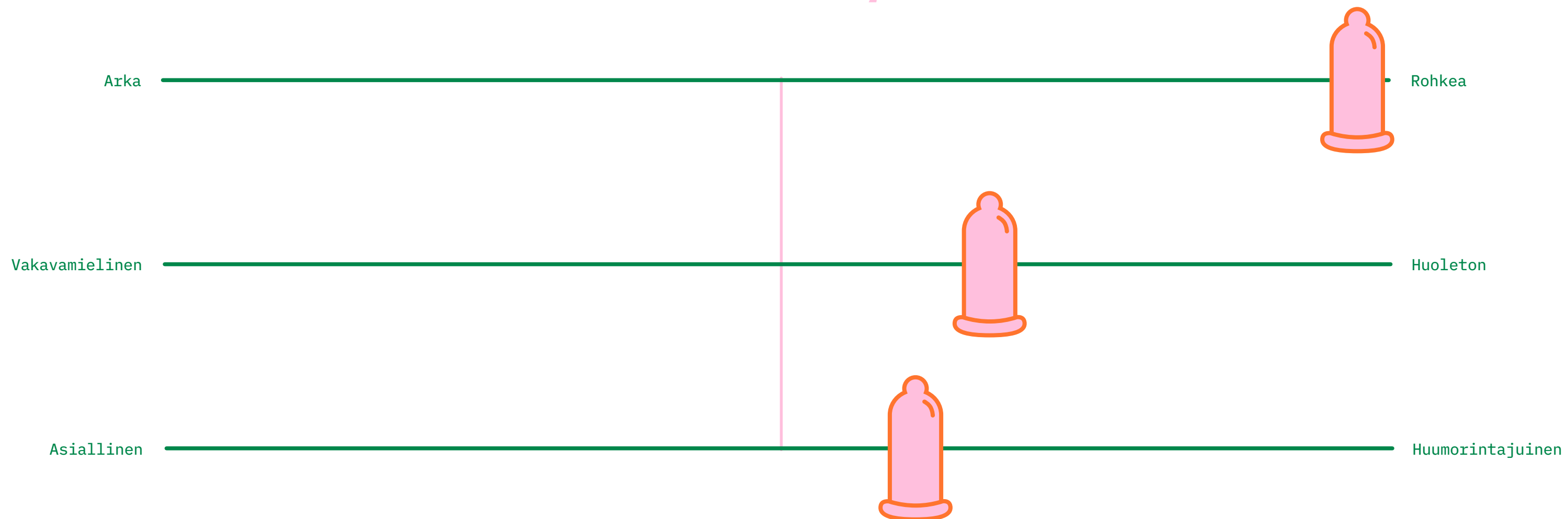
ROHKEASTI ASIOIDEN OIKEILLA NIMILLÄ

RIVOT RUNOT LUOVAT TUNNELMAA

VOIMASANAT PYSÄYTTÄVÄT TÄRKEÄN AIHEEN ÄÄRELLE



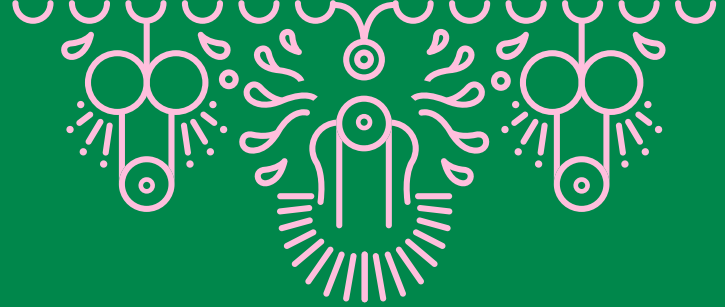
Äänensävy



ROHKEA Viestintä ja visuaaliset elementit ottavat rohkean ja näyttävän otteen aiheesta. Meitä ei pelota puhua puhua seksistä, ennakkoluulottomuus on tärkeää!

HUOLETON Seksistä puhutaan positiivisuuden ja sallivuuden kautta. Selkeä kieli kuitenkin säilytetään. Viestin tulee olla hyvin ymmärrettävä ja tiivis, jotta se menee perille.

HUUMORINTAJUINEN Runot tuovat kampanjaan huumoria ja vie aiheita pois turhasta asiallisuudesta ja aihetta leimaavasta häpeästä. Pidämme kuitenkin mielessä, että mm. seksuaalioikeudet ovat tärkeitä sisäistä, eikä niistä voi "heittää läppää".



ESIMERKKEJÄ RUNOISTA:

*Haaveissasi heppi heiluu,
kyrpä kutsuu kokeilemaan,
kaipaat kuoman kikkeliä,
kämpälöidä kaluansa.*

*Pillu mieleen livahtavi,
kirkkoveneen kyytiin kaipaat.
römpsaralliin käypi matka,
pilluvalssiin askel viepi.*

*Vehkeisiin jos mieles' hinkuu:
lähestypä luvan kanssa!
Ällös koske kysymättä,
kämpistele kutsumatta.*

Santeri Laasanen

*Vailla suojaa paneskellen
lankesi kuppa kata!a!
Kiros ylle kyrvännupin,
piinapiru pillun tienoon.*

*Kihelmöivät kuumotukset,
kupeiden mädät hedelmät,
tippuriset turmatunnot,
kuseskelun kirvellykset.*

*Nivustemme räyhähenget
hepatiitit, kondyloomat
lateksilla nalkkiin saapi,
kumikuiluun kahliutuvi.*

Santeri Laasanen

*Rakkaal pimpil onpi monta nimmee,
Pillut, vulvat tahi kirkkovenneet*

*Penis se myöskin kutsuun vastaa,
joku kullia, kampia tahi kyrpää kastaa.*

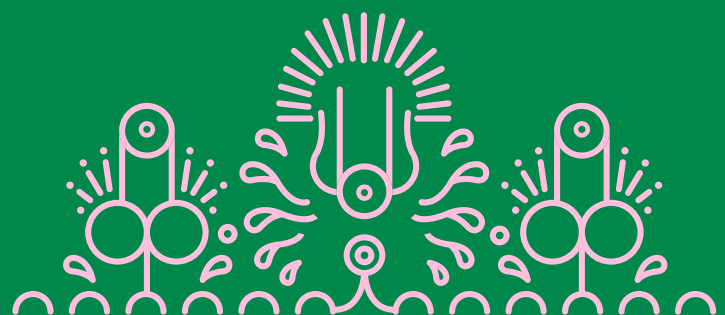
*Joskus nivusis ei oo kumpikaan noista,
se on intersukupuoliselle ominaista*

*Ei oo välii mil omaas haluut kutsua,
kaik saa samat oikeudet ja yhtälaista arvoa.*

Lisa Kangas & Leena Kirves

*Kel' kyrväs syyhy,
Se kumi kaihtant,
Kel pillus tippur,
Se suojaust kaartant
Elä siä, elä täysii,
Mut elä unhoit
ittes suojas pittä.*

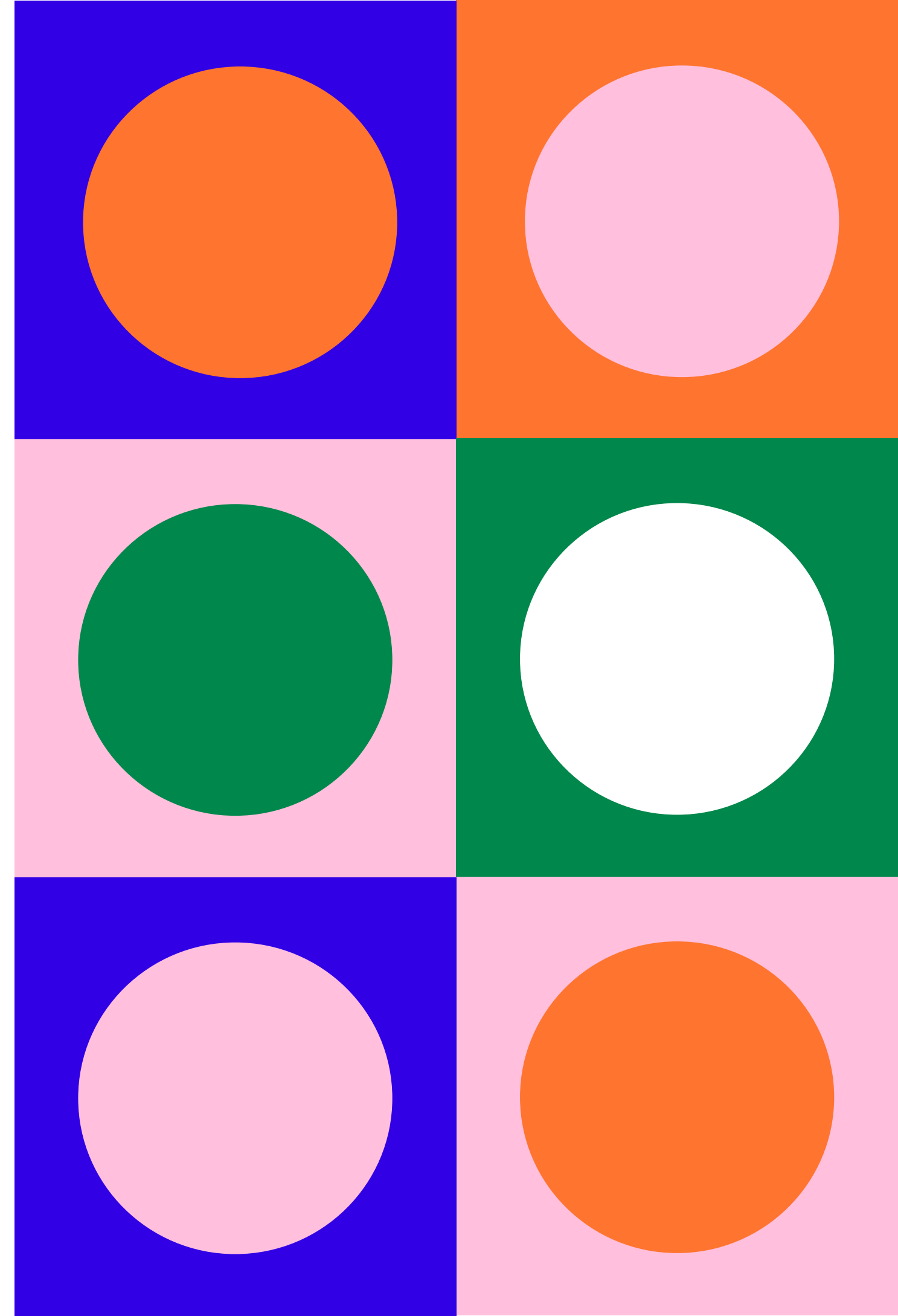
Lisa Kangas



Visuaaliset elementit

Värit

ROHKEAT VÄRIYHDISTELMÄT KIINNITTÄVÄT ANSAITTUA HUOMIOTA aiheen äärelle. Kirkkaat väriyhdistelmät on yksi vuoden 2021 trendeistä. Värit antavat ymmärtää, että seksistä ja seksuaalisuudesta puhuminen ei tarvitse olla huomaamatonta ja hävettävää. Ne osaltaan häventävät tabua ja hivelevät samalla visuaalista silmää. Kaikkia värejä voi käyttää sekaisin toistensa kanssa niin isolla pinnalla, kuin tekstin tai ikonin värinä – poikkeuksena ”Puhdas”, mikä on tarkoitettu vain tekstin ja ikonin väriksi. Lisävärit on tarkoitettu vain seksitapojen kuvitukseen tukiväreiksi.



ROMANSSI R:255 G:191 B:221 #ffb1dd

ONNI R:255 G:116 B:46 #ff742e

Lisävärit kuvitukseen

OIKEUS R:49 G:0 B:229 #ff742e

Puhdas #ffffff

Lisävärit kuvitukseen

TURVA R:0 G:135 B:75 #ff742e

Typografia

TYPOGRAFIA SAA INSPIRAATIONSA 1800-LUVUN rivoista runoista ja Kalevalalle tyypillisestä goottilaisen kirjaintyylin estetiikasta. *Le Murmure* pohjaa kyseiseen estetiikkaan modernilla otteella. *Le Murmurea* käytetään isossa pistekoossa, koska pienessä koossa siitä tulee hankalasti luettava. Se on otsikkoason, lyhyiden lauseden sekä runojen fontti. *Le Murmure* on yksi huomion kiinnittävä osio ilmeessä ja tukee rohkeaa tapaa ilmaista seksuaalisuutta. *IBM Plex Mono Text* on informaation välittämistä varten. Sillä voidaan kirjoittaa niin lyhyitä kuin pitkiä tekstejä. Ilmeen kokonaisuudessa se on *Le Murmurelle* alisteinen.

Le Murmure

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö

! " # % & (') * / : ; ? @ [\] _ { } ¡ ¢ «

¶ » · ˆ ; † ‡ % ‰ ” « » ¡ ¢ ...

IBM Plex Mono Text

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz Åå Ää Öö

! " # % & (') * / : ; ? @ [\]

_ { } ¡ ¢ « ¶ » † ‡ % ‰ ” Н К Л ...

Anaaliyhdyntä

on yksi tapa harrastaa seksiä.

INIM DOLOREPUDITI utaturias re nos re, eris et alicium hitiasitae
ate perum aut aut facesti dolorectia ium ut ex estin cullab inus.

SINULLA ON OIKEUS VAIKUTTAA

Nivustemme räyhähenget, hepatiitit, kondyloomat
lateksilla nalkkiin saapi, kumikuiluun kahliutuvi.

Le Murmure - Otsikkotasot: sekstitavat, ehkäisymenetelmät

IBM Plex Mono Text - Lyhyitä lauseita

IBM Plex Mono Text - Lyhyitä tekstejä, gemenat tai versaalit

Le Murmure - Oikeudet on painavaa asiaa, versaaleilla

Le Murmure - Runot gemenoilla

ESIMERKKEJÄ TYPOGRAFIAN KÄYTÖSTÄ:

Seksuaalioikeudet

SINULLA
ON OIKEUS
VAIKUTTAA

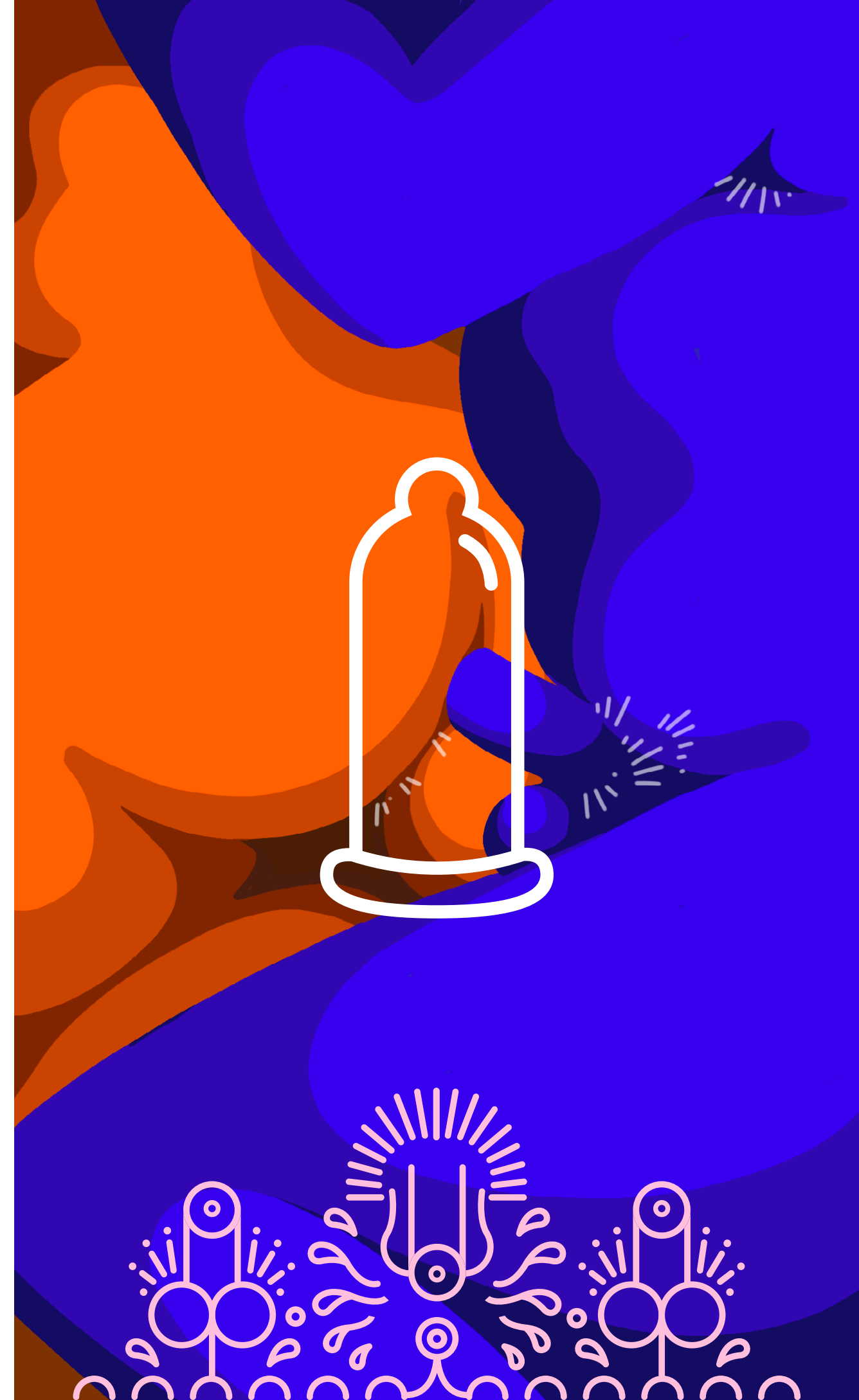
Nivustemme räyhähenget,
hepatiitit, kondyloomat
lateksilla nalkkiin saapi,
kumikuiluun kahliutuvi.

Kondomi

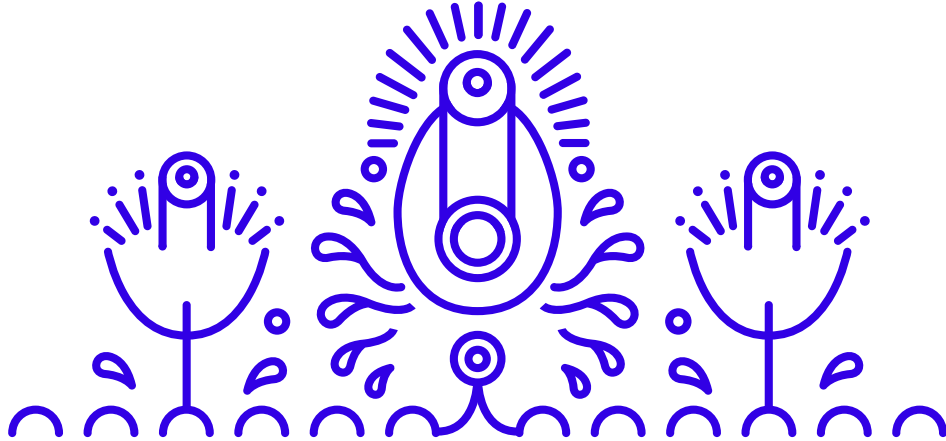
on ainoa menetelmä,
joka pysyessään ehjänä
ehkäisee raskauden ja
suojaa seksitaudeilta.

Kuvitus

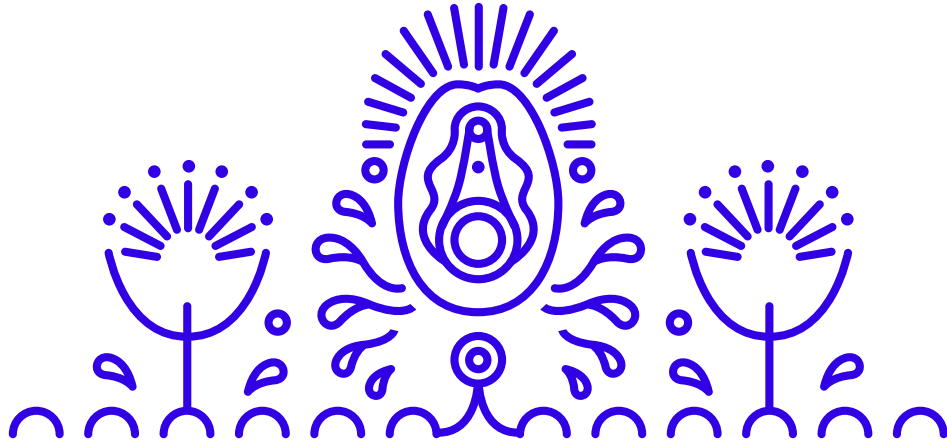
KUVITUSELEMENTEISSÄ ROHKEUS JA SUORUUS ON LÄSNÄ. Ilmeessä on kolme kategoriaa mitä kuvitetaan. Seksitavat, seksitautien ja ehkäisymenetelmien ikonit sekä koristepitsit. *Pitsien* rooli on puhtasti koristeellinen – mitään varsinaista informaatiota ne eivät tarjoa, ellei sitten ripauksen anatomiaa. Pitsit ovat saaneet ilmeen mukaan omalaatuiset nimet pillupitsi, kullipitsi ja interpitsi. *Ikonit* ovat selkeitä ja informatiivisia. Seksitaudit konkretisoituu, kun taudin aiheuttajia katsotaan mikroskooppisella tasolla. *Seksitavat* kuvitetaan rohkeasti näyttämällä sukuelimiä. Seksuaalisuuden monimuotoisuus huomioidaan rajaamalla kuva keskittymään sukuelimiin – näin jokainen voi määrittää itse oman identiteettinsä. Poikkeuksena suuseksi, kun kasvot ovat rajauksen sisäpuolella, tällöinkin kasvonpiirteet ovat sukupuolineutraalit. Kehot ovat laineikkaita ja pyöreitä – laihuusihanteita ei toisteta.



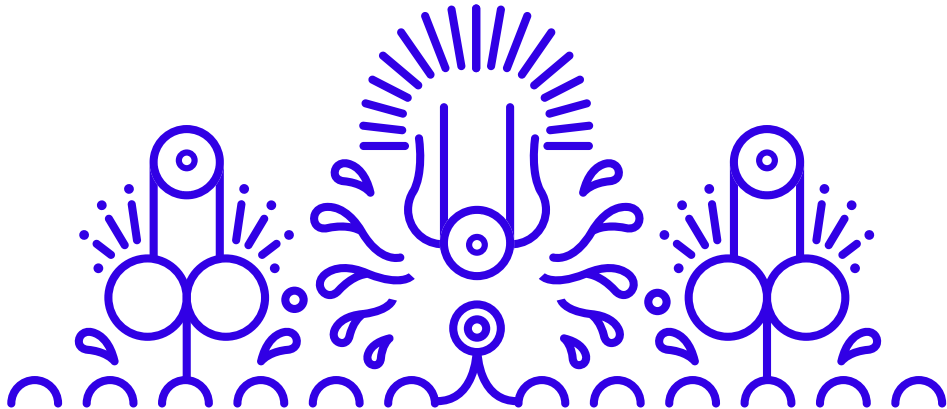
KORISTEPITSIT:



Interpitsi

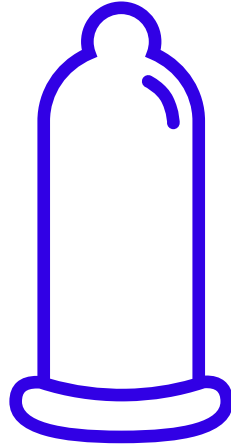


Pillupitsi

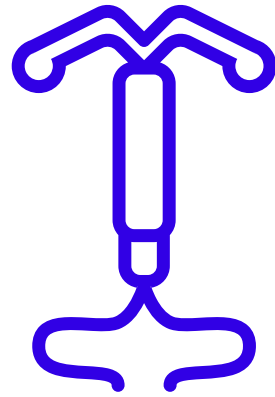


Kullipitsi

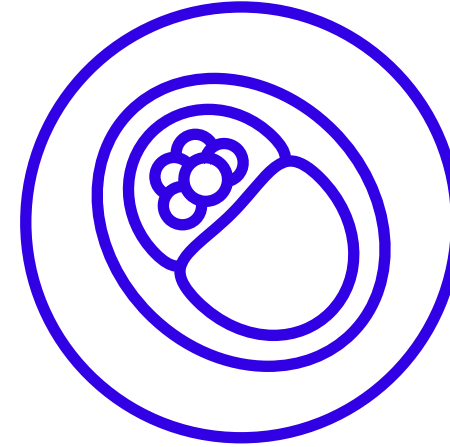
ESIMERKKEJÄ IKONEISTA:



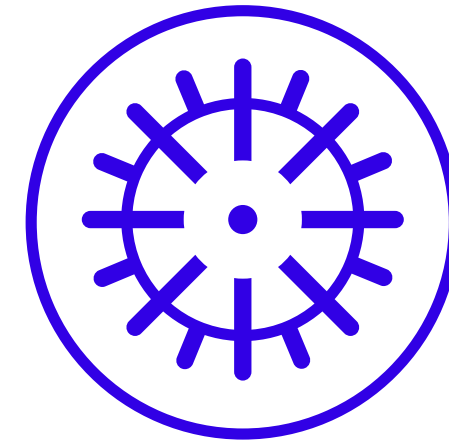
Kondomi



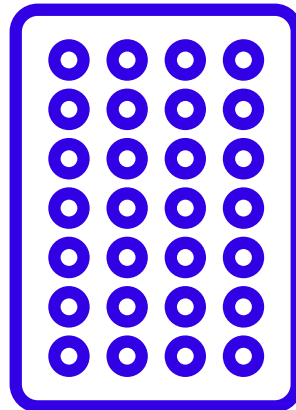
Kierukat



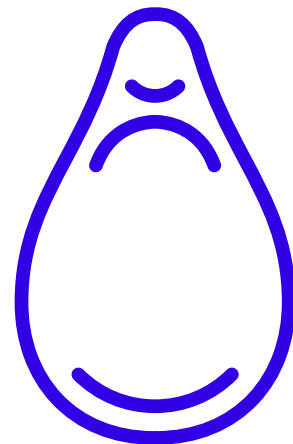
Klamydia



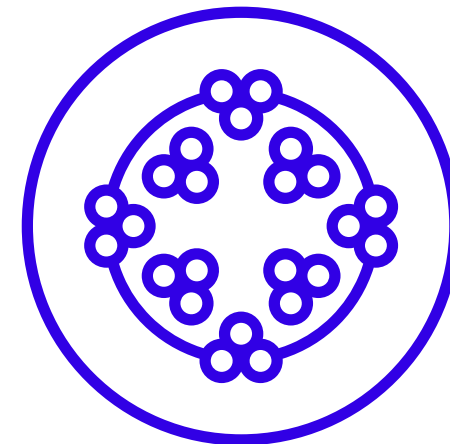
Genitaaliherpes



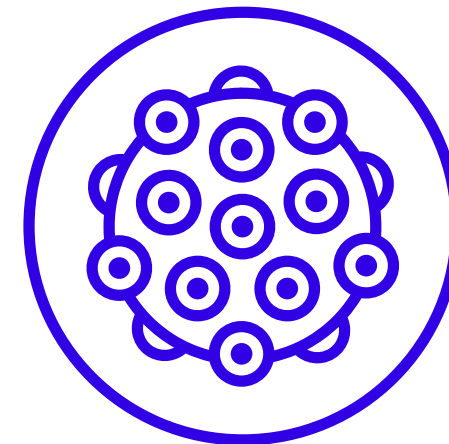
Hormonaalinen ehkäisy



Pessaari

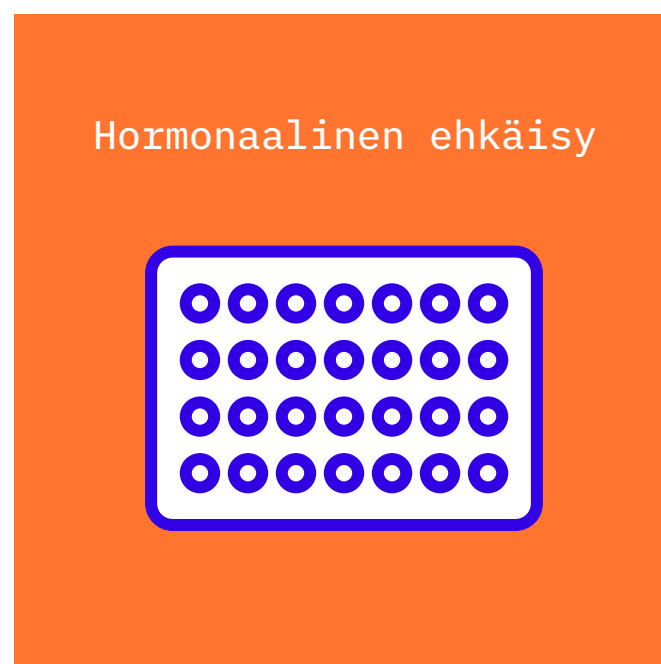
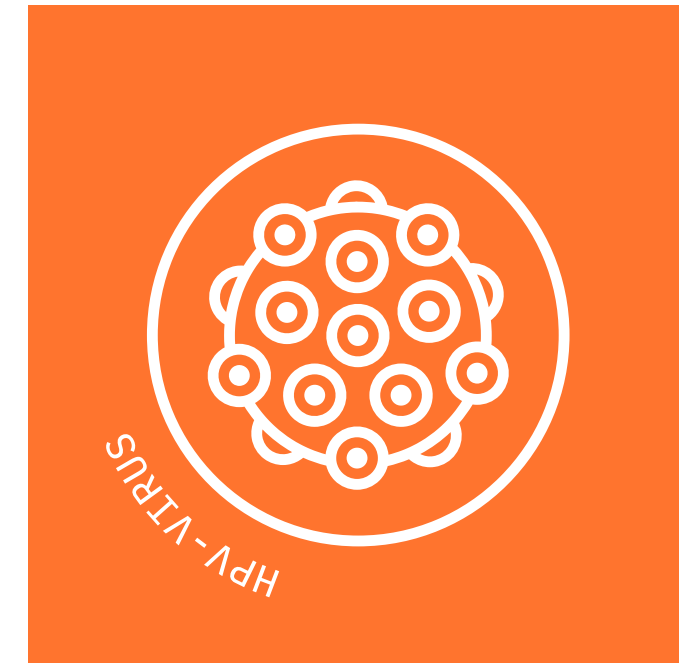
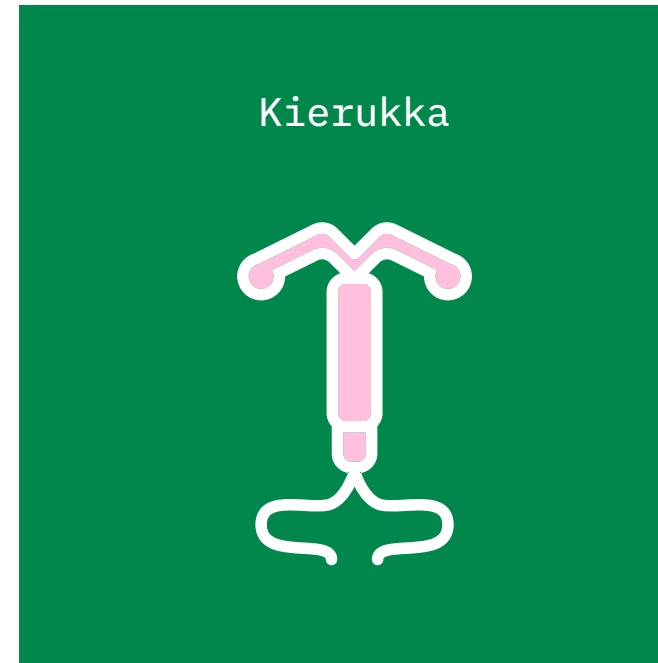
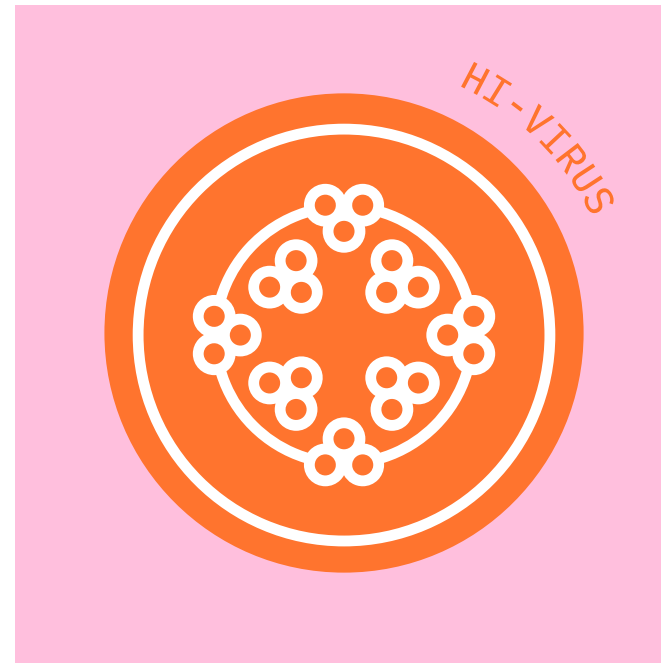


HI-virus

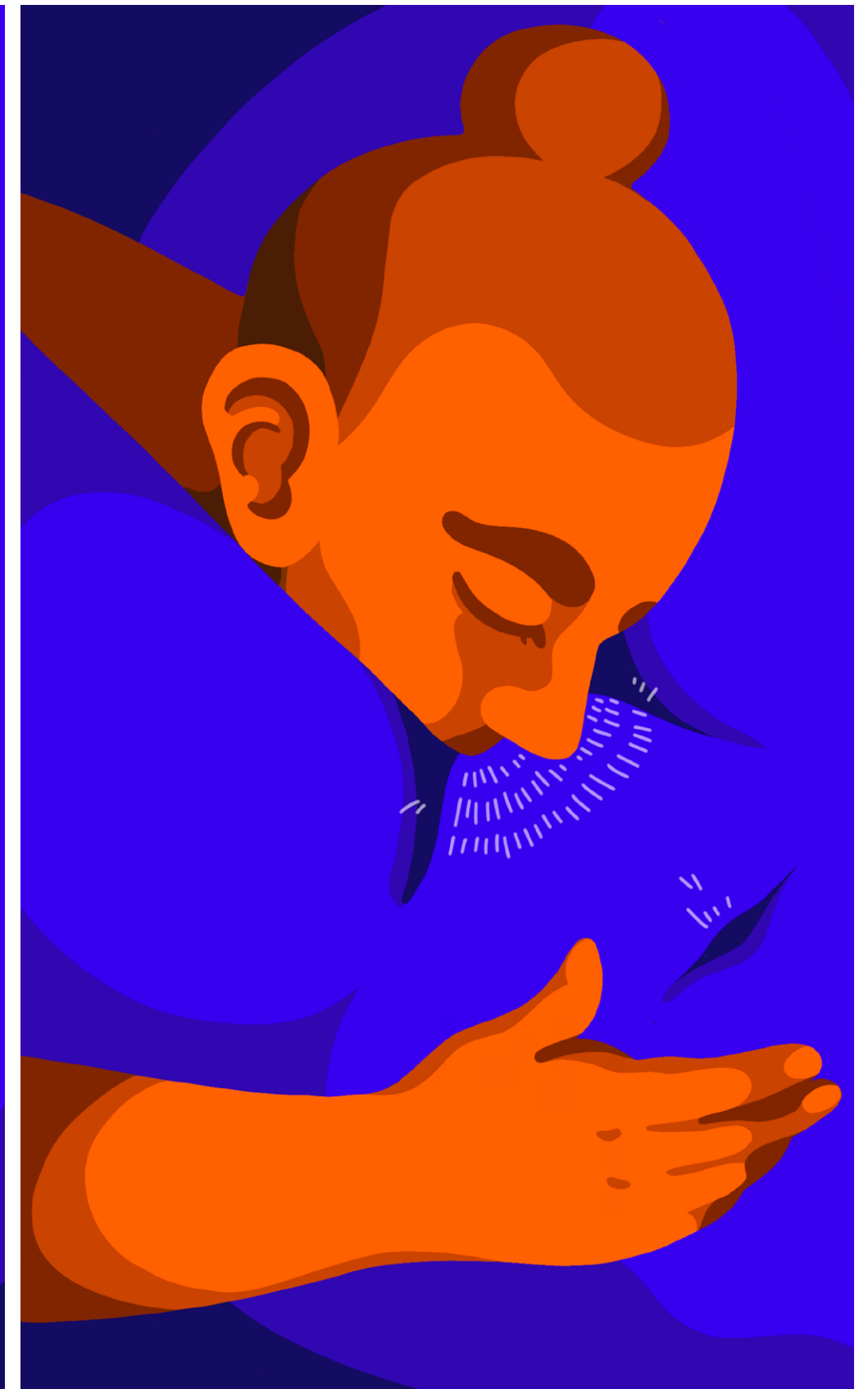
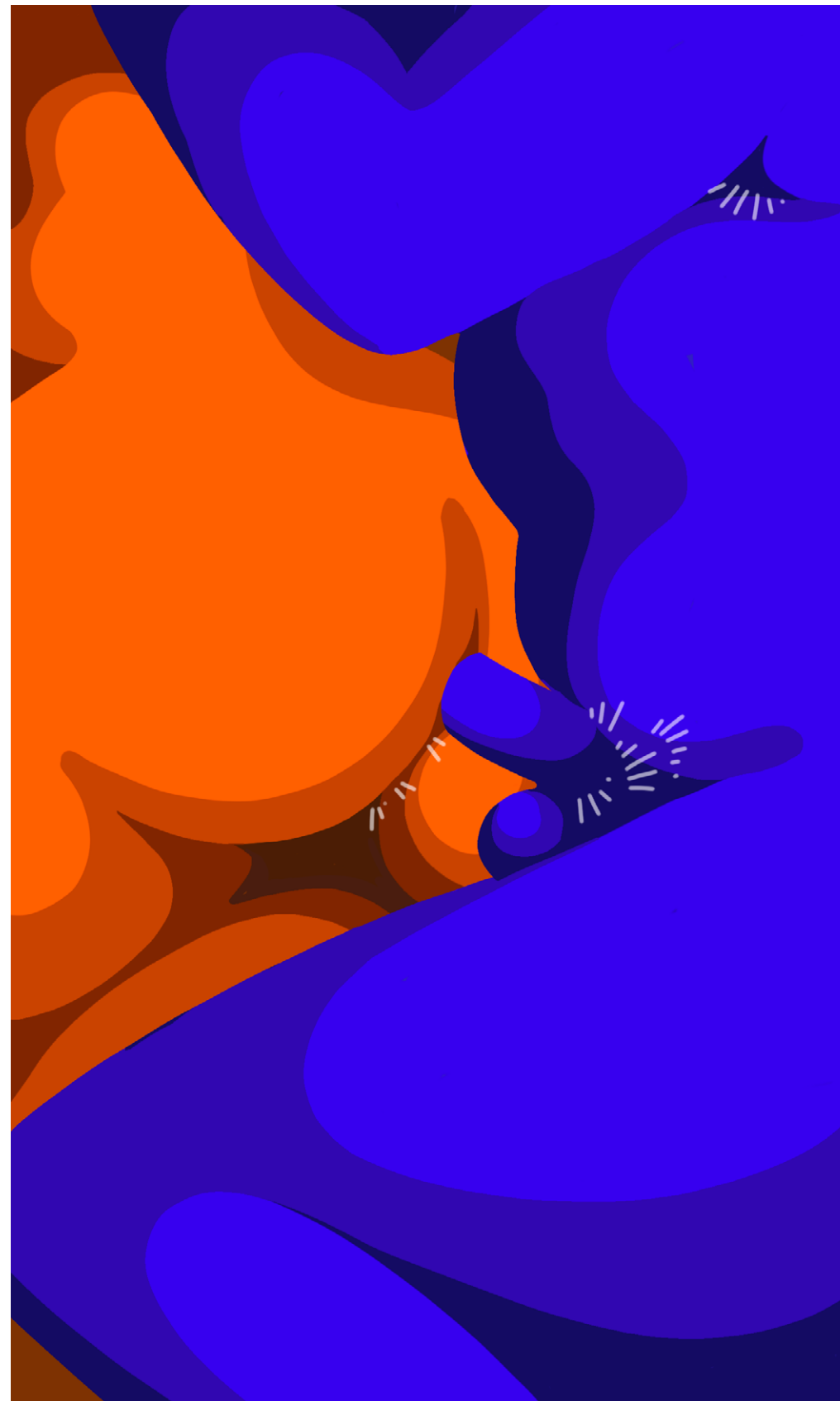


HPV-virus

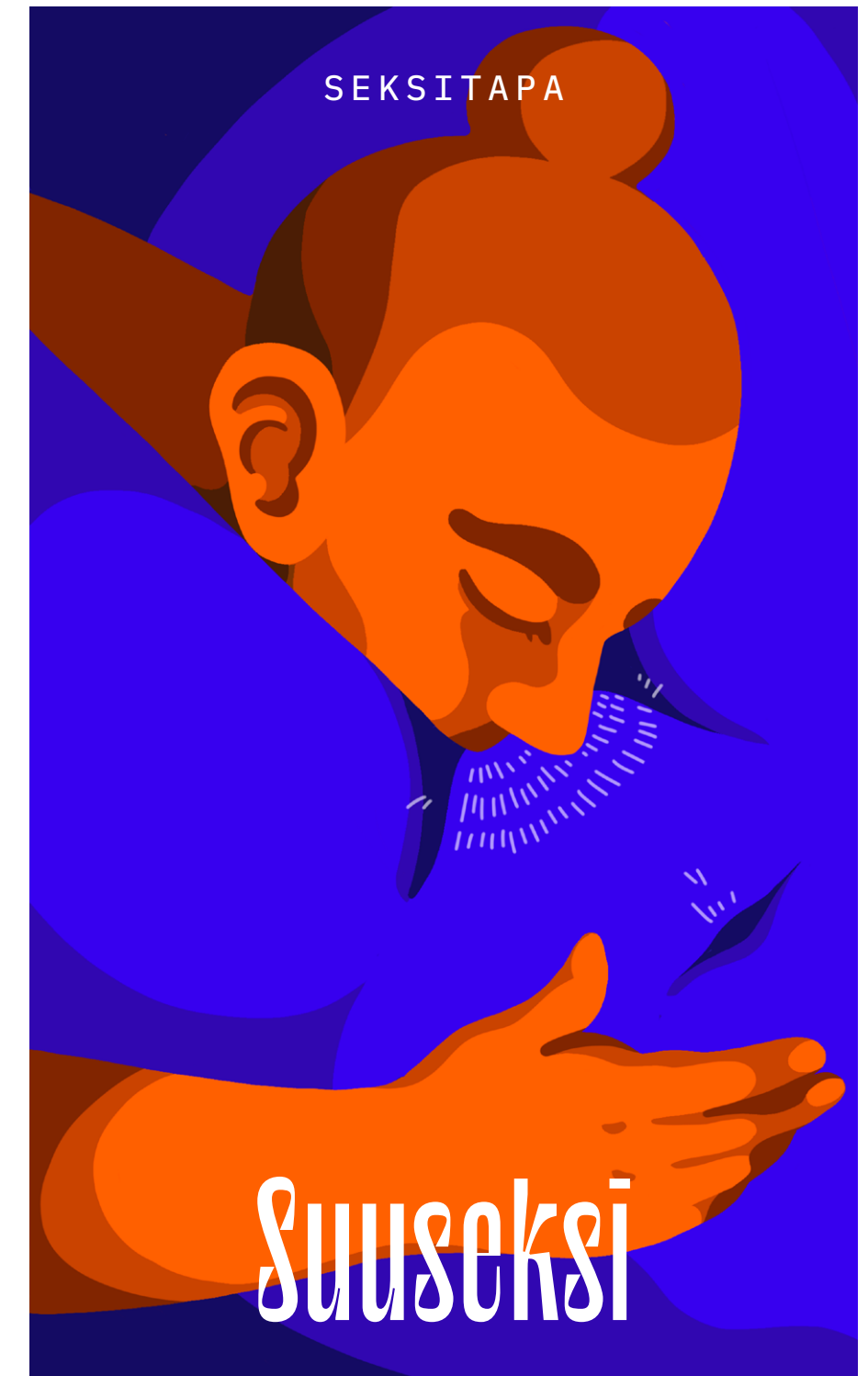
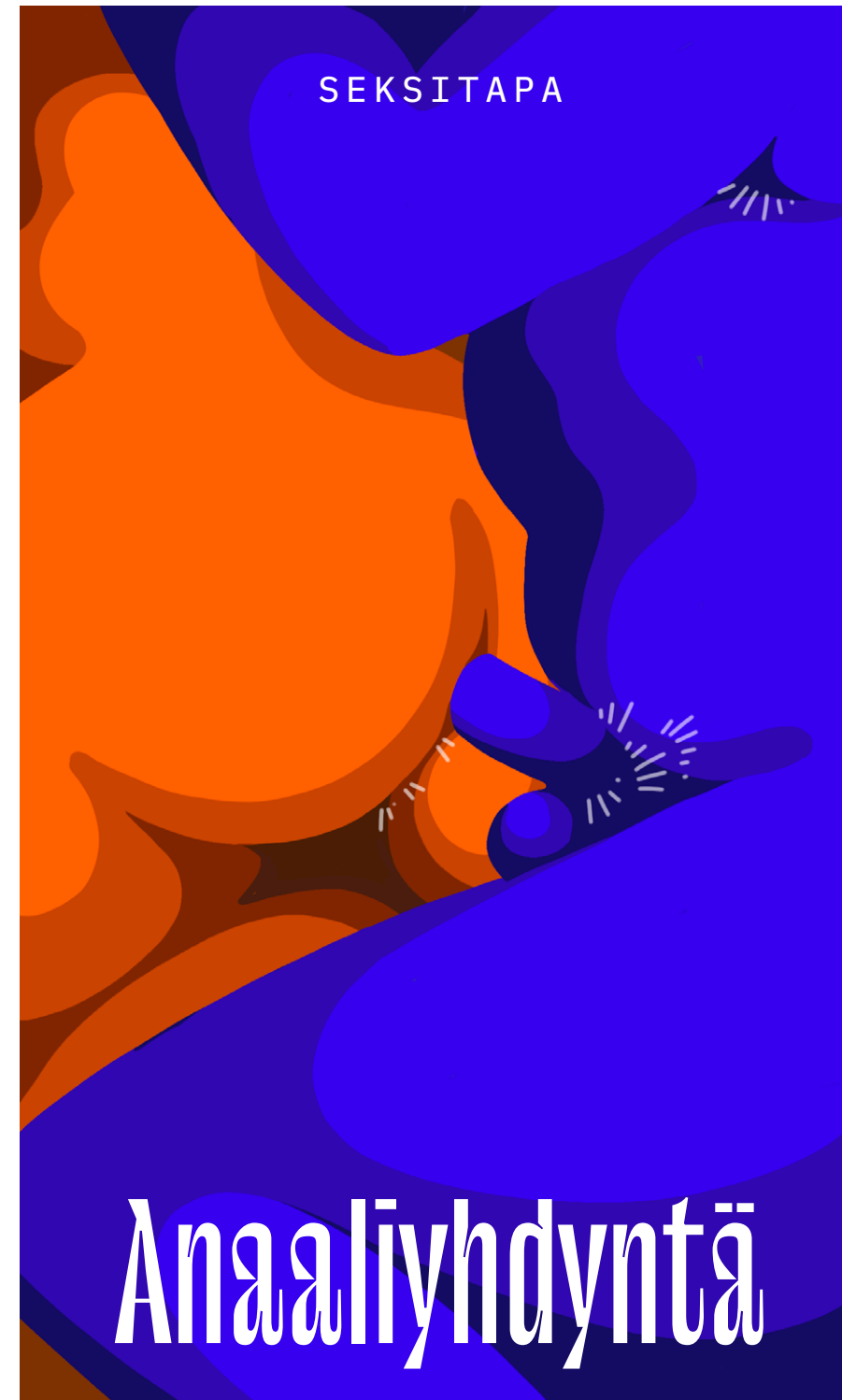
ESIMERKKEJÄ IKONEISTA:



ESIMERKKEJÄ SEKSITAVOISTA:



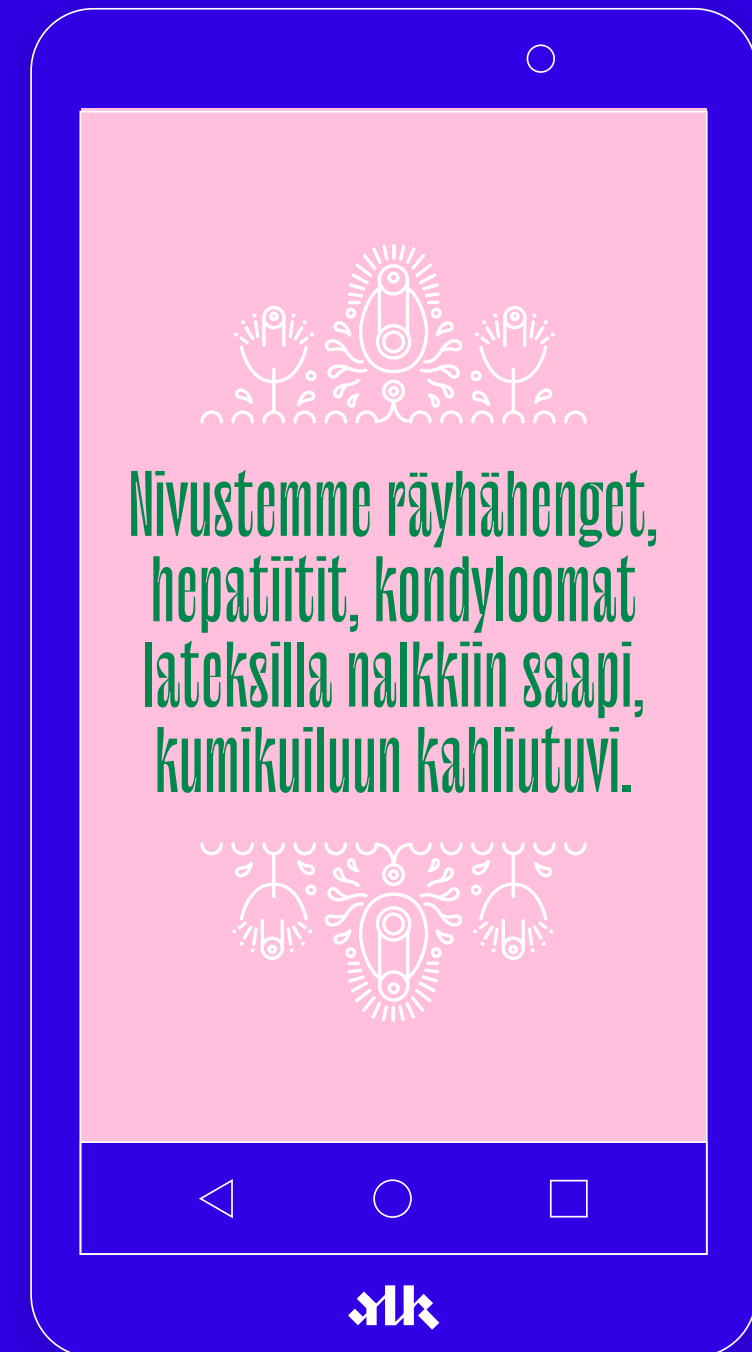
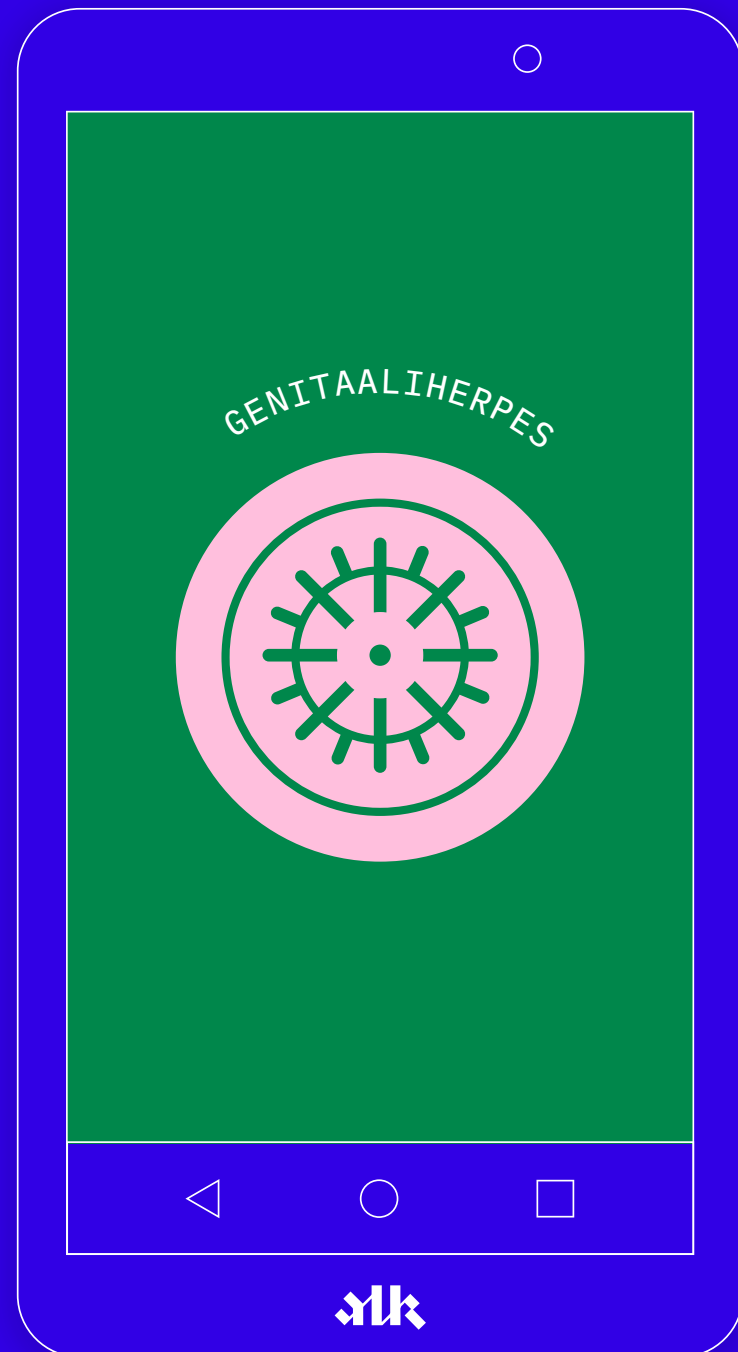
ESIMERKKEJÄ SEKSITAVOISTA:



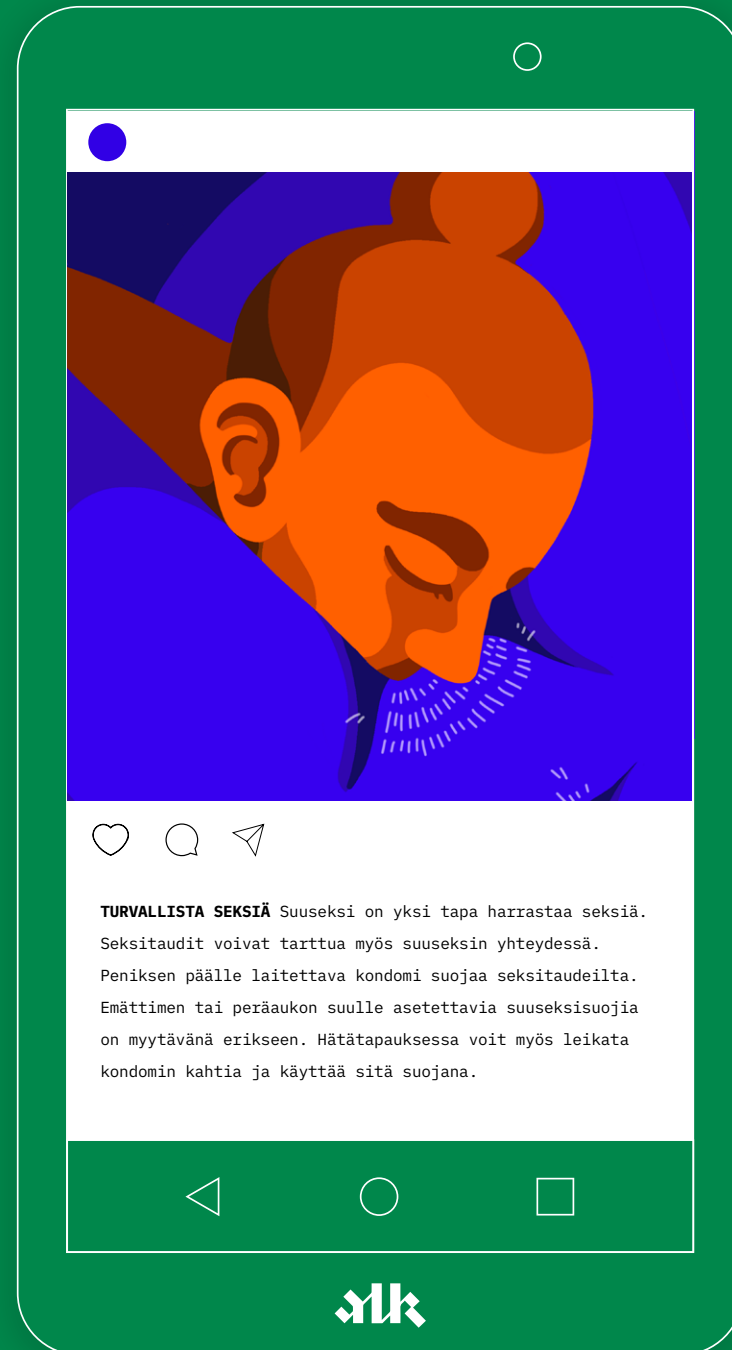
MALLINNOKSET

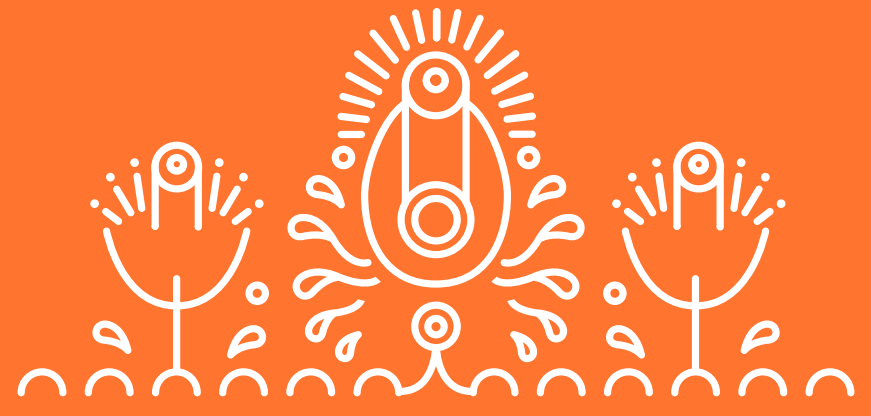


MALLINNOKSET



MALLINNOKSET





TURVALLISTA SEKSIÄ

