

Aito ja ihana?

- Videobloggaajat autenttisuuden vaikutelman tuottajina

Ida Kankaanpää

Pro gradu -tutkielma

Turun yliopisto

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos

Mediatutkimus

Tammikuu 2017

Turun yliopiston laatujärjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä.

TURUN YLIOPISTO

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos/Humanistinen tiedekunta

KANKAANPÄÄ, IDA: Aito ja ihana? - Videobloggaajat autenttisuuden vaikutelman tuottajina

Pro gradu -tutkielma, 73 s.

Mediatutkimus

Tammikuu 2017

Suuri blogitutkimus 2014 -tutkimuksen ja tuoreimpien *Blogibarometri*en mukaan videoblogien suosion uskotaan lisääntyvän. Lisäksi tutkimusten ja Youtube-kulttuurin ominaisuuksien perusteella videobloggaajien tuottaman materiaalin oletetaan olevan autenttista. Tutkielmassani selvitän, millaisilla esittämisen ja kerronnan keinoilla videobloggaajat rakentavat vaikutelman aitoudestaan. Teen sisällönanalyysin Suomen suosituimpiin videobloggaajiin lukeutuvien Mariieveronican, Mmiisasin ja Soikkuun 15 videoblogijulkaisusta.

Esittämisen teoreettisena lähtökohtana on Erving Goffmanin näkemys, että vuorovaikutustilanteissa yksilöt harjoittavat esittämistä ylläpitääkseen uskottavuutta. Teorian avulla selvitän autenttisuuden esittämisen ominaispiirteitä ja tapoja ylläpitää aitouden vaikutelmaa. Kuljetan analyysissäni mukana myös tutkimuksia, joissa Goffmanin teoriaa on sovellettu digitaaliseen kulttuuriin.

Kerronnallista näkökulmaa tarkastelen performatiivisten dokumenttielokuvien autenttisuutta tutkineiden Stella Bruzzin ja Ilona Hongiston näkökulmista, joiden mukaan todellisuus syntyy kuvausprosessissa. Näiden näkemysten pohjalta tarkastelen videoblogien rakennetta sekä teknisten valintojen, kuten rajauksen ja leikkauksen vaikutuksia.

Tulkintani mukaan videobloggaajat rakentavat autenttisuuden vaikutelman esittämällä olevansa arkisia ja tavanomaisia sekä vetämällä katsojan huomion itsensä ja lavastuksensa epätäydellisiin elementteihin. Näitä viestejä he korostavat dramatisoimalla. Lisäksi videobloggaajat puhuttelevat katsojia me-muodossa, millä he luovat yhteen kuuluvuutta.

Videoblogeille ominaista päivän kulun kuvausta ja tunteiden vaikuttavuutta rakennetaan rajauksen avulla. Kuvasta poistuminen, sen ulkopuolelle katsominen tai kuvarajan ulkopuolella olevan huomioiminen ovat tapoja osoittaa sillä hetkellä esitettyjen tunnetilojen ja tilanteiden aitoutta. Videoblogikerronnan autenttisuus ei kuitenkaan ole riippuvainen alkuperäisen kuvausjärjestyksen noudattamisesta, vaan loogisen ja uskottavan tarinan rakentamisesta.

Asiasanat: autenttisuus, dokumenttielokuva, esitys, itsenrepresentaatio, kerronta, performanssi, representaatio, videoblogi, Youtube

Sisällysluettelo

1. Johdanto	1
2. Tutkielman tausta ja keskeiset käsitteet	8
2.1 Blogit ja nettivideot	8
2.2 Youtube ja videoblogit	10
2.3 Tutkielman käsitteet	13
3. Esitetty aitous	22
3.1 Esittämisen tunnusmerkit	23
3.2 Esityksen hallitseminen	29
3.3 Ryhmäkuuluvuuden luominen	32
4. Autenttisuuden kerronta	38
4.1 Videoblogikerronnan rakenne	38
4.2 Performoitu autenttisuus	44
4.3 Autenttisuuden rajoilla	49
4.4 Affektiivinen autenttisuus	54
5. Lopuksi	64
Lähteet	67
Aineisto	72

1. Johdanto

Asiakasymmärrystoimisto Kopla toteutti yhteistyössä työnantajani, Aller Media Oy:n, kanssa *Suuri blogitutkimus 2014* -tutkimuksen, jonka osarahoittajana toimi Viestintäalan tutkimussäätiö. Tutkimus toteutettiin bloggaajien ja blogilukijoiden ryhmäkeskusteluna verkossa, mutta sen lisäksi tutkimukseen haastateltiin asiantuntijoita ja mainostajia. Tutkimukseen kuului myös kvantitatiivinen osuus.

Tutkimukseen ei osallistunut videobloggaajia, mutta kysyttäessä tulevaisuuden blogisisältöjen kysynnästä, monet keskusteluun osallistuneet bloggaajat nostivat esiin videosisällöt. Myös haastatellut mainostajat uskoivat videobloggaamisen kiinnostavan mainostajia tulevaisuudessa, sillä heidän mielestään aitous näkyy parhaiten juuri videoissa (Suuri blogitutkimus 2014, yhteenveto). Tämä on mielenkiintoinen seikka, sillä vielä noin viisi vuotta ennen *Suuren blogitutkimuksen* valmistumista Youtuben omistavan Googlen toimitusjohtaja myönsi yhtiön kamppailevan videomainonnan vähäisen kiinnostuksen kanssa, ja myös talouslehti Forbesin mukaan mainostajat kartoivat Youtube-videoita, koska brändien pelättiin päätyvän ristiriitaiseen valokeilaan (Strangelove 2010, 6).

Alun perin minun oli tarkoitus tehdä tutkielmani Aller Median osaksi suunnitteilla olevaa jatkotutkimusta, jossa olisin haastatellut videosisältöä blogiensa oheen tekeviä bloggaajia, mutta Aller lakkautti kyseisen tutkimuksen. Tutkimuksen keskeytymisen jälkeen päätin keskittyä pelkästään videobloggaajiin. Täten tutkimukseni on täysin itsenäinen jatkotutkimus *Suuren blogitutkimuksen* videoblogeihin liittyvistä huomioista.

Suuren blogitutkimuksen lisäksi inspiraationani toimivat Manifeston julkaisemat *Blogibarometri*-tutkimukset, joiden mukaan videopalveluiden rooli on kasvanut selkeästi. Blogien suosio alkoi kasvaa Suomessa jo noin kymmenen vuotta sitten, ja *Blogibarometri* mukaan seuraajamäärät kasvavat edelleen. Viimeisen muutaman vuoden aikana videobloggaajien suosio on kokenut räjähdysmäisen kasvun. (Blogibarometri 2015; Blogibarometri 2016.) Lisäksi on mielenkiintoista, että *Blogibarometri 2016* -tutkimuksen mukaan bloggaajien ja videobloggaajien roolit ovat alkaneet näyttäytyä erilaisina: Videobloggaajat ovat viihdyttäjiä, julkkiksia ja esikuvia, kun taas bloggaajat ovat enemmänkin tiedonjakajia, asiantuntijoita ja uuden ajan journalisteja. Videobloggaajista 86 prosenttia kertoo tavoitteekseen viihdyttämisen. Kuuluisuuksiksi heistä halajaa 23 prosenttia. Selkeä muutos viime vuoden tutkimustuloksiin on kuitenkin se,

että viime vuoden 34 prosentin sijaan vuonna 2016 enää 18 prosenttia pyrkii saamaan videobloggaamisesta kokopäiväisen ammatin. (Blogibarometri 2016.) Todennäköisesti enemmistö videobloggaajista tuottaakin videoita niiden viihdearvon ja vuorovaikutuksellisuuden vuoksi. Tähän vaikuttanee sekin, että Youtube-alustana mielletään pääosin viihteelliseksi ja se kuuluu populaarikulttuurin kenttään (Strangelove 2010, 13).

Blogimaailmassa videoita on karkeasti jaoteltuna kahdenlaisia, tekstipainotteisen blogin sisälle upotettuja ja nettivideopalveluun ladattuja videoita eli videoblogeja, jotka tunnetaan myös vlogeina. Keskityn tutkimuksessani varsinaisiin videoblogeihin, jotka on ladattu internetin suosituimpaan videopalvelualustaan, Youtubeen. Videobloggaajaa kutsutaan vloggaajaksi, mutta Youtubeen sisältöä lataavia vloggaajia nimitetään myös tubettajiksi. Vloggaaja ja tubettaja tarkoittavat muuten samaa, mutta tubettajan sisältö sijaitsee poikkeuksetta Youtubessa. Yhtenäisen linjan säilyttääkseni käytän tutkielmassani termejä videoblogi ja videobloggaaja. Videoblogivideoista käytän käsitettä videoblogijulkaisu tai pelkkä julkaisu.

Suuren blogitutkimuksen tuloksissa kiinnitin erityisesti huomiota kommentteihin videoblogien aitoudesta. Nykyään yleisessä keskustelussakin monet kokevat videoblogit autenttiseksi kuvaukseksi videobloggaajan elämästä (ks. Strangelove 2010, 65; Sippola 2014). Lisäksi monissa Youtuben videoblogeissa videobloggaajat myös vakuuttelevat aitouttaan (Strangelove 2010, 66–67). Autenttisuuden ja muut tutkielmani olennaiset käsitteet määrittelen tarkemmin luvussa 2. Strangeloven (2010) mukaan Youtuben nopeaa muodostumista massamedian osaksi onkin perusteltu sillä, että amatöörivideot tarjoavat jotain, mitä televisio ei tarjoa. Se jokin on jotain realistisempaa (Strangelove 2010, 65). Videoblogit eivät silti välttämättä ole sen autenttisempia, vähemmän medioituneita, vähemmän tuotettuja tai spontaanimpia, vaikka niillä ei olekaan suoraa, videobloggaajalle näkyvää yleisöä, koska videobloggaaja on tietoinen kuvitteellisen yleisön katseesta (Strangelove 2010, 74). Videoblogien autenttisuuteen liittyy myös paradoksi, sillä Youtuben ja videoblogien refleksiivisen luonteen vuoksi yleisö on erityisen tietoinen median konstruoitumisesta ja sillä on heikentynyt usko asioiden objektiiviseen totuuteen. Digitaalisen median reflektiivinen luonne muuttaa yksityisen ja julkisen suhdetta, ja sen myötä julkinen puoli onkin vallannut yksityisen alaa. Itsetarkkailun sijaan tarkkaillaankin muiden itsetarkkailevaa mediakäytöstä. (Strangelove 2010, 75.)

Suosittuja videoblogeja katsellessa ei voikaan olla huomaamatta, miten paljon ne sisältävät tuotannollisilta vaikuttavista elementeistä. Tämän oletuksen pohjalta tutkimuskysy-

myksekseni muotoutui, millä keinoilla videoblogeissa rakennetaan vaikutelmaa autenttisuudesta. Tätä tarkastelen tutkimalla, millä keinoilla videobloggaajat rakentavat autenttisuusefektiä, mutta samalla pohdin myös, onko videoblogeissa mahdollista nähdä jotakin aitoa. Lähestyn tutkimuskysymystä kahdesta näkökulmasta: Ensiksi selvitän, miten videobloggaajat tuottavat autenttisuuden vaikutelman esityksen keinoin. Sen jälkeen tutkin, millaisia kerronnallisia keinoja he käyttävät videoblogeissaan.

Autenttisuuden esittämistä tarkastelen sosiologi Erving Goffmanin teorialla, jonka mukaan yksilö harjoittaa esiintymistä saavuttaakseen yleisössään haluamansa vaikutelman. Sen lisäksi vertailen tutkimuksia, joissa Goffmanin teoriaa on käytetty internetissä harjoitetun esiintymisen tarkasteluun ja peilaan näitä tuloksia omaan aineistooni. Autenttisen kerronnan tarkasteluun olen valinnut modernin dokumenttielokuvatutkimuksen, koska audiovisuaalisista esitysmuodoista juuri siinä on käsitelty runsaasti autenttisuutta. Vaikka videoblogeissa hyödynnetään dokumenttielokuvien puolelta tuttuja kerronnallisia tapoja, dokumenttielokuvien analysoinnissa käytetty narratologinen tutkimus ei silti välttämättä ole suoraan sovitettavissa videoblogikerrontaan, ja siksi huomioinkin tutkielmassani jatkuvasti videoblogikerronnan konventiot, tyylit ja niihin kohdistuneen tutkimuksen. Dokumenttielokuva on vain yksi näkökulma, sillä Strangeloven (2010) mukaan kaikkien medioiden ja genrejen voi nykyään väittää representoivan yhä enemmän intiimiä, jokapäiväistä elämää. Media on konvergoitunut itsen, kodista on tullut konvergenssin keskus ja videoblogit representoivat median, itsen ja kodin verkostoa. (Strangelove 2010, 73.)

Tutkielmani taustalla on modernin dokumentaarisuuden tutkimuksesta ja digitaalisen, uuden median tutkimuksesta noussut ajatus, että autenttisuuden merkityksien on muuttumisesta. Tukeudun käsitykseen, että videoblogeja tutkittaessa ei tulisi takertua liikaa itse autenttisuuteen, vaan sen representaatioon. Ehdottoman autenttisuuden mahdotto- muutta tukee Mary Evansin (1999) ajatus, että omaelämäkerrallinen materiaali on melkein enemmänkin fiktiota kuin faktuaalista, koska se reflektoi vallitsevia itsenrepresentaation ja itsenkonstruktion moodeja. Tällöin se ei peilaa todellisuutta tai totuutta, vaan vallitsevia moraalisia diskursseja ja hyväksyttävän paljastamisen havainnointia (Evans 1999, 85; Strangelove 2010, 78.) Digitaalista kerrontaa tutkinut Strangelove kuitenkin lähestyy videoblogien autenttisuutta vapaamielisemmin ja uskoo faktan ja fiktion yhdistelyn olevan mahdollista itsenrepresentaatioissa. Hänen mukaansa autenttisuuden ontologia on kuin upottava suo ja siksi hän tukeutuukin enemmän siihen, että tutkimusten

mukaan Youtuben käyttäjät kokevat amatöörivideoiden yhdistävän heitä ja tarjoavan erilaista todellisuutta kuin televisio (Strangelove 2010, 79.)

Tutkimustani varten olen valinnut Youtuben kolme suosituinta suomalaista ja suomea pääsääntöisesti videoblogikielenään käyttävää lifestyle-videobloggaajaa ja viisi heidän julkaisemaansa videota, eli yhteensä 15 videota. Lifestylen olen määritellyt sillä perusteella, että suurin osa videobloggaajan videoista on tämän omaa elämää tai elämäntapojen kuvaavia videoita, eikä esimerkiksi huumorivideoita tai pelivideoita, joita suosituimpien videoblogien joukossa myös on. Koen tekstipohjaisien blogien kohdalla käytetyn lifestyle-kategorian luontevaksi myös videoblogien kohdalla, koska esimerkiksi tubettajia palkitseva Tubecon käyttää lifestylea yhtenä kategorianaan. Osa tutkimukseni videobloggaajista on myös ollut Tubeconissa ehdolla lifestyle-palkintokategoriassa. Lisäksi lifestyle, henkilön oman elämäntyylin kuvauksena on osuva kategoria autenttisuuden tutkimiseen.

Tutkimukseni videobloggaajat Mmiisas, Soikkuu ja Mariieveronica valikoituivat mukaan sillä perusteella, että he olivat Suomen tilatuimmat lifestyle-videobloggaajat aineistoa kootessani syyskuussa 2016. Puhuessani videobloggaajista henkilöinä, käytän heidän julkisuudesta tuttuja nimiään: Miisa, Soikku ja Veronica. Miisa on heistä ylivoimaisesti suosituin, sillä hänellä oli syyskuussa 2016 yli 240 000 tilaajaa. Soikulla ja Veronicalla oli molemmilla vähän alle 200 000 tilaajaa. (Suomalaisten videobloggaajien tilaaja- ja katsojalukuja.) Tilajien lisäksi kaikki muutkin Youtuben-käyttäjät voivat myös katsoa heidän videoita. On syytä huomioda, että erittäin todennäköisesti myös videobloggaajat tarkkailevat tilinsä ja yksittäisten videoiden suosiota, jolloin Youtuben mittausjärjestelmä on aktiivisena osana muokkaamassa alustan todellisuutta ja saattaa performatiivisesti vaikuttaa siihen, millaisia videoita videobloggaajat jatkossa tekevät (Burgess & Green 2009, 41).

Videobloggaajat kiinnostavat niin yleisöä kuin markkinoijia, ja suosituimmista on tullut pieniä julkkiksia. Aineistoni videobloggaajissa tämä näkyy esimerkiksi siten, että Soikku osallistui vuonna 2014 MTV3:n *Tanssii Tähtien Kanssa* -viihdeohjelmaan ja vuonna 2016 saman kanavan *Posse*-ohjelmaan, Miisa on oman videojulkaisunsa mukaan toiminut tanskalaisen vaatemerkin mallina. Lisäksi hän tekee yhteistyövideoita Youtubekanava Splay Suomen kanssa ja syksyllä 2016 hän oli K-Ruoka Awardseilla Vuoden Pirkka -ehdokkaana. Veronicaa puolestaan on haastateltu syksyllä 2016 esimerkiksi Suomen *Elleen* ja *Journalisti*-lehteen. Kulttuuritutkimuksen näkökulmasta tavallisista

ihmisistä syntyy julkisuuden henkilöitä, kun he pääsevät siirtymään tässä tapauksessa Youtuben tavanomaisesta ympäristöstään mediamailman puolelle. (Burgess & Green 2009, 22–23), minkä voidaan väittää tapahtuneen kaikkien aineistoni videobloggaajien kohdalla.

Suomessa on tehty vielä melko vähän juuri videoblogeihin ja varsinkin suomalaisiin sellaisiin keskittyvää tutkimusta. Aiheeseen liittyvät tutkielmat ovat pääosin opinnäyte- töitä. Yleisin näkökulma on ollut kaupallinen, mutta autenttisuutta on tutkittu vähem- män. Olka Helmisen (2015) pro gradu -työ *Autenttisuuden vaikutelmaa rakentavat omi- naisuudet suosituissa suomenkielisissä vlogeissa* tarkastelee videoblogien autenttisuutta esityksellisyyden näkökulmasta. Helsingin yliopiston sosiologian oppiaineeseen pro gradunsa tehnyt Helminen käyttää analyysissä Erving Goffmanin esityksellisyyttä käsit- televää teoriaa ja päätyy tulokseen, että autenttisuuden vaikutelmaa tuotetaan muun mu- assa arkisilla aiheilla, katsojien huomioimisella ja kerrontaa tukevilla teknisillä ominai- suuksilla. En kuitenkaan päässyt tutustumaan Helmisen tutkielmaan tiivistelmää tar- kemmin, koska tuntemattomasta syystä työ ei ollut saatavilla Helsingin yliopiston kir- jastossa. Toinen samanlaista aihetta käsittelevä tutkielma on Elina Lähdeniemen (2016) pro gradu -työ *Ihannekuvia ja autenttisuutta – vertaileva tutkimus itsen esityksistä teks- tiblogeissa ja videoblogeissa*. Myös Lähdeniemi on tehnyt pro gradunsa Helsingin yli- opiston sosiologian oppiaineeseen. Lähdeniemen mukaan videoblogeissa itsen esittämi- nen muodostuu vuoropuhelussa yleisön kanssa. Kuvaustavoilla videobloggaajat puoles- taan pyrkivät korostamaan esityksen aitoutta ja yhdenvertaisuutta yleisön kanssa. Vaik- ka näissä molemmissa pro gradu -töissä on tarkasteltu videoblogien esityksellisyyttä ja autenttisuutta, oman tutkielmani näkökulma eroaa näistä siten, että otan tarkempaan analyysiin autenttisuuden rakentumisen yhtäältä kerronnallisilla keinoilla ja toisaalta niiden taustekijät dokumenttielokuvien tutkimuksessa.

Karoliina Talvitie-Lambergin (2014) väitöskirja *Confessions in Social Media – Performative, Constrained, Authentic and Participatory Self-representations in Vlogs* käsitte- lee itsen-representaatioita tunnustuksellisissa, ulkomaalaisissa raskaus- ja addiktiovide- oblogeissa. Talvitie-Lamberg on tehnyt väitöskirjansa Helsingin yliopiston sosiologian laitokselle. Hyödynnän tutkielmassani Talvitie-Lambergin päätelmiä performatiivisuu- den liittämisestä videoblogien autenttisuuden tarkasteluun ja kuljetan hänen ajatuksiaan analyysissäni. Näkökulmamme on silti hieman erilainen, sillä Talvitie-Lamberg kritisoi käsitystä Youtube-videoiden viihteellisestä ja valheellisesta luonteesta ja väittää video-

bloggaajien käsittelevän myös vakavia aiheita ja tällä tavoin representoivan jotain todellista videobloggaajan elämästä (Talvitie-Lamberg 2014, 160). Oman tutkielmani lähtökohtana on pikemminkin oletus autenttisuudesta konstruoituna. Ulkomaisissa yliopistoissa videoblogeja on tutkittu jo pidemmän aikaa, ja näitä esittelen näitä tutkimuksia tutkielmani kuluessa. Michael Strangeloven (2010) sekä Jean Burgessin ja Joshuan Greenin (2009) tutkimukset Youtube-kerronnasta puolestaan ovat selkeyttäneet runsaasti nettikerrontaa ja sen ominaispiirteitä ja hyödynnän näitä tulkintoja niin ikään läpi tutkielmani.

Tutkielmani rajallisuuden vuoksi en tarkastele videoblogjulkaisujen alla olevassa kommenttikentässä tapahtuvaa videobloggaajien ja heidän seuraajiensa/katselijoidensa kommentointia tai vuorovaikutusta, vaikka tiedostan näiden liittyvän olennaisesti esiintymiseen ja performanssiin. Esitys on vuorovälityksellinen tapahtuma ja kommunikointi liittyy autenttisuuden representaatioon, joten kiinnitän erityisesti huomiota videoblogijulkaisujen sisään rakennettuun vuorovaikutuksellisuuteen ja hetkiin, jolloin videobloggaajat puhuvat yleisönsä kommentteista.

Tutkimuskohteeni on internetissä, mutta internettutkimuksen sijaan puhun mieluummin Nancy Thumimin (2012, 10–12) tavoin digitaalisen kulttuurin tutkimuksesta, koska pelkän internetin sijaan tarkastelen laajempaa kulttuurista ilmiötä. Digitaalisuutta voi nimittäin vaikuttavuudeltaan verrata sähkön ja painokoneen keksimisestä syntyneisiin seurauksiin. Kaikki edellä mainitut ilmiöt vaikuttivat ja vaikuttavat edelleen laajasti eri elämänalueilla. Digitalisoituminen on muokannut vanhempien medioiden käyttötapoja, mutta lisäksi se on luonut uudenlaisia sosiaalisia suhteita ilman varsinaisesti tarkoituksenmukaisia seurauksia. Digitaalisuus sekä tuottaa kulttuuria että on kulttuurituote (Thumim 2012, 10–12.) Pyrin myös muistamaan David Buckinghamin (2007, viii) ajatuksen, jonka mukaan digitaalisia tuotteita ei pitäisi miettiä liikaa teknologian näkökulmasta, vaan ne pitäisi nähdä medioina. Digitaaliset ilmiöt representoivat maailmaa ja ovat osa kommunikaatiota. Siksi ne tulisi ymmärtää sosiaalisina ja kulttuurisina prosesseina (Buckingham 2007, viii.)

Tutkielmani luvussa 2 lähden liikkeelle blogien synnystä ja merkityksestä. Videoblogien kehityksen tarkastelun aloitan nettivideoista ja siirryn lopulta Youtuben aikaan. Luvun lopussa määrittelen tutkielmani kannalta olennaiset käsitteet: autenttisuus, representaatio, performanssi ja itsenrepresentaatio. Luvussa 3 paneudun Goffmanin (1971) teoriaan esittämisestä ja sovellan sitä aineistoni videoblogeihin kuljettaen mukana myös

aiheeseen liittyvää tuoreempaa tutkimusta. Hyödynnän Goffmanin teoriaa, koska hänen näkemyksensä mukaansa yksilö harjoittaa esiintymistä tuottaakseen itsestään uskottavan ja aidon vaikutelman (Goffman 1971). Luvussa 4 käsittelen aineistoani narratologian näkökulmasta. Ensiksi tarkastelen videoblogeja Stella Bruzzin (2000) ajatuksilla modernin dokumenttielokuvan performatiivisuudella ja sen jälkeen lähestyn videoblogien autenttisuutta Ilona Hongiston (2015) kuvarajateorian kautta. Näiden avulla tarkastelen videoblogien esitys- ja kerrontatapojen sekä todellisuuden välistä suhdetta, ja lisäksi Hongiston näkökulma tarjoaa mahdollisuuden pohtia kamerateknisten valintojen vaikutusta autenttisuuden vaikutelmaan.

2. Tutkielman tausta ja keskeiset käsitteet

2.1 Blogit ja nettivideot

Blogien esihistoria voidaan jäljittää jopa 1700-luvulle asti, jolloin lontoolaisessa *The Spectator* -lehdessä julkaistiin henkilökohtaisia huomioita, ajankohtaisia uutisia ja yhteiskunnallisia mietintöjä samoilla palstoilla (Kilpi 2006, 12). Blogitermin ja nykypäivänä tunnettujen blogimallien synty sijoittuu kuitenkin vasta 1990-luvulle. Blogien kehitys käynnistyi internetpäiväkirjoista, joiden jälkeen tulivat verkkologit eli weblogit. John Barger käytti ensimmäisen kerran termiä weblog vuonna 1997. *Web* tarkoittaa verkkoa ja *log* päiväkirjaa. Vuonna 1999 Peter Merholz puolestaan väänsi sanan vitsikkäästi muotoon *we blog*. (Kilpi 2006, 11; Myers 2010, 16.) Näistä on lopulta päädytty termiin *blog* eli suomalaisittain *blogi* (Tremayne 2007, vii; Myers 2010, 17). Vuonna 1999 muutamat tietokoneyritykset tekivät blogin pitämisen mahdolliseksi myös niille, jotka eivät taitaneet tietokonevelhojen koodikieliä (Myers 2010, 17). Näistä yrityksistä tunnetuin lienee Pyra Labs, joka perusti edelleen voimissaan olevan Blogger-blogialustasivuston. Nykyään yritys on Googlen omistuksessa (Kilpi 2006, 11–12; Burgess & Green 2009, vii). Blogin voivat perustaa kaikki sellaiset henkilöt, joilla on pääsy internetiin ja taito käyttää tietokonetta (Myers 2010, 77; Kilpi 2006, 4).

Nykyajan blogeja ei pidä sekoittaa internetpäiväkirjoihin, sillä julkisiin blogeihin, toisin kuin päiväkirjoihin, liittyy keskustelevuus ja yhteisöllisyys (Kilpi 2006, 5). Lisäksi blogeihin liittyy olennaisesti linkkien käyttö, joka sen sijaan puuttuu internetpäiväkirjoista (Kilpi 2006, 3; Myers 2010, 2, 29). Monet bloggaajien linkit ovat linkkejä heidän omaan aiempaan julkaisuihinsa, mutta linkkejä pannaan myös toisten bloggaajien julkaisuihin ja kaupallisten yritysten verkkosivuille (Myers 2010, 30–32). Blogien ja henkilökohtaisten internetsivujen ero on, että blogeja päivitetään säännöllisesti (Myers 2010, 2). Lisäksi blogeissa yleisöllä on oma merkityksensä (Myers 2010, 9). Blogeja lukevat ovat todennäköisesti huomanneet, että monet bloggaajat pyytävät yleisön mielipiteitä ja vaikka mielipiteitä ei pyydetäisi, yleisö saattaa kommentoida blogijulkaisua. Tämä kuvaakin hyvin sitä, että kommunikaatio on olennainen osa blogeja.

Ensimmäiset blogit syntyivät ihmisten halusta jakaa tietoa nopeasti ja helposti suurelle yleisölle, eli aluksi kyse oli yksilöiden toiminnasta. Suuryrityksetkin havahtuivat blogien mahdollisuuksiin, ja nykyään blogit ovat olennainen osa markkinointiviestintää (Kil-

pi 2006, 3). Blogien suosio johtunee muun muassa siitä, että alustana ne mahdollistavat helpon ja halvan, yleensä ilmaisen, tavan julkaista materiaalia suurelle yleisölle. Blogit rakentuvat HTML-koodin varaan, mutta ensimmäiset blogipalveluiden tekijät tekivät blogeista sellaisia, että bloggaajan ei tarvinnut osata koodata. Lisäksi blogit ovat esimerkiksi printtijulkaisuja joustavampia (Tremayne 2007, 3; Kilpi 2006, Myers 2010, 19–20.)

1990-luvun lopulla ja 2000-luvun alussa, kun blogin rakentaminen ei enää vaatinut koodikielen osaamista, on blogien määrä kasvanut ja uusia blogeja luodaan edelleen (Myers 2010, 17; Kilpi 2006, 4). Tekniikan kehittyttyä käyttäjien kannalta yksinkertaisemmaksi, bloggaajat ovat voineet keskittyä enemmän sisältöön (Kilpi 2011, 4). Yhdysvalloissa merkittävin kasvu tapahtui vuoden 2004 presidentinvaalien aikaan, jolloin blogit nousivat valtamedian tasolle (Kilpi 2006, 13).

Blogiyhteisöstä käytetään termiä blogosfääri (Wright 2006, 7). Wright (2006, 7) kuvailee käsitettä blogien, bloggaajien ja blogikirjoitusten muodostamaksi yhteisöksi. Kilven (2006, 17) mukaan blogosfääri on vaikeasti määriteltävissä, koska blogeja ja niiden eri muotoja on niin paljon. Hän tarkkaileekin blogosfäärin rakentumista linkeistä ja kommenteista. Tremayne (2007, 5) puolestaan kuvailee blogosfääriä habermasilaiseksi julkiseksi tilaksi, johon periaatteessa kaikilla on vapaa pääsy. Blogosfääristä on myös johdettu sana vlogosfääri, joka tarkoittaa yksinkertaisimmillaan videoblogien, videologgaajien ja heidän seuraajiensa muodostamaa yhteisöä (Griffith & Papacharissi 2010).

Videopalveluiden kehittyessä 1990-luvulla Suomi oli vahvasti mukana kehittämässä sisältöjä ja teknologioita, ja esimerkiksi videosisällöistä kiinnostuneen kansallisen multimediaohjelman KAMUn yhteistyössä oli mukana monet Suomen multimediatuotantoyhtiöt. Tavoitteena oli kehittää suomalaisista verkotetun multimedian sovellutuksia ja kokeilla niitä eri jakelukanavissa. Vuonna 1995 Telecom Finland esitteli internetissä toimivan audiovideomultimediajärjestelmän, ja samaan aikaan myös matkapuhelimien määrä lisääntyi Suomessa huimasti. (Mäenpää & Männistö 2009, 17.)

KAMUn väki ei kuitenkaan ehtinyt reagoida internetin hämmästyttävän nopeaan kehitykseen, eikä Suomesta tullut internetin audiovisuaalisen puolen edelläkävijää (Mäenpää, Männistö 2009, 18). Suomen uudelle teknologialle avoin asenne saattoi kuitenkin olla kannustava esimerkiksi nettivideoiden tekemiseen. Blogibuumin ollessa kuumillaan 2000-luvun alkupuoliskolla suomalaisilla oli silti käytössään vanhat puhelimet ja kiinte-

ät laajakaistat olivat hitaita. Videosisältöjen siirtäminen vaati tuolloin runsaasti kaistanleveyttä. (Mäenpää & Männistö 2009, 23.) Näiden ongelmien ratkettua nettivideoista on tullut Suomessakin suosittuja.

Videoiden lisääminen kotisivuille tai pelkästään videokuvaan perustuvan sivun perustaminen synnyttivät nettikamerakulttuurin. Näitä nettikameralla kuvattuja videoita voidaan pitää videoblogien esi-isinä. Ensimmäinen tunnettu nettisivulle itsestään ja elämästään videomateriaalia julkaissut oli amerikkalainen Jennifer Rigley, joka perusti Jennicamin vuonna 1996. Jennicam kuvasi taukoamatta Jenniferin elämää tämän makuuhuoneessa ja myöhemmin myös muissa kodin huoneissa. Poikkeuksellista oli, että Jennifer myös suuntasi kamera itseensä ja puhui suoraan yleisölle. Autenttisuuden problematiikka nousi esille jo Jennicamin aikaan, ja häneltä kyseltiin materiaalin aitoudesta. Hän kuitenkin vakuutti materiaalin olevan täysin autenttista ja hänen unohtaneen kameroiden läsnäolon. Mediatutkija Susanna Paasonen kuitenkin huomauttaa, että arkisistakin askareista tulee kuitenkin performatiivisia toimia, kun niillä on yleisö, vaikkakin näkymättömän. Tällöin julkaistu materiaali on maailmalle kuvattua itsenrepresentaatiota. (Paasonen 2002, 110–111.)

Nettivideoiden suosio johtuu siitä, että monet videot liittyvät jollain tapaa katsojan elämäntapaan, eivätkä ne ole pelkkä uusi tekninen mullistus (Mäenpää & Männistö 2009, 21). Vuonna 2005 perustettu ja vuotta myöhemmin Googlen ostama nettivideoopalvelu Youtube (Strangelove 2010, 6) ja samoihin aikoihin yhä paremmiksi kehittyneet puhelinten kamerat lopulta räjäyttivät nettivideoiden suosion. Kaikki internetyhteyden omaavat ja tietokonetekniikan perusteet hallitsevat henkilöt voivat luoda Youtubeen oman kanavan ja ladata sinne videoita kaikkien nähtäväksi. Jenni Mäenpään ja Anssi Männistön (2009) tutkimuksen nimi *Kaikki videoivat kaikkea* kuvaakin osuvasti nykyistä nettivideokulttuuria.

2.2 Youtube ja videoblogit

Nettivideoiden julkaisualustojen kehityksen myötä nettivideoista on tullut osa julkisuutta, elämäntapaa ja arkea. Suosituin videopalvelu Youtube ja sen kaltaiset nettivideoalustat sekä blogit, joihin videoita voidaan ladata, ovat totuttaneet monet netin käyttäjät videoiden katsojiksi, mutta myös osallistujiksi. (Burgess & Green 2009, vii; Mäenpää & Männistö 2009, 21.) Nettivideoita tuotetaan niin kännykkäkameroilla kuin eritasoilla digikameroillakin. Nykyään monet yritykset käyttävät Youtubea osana viestintä-

täänsä, ja se todennäköisesti vain lisääntyy tulevaisuudessa. (Mäenpää & Männistö 2009, 21.)

Youtuben uskotaan syntyneen kolmesta vallankumouksesta: kuluttajat saivat mahdollisuuden ostaa edullisia videokameroita ja helppoja editointiohjelmia, Myspacen ja Flickrin kaltaiset yhteisölliset, informaation jakamiseen perustuvat palvelut ja sivustot tulivat suosituiksi sekä kuluttajat olivat tyytymättömiä valtamediaan ja halusivat passiivisten puhuvien päiden sijaan tavallisten ihmisten tekemää suodattamatonta materiaalia (Mäenpää & Männistö 2009, 21–22). Lisäksi verkkovideoiden saatavuuteen liittyvä tekniikka on parantunut merkittävästi 2000-luvun aikana, mikä on myös vaikuttanut suosion lisääntymiseen (Mäenpää & Männistö 2009, 23). Historiallisesta näkökulmasta Youtubeen julkaistavat amatöörivideot eivät sinänsä ole mikään uusi ilmiö, vaan niiden tausta on kotivideoissa. Tuotannollinen hassuttelu, mediakulutus ja kulttuurinen performanssi olivat läsnä videokulttuurissa jo tuolloin. Osallistuvuus tuli mukaan kuvioihin jo ennen Youtubea nettikamerakulttuurin yhteydessä, kun erityisesti tytöt ja nuoret naiset ryhtyivät julkaisemaan itsestään nettikameravideoita. Tositelevisiolle ominaisen hyväksikäytävän osallistuvuuden sijaan nettikameravideoissa tekijät pystyivät kontrolloimaan representaatioidensa tuottamista ja kulutusta, jolloin sitä kuvastaa voimaannuttava itsensäesittely. (Burgess & Green 2009, 26–27.)

Youtube-videota on mahdollista katsoa etsimällä haluamansa video palvelusta tai ryhtymällä videobloggaajan seuraajaksi, jolloin omalle Youtube-tilille tulee ilmoitus, kun tubettaja julkaisee uutta materiaalia. Tubettajan suosiota on mahdollista tarkastella kahdella tavalla: tilin tilaajien määrällä ja yksittäisen videon katselukertojen määrällä.

Youtubella on maailmanlaajuisesti yli miljardi käyttäjää ja videoita katsotaan päivittäin yli miljardi kertaa. Youtube tavoittaaakin Amerikassa enemmän 18–49-vuotiaita kuin mikään kaapelikanava. Yli puolet käyttäjistä katselevat videoita kännykällä. (Youtuben statistiikkaa.) Suomessa Youtube on toiseksi suosituin verkkosivusto jättäen taakseen muun muassa Facebookin ja Wikipedian (Suomen suosituimmat verkkosivut). Suomalaisista Youtube-käyttäjistä ei ole julkaistu virallista tietoa, mutta on olemassa esimerkiksi kokeellinen projekti, joka pyrkii kartoittamaan suomalaisten tubettajien määrää. Tämän tilaajamääriä seuraavan SuomiTube-laskurin mukaan Suomessa on tällä hetkellä yli 500 000 tubettajaa. Luku kuulostaa suurelta, mutta onkin syytä huomioida, että sivustolla ei mainita tilaajamäärän alarajaa. (Suomi-tube.)

Videoblogit ovat malliesimerkki Youtubesta sosiaalisena ilmiönä. Erityisesti itsenrepresentaationaaliset videoblogit tekevät Youtubesta itseilmaisun, yhteisöllisyyden ja julkisen tunnustuksen toimintakentän. Youtube ei ole vain kotivideoarkisto, vaan siitä on muodostunut tunteellinen kokemus ja sosiaalinen tila. Youtube ei ole uudenlainen ikkuna päivän polttaviin puheenaiheisiin, vaan siitä on tullut taistelulentä, jossa amatöörikuvaajat yrittävät vaikuttaa siihen, miten asioita representoidaan ja tulkitaan. (Strangelove 2010, 4). Youtuben kulttuurisesta vaikutuksesta kertoo paljon se, että siitä on jo muodostunut verbi, tubettaa (Strangelove 2010, 5).

Youtuben yleisin video on amatöörikuvaajan tekemä kotivideo, joka jollain tapaa kuvastaa elämän tavanomaisia askareita. Youtube tarjoaa uuden näkökulman tarkastella jokapäiväistä elämää, jossa huomioidaan kaupallisen median ideologiset vaikutukset, mutta myös alistamiseen kohdistuva vastarinta. Jokapäiväisestä elämää kuvastavista videoista onkin tullut identiteettien taistelutanner. (Strangelove 2010, 14–16.) Amatöörikuvaajan määritelmä ei kuitenkaan ole selkeä ja monet videobloggaajat on mahdollista määritellä sekä amatööreiksi että ammattilaisiksi. Yhtenä määritelmänä voisi pitää sitä, saako videobloggaaja videoistaan palkkaa, eli onko videobloggaaminen rinnastettavissa työhön. Käytännössä tätä voi kuitenkin olla vaikea todentaa. Mediatutkija Susanna Paasonen mukaan amatööriotokset representoivat intiimiä kontaktia ja ne mielletään ammattimaisen vastakohtaksi. Näin ollen amatöörin nähdään tuottavan materiaalia huvikseen, kun taas ammattilainen työkseen. Sen vuoksi amatöörimateriaalin koetaan olevan autenttisempaa ja sisältävän vähemmän tuotettuja representaatioita. Samalla amatöörimateriaalin nähdään sisältävän dokumentaarista arvoa, koska amatöörin ei koeta tuottavan sellaista materiaalia kuin hän mahdollisesti haluisi tuottaa. Käytännössä tämä näkyy visuaalisessa koodistossa, joka toimii todellisuusefektinä. (Paasonen 2002, 105–106). Tämä näkökulma perustelee myös sen, miksi videoblogit sisältävät esimerkiksi karkeasti näkyvää leikkausta, vaikka aktiiviset videobloggaajat saattaisivat olla kyvykkäitä tekemään leikkausjäljestä huomaamattomampaa. Amatöörimäisen materiaalin hyödyntäminen onkin tapa erottautua kaupallisesta ja vihjailla autenttisuudella (Paasonen 2002, 111).

Iso osa blogeista koostuu tekstistä ja kuvista, mutta varsinkin videopalvelu Youtuben ansiosta blogien videosisällöt ja videoblogit ovat yleistyneet viime vuosina ja ovat erityisesti nuorten diginatiivien suosiossa (Burgess & Green 2009, 17). Videoblogit kuuluvat tunnustuksellisten videoiden genreen, joissa yhdistyy piirteitä etnografisesta eloku-

vasta, dokumenteista, henkilökohtaisista taide-elokuvista ja tositelevisiosta. Toki on huomioitava, että mediakonvergenssin vuoksi genererajat ovat häilyviä. (Strangelove 2010, 72.) Videoblogeja onkin moneen makuun, mutta monien niistä voi tulkita toimivan itseilmaisun välineenä, vaikkakin eri agendoilla. Videoblogeja on useita eri genrejä, mikä näkyy esimerkiksi vuosittain järjestettävissä palkintotilaisuuksissa, kuten Tubeconissa, mutta tutkimuksessani keskityn lifestyle-aiheisiin videoblogeihin, koska niissä ilmenee päiväkirjamaista tai omaelämäkerrallista kerrontaa. Historiallisesta näkökulmasta rinnastan päiväkirjamaista kerrontaa sisältävät videoblogit kokeellisiin, kotivideoomaisiin päiväkirjaelokuviin, joiden nähdään toimivan dokumentoijina, jotka tarjoavat fragmentteja yksilöä ympäröivästä arkipäiväisestä elämästä (Renov 2004, 112). Palaan videoblogikerronnan tarkempaan määrittelyyn tutkielmani neljännessä luvussa.

2.3 Tutkielman käsitteet

Autenttisuuden tunnetaan yleisesti tarkoittavan aitoutta ja alkuperäisyyttä. Käyttäessäni tutkielmassani käsitettä autenttisuus viittaa sillä yleensä ajatukseen yksilön aitoudesta, eli miten miellämme itsemme ja toisemme aidoiksi. Käyn läpi niin käsitteen historiaa kuin nykymerkitystäkin filosofi Charles Guignonin näkökulmasta, joka puolestaan on johtanut osan tulkinnoistaan filosofi Charles Taylorin ajatuksista.

Tarkastelen lyhyesti autenttisuuden käsitteen historiaa, koska eri aikakausien käsitykset ovat vaikuttaneet nykyiseen ajatusmalliin. Antiikin filosofian aikaan kosmisen järjestyksen nähtiin määrävän yksilön paikan järjestyksessä. Kosminen järjestys myös ohjasi ihmisiä toimimaan sen mukaisesti. Tuolloin yksilön minä ja mahdollisuudet olivat ennalta määrättyjä. Kristinuskon myötä yksilöllä nähtiin olevan ulkoinen eli vääristely minuus ja sisäinen eli autenttinen minä, mutta eheys muodostui kuitenkin vain yhteydessä Jumalaan. Esimodernista ajattelutavasta siirryttiin moderniin maailmankuvaan 1500–1600-luvuilla, jolloin uskonnollisen individualismin ja tieteellisen kehityksen myötä käsitys itsestä muuttui järkeen luottavaksi ja ihmiskeskeiseksi. Autenttinen yksilö linkittyi tuolloin lähinnä ihmisen yksityiselämän toimiiin. (Taylor 1989, 111–207; Guignon 2004, 7–9; 15–25.)

Nykyisenkaltainen käsitys autenttisesta itsestä syntyi romantiikan ajalla 1700–1800-lukujen vaihteessa, kun palattiin ajatukseen ihmisen yksilöllisyydestä. Autenttista minää ei enää saavutettu rationaalisin ja tieteellisin keinoin, vaan se löytyi yksilön sisimmästä ja voimakkaimmista tunteista, jotka yksilöllä oli luonnostaan. Silti tämän ajattelun mu-

kaan yksilö kuului myös laajempaan kokonaisuuteen, kuten kansakuntaan ja universumiin. Todellisuus kuitenkin löytyi yksilön sisältä, jolloin yksilö ei ollutkaan osa universumia, vaan yksilö oli universumi. Silti esimerkiksi valistusajan filosofin Jean-Jacques Rousseau mukaan yksilö tarvitsee muiden yksilöiden tunnustusta sille, mitä on. Eli voit olla tietynlainen henkilö vain, jos myös muut näkevät sinut sellaisena. Rousseau näki yhteiskunnan sosiaaliset roolit sellaisina, joissa ihminen ei voi olla omana itsenään. Lisäksi Rousseau mukaan objektiivista totuutta olennaisempaa oli subjektiivinen totuus. Esimerkiksi omakuva ei ole totuudenmukainen kopio tekijästä, vaan representaatio tekijän todellisen minänsä etsimisestä. Kuva on silti autenttinen, koska minuus tapahtuu prosessissa. Näin ollen autenttinen minä syntyy ilmaisen kautta. (Guignon 2004, 26–36.)

Modernismin ajalla jalostettiin ajatusta yksilön sisällä olevasta autenttisesta minästä, mutta samalla myös haastettiin romantiikan ajan käsitys maailmasta ja itsestä. 1900-luvun lopulla postmodernit ajattelijat olivat puolestaan sitä mieltä, että yksilöllä voi olla useita konstruoituja minuuksia monien roolien sijaan, eikä yksikään näistä minuuksista ole toista autenttisempi. Aikaisemmasta ajattelutavasta poiketen postmodernistien mielestä ulkoiset tekijät muokkaavat yksilön tapoja toimia eli yksilö on sosiaalisesti konstruoitu. Kun yksilö nähdään kulttuurin sivutuotteena, autenttisuus ei silloin ole yksilössä valmiina oleva ominaisuus. Postmodernia käsitystä on kritisoitu runsaasti muun muassa siitä, että sen mukaan yksilö ei voi vaikuttaa elämänsä kulkuaan. (Guignon 2004, 55–61.) Kritiikin myötä on ehdotettu, että minä ei olisikaan asia, vaan enemmänkin kehittyvä tarina, johon sisältyy yksilöllisiä piirteitä. Narratiivisessa näkökulmassa minuus nähdään edelleen sosiaalisesti rakentuneena, mutta yksilö kykenee olemaan vuorovaikutuksessa sosiaalisen ja kulttuurisen ympäristönsä kanssa ja näin luomaan itseään. Tällöin minän muodostaa narratiivinen kokonaisuus ja jatkuvuus. Vaikka elämäntarinat rakentuvatkin jo valmiista, olemassa olevista rooleista, niiden lopputulos on itsestä kiinni, eli minuus tehdään, sitä ei löydetä. Tämän käsityksen mukaan tarinan taustalla ei ole valmiista autenttista minää. Autenttinen minä tarkoittaa omien mielenkiinnon kohteiden myöntämistä ja sitä että ymmärtää valitsemiensa velvoitteiden määrittelevän minuutta. Näiden lisäksi autenttinen yksilö myös ilmaisee avoimesti velvoitteitaan toimintansa kautta. (Guignon 2004, 65–71.)

Nykyisessä länsimaisessa kulttuurissa autenttisuus, omana itsenä oleminen nähdään jopa elämäntehtävänä. Aikaisemmin on ajateltu, että yksilöllä on kapasiteetti saavuttaa

todellinen minänsä, kunhan yksilö ymmärtää potentiaalinsa ja tarkoituksensa ihmisenä. Yksilöllä ei välttämättä ole vielä siihen tarvittavia ominaisuuksia, mutta hänellä on mahdollisuus saavuttaa ne. Nykyään puolestaan ajatellaan, että yksilön pitää vain ymmärtää olevansa uniikki sellaisenaan. Omana itsenä oleminen ei kuitenkaan ole helppoa, koska kapitalistinen yhteiskunta järjestäytyy paremmin, kun yksilöt omaksuvat ja esittävät rooleja. (Guignon 2004, 2–3.)

Guignonin mukaan yksilön autenttisuuden ihanne jakautuu kahteen osaan. Ensinnäkin tullakseen autenttiseksi yksilön on oltava yhteydessä todelliseen minäänsä itsetutkiskelun ja mediaation avulla. Toiseksi yksilön on ilmaistava yksilöllisiä ominaisuuksiaan ulkopuolelle ollakseen se mitä todella on. Täten Guignonin mukaan yksilön sisältä on löydettävissä yksilöllinen autenttinen minä, joka sisältää muun muassa yksilön tunteet, tarpeet ja taipumukset. Todellinen minä voidaan kuitenkin saavuttaa vain itseilmaisun avulla. (Guignon 2004, 3–5, 78–80.) Autenttista minää voidaan selkeyttää tarkastelemalla sitä, mitä miellämme epäautenttiseksi minäksi. Guignonin mukaan koemme yksilön olevan epäautenttinen, jos hän toiminnallaan näyttäisi pettävän itsensä, mutta samalla myös pettävän jotain sellaista, jonka olemme määritelleet meille elintärkeäksi. Epäautenttinen yksilö ikään kuin pettää meidät kaikki, kun hän ei esimerkiksi toimi yleisesti hyväksytyksi katsotulla tavalla. (Guignon 2004, 81.)

Guignonin käsitys autenttisen minän kaksisuuntaisuudesta soveltuu videobloggaajien autenttisuuden käsittämiseen. Videobloggaajalla on olemassa hänen tunteensa ja ajatuksensa sisältävä sisäinen minä, jota hän ilmaisee katsojilleen, ja samalla prosessinomaisesti tutustuu itseensä paremmin. Tämä on myös vuorovaikutuksellinen prosessi, jolloin katsojien antamalla palautteella voi olla vaikutus videobloggaajan käsitykseen itsestään.

Tarkastelen videobloggaajien autenttisuuden ilmenemistä representaation kautta. Päiväkirjamaista tyyliä noudattava videoblogi ei ole pelkkää videobloggaajan minän representaatiota, mutta minän representoimituminen ei myöskään ole vain sisältöjen sivutuote. Videoblogit voivatkin tarjota representaation sosiaalisesta todellisuudesta. (Strangelove 2010, 69). Representaatio kuuluu humanististen tieteiden keskeisimpiin käsitteisiin ja monimuotoisen luonteensa vuoksi sitä voidaan soveltaa laaja-alaisesti, vaikka samalla käsite tuottaa toki myös määrittelyongelmia (Knuutila & Lehtinen 2010, 8). Yksinkertaisimmillaan representaation voidaan määrittellä merkitsevän esittämistä, kuvailua ja symbolisoimista (Hall 1997, 16; Knuutila & Lehtinen 2010, 7). Se on merkitysten tuottamista kielen avulla ja asioiden esittämistä merkityksellisiksi (Hall 1997,

15–16). Korostettakoon, että kieli tulee tässä yhteydessä ymmärtää monitasoisesti sisältäen myös esimerkiksi kuvat. Termin suomenkieliseksi vastineeksi on ehdotettu verbiä *edustaa*, joka tarkoittaa jonkun toisen puolesta olemista. (Knuutila & Lehtinen 2010, 10.)

Realismin käsite liittyy olennaisesti representaatioon pohdittaessa esittääkö tarkasteltava teksti todenmukaista todellisuutta. Heijastusteoreettisen näkökulman mukaan representaatio on kuin peili, joka heijastelee todellisuutta, mutta tätä näkökulmaa on kritisoitu rajusti (Rossi 2010, 268). Representaatiota ei saisi tulkita todellisuuden ymmärtämisen ja tulkinnan mahdollistavana ilmiönä, vaan huomio tulisi kiinnittää siihen, minkälaisen merkkiä kautta representaatiot tuottavat ympäröivää todellisuutta (Seppänen 2005, 82.) Edellä kuvailtu konstruktiiivinen lähestymistapa tarjoaa mahdollisuuden tarkastella sitä, millaista todellisuutta representaatio tuottaa merkkiä avulla (Hall 1997, 25). Kulttuurintutkija Stuart Hall on jakanut representaatioiden merkitysprosessin kahteen järjestelmään. Mentaaliset representaatiot ovat kuin sisäisiä opittuja kartoja, jotka auttavat tunnistamaan ympäröivän maailman elementtejä. Näiden mielessä sijaitsevien kuvien ansiosta voimme tulkita ja ymmärtää maailmaa. Toiseen järjestelmään kuuluu laajamerkityksellisesti ymmärretyt merkkikielet, joiden avulla kommunikoimme ja välitämme merkityksiä eteenpäin. Tähän liittyy olennaisesti yhteinen kulttuuri, sillä samaan kulttuuriin kuuluvat tunnistavat merkit ja niiden representaatiot. (Hall 1997, 17–19.) Merkitysprosessissa olennaisessa osassa ovat tekijän lisäksi tulkitsijat, jotka myös tuottavat merkityksiä. Kun tulkitsijat mielletään aktiivisiksi osallistujiksi, on hyvä huomioida representaatioiden merkitysprosessin olevan tällöin poliittista. (Rossi 2010, 270.)

Representaation linkittyminen todellisuuteen mahdollistaa käsitteen käyttämisen myös videoblogien autenttisuutta tarkasteltaessa, koska yleisen käsityksen mukaan videoblogeilta odotetaan autenttista sisältöä ja niiden uskotaan kuvaavan videobloggaajan elämää ja maailmaa sekä sosiaalista todellisuutta. Tämän myötä pyrin tarkastelemaan, millaisin merkein videobloggaajat tuottavat todenmukaisuutta.

Autenttisuuden representoimisen lisäksi tarkastelen, kuinka videobloggaajat tuottavat aitoutta performanssilla. Performanssikäsitteen juuret ovat taiteen, teatterin ja tanssin puolella, jossa määritellään performanssin tapahtuvan nykyhetkessä, ilman että sitä voisi tallentaa (Hakola 2006, 112). Tämänkaltainen käsitys ei sovellu mediatutkimukseen, varsinkaan tallenteina esittävien videoblogien kohdalla, ja käytänkin tutkielmassani kulttuurintutkimuksellisempaa määritelmää, jonka mukaan yksilö tuo esiintyessään eli

performanssia harjoittaessaan esiin identiteettiään ja on kokemuksellisessa vuorovaikutuksessa yleisön kanssa. (Hakola 2006, 109–110, 115). Tähän käsitykseen liittyy myös sosiologinen näkökulma, joka huomioi roolien vaikutuksen itseilmaisuuksiin (Hakola 2006, 111).

Vaikka performanssin taustalla on käsitys esitykseen liittyvästä suunnitelmallisuudesta sisältää se myös muuntelumahdollisuuden ja henkilökohtaista ilmaisua. Näin ollen performanssi prosessina ei ole vain käsikirjoitettujen tai tuottajien sanelemien roolien toistamista, vaan se toteutuu esiintyjien toiminnassa ja yleisön tulkinnoissa. Vaikka prosessiluonteiseen performanssiin liittyy yleisön tiedostaminen, yleisön ei kuitenkaan tarvitse olla läsnä tai edes todellinen. (Hakola 2006, 109–111.) Performanssin harjoittaminen onkin tietoista esittämistä, johon esiintyjä saattaa ottaa vaikutteita yleisöltä (Hakola 2006, 124). Tällainen moniäänisyys tekee performanssista myös monitulkintaisen (Hakola 2006, 110). Esittäminen ei kuitenkaan ole näyttelemistä, vaan enemmänkin yleisölle poseeraamista (Frith 1995, v) ja korostettujen puolien valikoimista (Hakola 2006, 124–125). Tällöin esitettävät eleet voivat olla joko kohtausta varten käsikirjoitettuja tai todellisesti sillä hetkellä koettuja tuntemuksia. (Frith 1995, x–xi). Videobloggaajat eivät julkaisuissaan voi olla suorassa yhteydessä yleisön kanssa, mutta he harjoittavat tiedostavaa performanssia, koska tietävät kaikilla internetin käyttäjillä olevan mahdollisuus katsoa heidän julkaisunsa. Osa yleisöstä jättää videobloggaajille kommentteja ja saattaa olla heihin yhteydessä myös muiden sosiaalisen median kanavien kautta. Näin ollen videobloggaajat saattavat ottaa vaikutteita tai neuvoja kommentteista ja lisäksi he usein julkaisujensa lopussa vielä erikseen pyytävät niitä.

Tarkastelen videoblogien autenttisuuden esittämistä luvussa 3 hyödyntäen sosiologi Erving Goffmanin teoriaa, jonka mukaan yksilö pyrkii aina yleisölle esiintyessään luomaan itsestään pyrkimyksiään vastaavan kuvan (Goffman 1971, 27). Kerronnallista näkökulmaa tarkastellessani hyödynnän Stella Bruzzin käsitystä dokumenttielokuvan performatiivisuudesta. Selitän performatiivisuutta neljännessä luvussa, mutta huomioin nyt jo performatiivisuutta tutkineen Judith Butlerin näkemyksen, että sukupuoli on tuotettua ja sitä ylläpidetään jatkuvalla esittämällä (Butler 1990, 136). Vaikka en tutkielmassani keskity sukupuolen tarkasteluun, minuuden performointi sen sijaan liittyy aiheeseeni ja siksi huomioin performatiivisuuden määritelmässä Butlerin (1990) näkökulman pohjalta kumpuavan ajatuksen, että performoimalla eli esittämällä yksilö vahvistaa minuuttaan ja rakentaa identiteettiään performatiivisen toiston kautta. Goffmanin ja Butlerin yhdistävä

tekijä puolestaan on, että molempien mukaan minuuden performanssia on ylläpidettävä jatkuvasti.

Koska tarkastelen tutkielmassani myös jo aikaisemmin avaamaani representaation näkökulmaa, on syytä erottaa nämä kaksi käsitettä toisistaan, koska terminologisesti ne kuitenkin liittyvät toisiinsa. Hakolan määritelmän mukaan representaation avulla tarkastellaan ja eritellään sisältöjen ja piirteiden merkityksiä, kun taas performanssilla kuvataan vuorovaikutuksellisia puolia, jolloin esityksellisten ominaisuuksien sijaan valokeilassa ovat minuuteen liittyvät puolet (Hakola 2006, 111).

Performanssin ohella tarkastelen myös videobloggaajien itsenrepresentaatiota. Käsitettä on tutkittu yhtä kauan kuin itsen termiä, mutta tässä yhteydessä käytän erityisesti Nancy Thumimin ajatuksia itsenrepresentaatiosta digitaalisissa tarinoissa, kuten videoblogeissa. Huomion myös Paasosen (2002) näkemykset, sillä hän on tutkinut kotisivuilla ilmeväää itsenrepresentaatiota.

Itsenrepresentaatio käsitetään yleensä muun muassa itsen performanssina tai esittelynä, osallistuvan yleisön toimina ja itsensä paljastamisena (eng. self-revelation, eli nyt ei tarkoiteta ekshibitionismia). Thumim kiinnittää huomion kuitenkin enemmän online- ja offline-toiminnan mahdollisiin eroihin, eikä halua käsittää termiä pelkkänä itsen esittämisenä tai performanssina. Thumim kiteyttääkin performanssin ja itsenrepresentaation eroavaisuudet: ”... jokainen meistä harjoittaa itsensä performointia koko ajan, eikä kyseessä ole rajoitettu tai välttämättä tietoinen prosessi. Itsenrepresentaatio ja representaation konsepti eivät korvaa performanssia, mutta ovat käsitteellisesti erilaisia. Itsen performointi, itsen esittäminen ja itsenrepresentaatio ovat yhtä aikaa olemassa ja kohtaavat kaikki mediaatioprosesseissa.” Näin ollen itsenrepresentaatiota kuvastaa performanssia enemmän rajallisuus. (Thumim 2012, 6.) Representaatiota ja itsenrepresentaatiota Thumim vertaa huomauttamalla, että itsenrepresentaatiota harjoittaessaan yksilö valikoi, mitä ja miten itsestään representoi.

Itsenrepresentaatio sisältää aina kaksi jopa toistensa suhteen ristiriitaista käsitettä, terapeutin ja demokraattisen. Näin itsenrepresentaatio koostuu sekä tunteisiin liittyvistä kokemuksista eli yksilöllisestä ja henkilökohtaisesta kehityksestä, mutta myös demokraatiasta ja politiikasta, kun yksilöjoukko edustaa etuoikeutettuja. (Thumim 2012, 8–9.) Itsenrepresentaatio on täten sekoitus kulttuurista kansalaista ja itsen henkilökohtaista kokemusta itsestä (Thumim 2012, 8).

Paasonen mukaan kotisivuja ylläpitävät yksilöt representoivat itseään jakamalla sivuillaan tietoa muun muassa läheisistään ja harrastuksistaan. Ominaista on, että kotisivuilla yksilöt yleensä representoivat itseään rentoina vapaa-ajalla ja kotioloissa. Arkisten toimien ja oletetun yksityisen elämän esittäminen globaalille yleisölle on tapa tuottaa itsenrepresentaatiota. Paasonen myös vertaa kotisivujen itsenrepresentaatiota 1800-luvun porvareiden tapaan tuottaa kodeillaan itsenrepresentaatiota siellä käyville vieraille. Tämä liittyy erityisesti naisiin, sillä sisustuksen on 1800-luvulta lähtien nähty määrittävän erityisesti naisten makua ja tyylitajua. Sisustus ei representoi ainoastaan varallisuutta tai luokkaa, vaan sen kautta nainen harjoittaa itsensä identifiointia. (Paasonen 2002, 96–97, 111.) Vaikka kotisivut pohjautuvat pääosin tekstiin ja kuvaan, on niissä ilmenevä itsenrepresentaatio silti verrattavissa videoblogeihin. Aineistoni videoblogit ovat perinteisiä lifestyle-videoblogeja, joissa katsoja pääsee kurkistamaan nimenomaan videobloggaajan kotiin, arkeen ja vapaa-aikaan.

Videoblogit edustavat päiväkirjamaisia minäkertomuksia, joissa katsojien mielenkiinto herätetään tarinallisuudella ja osallistamisella. (Thumim 2012, 7, 54.) Nettiympäristöjen digitaalisiin tarinoihin liittyy olennaisesti se, että melkein kuka tahansa voi julkisesti ilmaista itseään ja samalla edustaa itseään eli tuottaa itsenrepresentaatiotaan. Vaikka monet hakeutuvat nettiympäristöihin sosiaalisen verkostoitumisen vuoksi, on itsenrepresentaatio yleensä kuitenkin sekä sen tarjoama mahdollisuus että ehto. Osallistavan median lisääntyessä tarve itsenrepresentaatioon todennäköisesti vain kasvaa. (Thumim 2012, 15, 136–138.) Näin ollen voidaan olettaa, että vlogisfäärissä menestyäkseen ja erottuakseen videobloggaajan on tuotettava itsenrepresentaatiota.

Digitaalisessa kulttuurissa itsenrepresentaation kohdalla on tarkasteltava myös mediaatiota, eli viestin välittymistä esimerkiksi välineen kautta. Mediaatio onkin osa prosessia, jossa itsenrepresentaatiot muokkautuvat (Thumim 2012, 10). Osa tutkijoista korostaa mediaatiossa teknologian roolia, kun taas toisten mielestä se liittyy enemmän kulttuuriin merkityksen luomisen prosesseihin (Thumim 2012, 52–54). Mediaatio toimii ikään kuin siltana mediassa representoidun ja yleisön välillä. Mediaatioon liittyvää tutkimusta on tehty erityisesti tarkasteltaessa ”todellisuuden” representaatioita. Mediatutkimuksen parissa suosittu käsityksen mukaan digitaalisen maailman itsenrepresentaatiot rakentuvat mediaatioprosesseista, jossa henkilön digitaalinen tarina muodostuu tekemisen prosessista, teknologian asettamista mahdollisuuksista ja rajoista, instituution asettamista odotuksista ja rajoituksista sekä henkilökohtaista ajatuksista tuotannosta. Tällöin huo-

mio kiinnittyy kysymyksiin, miten representaatio rakentuu, mihin se keskittyy, miltä se näyttää, millainen sävy sillä on ja mikä jää sen ulkopuolelle. Näiden kysymysten myötä huomioidaan tuotanto ja editointi, eli miten tuotannon arvot ja editoinnin tyyli medioivat ”todellisuutta”. (Thumim 2012, 52, 54–56.) Thumimin ajatuksen pohjalta päästään myös kysymykseen, miten esimerkiksi Youtube sekä sen tyyli ja tavat medioivat videobloggaajien itsenrepresentaatiota.

Digitaalisessa mediassa yleisön ja tuottajien tai tekijöiden määritelmät ovat hämärtyneet, koska internetin ja monien alustojen takia niin monilla on mahdollisuus toimia sekä luojina että järjestelijöinä, jolloin yleisöstäkin on tullut tuottajia. (Thumim 2012, 49–50). Mediassa videobloggareista saatetaan jo puhua medianana (Honkonen 2016). Lisäksi monet tunnetuista videobloggareista työskentelevät videomarkkinointiyritysten listoilla ja tuottavat sisältöä yhteistyössä yrityskumppaneiden kanssa. Institutionaaliset mediaatioprosessit voivatkin vaikuttaa itsenrepresentaatioihin. Thumimin mukaan onkin olennaista tietää, kenelle videoblogialustojen tarjoajat ovat tilivelvollisia, sillä julkisen palvelun tarjoajan alustalla ja kaupallisen palvelun alustalla on erilaiset poliittiset päämäärät (Thumim 2012, 138–139). Tutkielmassani alustana on mainospaikkoja videoblogijulkaisuihin tarjoava Youtube. Lisäksi on hyvä huomioida, että kaikki aineistoni videobloggaajat kuuluvat Suomen suosituimpiin ja toteuttavat kaupallista sisältöyhteistyötä. Marieveronica lukeutuukin yrityksille sosiaalisen median kampanjoita järjestävän Töttöröön videobloggaajiin.

Joidenkin tutkijoiden mielestä kaupallisen palvelun alustan videobloggaajien itsenrepresentaation rakentumisessa tapahtuu vähemmän mediaatiota, sillä mediaattoreitakin on vähemmän (Thumim 2012, 139, 142). Thumim kuitenkin huomauttaa, että digitaalinen itsenrepresentaatio ei ole sen vähempää medioitunut kuin muut itsenrepresentaatiot, koska itsenrepresentaatio ei ole koskaan vapaa mediaatiosta. Julkisessa palvelussa tapahtuva mediaatio on selkeämmin huomattavissa, mutta kaupallisen palvelun mediaatio on yhtä merkittävää. Kaupallisen instituution mediaatiossa tulee kiinnittää huomio siihen, mikä itsenrepresentaation tarkoitus alustalla on. Myös poliittisilla ja taloudellisilla rakenteilla on merkitystä, ja on huomioitava miten instituutio rakentaa yleisöjä. (Thumim 2012, 140, 154.) Kaupalliset intressit rajaavat itsenrepresentaatiota ja itsenrepresentoijan sijaan yleisö määrää esteettiset, moraaliset ja poliittiset päätökset. Taloudellista hyötyä tavoittelevat alustat ja sisältömarkkinointisopimuksia tehneet videobloggaajat lisäävät alustoihin kohdennettuja mainoksia. Tällä tavoin institutionaaliset osa-

puolet vaikuttavat itsenrepresentaatioon, joka näin ollen ei voi olla täysin vapaa mediaatiosta. (Thumim 2012, 142-144.)

Institutionalisen mediaation lisäksi myös kulttuurinen mediaatio vaikuttaa videobloggaajaan. Vaikka institutionaalinen mediaatio ei olisi ollut vaikuttamassa videobloggaajaan tai vaikka hän olisi editoinut julkaisunsa täysin itse, prosessin hallitseminen on vaatinut teknistä ja kulttuurista osaamista. (Thumim 2012, 146.) Myös tekstuaalisella mediaatiolla on vaikutusta itsenrepresentaatioon ja sen vastaanottoon. Lähtökohtaisesti itsenrepresentaatioiden oletetaan olevan autenttisia, mutta muiden kuin itsenrepresentaation harjoittajan tuottamat mediaatiot luovat epäautenttisuutta. Autenttiseksi mielletyn itsenrepresentaation konventioita hyödynnetäänkin tarinankerronnassa tähdättäessä autenttisuuden representaatioon, mitä on nähty runsaasti esimerkiksi tositelevision puolella. Tekstuaalista mediaatiota näissä tapauksissa edustavat muun muassa tuotannon ja itsenrepresentaation harjoittajan välinen vuorovaikutus. (Thumim 2012, 73–75.)

Käsitteiden määrittelyn jälkeen on aika siirtyä ensimmäiseen analyysilukuun, jossa tarkastelen kuinka videobloggaajat tuottavat aitoutta performanssin keinoin. Lähestyn aihetta Goffmanin teorialla, jonka mukaan yksilöiden on esiinnyttävä tuottaakseen yleisölleen haluamansa vaikutelman itsestään.

3. Esitetty aitous

1950-luvulta 80-luvulle asti pääosin kasvotusten tapahtuvan vuorovaikutuksen rakentamista tutkinut sosiologi Erving Goffman (1971) on kehittänyt teorian, jonka mukaan yksilö harjoittaa esiintymistä ja rooleja osoittaakseen muille pyrkimyksensä ja ylläpitääkseen uskottavuuttaan. Teorian mukaan yksilöllä on myös menetelmiä, joilla hän säätelee muilta saamiaan vaikutelmia. *Presentation of Self in Everyday Life*, suomennettuna *Arkielämän roolit* -teoksessa Goffman hyödyntää dramaturgian eli näytelmäteorian periaatteita, johon pohjautuu hänen käsityksensä vuorovaikutustilanteen esityksellisyydestä. Tämä näkyy myös hänen käyttämässään termeissä, vaikka käyttämäni suomennoksen käsitteissä näyttämöllisyys hieman laimenee. Teoria ei kuitenkaan väitä arkielämän esiintymisen olevan teatterimaista tietyn roolihahmon suorittamista yleisölle, vaan kasvotusten käydyssä vuorovaikutustilanteessa esiintyjä mukautuu myös yleisön esittämiin rooleihin. (Goffman 1971, 9.)

Vaikka Goffmanin teoria on 1950-luvun lopulta, on sitä usein sovellettu nettiperformanssin ja itsenrepresentaation tutkimiseen (Ks. Griffith & Papacharissi 2010; Bullingham & Vasconcelos 2015; Gómez & Thornham 2015). Teorian soveltuvuus perustuu siihen, että yleisöstään tietoinen videobloggaaja harjoittaa performanssia ja itsenrepresentaatiota eli tietyn kuvan itsestään antavaa esittämistä seuraajilleen. Videobloggajien suuren yleisömäärän huomioiden voidaan olettaa, että videobloggaaja saattaa tuottaa jopa tiedostavampaa performanssia kuin kasvokkain kohtaavat henkilöt. Goffmanin käsitys jokapäiväisen elämän rooleista ja esiintymistavoista näkyvätkin yllättävän hyvin juuri videoblogien kuvaamassa jokapäiväisessä elämässä.

Goffmanin teoriaa kotisivujen tekijöiden itsenrepresentaatioon soveltanut Hugh Miller (1995) toteaa, että representoidessaan identiteettiä kotisivullaan yksilö tuottaa kyseistä identiteettiä kuva- ja tekstikerronnan kautta. Kotisivujen tekijöiden itsenrepresentaatiota niin ikään tutkinut Paasonen kuitenkin huomauttaa, että kotisivuidentiteettiä ei tulisi nähdä liian mustavalkoisesti siten, että yksilö voisi aina tietoisesti muokata sitä yhä uudestaan tai konstruoida itseään. Paasonen painottaakin, että kyse on nimenomaan representatioiden tuottamisesta, eikä yksilöllisen identiteetin ilmaisemisesta. Kotisivujen performanssin autenttisuus on Paasonen mukaan paradoksaalista, koska kun tekijän oletetaan paljastavan todellisuutta, hän samaan aikaan myös tuottaa ja performoi tätä todellisuutta. (Miller 1995; Paasonen 2002, 114–116, 121)

Goffmanin Teorian ydinajatus on, että performoimalla yksilö pyrkii luomaan itsestään autenttisen ja uskottavan kuvan yleisölleen (Goffman 1971, 27). Videobloggaajat myös tutkitusti pyrkivät luomaan itsestään yleisölleen autenttisen kuvan ja toteuttavat sitä performanssin kautta (Griffith & Papacharissi 2010). Kulttuuri on toki muuttunut runsaasti Goffmanin teorian syntyajoista lähtien ja teoksen performanssiesimerkit ovat usein erittäin muodollisia, vaikka nykyään samankaltaisissa kohtaamisissa yksilöt voivat käyttäytyä huomattavasti vapautuneemmin.

Sovellettaessa Goffmania digitaalisen kulttuurin tutkimukseen on otettava huomioon, että yksilö ei ole koskaan esiintymishetkellä kasvotusten yhteydessä yleisön kanssa ja on erittäin mahdollista ettei tapaa heistä suurinta osaa koskaan tai edes kommunikoi heidän kanssaan kommenttikentässä. Miller kuitenkin toteaa, että internetkommunikaation rajallisuus toimii esiintyjälle vapauttavana tekijänä. Hän myös huomauttaa, että elektroninen kommunikaatio ei ole pelkkää tiedonjakoa, vaan sen voi väittää olevan yksi monista ihmisen kommunikaatiotavoista (Miller 1995). Millerinkin tutkimuksesta on jo yli kymmenen vuotta ja nettikommunikaatio on sen jälkeen kehittynyt vielä huomattavasti moniulotteisemmaksi.

3.1 Esittämisen tunnusmerkit

Goffman esittelee teoriassaan performanssin yleisiä tunnuspiirteitä, joita ovat esittäjän usko omaan performanssiin, julkisivun ylläpitäminen, dramatisointi, idealisointi, ilmaisujen jatkuva säätely, lume-edustus ja salaperäistäminen. Nämä edustavat tapoja, joilla yksilö pyrkii uskottavuuden eli autenttisuuden ylläpitämiseen. (Goffman 1971, 27–78.) Seuraavaksi tarkastelen, miten nämä tunnuspiirteet ilmenevät videobloggaajien performansseissa.

Esittäessään yksilö pyrkii olemaan uskottava ja tarjoamaan yleisölleen sen, mitä he haluavat. Tämän aikaansaamiseen kuuluu, että yksilö itsekin uskoo luomaansa todellisuuden vaikutelmaan. Ilmiöstä voi muodostaa kaksi ääripäätä, joista ensimmäinen on voimakas eläytyminen omaan performanssiin, eli yksilö uskoo oman esityksensä olevan autenttinen. (Goffman 1971, 27.) Tällöin yksilö saattaa uskoa näkymättömän katsojakunnan olemassaoloon ja ryhtyy ylläpitämään performanssia, koska uskoo näkymättömän yleisön tarkkailevan häntä. Tällöin yksilö on oma yleisönsä tai kuvittelee itselleen yleisön ja alkaa tuottaa sosiaalisesti hyväksyttävää toimintaa. Näin esittäjä saattaa tuottaa performanssin katsojakunnalle, joka ei fyysisenä ole sitä todistamassa. (Goffman

1971, 93–94.) Videobloggaaja on oikeastaan aina performoidessaan oma yleisönsä, koska hän periaatteessa tietää saavansa yleisön videon julkaisemisen jälkeen. Tästä voidaan päätellä, että videobloggaaja saattaa tuottaa eläytyvää performanssia, koska hän kuitenkin tiedostaa mahdollisen yleisön olemassaolon. Tämä kuvastaa oikeastaan koko vlogosfääriä, koska jokainen videonsa internetiin lataava tietää, että melkein kuka tahansa voi käydä katsomassa videon melkein milloin tahansa. Goffmanin (1971) mukaan todellisuuden luomisen vaikutelman toista ääripäätä edustaa kyyninen yksilö, joka ei lainkaan omaksu rutiiniaan eli ei usko esitykseensä. Tämä ei tosin tarkoita, että kyyninen yksilö välttämättä pyrkisi tarkoituksellisesti hämäämään katsojaa. (Goffman 1971, 27–28.)

Kun aineistoni videobloggaajat ovat itse tehneet videoblogijulkaisun, vaikkakin mahdollisesti katsojien palautteen inspiroimana, eivät he silloin edusta ääripäätä, jossa yksilö ei omaksu rutiiniaan. Sen sijaan videobloggaajien tehdessä kaupallista yhteistyötä näkyy julkaisuissa viitteitä roolin omaksumattomuudesta. *Iltarutiinit*-videon alussa Soikku kertoo iltarutiinien olevan hänen koko Youtube-historiansa toivotuimpia julkaisuja ja vihdoin hän on tehnyt sellaisen videon yhteistyössä Lidlin ja Cienkosmetiikkamerkin kanssa. Jo lähtökohta kuulostaa ristiriitaiselta, koska maksettu yhteistyö tuskin edustaa omaa rutiinia. Soikku vielä korostaa ristiriitaa kuvaamalla alku-kohtauksen klinistä valkoista seinää vasten, josta katsoja ei pysty päättelemään, onko Soikku kuvaushetkellä edes kotonaan eli autenttisuutta luovassa intiimissä ympäristössä. Katsojalle syntyy ristiriitainen olo myös kohtausten järjestyksestä, kun Soikku pese hampaansa ennen kuin seuraavaksi leikatussa kohtauksessa syö iltapalan. Vaikka tämä voi olla leikkauksessa syntynyt virhe, huolimattomuus kuitenkin kuvastaa sitä, että Soikku ei ole omaksunut kuvaamaansa roolia eli video ei edusta hänen ”todellista” iltarutiiniaan, ja siksi hän on editoinut kohtaukset epäloogiseen järjestykseen.

Tutkielman rajallisuuden vuoksi en käsittele videobloggaajien julkaisuihinsa saamia kommentteja, mutta Soikun *Iltarutiinit*-videon kohdalla teen poikkeuksen, sillä katsojien kommentit kommenttiosiossa korostavat Soikun roolin omaksumattomuutta ja sen myötä syntyneitä heikkoa todellisuusvaikutelmaa. Ensinnäkin monet kommentit ovat naureskelevia tai ivallissävyyisiä, kuten ”*Kappas, et pystynyt tekemään videota ilman sponssia*” ja ”*mikä lidlin mainos tos alus*”. Sen lisäksi useampi kommentoija on huomannut epäloogisen leikkauksen ja kysyy, peseekö Soikku hampaat todella ennen iltapalaa. Ainakin yhteen kommenttiin Soikku on myöntänyt editoineensa kohtaukset vää-

rään järjestykseen, mutta väittää sen olevan tahallista, ”*jotta video toimisi paremmin*”. Hampaidenpesukohtaus tosiaan esitetään tavallaan loogisesti muiden kylpyhuonekohtauksen yhteydessä, mutta videon ei oikein voi väittää toimivan paremmin, koska yleisö on reagoinut poikkeavaksi kokemaansa pätkään. Samalla Soikun kommentti osoittaa sen, että Youtubessa ja vlogosfäärissä on sallittua leikata kohtaukset eri järjestykseen kuin ne on kuvannut, eli autenttisuutta voi luoda editoimalla, kunhan lopputulos on yleisön mielestä uskottava. Näin ei kuitenkaan tapahtunut Soikun videossa hänen puolusteluistaan huolimatta.

Performanssiin eläytyminen on videoblogeissa huomattavasti yleisempää kuin rutiinin omaksuttomuus. Melko suora viittaus julkaisun totuuskuvaan tapahtuu Soikun videossa *15 faktaa minusta*, kun hän kertoo eläneensä käytännössä julkista elämää ja kerto-neensa kaiken, mitä on halunnut kertoa. Yleensä aineistoni videobloggaajat ottavat korkeintaan välillisesti kantaa julkaisujensa totuuskuvaan, kuten videossa *Mieleen jääneet kommentit*, kun Miisa lukee ääneen kommentin, jossa katsoja kirjoittaa ”*oot aivan ihana ja aito, ja se huokuu läpi ja sun videot tekee mut niin iloseks...*”. Miisa tulee lähemmäs kameraa ja kertoo että hänelle tulee todella hyvä mieli juuri tuollaisista kommenteista, koska parasta palautetta on se, kun hänen videonsa ovat tehneet jonkun iloiseksi. Tästä voidaan päätellä Miisan uskovan tuottavan autenttista kuvaa itsestään ja elämästään, ja myös pyrkivän siihen. Samassa videossa Miisan voidaan väittää vielä konstruoivan minäänsä, kun hän esimerkiksi oikoo katsojan saamaa kuvaa hänen ruokailutottumuksistaan ja liikkumisestaan. Myös Soikku harjoittaa samaa edellä mainitsemassani julkaisussa, koska siinä hän ”paljastaa” katsojalle 15 asiaa, joita tämä ei vielä tiennyt hänestä. Miisasta tulee julkaisussaan samalla myös osa yleisöä, kun hän on käynyt läpi saamansa kommentit, vastaa niihin videolla ja sitä kautta rakentaa kuvaa itsestään. Talvitie-Lambergin (2014, 175) mukaan tämä ei tarkoita, että videobloggaajan performanssi kuvastaisi väärennettyä tai muunneltua todellisuutta, vaan todellisuus syntyy videon aikana.

On kuitenkin huomioitava, että vaikka Miisa ja Soikku ovat omaksuneet roolinsa ja tuottavat performanssillaan uskottavaa todellisuusvaikutelmaa, on heillä kuitenkin ollut mahdollisuus suunnitella kommenttinsa ja paljastuksensa etukäteen ja editoida ne. Monissa aineistoni videoblogien lopuissa videobloggaajat pyytävät joko puheessa tai tekstimuodossa yleisöä vielä kommentoimaan videota tai kertomaan, millaisia videoita he haluavat videobloggaajan tekevän. Tällä tavoin videobloggaaja pyytää yleisöä osallis-

tumaan performoidun todellisuuden tuottamiseen (Talvitie-Lamberg 2014, 176), mutta tässäkin on muistettava, että videobloggaajalla on aina mahdollisuus valita ennen kuvia ja editointia, millaista todellisuutta hän haluaa performoida.

Julkisivu on viestintävälineistö, jota yksilö käyttää tietoisesti tai tiedostamatta. Julkisivuun sisältyy lavastus, johon yksilön on yleensä siirryttävä esiintyessään. (Goffman 1971, 32.) Aineistoni videobloggaajat kuvaavat useimmiten kotonaan ja varsinkin Miisalla ja Soikulla on vakiintunut kuvauspaikka kotonaan. Miisan kuvauspaikka on todennäköisesti olohuone, jolloin katsoja näkee osan olohuoneen kalusteista ja eteisen oven. Toisinaan hän kuvaa myös keittiössä, jolloin taustalla näkyvät keittiön kaapistot ja kodinkoneet. Soikkukin kuvaa olohuoneessa, istuen yleensä rautasohvalla, jolloin kelta-valkoiset verhot ovat näyttävässä osassa taustalla. Tämä näkyy erityisesti julkaisuissa *Back to School*, *Asioita joita kukaan ei myönnä tekevänsä ja 15 faktaa minusta*. Veronica vaihtelee enemmän kuvauspaikkaa, mutta useimmiten hänkin kuvaa olohuoneessa. Lisäksi hän on videobloggaajista ainoa, joka kuvaa toistuvasti myös kylpyhuoneessa. Kuvaus tapahtuu kuitenkin niin usein samoissa lavasteissa, että videobloggaajien kodin elementtien voi sanoa edustavan heille vakiintunutta kuvastoa. Kaikkien aineistoni julkaisujen ominaisjulkisivu on tunnistettava kotiympäristö. Katsojan ei tarvitse katsoa montaa videota huomatakseen ympäristöjen toistuvan ja representoivan videobloggaajien kotia. Vaikka toisinaan kuvauspaikat ja kuvakulmat vaihtelevat, katsoja ei koskaan saa kokonaiskuvaa asunnosta, vaan videobloggaaja on selkeästi valinnut tietyn näytettävän julkisivun. Videobloggaajat esimerkiksi harvoin edes kävelevät kotona kameran kanssa, jolloin katsoja voisi saada asunnosta moniulotteisemman vaikutelman. Ulkona kuvatessaan videobloggaajilla on pienempi vaikutusmahdollisuus julkisivuunsa, joten ulkokohtauksia edustaakin usein tunnistamattomuus. Vain Veronican videoista hänen voi päätellä asuvan Helsingissä ja liikkuvan välillä keskustassa, mutta muiden videoissa näkyy lähinnä luontoa, josta tunnistettavien merkkien havaitseminen on hankalaa.

Julkisivu edustaa ilmaisvälineistön näyttämöllistä osuutta, kun taas henkilökohtainen julkisivu tarkoittaa yksilöön kuuluvia tekijöitä, kuten vaatetusta, sukupuolta, ikää ja piirteitä. Nämä voidaan vielä selkeämmin jakaa ulkonäköön ja esiintymistapaan, koska niiden välittämällä tiedolla on eri tarkoitus. Ulkonäkö viestittää yleisölle yksilön sosiaalisen aseman ja rituaalitalan, eli esimerkiksi sen, onko yksilö muodollisessa vai epämuodollisessa tilanteessa. (Goffman 1971, 33–34).

Aineistoni videobloggaajat ovat kaikki nuoria länsimaalaisia ja valkoihoisia naisia. Monissa kotona kuvatuissa kohtauksissa he ovat joko ilman meikkiä tai kevyesti meikattuina eli osoittavat olevansa epämuodollisessa tilanteessa. Jos videobloggaja siirtyy julkaisun aikana ulos kotoaan eli muodolliseen tilaan, hän yleensä meikkaa ensin. Toisinaan meikkaaminen myös kuvataan, kuten Miisa videossa *Back to School* ja Veronican videoissa *Ens kerralla suomalaisia* ja *Oksennusvaroitus*. Videobloggaajat harvemmin esittelevät asujaan ollessaan vain kotona. Kuvaus on myös usein rajattu lähikuvaan, jolloin katsoja näkee vain osan vaatteen yläosasta. Kun kotona kuvattujen kohtauksien vaatteita tarkastelee tarkemmin, ovat ne usein rentoja kuten trikoopaitoja tai jopa hyvin epämuodollisia kuten collegeasuja tai urheiluvaatteita.

Jos videobloggaaja siirtyy kesken julkaisun ulkotilaan, saattaa hän vaihtaa asua ja usein vielä kiinnittää katsojan huomion siihen, kuten kun Miisa *Back to School* -videon lopussa esittelee tyypillistä kouluasuaan ulkona. Kohtaus on kuvattu ilman puhetta, mutta taustamusiikin kanssa, ja lisäksi hän on käyttänyt toista henkilöä kuvaamaan kokouksessa kuvattua poseeraamista. *Tehokasta*-videossa Miisan asuun tulee vain pieniä muutoksia, mutta silti hän kuvaa sen lähtiessään rappukäytävän peilin kautta. Samassa videossa hän myös esittelee vaatebrändin, jonka nettikampanjassa hän on toiminut mallina, mikä osoittaa vaatteiden ja brändin olevan merkityksellisiä hänelle. Veronica puolestaan esittelee koko asunsa peilin kautta videossa *Ens kerralla suomalaisia*, ja seuraavassa videossa hän jo kuvaakin jalkojaan kävellessään ulkona. Veronican *Ahistaa ja pelottaa* on esimerkki videosta, jossa meikkaamista ei kuvata, mutta katsoja huomaa hänen laittaneen voimakasta huulipunaa siirtyessään ulos tapaamaan kaveriaan. Myöhemmin samassa videossa ollessaan kotona Veronica pesee meikit pois.

Esiintymistapa viestittää yleisölle yksilön lähtitilanteen roolin: millaisella mielellä hän on tai esittää olevansa (Goffman 1971, 34). Esiintymistavalla on merkitystä videoblogeissa, koska julkaisujen suhteellisen lyhyt kesto ja nopea siirtyminen kohtauksesta toiseen suuntaavat huomion nimenomaan performanssin nyansseihin. Videobloggaajan viestittämä mielentila onkin usein selvästi nähtävissä performanssista. Useimmat videoblogijulkaisut alkavat lähikuvasta, kun videobloggaaja hymyillen ja iloisesti tervehtii katsojiaan ja luo samalla positiivisen ilmapiirin. Videobloggaajien esiintymistavan erityispiirre on tunteiden näyttäminen. Videon *Ahistaa ja pelottaa* alussa Veronica on innoissaan lähestyvistä matkasta. Hän puhuu matkasta iloiten laulunuoilla ja esittää jännityksen aiheuttaman tunnereaktion. Kesken ilottelun hän kuitenkin hermostuu paitaan

ilmestyneestä raidasta ja kiroaa sitä. Myöhemmin hän jatkaa matkasta intoilemista ja kertoo jännityksen tuottamista fyysisistä oireista. Jossain vaiheessa Veronica kertoo koko matkan realisoituneen vasta hetki sitten ja alkaa stressata asiaa. Hänen äänensä särkyä ja silmät kostuvat. Hän kuitenkin muuttaa esitystä kesken stressaamisen ja tekee siitä humoristisen vitsailemalla aiheesta. Editointi ja siihen videoblogien kohdalla olennaisesti kuuluva nopea siirtyminen kohtauksesta toiseen mahdollistavat sen, että videobloggaaja pystyy esittämään kerralla useita identiteetin ilmaisimia ja samalla rikastuttamaan kommunikaatiotaan (Hodkinson & Lincoln 2008; Bullingham & Vasconcelos 2013).

Lavastus, ulkonäkö ja esiintyminen kuuluvat kaikki yksilön sosiaaliseen julkisivuun. Sitä tarkasteltaessa huomio on kiinnitettävä julkisivun välittämän tiedon tunnuspiirteeseen eli abstraktisuuteen ja yleispätevyyteen. Sosiaalinen julkisivu pyrkii usein ilmaisemaan samankaltaisuutta muiden kanssa, jolloin yleisö saattaa kiinnostua tuttuudesta. Sosiaaliset julkisivut pyrkivätkin vakioitumaan, jotta niiden herättämät abstraktit odotukset vakioituvat. (Goffman 1971, 36–40.)

Aineistoni videobloggaajien sosiaalisen julkisivun vakiintuminen johtuu siitä, että he toteuttavat videobloggaajille ominaista, suoraan kameraan kohdistuvaa puhuva pää - kuvausta. Lisäksi he kuvaavat yleensä muutamassa eri lavasteessa, useimmiten vielä kotonaan. Ensimmäisten tällaisten nettivideojulkaisujen kohdalla kotona kuvaamisesta käytettiin termiä makuuhuone-estetiikka (Hodkinson & Lincoln 2008). Aineistoni videobloggaajien sisustus ei ole silmiinpistävää, vaan tavanomaista nuorten sisutusta, johon nuori katsojakunta voi samaistua, koska se tuntuu tutulta. Varsinkin Veronican koti on usein hieman sotkuinen, ja Miisallakin saattaa olla keittiössä esimerkiksi kaapin ovi auki ja keittiöpyyhkeet rytyssä pöydällä. *Järkkäsin brunssin* -video on Soikun videoista ainoa, jossa hänen lavastustaan näkyy enemmän. Muiden videobloggaajien tavoin tässäkin videossa taustalla näkyy huolettomuutta kuvastavia elementtejä, kuten kuvauskalustoa, mahdollisesti oven päällä mahdollisesti kuivumassa oleva vaate ja rojulaatikko. Vaikka Soikun puhuva pää -videot on yleensä kuvattu keltaista verhoa vasten, myös *15 faktaa minusta videon taustalta*, heti Soikun takaa paistaa sohvalle asetettu reppu. Tällainen huoleton tyyli, joka näkyy myös heidän pukeutumisessaan ja meikissä tai meikkaamattomuudessa, luo heistä kuvaa ”tavallisina ihmisinä”.

3.2 Esityksen hallitseminen

Erityisesti dramatisoinnilla, idealisoinnilla, ilmaisujen jatkuvalla säätelyllä, lumedustuksella ja salaperäistämisellä yksilö yrittää vaikuttaa siihen käsitykseen, jonka katsoja hänestä saa (Goffman 1971, 40–81). Dramatisoimalla yksilö voi tukea ja selventää viestiään ja sen avulla voidaan tuoda esiin muuten mahdollisesti näkymättömäksi jääviä asioita (Goffman 1971, 40–43). Kuten on jo aikaisemmin todettu, videoblogien dynaaminen rakenne ja nopea siirtyminen kohtauksesta toiseen vaativat videobloggaajalta selkeitä ilmaisuja, jolloin selvästi näkyvät tunteet päätyvät pääosaan. Kun Miisa videossa *Summer bucketlist fail*, alkaa rakentaa katsojien ehdotuksien ja arpapelin yhteistyössä syntynyttä pirtelöä, korottaa hän usein ääntään ja ilmaisee ilmeillään ja huudahduksillaan, kuinka kuvottavalta juoma näyttää ja haisee. Jo ennen maistamista hän kakoo useasti ja lopullinen maistaminen saa hänet pomppaamaan tuolilta ja yskimään kuvotuksesta. Tämä kuvio toistuu videossa useammankin kerran. Koska katsoja ei voi maistaa tai haistaa pirtelöä, on Miisan performoitava sen ällöttävyys fyysisillä eleillä ja sanoilla. Toisinaan videobloggaajat hyödyntävät dramatisointia myös tilanteissa, jolloin he syystä tai toisesta eivät voi tai halua kuvata varsinaista tapahtumaa. *Vain isovanhemmat jutut* -videossa Miisa kuvaa vuorotellen itseään kertomassa isovanhemmilleen tyypillisestä käytöksestä ja toisissa kohtauksissa kuvaa itseään esittämässä isovanhempaansa toteuttamassa aikaisemmin kuvailemaansa toimintaa. Jälkimmäinen on Miisan rakentama performanssi isovanhemmastaan, jota hän tukee vakiintuneilla symboleilla, kuten kaulan alta sidotulla huivilla, silmälasilla ja isovanhempia imitoivalla puhetyylillä.

Idealisoimalla yksilö puolestaan luo yleisölle mielikuvia, jotka vastaavat hänen ihannekuvaa itsestään. Näin yksilö pyrkii näyttämään todellista viehättävämmän julkisivun, jolloin esityksiin tulee juhlan sävyä. (Goffman 1971, 46.) Idealisoimista voisi tarkastella helposti blogimaailman ja sosiaalisen median puolella, mutta videoblogeissa se ei ilmene yhtä selvästi, koska videoblogit perustuvat siihen, että videobloggaaja on kuin kuka tahansa meistä ja kuuluu samaan porukkaan katsojien kanssa. Näin ollen videobloggaajat eivät esimerkiksi koskaan korosta sitä, että saattavat saada videobloggaamisesta rahaa ja ilmaisia tuotteita tai siitä, että heidät mielletään varsinkin nuorten keskuudessa julkisuuden henkilöiksi. Videossa *Ens kerralla suomalaisia* Veronica esimerkiksi kertoo, että hänen kotiinsa on tulossa toimittaja kuvaamaan häntä. Myöhemmin Veronica kuvaa kohtausta, jossa valokuvaaja kuvaa häntä, mutta kuvaakin siitä julkaisuunsa tavanomaisuutta kuvastavan piirteen. Salamavalon räpsyessä katsoja tietää kuvaajan ku-

vaavan Veronicaa, mutta Veronica näyttää katsojille, että hänellä on samaan aikaan jassaan tavalliset värikkäät nilkkasukat. Myöhemmin samassa videossa hän kuvaa itseään matkalla erään lehden toimitukseen kuvauksiin, ja katsoja näkee jälleen myös nopeasti leikatun kohtauksen kuvauksesta. Toimituksessa Veronica kuitenkin kuvaa vain kahvikuppia ja päivittelee sen söpöyttä.

Julkisuuteen liittyviä puolia korostamalla videobloggaaja saisi julkaisuihinsa helposti juhlan tuntua, mutta tavanomaisuuteen pyrkimisen vuoksi videobloggaajat korostavatkin enemmän arkisia asioita, kuten Veronica kuvatessaan tiskejään tai mädäntynyttä ruokaa videoissa *Oksennusvaroitus* ja *Ens kerralla suomalaisia*. Lisäksi meikkausta sisältävissä videoissa niin Miisa kuin Veronicakin päivittelevät silmäpussejaan. Täten videoblogeissa idealisoiminen tapahtuu oikeastaan käänteisesti, että huomio suunnataankin tavallisiin ja yleismaailmallisiin tilanteisiin tai pulmiin. Myös Goffman huomioi teoriassaan mahdollisuuden paremmuuden tai ylemmyyden häivyttämiseen. Olennaista on, että ihannearvoja ilmaistessaan yksilön on luovuttava toiminnasta, joka olisi ristiriidassa näiden arvojen kanssa. (Goffman 1971, 48–51, 58.) Kameran sulkemisen jälkeen videobloggaaja voi tehdä mitä haluaa, mutta tavallista kuvaa itsestään performoidessaan hän ei voi esimerkiksi idealisoida julkkiselämää. *Ens kerralla suomalaisia* -videossa Veronica ihmettelee katsojille valokuvaajan kuvauspaikkavalintaa. Hän ikään kuin esittää kuuluvansa samaan ryhmään yleisön kanssa eikä niinkään ammattilaisen eli valokuvaajan kanssa.

Vaikka videobloggaajalla on mahdollisuus editoida julkaisuaan, myös katsojalla on mahdollisuus katsoa video monta kertaa ja keskittyä merkitysten rakentamiseen. Goffmanin (1971) mukaan todellisuusefektivi voi rikkoutua herkästi, koska yleisön epäusko saattaa herätä pienistäkin seikoista ja tahattomista eleistä. Sen vuoksi esiintyjän on harjoitettava jatkuvaa ilmaisujen säätelyä. Yhtenäisyyden vaatimus erottaa yksilön minuuden ja sosiaalisen minuuden. Näin ollen esittäessään yksilö valitsee mielentilansa ja on niin itsetiedostuksen lumoissa, että ei niinkään elä, vaan esittää ja tuo esiin valitsemansa persoonallisuuden. Tämä ei ole teatterimaista roolihahmon esittämistä, vaan yksilö on omaksunut luonteen osaksi itseään. (Goffman 1971, 61–67.) Videoblogien kohdalla editoinnin voisi kuitenkin sanoa olevan yksi ilmaisujen säätelyn tapa, jota ulkopuolisen on vaikea havaita. Sen olemassaolo on kuitenkin selvää, kuten Miisa osoittaa videossa *Tehokasta*, kun hän kertoo kuvanneensa videon neljä kertaa, koska ei ollut tyytyväinen

siihen. Myös videossa *Ens kerralla suomalaisia* Veronica puhuu editoimisesta ja toteaa olevansa huono löytämään videoihinsa punaisen langan.

Esityksen väärinymmärryksen riski on suuri ja sen vuoksi esittäjän on tarkoin varjeltava sitä, mitä hän tekee yleisön edessä. Samalla esittäjällä on kuitenkin mahdollisuus harhauttaa, koska merkeillä voidaan myös todistaa olemassa oleviksi sellaisia asioita, jotka eivät olekaan todellisia. Yleisö puolestaan tiedostaa, että esittäjän tavoittelema vaikutelma voi olla joko totuudenmukainen tai valheellinen. Tällöin voidaan puhua väärästä julkisivusta, jolloin yksilön ulkoisen ilmestyksen ja todellisuuden välissä on ristiriitaisuutta. Lopulta kyse ei tosin ole siitä, täytyykö yleisön nähdä todellisuus, vaan että onko esittäjällä valtuuksia esittää epätotuutta. (Goffman 1971, 68–69.) Valkoiset valheet nähdään kuitenkin niin arkipäiväisinä, että esittäjä ei niiden takia menetä uskottavuuttaan. Sen sijaan, jos yksilö rutiinillaan pyrkii väärään vaikutelmaan, saattaa se vaarantaa vuorovaikutussuhteen tai roolin, johon rutiini sisältyy. (Goffman 1971, 72–75.) Eheydellä esittäjä pyrkii siihen, että riitasoinnut eivät paljastu. Näin ollen esimerkiksi tunnetilojen ilmaiseminen on eri kuin tunteen näyttäminen, jolloin esittäminen on aina lume-edustusta (Goffman 1971, 76.) Toisaalta on yhdentekevää kumpi on todellisempi, esityksen tavoiteltu vaikutelma vai piilotettu totuus. Olennaisempaa on se, miten luotu vaikutelma voidaan paljastaa lumeksi. On siis hyvä huomioda, että sekä todellisuuteen pyrkivät esittäjät että valheellisten kuvien luojat joutuvat varjelemaan luomaansa vaikutelmaa (Goffman 1971, 76–77).

Videoblogien tarkemman lume-edustuksen tarkastelu vaatisi yleisön reaktioiden eli kommenttikenttien tutkimista, koska sitä kautta voitaisiin selvittää, onko yleisö uskonut videobloggaajan luomaan vaikutelmaan. Voidaan kuitenkin olettaa, että kaupalliset yhteistyöt eli ulkopuolisen tahon vaikutukset sisältöön saattavat sisältää lume-edustusta. Tämä näkyikin Soikun *Iltarutiinit*-videossa, jonka kohtauksen Soikku on mahdollisesti leikannut väärin, mikä paljastaa mahdollisesti tahattoman huijaamisen ja särkee todellisuusvaikutelman. Tämä selvisi myös kommenttikentästä. Lisäksi Soikun Nordean kanssa yhteistyössä tekemä video *Järkkäsin brunssin* sisältää mahdollisesti petkutusta, kun Soikun on aivan pakko saada brunssille appelsiinimehua, vaikka katsoja näkee jääkaapissa olevan muutakin mehua. Soikku tarvitsee kohtauksen yhteistyöhön, koska hänen täytyy osoittaa käyttäneensä kaikki käteisensä ja keksivänsä muita tapoja hankkia tuotteita. Nämä pienet paljastuvat yksityiskohdat ovat niin sanottua repivää informaatiota ja ne asettavat esiintyjän viestin kyseenalaiseksi (Goffman 1971, 155).

Salaperäistämällä yksilö voi piilottaa joitakin ominaisuuksiaan ja korostaa erityisyytään. Sosiaalisia kontakteja rajoittamalla yksilö säilyttää etäisyyden sekä herättää kunnioitusta ja ylläpitää sitä. (Goffman 1971, 78–81). Niin maailman kuin Suomenkin katsuimmat videobloggaajat ovat julkisuuden henkilön asemassa, mutta silti paradoksaalisesti monien heidän suosio perustuu videoblogikulttuurin ydinajatukseen, eli tavanomaisuuden ja arkisen elämän esittämiseen. Mikäli videobloggaajat näyttäisivät videoiltaan fanitapaamisia, tämä arkisuuden illuusio saataisi rikkoutua. Niinpä videobloggaajat eivät kuvaa fanikohtaamisia, mutta voivat silti puhua aiheesta ja samalla mystifioida sitä. *Iltarutiinit*-videossa Soikku kertoo katsojille Lidlin järjestämästä tapaamismahdollisuudesta ja *Naiset osaa* -videossa Veronica mainitsee kohdanneensa seuraajia baarissa. *Vaaleanpunainen elämä* -videossa hän puolestaan esittelee faniltaan saamiaan sukkia. Fanikohtaamisen kuvaamisen mahdottomuus tulee hyvin esille Miisan videossa *Summer bucketlist fail*, kun seuraajat ovat Instagramissa asettaneet Miisan tehtäväksi mennä kahville fanin luokse, mutta Miisa välttää tehtävän kertomalla, ettei pystyisi valitsemaan vain yhtä, koska haluaisi mennä kahville kaikkien katsojiensa kanssa. Fanikunnan mystifioinnilla videobloggaaja sekä ylläpitää erityisyytään että huolehtii siitä, että katsojat eivät miellä häntä ”liian” julkkikseksi, mikä sotisi videoblogien ydinajatusta, arkisuutta vastaan.

3.3 Ryhmäkuuluvuuden luominen

Goffman käyttää performanssitilanteen esiintyjistä nimitystä ryhmä, joka voi sisältää yhden tai useamman yksilön. Yhden henkilön esitysryhmästä käytetään myös nimitystä yksittäisesittäjä. (Goffman 1971, 91–92, 97.) Suurimmassa osasta aineistoni videoblogijulkaisuissa ryhmä koostuu vain videobloggaajasta, mutta toisinaan Soikun ja Veronican ryhmiin kuuluvat myös heidän poikaystävänsä ja/tai ystävänsä. Suurimmassa osasta näistä julkaisuista poikaystävä tai ystävä ei kuitenkaan puhu mitään. He saattavat vain vilahtaa kuvassa, jolloin heidän voidaan sanoa kuuluvan videobloggaajan kanssa samaan ryhmään, kuten Soikun ystävä ja poikaystävä brunssipöydässä videossa *Järkkäsin brunssin*. Yleensä ottaen ryhmäkumppani on henkilö, jonka apua yksilö hyödyntää tai tarvitsee ylläpitääkseen tiettyä vaikutelmaa (Goffman 1971, 95). Soikku esimerkiksi tarvitsi läheisiään *Järkkäsin brunssin* -videossa, jotta katsoja sai käsityksen, että Soikku todella järjesti brunssin.

Mahdollinen toinen henkilö pysyy silti edelleen ryhmän jäsenenä, vaikka hän rikkoisi tavoitellun vaikutelman tai antaisi esitykselle uuden käänteen (Goffman 1971, 95). Näin tapahtuu esimerkiksi videossa *Vaaleanpunainen elämä*, kun poikaystävä yllättäen keskeyttää Veronican puheen ja ilmoittaa, ettei häntä tulisi kutsua poikaystäväksi. Lopputulos tällaisessa erimielisyyden näyttämässä on, että se saattaa hämmästyttää ryhmän tavoittelemaa todellisuuden vaikutelmaa (Goffman 1971, 98). Veronica silminnähden hämmästyttää, mutta niin sanotusti palauttaa tilanteen raiteilleen, kun ei lähde kiistelemään asiasta, vaan vaihtaa termin poikaystävästä miellyttäväksi. Halutun vaikutelman ylläpitämiseksi erimielisyyden osoittanutta ei nimittäin ryhdytä paheksumaan kesken performanssin (Goffman 1971, 101). Todellisuusvaikutelma kuitenkin rikkoutui hetkellisesti ja se saattoi antaa katsojalle vilauksen toisenlaisesta todellisuudesta, taka-alan todellisuudesta, jota tarkastelen seuraavaksi tarkemmin.

Yleisön edessä toimiva ryhmä on julkitilassa eli teatteritermien mukaan esiintymislavalla, jossa tapahtuva toiminta on performanssia. (Goffman 1971, 119). On selvää, että performanssissa yksilö pyrkii korostamaan tiettyjä puoliaan ja vaimentamaan toisia, jotta yleisö saa mahdollisimman uskottavan vaikutelman hänestä. Nämä piilotellut piirteet sijaitsevat Goffmanin mukaan tausta-alueella tai teatterikielellä takahuoneessa, jossa torjutut piirteet pääsevät esiin vapaasti eli yksilö voi olla oma itsensä. Hän voi rentoutua ja ikään kuin karistaa yltään julkitilassa esitetyn roolin. Tälle alueelle ei yleisöllä ole pääsyä. Nämä eivät kuitenkaan ole täysin toisistaan erillisiä tiloja, vaan julkitilassa ollessaan yksilö on vuorovaikutuksessa tausta-alueen itsensä kanssa. (Goffman 1971, 124–125.) Tausta-alueen ja julkialueen eroa voi tarkastella niissä käytetyn käyttäytymiskielen mukaan. Tausta-alueen kielen tunnuspiirteitä ovat muun muassa etunimillä puhuttelu, päätöstenteko ryhmäsuorituksena, rahvaanomaisen asenne, avoimesti seksuaaliset huomautukset, valittaminen tai ruikuttaminen, tupakoiminen, räikeästi epäsovinnainen pukeutuminen, huolimattomat istumis- ja seisomisasennot, murteen tai huolimattoman puhekielen viljeleminen, mutiseminen ja karjuminen, leikillinen hyökkäävyys ja kiusoitteleminen sekä itseriittoiset fyysiset pienilmentymät kuten hyräileminen, purukumin jauhaminen tai röyhtäileminen. Julkialueen puolella yksilö ei toteutua edellä kuvailtua kieltä. (Goffman 1971, 141.)

Julkialueen ja taka-alan lisäksi on vielä olemassa ulkoalue, jossa järjestelmän ulkopuolelle jääneitä nimitetään ulkopuolisiksi. Kyseinen alue kattaa kaikki ne paikat, jotka eivät liity julkialueeseen tai taka-alaan (Goffman 1971, 148.) Vaikka ulkoalue ei sinänsä

liitty videoblogeihin, ulkopuoliset tai heidän läsnäolonsa saattaa silti näkyä videoblogeissa. *Ens kerralla suomalaisia* -videossa Veronica puhuu suoraan kameraan ja kävelee mahdollisesti kotikadullaan, kun hän yhtäkkiä vilkaisee kameran ohi ja kuiskaa kameralle nopeasti ”*tuolta tulee mun naapuri, sos*”. Katsoja saa tietää ulkopuolisen lähestyvän, mutta Veronica ratkaisee tilanteen nopealla siirtymisellä kohtauksesta toiseen ja jatkamalla kuvausta, kun naapuri on todennäköisesti jo mennyt ohi. Näin videobloggaaja ei joudu aloittamaan uutta performanssia, jota seuraisivat sekä videoblogin katsojat että vastaantuleva naapuri, vaan hän voi hoitaa naapurin kohtaamisen tälle tutulla performanssitilanteella. Vaikka katsoja ei pääse näkemään Veronican naapurilleen suorittamaa performanssia, saattaa katsoja silti hämmentyä tästä äkillisestä toiseen performanssiin siirtymisestä syntyvästä valmiustilasta. Naapurin kohtaamisen leikkaaminen pois edustaa kuitenkin tunkeilijan pois hätyyttämistä. (Goffman 1971, 153–154.)

Tutkija Timothy D Bowman (2010) esittää, että Youtube-performanssia ei välttämättä voida niin selkeästi jakaa julkitilaan ja taka-alaan, vaan niiden välinen raja on häilyväinen. (Bowman 2010). Bowmanin analyysin videot tosin edustavat ääriesimerkkiä, humalassa oksentamista, joka on jo lähtökohtaisesti tausta-alueen toimintaa. Maggie Griffith ja Zizi Papacharissi (2010) ovat myös videoblogitutkimuksessaan sivunneet samaa aihetta, mutta päätyneet Goffmanin teoriaan tukeutuen näkökulmaan, että videoblogi toimii tekijänsä peilinä, ja katsoja saattaa kokea kurkistavansa videobloggaajan takaalalle, mutta autenttisilta tilanteilta vaikuttavat hetket, kuten soitto äidille tai jutustelu kumppanille, ovat lopulta kuitenkin aina performanssia, koska videobloggaaja tiedostaa yleisön ja hänellä on mahdollisuus editoida videota ja kontrolloida kuvausta. (Griffith & Papacharissi 2010.) Myös kotisivuja tarkastelleen Paasonen mukaan kuvat ja päiväkirjat rennosti vapaa-ajasta ja kotielämästä eivät tarjoa suoraa pääsyä kotisivun tekijän yksityiseen puoleen, vaan niihin liittyy aina Goffmanin määrittelemiä tapoja, joilla yksilö pyrkii luomaan tietyn vaikutelman, eli ne ovat julkitilan toimia (Paasonen 2002, 96).

Vaikka Bowmanin tulkinta on kiehtova, nimenomaan Griffithin ja Papacharissin huomioimat editointi ja kuvauskontrolli tekevät videoblogjulkaisuista performatiivisia. Videoblogien intiimi, samaistuttava ja autenttisuuteen pyrkivä luonne kuitenkin aiheuttavat sen, että videobloggaaja pyrkii luomaan efektin, että katsoja pääsee mukaan takaalalle. Näin ollen on oletettavaa, että videoblogeissa nähdään tausta-alueelle tunnusomaista kieltä (Goffman 1971, 141) performanssin muodossa. Tässä kohtaa on tosin syytä huomioda Goffmanin teorian ikä ja todeta, että kulttuurisen muutoksen myötä osa

teorian tausta-alueen kielellisistä ominaispiirteistä, kuten etunimellä puhuttelu ja puhekielen käyttö, kuuluvat nykyiseen vapaamuotoisempaan etualan esiintymiseen. Olenainen huomio tässä kohtaa kuitenkin on, että monet Goffmanin nimeävät ominaispiirteet esiintyvät videoblogeissa ja osa on lähes tunnusomaista videoblogikieltä. Näiden piirteiden ilmenemistä voidaan selittää myös Millerin (1995) ajatuksella, että internetvuorovaikutuksen rajallisuus saattaa toimia vapauttavana tekijänä.

Valittaminen tai ruikuttaminen on yksi selkeimmin näkyviä taka-alan tunnusomaisia piirteitä, joka esiintyy videoblogeissa jatkuvasti. Esimerkiksi videossa *Summer Bucketlist fail* Miisa valittaa useasti ja suureen ääneen pirtelön pahaa hajua ja makua. *Tehokasta*-video alkaa tiukasti rajatulla lähikuvalla Miisan kasvojen alaosaan, kun hän valittaa väsymystä ja askareiden suurta määrää, ja valittelu jatkuu pitkän videon ajan. Myös Veronicalla on tapana valitella ja toisinaan hän kiinnittää havaitsemiinsa epäkohtiin paljon huomiota, kuten videossa *Ahistaa ja pelottaa*, kun häntä häiritsevät paitaan ilmestyneet viivat. Videoblogeissa esiintyy myös runsaasti huolimattomaa kieltä tai mumisemisen tapaista puhetta, mutta näissäkin tapauksissa videobloggaajat harjoittavat korostamista ja yrittävät sanoa sanan uudestaan äärimmäisen hallitusti tai jopa korostetusti. Lisäksi varsinkin kotona kuvatuissa videoissa painottuu rennosti pukeutuminen ja ilman meikkiä oleminen, kuten Veronican videoissa *Ens kerralla suomalaisia*, *Ahistaa ja pelottaa*, *Ok-sennusvaroitus* ja Miisan videossa *Back to School*. Toisinaan videobloggaajat korostavat tilanteita myös kovaäänisyydellä, kuten Miisa pirtelöä haistellessaan videossa *Summer Bucketlist fail* ja Veronica videossa *Naiset osaa*, kun hänen kuohuviininsä kuohuu yllättäen yli. Huomionarvoista näissä esimerkeissä on, että tausta-alueen kielen tunnuspiirteiden käyttö toimii usein tehokeinoina korostaa arkisia pulmatilanteita ja samalla alleviivata videobloggaajan elämän tavanomaisuutta.

Taka-alan ominaispiirteiden tuottaminen performanssiin ei kuitenkaan ole videobloggaajien ainoa keino luoda yleisölle tunne siitä, että he näkevät jotakin henkilökohtaista. Olennaista on videobloggaajien tapa huomioida yleisönsä ja kommunikoida heidän kanssaan. Tämä liittyy aikaisemmin mainitsemani esiintyjien muodostamaan ryhmään, jonka yhteinen päämäärä on uskottavan esityksen tuottaminen yleisölle. (Goffman 1971, 91–92, 155). Kuten aikaisemmin on tullut ilmi, goffmanilaisessa performanssitilanteessa yleisöllä ei ole pääsyä esiintyjän taka-alalle. Usein videobloggaajat kuitenkin esiintyvät kuin yleisö ei olisikaan pelkkä yleisö, vaan osa esitysryhmää, joka pääsee myös tutustumaan esiintyjän taka-alaan.

Esitysryhmille on ominaista, että taka-alalla esiintyjät voivat kommentoida ja niin haukkua kuin kehuakin yleisöä vapaasti, kun taas julkitilassa esittäjät yleensä kohtelevat yleisöä muodollisen kohteliaasti. Yleinen tapa halventaa yleisöä taka-alalla on pilaileva roolileikki ja epäkohtelias nimittely. (Goffman 1971, 184–190.) *Mieleen jääneet kommentit* -videossa Miisa lukee katsojilta saamiaan kommentteja ja vastaa niihin eri tavoin. Lukukohtauksien yhteyteen Miisa on editoinut kuvan kommentista, jolloin katsojat näkevät kommentin lisäksi kommentoijan käyttämän nimimerkin, joka periaatteessa paljastaa käyttäjän Youtube-minän. Positiivisten kommenttien kohdalla Miisa kiittelee yleisöään ja kommentoijaa. Negatiivisten kommenttien kohdalla hän sen sijaan usein muuttaa äänensävyään niitä lukiessa ja ilmaisee kasvoillaan halveksivia ilmeitä. Vastausosioissa hän kommentoi kommentteja ironiseen sävyyn esimerkiksi pukeutumalla asiantuntijan silmälaseihin ja puhumalla rauhallisella ja asiallisella äänellä. Joihinkin kommentteihin hän rakentaa humoristisen kohtauksen, jossa ikään kuin ottaisi kommentin tosissaan ja vakavissaan. Näin Miisa halventaa kommentteja ja pilailee kommentoijien kustannuksella.

Toinen yleisön kuulumattomissa tapahtuva keskustelu liittyy näyttämöllepanon ongelmiin. Esiintyjät pohtivat viestimien kuntoa ja saattavat miettiä esityksessä tapahtuneita virheitä. (Goffman 1971, 192.) Videobloggaajat kuitenkin aina toisinaan kiinnittävät katsojan huomion juuri näihin ongelmakohtiin. Veronica esimerkiksi useammallakin videollaan valittelee kodin sotkuisuutta ja kuvaa suurta tiskivuorta yleisölle, vaikka tiskivuori ei muuten olisi edes näkynyt kuvassa tai hän olisi voinut helposti rajata sen pois. Myös Soikku pahoittelee katsojalle videossa *Back to school*, ettei ole kiireen vuoksi ehtinyt hoitaa lavastusta kunnolla ja sen vuoksi hänen taustansa valo on palanut puhki. Lisäksi Miisa kertoo videossa *Tehokasta* kuvanneensa videon neljä kertaa uudestaan, kun ei ollut tyytyväinen ja Veronica päivittelee heikkoja editointitaitojaan videossa *Ens kerralla suomalaisia*.

Videobloggaajien tapa huomioda ja puhua katsojille viestittää toisinaan, että katsojat kuuluisivat videobloggaajan kanssa samaan ryhmään, vähän kuin he tekisivät jotain yhteistä. Yksi videobloggaajien yleinen tapa onkin käyttää sinä- tai minä-muodon sijaan me-muotoa, kuten Miisa *Mieleen jääneet kommentit* -videon alussa ilmoittaa, ”tänään me katsomme” ja loppuvaiheessa sanoo ”eiköhän mennä ulos” ja ”me nähdään taas ens viikolla”. Välillä videobloggaajat myös puhuvat katsojille kuin he olisivat jakamassa salaisuutta juuri heidän kanssaan. Salaisuuksiksi miellettyjen asioiden jakaminen ja sen

tuottama mielenkiinto ovatkin kuulunut videoblogikulttuuriin jo ensimmäisten nettivideoiden aikaan (Paasonen 2002, 111). *Back to school* -videossa Miisa kertoo meikkaavansa korostuksen uudella contouring-siveltimellä, kunnes huomaa sen olevankin high-lighter-sivellin. Hän korostaa tämän yllättävän tiedon ilmentymistä lyhytkestoisella zoomauksella ja sanoo katsojille, ”älkää kertoko kellekään”. Toisinaan videobloggaajat rakentavat kokonaisia julkaisuja tämäntapaisten yhteenkuuluvuuden varaan. *Asioita joita kukaan ei myönnä tekevänsä* -videossa Soikku esittelee noloja juttuja, joita ”me kaikki” teemme.

Korkeasta iästä huolimatta Goffmanin (1971) teoria soveltuu mainiosti videoblogien autenttisuuden esittämisen tarkasteluun. Aineistoni videobloggaajien performansseissa on havaittavissa kaikki muut Goffmanin määrittelemät uskottavuutta ylläpitävät esiintymisen tunnusmerkit paitsi idealisoiminen, koska videobloggaajat pyrkivät tarjoamaan katsojilleen tuttua ja tavanomaista materiaalia ihannekuvan sijaan. Vaikka osa teorian esiintymiseen liittyvistä käytännöistä ei toteudu videoblogien puolella, voidaan niistä kuitenkin johtaa tulkintoja. Tämä toteutuu Goffmanin julkitilan ja taka-alan toimintatapojen erottelun kohdalla. Goffmanin (1971) mukaan esiintyminen tapahtuu julkitilassa, mutta esiintyjällä on myös yleisön ulottumattomissa oleva taka-ala eli yksityisempi ja rennompia tiloja, jossa pätevät omanlaiset toimintatavat, joita yksilö ei koskaan harjoita julkitilan performanssissaan. Lähes kaikkia näitä tapoja oli kuitenkin havaittavissa videoblogien puolella, eikä niitä kaikkia voida selittää yleisen käytöskulttuurin löyhentymisellä. Kyse onkin siitä, että tällaisella rennolla, taka-alalle ominaisella käytöksellä videobloggaaja viestittää katsojille autenttisuuttaan. Toinen samanlainen tapaus näkyy Goffmanin (1971) ryhmäjaottelussa. Hänen mukaansa esiintyjä ja yleisö kuuluvat eri ryhmiin, mutta videobloggaajat tuottavat puhuttelutavoillaan yleisölle sellaisen olon, että he kuuluisivat samaan ryhmään videobloggaajan kanssa. Videobloggaajien esiintymisen analysoimisen jälkeen siirryn tarkastelemaan, kuinka videobloggaajat luovat autenttisuutta kerronnallisilla keinoilla. Samalla perspektiivi laajenee ja performanssin lisäksi tutkailen tarkemmin kuvausteknisten valintojen, kuten rajauksen vaikutusta aitouden vaikutelman rakentumisessa.

4. Autenttisuuden kerronta

Videoblogikerronnan tarinat edustavat useimmiten minäkertomuksia genrestä riippumatta, ja myös aineistoni videoblogit kuuluvat tähän kategoriaan. Videobloggaajan tarinoin saattaa vaikuttaa hänen kommenteistaan saama palaute tai sisältömarkkinointiin liittyvät sopimukset, mutta tutkimukseni rajallisuuden vuoksi keskityn vain videoblogin videoihin sisältyviin tapahtumiin, jolloin en käsittele kommenttikenttää, ellei sitä erikseen mainita videossa. Näin huomioin silti yleisön, joka on olennainen itsenrepresentaation tuottajalle, koska pelkkä kerrontatavan ymmärtäminen ei riitä, vaan olennaisia ovat myös medioidut vastaanoton prosessit. (Thumim 2012, 13.)

Lähestyn videoblogien autenttisuuden kerrontatapoja Stella Bruzzin (2000) modernia dokumenttielokuvaa tarkastelevan tulkinnan kautta ja Ilona Hongiston (2015) kuvarajatulkinnalla. Vaikka molemmat näkökulmat ovat moderneja, ne ponnistavat kuitenkin vanhemmasta elokuvatutkimuksesta. Bruzzi on tarkastellut erityisesti modernia ja performatiivista dokumenttielokuvaa, kun Hongisto puolestaan kyseenalaistaa selkeästi paradigman, dokumenttielokuvan luonteen todellisuudessa tapahtuneiden jälkien kuvaajana. Hongiston näkökulmasta dokumentin todellisuutta ei tarkastella vain jo tapahtuneena, vaan todellisuus nähdään prosessina. Kuljetan analyysissä mukana myös Talvitiie-Lambergin (2014) väitöskirjan autenttisuuden kerrontaan liittyviä päätelmiä. Ennen varsinaista analyysiä esittelen Bryan Alexanderin (2011) tulkinnan videoblogien kerronnan rakenteelle ominaisista piirteistä, koska käytän analyysissäni Alexanderin luokittelemia kuvakulmia ja kerronnallisia tapoja.

4.1 Videoblogikerronnan rakenne

Sosiaalisen median kehityksen ja niin sanotun web 2.0:n myötä alkoi internetin uudentyylinen, teknologiaa hyödyntävä tarinankerronta (Alexander 2011, 28). Web 2.0 ei ole enää kovin yleisessä käytössä oleva termi, mutta siitä on kuitenkin syytä poimia käsitys nettiympäristön muuttumisesta toiminnallisemmaksi, sosiaalisemmaksi ja avointa kommunikaatiota käyttäväksi, ja koska nämä ominaisuudet vaikuttavat edelleen voimakkaasti varsinkin videoblogikerronnassa. Alexanderin (2011) mukaan Web 2.0:ssa olennaista on, että se mahdollistaa kommunikoinnin useiden tekijöiden kanssa ja monet alustat on myös suunniteltu juuri tämä ajatus mielessä (Alexander 2011, 31). Myös Youtube on yksi tällaisista alustoista. Videoiden alla on kommenttikenttä, johon videon katsoneet tai katsomatta jättäneetkin voivat kirjoittaa kommentteja ja kommunikoida

näin niin videobloggaajan kuin muiden kommentoijien kanssa. Sivureunaan ilmestyvät videobloggaajan tai muiden videobloggaajien videot lisäävät sosiaalisuuden tuntua ja ohjaavat katsojia tutustumaan myös muihin samankaltaisiin videoihin. Videoblogien osallistuvuuteen, eli vuorovaikutukseen ja kommunikointiin perustuva luonne on olennainen kuvaus siitä, kuinka videoblogit ja televisio eroavat toisistaan, vaikka videoblogeissa onkin piirteitä muun muassa tositelevisiosta. Videoblogeja ja monia tositelevisio-ohjelmia yhdistää esimerkiksi keskittyminen arkielämän tarkasteluun. (Burgess & Green 2009, 53.)

Alexanderin (2011) mielestä netissä julkaistuissa kertomuksissa on samankaltaista segmentoitua kerrontaa kuin Scott McLoudin mukaan on sarjakuvissa. Alexander erottaa neljä nettikertomuksissa esiintyvää piirrettä. Ensinnäkin kertomuksissa näkyy henkilön läsnäolo, joka voi olla niin elämäkerrallista kuin omaelämäkerrallista, ja sitä esitetään ensimmäisen, toisen tai kolmannen persoonan näkökulmasta. (Alexander 2011, 41.) Omaelämäkerrallisen kerronnan miellän videobloggaajan itse kuvaamaksi materiaaliksi ja elämäkerrallisen jonkun toisen kuvaamaksi, joka on kuitenkin tehty yhteistyössä videobloggaajan kanssa. Kuvakulmista kolmannen persoonan näkökulma edustaa elämäkerrallista kerrontaa. Aineistoni kaikkien videoblogien pääasiallinen kerrontamuoto on omaelämäkerrallista, mutta myös elämäkerrallisia kuvaustapoja esiintyy. Selkeintä tämä on esimerkiksi silloin, kun Miisa käyttää *Summer bucketlist fail* -videossaan Splay Suomen kuvaamaa videota hänen kokemuksestaan huvipuisto Särkänniemen laitteessa. Lisäksi Soikku käyttää todennäköisesti poikaystävänsä usein kuvaajanaan, kuten *Ilta-rutiinit* ja *Järkkäsin brunssin* -videoissa.

Videoblogien kerronnassa huomioidaan usein myös paikka ja aika, jotka molemmat voivat toimia esimerkiksi kerronnan aloittajana tai ohjaajana (Myers 2010, 70). Videoblogeissa on havaittavissa syklistä aikakerrontaa, jolloin seuraaja voi odottaa, että tietynä ajankohtana tai esimerkiksi vuodenaikana videobloggaaja julkaisee tietynlaisen videon (Myers 2010, 73). Näistä yleinen esimerkki on ”*takaisin kouluun*” -videot. Näin videoblogi saattaa konstruoida videobloggaajan elämän olennaisimpia ja tärkeimpiä aikoja ja asioita (Myers 2010, 74; Nardi, Sciano & Gumbrecht 2004, 225). On kuitenkin syytä huomioida, että kaupallista yhteistyötä tekevät tai yleisön suosioon pyrkivät videobloggaajat rakentavat julkaisut enemmän siitä näkökulmasta, että aiheet kiinnostavat yleisöä. Näin ollen aiheet eivät välttämättä ole videobloggaajan, vaan yleisön, ja tarkemmin vielä kohderyhmän elämän tärkeimpiä asioita.

Aineistoni kuvakulmista puhuessani käytän Alexanderinkin (2011, 41) jaottelemia ensimmäisen, toisen ja kolmannen persoonan kuvakulmia. Ensimmäisellä persoonalla tarkoitan videobloggaajan omaa näkökenttää kuvastavaa käsivarakuvaamista. Toisen persoonan kuvaamisella tarkoitan pääosin puhuva pää -kuvausta, jossa videobloggaaja puhuu kameralle, joka saattaa kuitenkin olla eri kuvakulmissa ja jalustalla tai käsivaralla. Yleisin kuvakulma on kuitenkin lähikuva tai puolilähikuva. Kyseinen kuvaustapa ilmentää ikään kuin katsojan näkökulmaa, katsojalle puhumista, ja on koko aineistoni yleisin kuvakulma. Suoraan katsojalle puhuminen onkin jo niin tunnusomaista erityisesti tunnustuksellisille videoblogeille, että siitä on tehty Youtube-parodioita (Talvitie-Lamberg 2014, 120). Varsinkin Miisa ja Soikku käyttävät toisen persoonan näkökulmaa ja aloittavat lähes kaikki videonsa siitä näkökulmasta. Kolmannen persoonan kuvaus on tässä yhteydessä jalustalla/alustalla kuvattua tai jonkun toisen kuvaamaa materiaalia videobloggaajsta. Olennaista on, että se on kuin toiminnan seuraamista sivusta, eli videobloggaaja ei puhu tai toimi suoraan kameralle.

Toisena Alexander (2011, 41) huomioi sosiaalisen kehyksen, jonka mukaan nettikertomukset linkittyvät lähes aina sosiaaliseen mediaan. Youtube on jo itsessään sosiaalinen media, mutta myös muut sosiaaliset mediat ovat läsnä videoblogeissa. Aineistoni videoblogeista Soikun ja Miisan videot päättyvät poikkeuksetta ikään kuin lopputeksteihin, joissa lukee kyseisten videobloggaajien käyttäjänimet muissa sosiaalisissa medioissa, kuten Instagramissa ja Snapchatissä. Videobloggaajat kommunikoivatkin yleisönsä kanssa muissakin sosiaalisen median alustoissa, mikä selviää esimerkiksi Miisan *Summer bucketlist fail* -videosta, jonka tapahtumiin liittyy hänen kommunikointinsa seuraajien kanssa Instagramissa. Lisäksi kaikkien kolmen videobloggaajan videoiden alla olevassa esittelytekstiosuudessa lukee samaiset sosiaalisen median tunnukset jokaisen videon kohdalla.

Kolmanneksi Alexanderin (2011, 41) mukaan tarinan kulutustapoja ei ole vain yhtä, vaan kuluttaja voi itse päättää, millä laitteella hän seuraa tarinaa ja yleensä vielä oman aikataulunsa mukaan. Videobloggaaja vielä tukee prosessia luomalla videonsa aikasegmentteihin.

Viimeisenä Alexander (2011) huomioi alustojen käyttömahdollisuudet. Videobloggaajan on mahdollista hyödyntää Youtuben käyttömahdollisuuksia ja päättää esimerkiksi siitä, mikä julkaisu nousee esiin ja näin esimerkiksi korostaa tiettyä kertomusta tai luoda siihen efektejä (Alexander 2011, 41–43). Lisäksi internetkertomusten voi olettaa yhdis-

televän kohtauksia tai jaksoja kertomuksen erityispiirteeseen kuuluvilla merkityksellisillä sisällöillä ja käyttäjän sitouttamisella (Alexander 2011, 47).

Jo blogien alkuvaiheessa niiden huomattiin muistuttavan muodoltaan päiväkirjoja, ja sen vuoksi niiden tutkimuksessa on hyödynnetty klassisia kerronnan tutkimuksen työkaluja, jotka mahdollistavat niin tuotannon kuin kulutuksenkin analysoimisen. Jos blogien kerronnan jakaa typografioihin, ovat ne päiväkirjamaisuus, henkilötutkiskelu, aikaan perustuva uudelleenjulkaisu ja yksittäiset tarinajulkaisut (Alexander 2011, 48–49). Kotisivuja tarkastelleen Paasonen mukaan myös kotisivut sisältävät omaelämäkerrallista materiaalia. Vaikka omaelämäkerrallista materiaalia leimaa oletus aitoudesta, tulisi ne kuitenkin nähdä performatiivisina. Omaelämäkerrallisen materiaalin tuottaminen on enemmänkin merkitysten luontia kuin oman sisimmän paljastamista. (Paasonen 2002, 109–110.) Videoblogien kohdalla on olennaista puhua nimenomaan termeistä päiväkirjamaisuus ja omaelämäkerrallisuus, sillä ne viittaavat itsestä kirjoittamisen aktiiviseen luonteeseen, siihen että tekstit ovat suunnattu muiden seurattavaksi. Videoblogit voidaan nähdä Renovin (2004, 106, 111) tulkintaa mukailleen päiväkirjamaisuuden uutena tulemisena, joka on muuttanut tapoja, joilla representoimme itseämme itsellemme ja muille. Miller (2010) nimittää päiväkirjamaisten ja omaelämäkerrallisten videoblogien tuottamista itsen omaelämäkerralliseksi performanssiksi.

Koska omaelämäkerrallinen ja päiväkirjamainen tuottaminen on itsestä muille kertomista tai esittämistä, liittyy siihen olennaisesti autenttisuuden tarkastelu. Päiväkirjamaisuus on siinä mielessä parempi termi kuin suora vertaus päiväkirjoihin, koska oletus autenttisuudesta on muuttunut. Epäautenttisten elementtien muodostama autenttisuuden vaikutelma onkin alkanut kuvastaa videoblogeihin liitettyä autenttisuutta. (Burgess & Green 2009, 29). Talvitie-Lambergin (2014, 112) johtopäätöksen mukaan sillä ei olekaan niin väliä, onko video autenttinen, vaan merkitys syntyy siitä, että se herättää huomiota ja tuottaa osallistavaa toimintaa. Videoblogit eivät välttämättä noudata vanhemmalle nettikamerakulttuurille ominaisempaa päiväkirjamaista kerrontaa, vaan ne tukeutuvat enemmän performanssiin ja sisältävät sen myötä epäautenttiseksi miellettyjä elementtejä (emt., 112). Näin ollen päiväkirjamaisuus liittyy videoblogeissa kerrontatyyliin, jolla luodaan vaikutelma päiväkirjamaisuudesta.

Videoblogien autenttisuuden problematiikka nousi esiin jo noin kymmenen vuotta sitten amerikkalaisen Lonelygirl15-projektin myötä. Ilmiö on Suomessa melko tuntematon, mutta monissa ulkomaisissa lähteissä mainittu projekti (mm. Burgess & Green 2009,

27–29; Miller 2010, Strangelove 2010, 64; Alexander 2011, 84) edustaa internetvideokerronnan autenttisuuden kompleksisuutta. Siinä nimittäin epäautenttinen representoi-kin hetken autenttista. Vuosina 2006–2008 toteutetussa nettivideoprojektissa Breeniminen tyttö ”kuvasi” päiväkirjavideomaiseen tyyliin tavallisen yläasteikäisen elämää. Lyhyiden videoiden tapahtumat saivat nopeasti synkkiä sävyjä ja samalla videoiden tekniset ominaisuudet muuttuivat monitahoisemmiksi ja *cinema verité* -tyylisiksi. Aluksi monet katsojat uskoivat näkemäänsä autenttiseksi materiaaliksi ja projekti keräsi merkittävän kokoisen fanikunnan. Lopulta paljastui, että Lonelygirl15 olikin näyttelijä Jessica Rose ja projekti nettitelevisiosarjan markkinointia. Ilmiö oli kuitenkin syntynyt ja se jatkoi omaa elämäänsä fanien tekemissä uusissa internetsisällöissä alkuperäisen Lonelygirl15-julkaisun epäautenttisuudesta huolimatta. Monet projektin ensimmäisistä sisällöistä oli kuvattu autenttisen mielikuvan herättävää käsivarakameratekniikkaa hyödyntäen, mutta lopullinen paljastuminen saattoi johtua siitä, että myöhemmin videot muuttuivat teknisesti yhä laadukkaammiksi. Tyylikäs leikkaus, valaistus ja virheetön esiintyminen olivatkin jo liikaa ollakseen aitoa (Alexander 2011, 84–86; Miller 2010, 20; Strangelove 2010, 64–65). Tuohon aikaan videon liian hyvä laatu onkin voinut olla silmiinpistävää, koska videoblogit olivat tuolloin teknisesti heikkolaatuisia (Talvitie-Lamberg 2014, 113).

Olellainen huomio Lonelygirl15-tapauksessa on, että se osoittaa Youtube-yleisön asettavan videoblogeille autenttisuuden oletuksen. Autenttisuuden voikin väittää olevan Youtuben tärkeimpiä ydinarvoja ja subjektin oletetaan paljastavan hitusen todellista mi-näänsä myös niissä tapauksissa, joissa kerronnassa on selkeästi hyödynnetty leikkimielisyyttä ja mielikuvitusta (Strangelove 2010, 64; Miller 2010, 20.) Tästä päästään projektin toiseen tärkeään huomioon, eli autenttisuuden käsitteen kompleksisuuteen, sillä paljastumisesta huolimatta yleisön kiinnostus ei lopahtanut, vaan se sai uusia muotoja. Samalla tämä todistaa yleisön merkittävyyden, sillä se voi toimia ilmiön vahvistajana. (Alexander 2011, 84; Miller 2010, 20–21.) Lisäksi huomionarvoista on videoissa näkyvästi esillä oleva itsen ja tunteiden kuvaaminen. Juuri tämä tunteisiin vetoaminen selittää projektin ympärille syntyneitä sosiaalisen median ilmiöitä. Yleisön reaktiot todennäköisesti myös innoittivat tarinankertojia, jolloin pyörä jatkoi pyörimistään. (Alexander 2011, 84–85.) Youtube-kerrontaan liittyvän autenttisuuden käsite onkin todennäköisesti muuttunut nettivideoiden kehityksen myötä. Käsittelen autenttisuuden monimuotoisuutta vielä tarkemmin Hongiston ja Bruzzin näkökulmien avulla.

Videobloggaajien autenttisuuden representaatiota tutkittaessa on erityisen hankalaa, että vaikka videobloggaaja edustaa persoonaa, saattaa se silti periaatteellisella tasolla on täysin fiktiiviseksi tuotettu, kuten Lonelygirl15. Aineistoni videobloggaajat ovat kuitenkin kaikki videobloganneet jo vuosia ja lisäksi he mainitsevat usein tavanneensa fanejaan ja he myös esiintyvät julkisuudessa. Todennäköisesti heistä kenenkään internetpersoonaa ei ole täysin fiktiivinen. Alexanderin (2011, 58) mukaan videobloggaajien harjoittama jaksottainen kerronta on mahdollistanut sen, että yleisö on oppinut tuntemaan heidät hiljalleen. Seuraajat ovat sitoutuneet tutustumisprosessiin ja jäsentävät mielessään seuraamansa persoonaa. Tämä malli tukee myös ajatusta, että videoblogit kertovat tarinoita henkilökuvauksen kautta. (Alexander 2011, 58.)

Autenttisuutta voidaan tarkastella myös Roland Barthesin vuonna 1968 määrittelemällä todellisuusefektillä, tai toiselta nimeltään toden tunnulla, jonka mukaan tekstin satunnaiselta kuvitukselta vaikuttavat yksityiskohdat eivät kuvaa lukijalle arkipäiväistä maailmaa, vaan signifioivat eli merkitsevät todellisuutta. Näin tarinalle merkityksettömät yksityiskohdat ovat mukana vain luomassa todellisuusefektiä. (Barthes 1993, 107.)

”Konkreettista todellisuutta” kuvaavat muun muassa pienet eleet, merkityksettömät esineet ja ohimenevät liikkeet (Barthes 1993, 105). Strukturalistista merkitysverkostoa on myöhemmin kritisoitu ja siitä on siirrytty kognitiiviseen näkökulmaan, jonka mukaan todenkaltaisuus ei viestikään mitään. Maria Mäkelän toimittamassa tutkielmakokoelmassa palataan jälleen todellisuusefektiin, mutta siihen suhtaudutaan aiempaa kriittisemmin. Nykytulkinnan mukaan fiktiivinen kirjallisuus ei vain heijasta arkipäivästä elämää, vaan korostaa tiettyjä merkityksenannon tapoja inhimillisessä kokemuksessa. Yksityiskohdat saattoivat olla Barthesille merkityksettömiä, mutta laajemmassa kontekstissa voidaan yksityiskohdille löytää kulttuurisia merkityksiä. (Mäkelä 2013, i–ii, 18–19.)

Sovellettaessa todellisuusefektiä videoblogeihin on tietenkin huomioitava, että se on alun perin tekstiteoreettinen näkökulma, eikä näin ollen sovellu aivan sellaisenaan videoblogeihin. Lukijan tavoin videoblogin katsoja on kuitenkin yleensä tiukan kuvarajan vuoksi tekijän armoilla yksityiskohtien suhteen. Se mitä videobloggaaja taustastaan rajaa ja näyttää katsojalle, kuuluu kerrontaan ja on verrattavissa siihen, miten kirjailija luo toden tuntua yksityiskohdilla. Jos Barthesin mukaan yksityiskohdat ovat todellisuusefekti, niin niillä voidaan nähdä olevan sama funktio myös autenttisuuden mielikuvaan pyrkivässä Youtube-kerronnassa. On kuitenkin muistettava, että tekstin kohdalla kirjoit-

taja on tietoisesti valinnut jokaisen kuvailun ja yksityiskohdan, kun taas videoblogin kohdalla taustaan voivat vaikuttaa myös sattuma ja puhdas merkityksettömyys. Lisäksi varsinkin realistisen tekstin kohdalla yksityiskohdat ovat enemmänkin todellisuuden suoraa jäljittelyä kuin tarinaa palvelevia (Hagman 2013, 19). Kuvailu viittaa usein näkyvään ja tuttuun todellisuuteen, mutta toisaalta äänen kuvailu luo tuntua, että jotain tapahtuu (Hagman 2013, 19). Todellisuusefektiä tarkastellessani kiinnitänkin erityistä huomiota videobloggaajan selkeiden valintojen kuten rajauksen ja yksityiskohtien suhteeseen. Tekstianalyysin tarkoitetun tulkinnan soveltamista videoblogeihin tukee myös se, että Barthesin todellisuusefektiä on hyödynnetty pian sen kehittämisen jälkeen myös elokuvatutkimuksen puolella. Holokaustia käsitteleviä dokumentteja tutkimuksessaan tarkastelleen Aaron Kernerin (2011) mukaan elokuvat järjestelevät materiaa luodakseen vaikutelman todellisuuden representaatiosta, vaikka ne vain merkitsevät todellisuutta (Kerner 2011, 8). Myös Kernerin (2011, 18) mielestä todellisuusefekti toimii osittain pienten, jopa virheiltä vaikuttavien yksityiskohtien ansiosta, jotka eivät sellaisenaan ole todellisuutta, vaan merkitsevät sitä. Yksityiskohtien tutkimista tukee myös Alexanderin (2011, 58) tulkinta, jonka mukaan videoblogien alustojen eli tässä Youtuben tarjoamien mahdollisuuksien ansiosta huomio ei keskity ainoastaan subjektiin, vaan myös *mise-en-scène*, eli koko näyttämöllepano on jatkuvasti analysoitavissa.

Seuraavaksi paneudun tarkemmin videoblogikerronnan autenttisuuteen ja sen tuottamiseen samaa näkökulmaa käyttäneiden, modernien dokumenttielokuvatulkintojen avulla ja selvitän, millä tavoin videoblogien kerronta tuottaa autenttisuutta tai mielikuvaa siitä.

4.2 Performoitu autenttisuus

Dokumenttielokuvatutkimuksessa keskityn pääosin performatiiviseen dokumenttielokuvaan, koska se muistuttaa muodoltaan eniten juuri esityksellisyyteen pohjautuvia videoblogeja. Dokumenttielokuvateoreetikko Bill Nichols (1994) on kehittänyt määritelmän performatiivinen dokumenttielokuva, jonka tunnuspiirteitä ovat avoin subjektiivisuus, ambivalenttius, tyylin korostaminen ja ironinen tai humoristinen ote. Performatiivisessa dokumentissa huomio kiinnittyy tiedonjaon sijaan tyyliin, tekijyyteen ja sävyyn. Samalla autenttisuuden tarkastelussa katse kääntyy tekijään ja yleisöön. Termin tuoreudesta huolimatta performatiivinen dokumenttielokuva ei ole uusi ilmiö, vaan sen piirteitä löytyy jo varhaisista neuvostoelokuvista. (Nichols 1994, 93–106; Helke 2006, 86.)

Modernia dokumenttielokuvaa tutkinut Stella Bruzzi (2000) käyttää Nicholsin performatiivisen dokumentin käsitettä, mutta kyseenalaistaa tämän luoman dokumenttielokuvankäytäntöjen ketjun, jonka mukaan viisi dokumenttielokuvakäytäntöä eli moodia ovat paljastava, havainnoiva, vuorovaikutuksellinen, refleктоiva ja performatiivinen. Bruzzi myöntää jaottelun – joskaan ei niin ahdasmielisen kuin Nicholsin – olevan mahdollista vanhemman dokumentin tutkimuksessa, mutta hänen mukaansa moderni dokumenttielokuva on käytäntöjä monitahoisempi, ja huomio tulisi kiinnittää enemmän itsetutkiskeluun ja personointiin (Bruzzi 2000, 1–2). Bruzzi (2000, 2) kyseenalaistaa myös Nicholsin ajatuksen, että jonain päivänä dokumenteissa pystytään romuttamaan autenttisuuden ja sen representaatioon liittyvät ongelmat. Susanna Helke (2006, 57) puolestaan pehmentää Bruzzin kritiikkiä, koska ei usko Nicholsinkaan teorian kieltävän limittymistä ja rajojen hämärtymistä, vaan moodien olevan edelleen valideja piirteitä tarkasteltaessa yksittäistapauksia. Nichols ei teoriassaan kovin tarkasti erottele performatiivisuutta kuvastavia muodon ja tyylin tunnuspiirteitä niiden moninaisuuden vuoksi, joten siksi hyödynnän tutkimuksessani Bruzzin Nicholsia pidemmälle vietyjä ajatuksia performatiivisuudesta.

Performatiivisuuden soveltuvuudesta videoblogitutkimukseen puhuu Nicholsia ja Bruzzia internetkäyttäytymisen subjektiviteettiin liittyvässä tutkimuksessaan hyödyntänyt Ken Miller (2010), joka uskoo jatkuvaan kuvaruutumedioihin pohjautuvan mediaation johtaneen siihen, että nykyihminen performoi jatkuvasti. Lisäksi olemme niin kiinnittyneitä kuvaruutumedian läsnäoloon niin kuluttajina kuin tuottajina ja performoijina, että itsen-performanssiin kuuluu mediapresenssi, jolla todistelemme ja vahvistamme itseämme. Tähän kehitykseen on lisäksi vaikuttanut lisääntynyt tositelevisiotuotanto ja muu vastaava materiaali, joissa amatöörit ovat päässeet ruutuun. Olemme alkaneet toimia kuin meidän toimintaamme kuvattaisiin ja julkaistaisiin jatkuvasti. Tämä näkyikin erityisesti nuorten tavassa kuvata toimintaansa ja luoda online-identiteettiä. Näin mediasta on tullut väline, jolla voi ilmaista identiteettiä ja samastua muihin. (Miller 2010, 2–3.)

Bruzzin ydinajatus performatiivisesta dokumentista kiteytyy siihen, että performanssi koostuu esiintymisestä ja dramatisoinnista (Bruzzi 2000, 154). Tämä on toki ristiriidassa dokumenttielokuvien traditionaalisen autenttisuuskäsityksen kanssa, jonka mukaan performatiivisuus on valheellista ja etäännyttävää, ja tuhoaa mahdollisuuden autenttisuuden. Bruzzi kääntää ajatuksen pääläelleen ja väittää vanhempiin *cinéma vérité* -teorioihin tukeutuen, että subjekti onkin vilpittömämpi kameran käydessä juuri siksi,

että hän alkaa silloin esittää roolia. Näin performatiivisuus ei mitätöi dokumentin tavoitteita, vaan auttaa tekijää löytämään ”totuuden”. Performanssi on todellisuutta, jonka ympärille dokumenttielokuva on rakennettu, eli todellisuus syntyy kuvaushetkellä. (Bruzzi 2000, 6–10, 91, 125–126.) Talvitie-Lamberg (2014, 168) kiteyttää hyvin Bruzzin näkökulman, että tällainen todellisuus syntyy dokumentin tekoprosessin ja mediaatioprosessin paljastamisella. Bruzzi (2000, 154) jatkaa näkökantaansa, että dokumentaristin tulisi hylätä utopistinen käsitys autenttisuudesta ja esittää ”vaihtoehtoista todellisuutta”, joka pyrkii tiedostamaan, että kameralle suoritettu performanssi on kuin dokumentin sydän. Kun tietoinen esittäminen on näkyvää, katsojakin ymmärtää autenttisuuden mahdottomuuden (Bruzzi 2000, 154–155).

Bruzzi (2000, 6–7) puhuu autenttisuuden uudesta merkityksestä, joka karttaa perinteistä pitäytymistä havainnoimisessa tai läpinäkyvyydessä ja korvaa sen kuvaskohteen, tekijän tai laitteen ja yleisön välisellä performatiivisella vaihtelulla. Tämän käsityksen mukaan videoblogijulkaisujenkin sisältö on autenttista, kun hyväksytään ajatus videobloggaajan performanssista ”vaihtoehtoisen todellisuuden” luomisprosessina.

Ainestoni videoblogit koostuvat Bruzzin kuvailemasta performatiivisesta kerronnasta, jossa todellisuus syntyy kuvaushetkellä prosessit paljastamalla. Selkeimmin tämä näkyy videoblogien nopeassa ja selvästi näkyvässä leikkauksessa, jota ei todennäköisesti edes yritetä tehdä kauniimmaksi. Tekoprosessia ei piilotella ja toisinaan sitä jopa kuvataan tai korostetaan. *Järkkäsin brunssin* -videon ensimmäisessä kuvassa Soikun takana näkyy valaistustyökalu, jonka katsoja voi myöhemmin päätellä osoittamaan kohtaan, jossa varsinainen brunssihetki kuvataan. *Back to school* -videossa Soikku puolestaan pahoittelee puhki palanutta taustaa, jolloin hän paljastaa yleisen tekoprosessinsa ja että nyt on jättänyt sen tekemättä. *Tehokasta*-videossa Miisa puolestaan kertoo kuvanneensa uuden videon neljä kertaa ja *Ens kerralla suomalaisia* -videossa Veronica päivittelee huonoja editointitaitojaan. Lisäksi useissa videoissa videobloggaajat kuvaavat kolmannesta näkökulmasta editointityötään, ja yksi satunnaisesti mutta toistuvasti ilmenevä kuvaustapa on kuvata itseään peilin kautta niin että kamera näkyy. Bruzzin näkökulmaa mukaillen edellä kuvailemani esimerkit eivät luo katsojalle vaikutelmaa epäautenttisuudesta, vaan tuotannollisuuden paljastaminen nimenomaan tuottaa autenttisuutta.

Bruzzi soveltaa dokumenttielokuvaan kielitieteilijä J.L. Austinin (1975) performatiivisuuden määritelmää. Austinin mukaan sanat voivat olla performatiivisia toimia, jotka sekä kuvaavat että performatiivisia toimintaa. Subjekti ilmaisee verbaalisesti toimintansa ja

samalla tuottaa siitä performanssin. (Austin 1975, 235; Bruzzi 2000, 154.) Aineistoni videoblogit tuottavat totuutta tällä verbaalin ilmaisun ja performanssin yhdistelmällä jatkuvasti. Osa videoblogijulkaisuista noudattaa lähes kokonaisuudessaan tällaista performatiivista rakennetta. Klassisimmillaan tällaisia ovat ”my day” (suomeksi minun päiväni) -videot, jota aineistossani edustaa esimerkiksi Miisan video *Tehokasta*, jossa Miisa ensiksi kertoo päivän *to do* -listan ja alkaa sitten suorittaa tehtäviä ja selostaa niiden tekemistä kameralle. Todellisuusvaikutelma syntyy, kun Miisa kertoo tehtävistään, näyttää sen *to do* -listalta ja kuvaa niiden suorittamista. Toinen samantyylinen on Miisan *Summer bucketlist fail*, jossa Miisa lukee pirtelöön tulevia aineita ja laittaa niitä tehosekoittimeen. Lopulta hän lupautuu maistamaan juomaa ja tekeekin sen. Miisa luo kokemuksensa todellisuusvaikutelman esittelemällä juoman ja lopulta maistamalla sitä ja reagoimalla makuun niin verbaalisesti kuin fyysisestikin. Verbaalin ilmaisun ja performanssin yhdistelmän luoma todellisuusvaikutelma syntyy myös yksittäisissä kohtauksissa. Veronica harrastaa tämäntyypistä kerrontaa enemmän, esimerkiksi *Vaaleanpunaista elämää* -videossa, kun hän ryhtyy laittamaan ruokaa, hän selostaa kokkaavansa nyhtökauraa ja samalla pyörittelee ruoka-ainetta paistinpannalla ja kuvaa tapahtuman käsivaralla toisesta näkökulmasta. Seuraavassa kohtauksessa hän vielä esittelee lopputulosta ja syö sitä.

Bruzzin (2000, 154) mukaan performatiivinen kerronta on ainoa tapa, jolla dokumenttielokuva voi representoida todellisuutta, koska merkitys syntyy vain performanssin ja todellisuuden vuorovaikutuksessa. Nicholsia ja Bruzzia tutkinut Helke toteaa näiden kahden tulkinnan ison eron ilmenevän erityisesti siinä, että Bruzzi liittyy Nicholsia huomattavasti painokkaammin subjektin tai tekijän esittämisen ja esiintymisen kameran edessä tapahtuvaan toimintaan. Bruzille performanssi on mukana kaikessa, niin dokumentaarissa kuin representaatioissa (Helke 2006, 91.) Bruzzin mielestä monet yleisen käsityksen mukaan dokumenttielokuvan epäautenttisuutta osoittavat toimet ovat performatiivisia vetoja, jotka rakentavat dokumentin autenttisuutta. Näin ajatellen performatiivisuus saattaa enemmänkin vahvistaa kuin heikentää dokumentin uskottavuutta (Bruzzi 2000, 6–7, 154).

Niin dokumenttielokuvien kuin videoblogienkin autenttisuuden ongelmallisuuteen liittyy olennaisesti se, että katsoja ei lopulta kuitenkaan voi tietää, ovatko subjektin kertomat tapahtumat todellisia. Kävikö Veronicalle todella Postissa hänen kertomansa kömmähdykset videossa *Vaaleanpunainen elämä*, päättyvätkö Soikun päivät yleensä

Netflixin sarjan tai elokuvan katsomiseen, kuten hän *Itarutiinit*-videossa kertoo ja onko Miisan isoäiti käyttäytynyt niin kuin Miisa esittää videossaan *Vain isovanhemmat jutut?* Bruzzi nojautuu edellä mainitun tapaisissa tilanteissa Chris Terrilliin (1998), jonka mukaan dokumenttielokuvan totuudenmukaisessa ja todellisuuden representaatioissa ei ole kyse absoluuttisesta totuudesta, vaan aistillisesta ja henkilökohtaisesta totuudesta. Kukaan ei voi tarjota täyttä totuutta, vaan se on aina tulkintaa ja tapahtumien yhdistelyä yleisölle. (Bruzzi 2000, 90.)

Se, että performoitu totuus ei vastaa absoluuttista totuutta, on Talvitie-Lambergin (2014) mukaan johtanut siihen, että autenttisuuden vajavaisuus on kahdella tapaa ominaista videoblogeille. Ensinnäkin videoblogit ovat muodoltaan sarjamaisia ja ne kehittyvät ajan myötä. Toiseksi vajavaisuus näkyy siinä, että videoblogit pyrkivät saamaan yleisön huomion ja osallistuvaa palautetta. Videoblogien todellisuus rakentuukin vuorovaikutuksesta, kun yleisö osallistuu todellisuuden tuottamiseen. (Talvitie-Lamberg 2014, 171.) Talvitie-Lamberg viittaa tällaisissa tapauksissa Bruzziin, jonka mukaan juuri tekijän ja todellisuuden välinen vuoropuhelu tekevät dokumentista performatiivisen (Bruzzi 2000, 123). Videoblogien todellisuus rakentuu siitä, kun videobloggaaja ja yleisö ovat vuorovaikutuksessa, mikä puolestaan tekee videoblogeista performatiivisia. Kameralle esiintymistä voidaan täten pitää performatiivisena taktikointina. (Talvitie-Lamberg 2014, 171). Tekijyys on toki videoblogien autenttisuuden kannalta ongelmallinen käsite, mutta Bruzzia mukaillen se vähenee hyväksymällä käsitys, että dokumenttielokuva voi vain performoida todellisuuden ja sen representaation vuorovaikutusta, ja dokumenttielokuva on fiktion tavoin jonkun tekemää. (Bruzzi 2000, 163).

Videobloggaajan tyyli tervehtiä, hyvästellä, pyytää kommentteja, vastata kommentteihin ja kiittää tai torua katsojaa on tapa tuottaa performatiivista vuoropuhelua. Miisa ei aina tervehdi katsojaa, mutta hänen kaikki videonsa päättyvät lähes samalla tavalla, kun hän kiittää katsomisesta, toteaa että nähdään seuraavassa videossa, pyytää kommentteja ja sanoo aina ”moi moi” ja heiluttaa sekä käsiään että päätään. Myös Soikku päättää kaikki videonsa sanomalla ”moi moi” ja vilkuttamalla. Hän saattaa myös toivoa, että katsojat pitivät videosta ja saattaa pyytää kommentteja. Veronicallakin on tapana päättää videonsa kiitoksiin joko teksti- tai puhemuodossa. Videoiden päättäminen kontaktin ottamiseen eli katsojan sitouttamiseen ei kuitenkaan ole videobloggaajien ainoa tapa tuottaa performatiivista vuoropuhelua. Toisinaan videot ovat syntyneet kommenttikentässä tai muualla sosiaalisessa mediassa käydystä vuoropuhelusta, kuten Miisan *Summer*

bucketlist fail, jossa hän kertoo pyytäneensä keväällä katsojiltaan listaa kesätekemisistä ja nyt videossa käyttävänsä katsojien Instagramissa ehdottamia ruoka-aineita pirtelönsään, koska ei suorittanut kaikkia ehdotettuja tekemisiä. Myös *Mieleen jääneet kommentit* -videossa, Miisa tuottaa vuoropuhelua kommentoimalla aikaisempien videoiden kommentteja eli kommunikoimalla seuraajiensa kanssa. Molemmat videot ovat myös esimerkkejä Bruzzin (2000, 6) ajatuksesta, että tekijän eli Miisan, kameran ja sosiaalisten toimijoiden eli kommentoijien kohtaaminen tuottaa moniulotteista todellisuutta. Muutenkin videobloggaajat ylläpitävät vuoropuhelurakennetta kuvaamalla runsaasti toisesta näkökulmasta ja katsomalla suoraan kameraan sekä puhuttelemalla yleisöä käyttäen runsaasti sekä *me-* että *te-*muotoja.

4.3 Autenttisuuden rajoilla

Ilona Hongisto (2015) kommentoi Bruzzin käsitystä siitä, kuinka performanssi vaikuttaa dokumentin sisällön ja representaation muuttuvaan vuorovaikutukseen. Bruzzin mukaan representaatioiden mahdottomuuden hyväksymällä dokumenttielokuva voi vallata kuvattun todellisuuden vuorovaikutuksellisen suhteen, jolloin tämä neuvottelurakenne nostaa esiin dokumentin performatiivisen todellisuuden. (Hongisto 2015, 14–16; Bruzzi 2000, 78–79, 153–154.) Myös Hongiston kuvarajatulkinnassa on kyse vangittujen kuvien ja rajausmenetelmien välisestä muuttuvasta vuorovaikutuksesta. Hänen käsityksensä performatiivisesta vuorovaikutuksesta eroaa kuitenkin vallitsevasta paradigmat. Suurin ero representaatiota tarkasteltaessa liittyy todellisuuden käsitteeseen. Vallitsevan representaatiokäsityksen mukaan todellisuus on merkitysten sijaintipaikka. Se ei ole itsessään ilmaisullinen, mutta se on tunnistettavissa representaation rakenteista ja merkityksistä. Kuvarajan estetiikka puolestaan ohittaa todellisuuden ja representaation välisen kuilun pitämällä kiinni alustavasti asioiden pysyvyydestä ja tavoista, joilla rajaus ilmaisee todellisuutta näkyvänä ilmiönä. (Hongisto 2015, 14–16.) Videoblogeissa tämä näkyy muun muassa siten, että videobloggaaja hyödyntää pysyvyyden elementtejä esimerkiksi lavastuksessa. Kotona kuvatessaan niin Miisa, Soikku kuin Veronicakin kuvaavat yleensä parissa samassa paikassa, joten taustat pysyvät tunnistettavina. Jos taustalla tapahtuu huomiota herättävä muutos, niin videobloggaaja yleensä kommentoi sitä, kuten Miisa kommentoi eteisessä pilkottavaa longboardia videossa *Tehokasta*. Tämä Miisan tapa huomioida muutos taustalla alleviivaa Hongiston käsitystä siitä, että rajauskin on performatiivinen toimi (Hongisto 2015, 16).

Tässä on tärkeää huomioida, että Hongiston kuvarajassa ei ole kyse vain esimerkiksi kohteen vartalon rajauksesta, vaan myös joukosta eleitä ja niiden yhteyksistä. Kyse ei ole koreografisista liikkeistä, vaan elejoukosta, jotka ylittävät keholliset ulottuvuudet. Kuvakulmien vaihtelulla, zoomauksella ja vastaavilla rajauksilla voidaan esittää kohteen moniulotteisuus ja osoittaa, että näkymättömätkin osapuolet voivat elostuttaa kohtetta. Kuvarajassa huomio kiinnittyy ilmaisen kahteen tasoon, todellisuuden esittelyyn luonteeseen sekä sen dokumentaariseen tulkintaan, jotka ovat molemmat läsnä dokumenttielokuvaa tehtäessä. (Hongisto 2015, 15–16). Hongisto vetoaa Laura U. Marksin (2000) näkemykseen, jonka mukaan genren ja narratiivin konventiot ovat filtereitä, jotka rajoittavat kuvien mahdollisuutta paljastaa maailmaa. Kuvarajakäsityksen mukaan todellisuus koostuu todellisista ja valheellisista ulottuvuuksista. Luova kuvaraja ilmaisee valheellisuutta tuntemuksilla. Kuvaraja rajaa alueen, jolla todellisuuden muodot vahvistuvat. Se ikään kuin kutsuu valheellisiä puolia esiin ja ilmaisee ne tuntemuksilla, jotka ylittävät kuvarajan. Taiteellista rajausta ja valheellisuutta on vaikea erottaa toisistaan, mutta olennaista on huomioida, että ilmaistut tuntemukset eivät välttämättä muistuta muotoja, joilla niitä ilmaistaan. Näin rajaus aiheuttaa kaksoisliikkeen, joka sekä vangitsee todellisuutta että esittää sitä. Todellisten muotojen vangitseminen ilmaisee todellisuuden valheellisuutta tuntemuksilla. Nämä tuntemukset ovat liikkeessä ja vaikeuttavat kuvarajan ulkopuolelle asti. Kuvaraja rajoittaa vangittujen muotojen liikettä ja toimii näkymättömien todellisuuksien yhtymäkohtana. (Hongisto 2015, 15–18.)

Hongisto (2015, 19) tarkastelee dokumentteja mielikuvan, fiktiota hyödyntävän tarinalisuuden, eli fabulaation, sekä affektin näkökulmasta. Kaikki nämä juontuvat dokumentin kyvyistä, jotka eivät Hongiston mukaan rajoitu vain tiettyihin dokumenttielokuvakäytäntöihin (kuten rajaaminen), koska ne ylittävät sekä käytäntöjen että genrejen rajat. Nämä kyvyt ovat myös olemassa vielä dokumentin päättymisenkin jälkeen. (Hongisto 2015, 19.) Sovellan aineistooni Hongiston käsitystä fabulaation ja affektin suhteesta autenttisuuteen. En kuitenkaan tarkastele mielikuvan näkökulmaa, koska Hongiston tulkinnassa se liittyy arkistomateriaalin käyttöön, joka puolestaan ei liity videoblogeihin. Hongisto hyödyntää edellä mainittuja näkökulmia myös dokumenttielokuvan audiovisuaalisten valintojen tarkasteluun ja tekee sitä kautta johtopäätöksiä niiden toiminnasta todellisuudessa (Hongisto 2015, 19–20).

Dokumenttielokuva voi kyetä kekseliäämpiin fiktiivisiin ratkaisuihin kuin varsinainen fiktiivinen elokuva, koska se on vapaampi toimimaan niiden osien kanssa, joiden mu-

kaan totuusarvo ja merkitystenluontipotentiaali lasketaan. Dokumentin kun ei tarvitse luoda vaikutelmia, joiden tarvitsisi taata katsojalle sosiaalisen arvopohjan mukaista tunnistamista, vaan se toimii enemmän hiljaisten jälkien voimalla. Dokumentin on mahdollista käyttää luomista annetun todellisuuden ymmärtämiseen. Tämä korostaa dokumentin kapasiteettia väärentämisen suhteen. (Hongisto 2015, 62.) Fiktiivisyyttä hyödyntävän kerronnan eli sepittelyn avulla dokumenttielokuva voi luoda vastustusta todellisiin olosuhteisiin ja visioida uusia olemisen tapoja (Hongisto 2015, 21). Sama pätee myös videoblogeihin, joiden luonne on aikojen kuluessa muuttunut yhä leikittelevämpään ja viihteellisempään muotoon.

Hongisto (2015, 67) määrittelee fabuloinnin tarkoittaa luovaa, kokeellista ja jopa surrealismia hyödyntävää tarinointia, jonka voisi mieltää tarinoiden värittämiseksi. Sepittelyn asioista ja tilanteista tehdään ikään kuin eläväisiä ja näin ollen niihin voi olla helppo samaistua. Käytän jatkossa fabuloinnista käännöstä sepittely. Toimintana se on yksi todellisuuden luomistavoista. Sepittelyyn liittyykin aina keksimistä ja koostamista. Sen vuoksi sepittely on usein yhdistetty fantasiaan, mutta kerrontamuotona se linkittyy myös dokumenttielokuvagenreen. Hongiston mukaan erityisesti kiinnijääminen fiktion tekemisestä liittyy sepittelyn dokumenttielokuvaan, joka vangitsee hahmonsa kertomassa tarinoita. Kyseessä ei ole passiivinen kuvaustoimi, vaan luovaan kerrontaan liittyvä aktiivinen toimi. Dokumentin havainnointi osallistuu ja muokkaa sepittelyä paljastaen dokumentaristin, kameran ja oikeiden hahmojen välisen produktiivisen pysyvyyden. Tämän ajatuksen mukaan dokumentaarinen sepittely ehdottaa, että tarkkailun selvittely käynnistyy kuvauskokemuksesta. Sepittely ei ole kerrontaa, jossa kohteen elämää vain kuvataan ulkopuolesta näkökulmasta, vaan se korostaa kameralle kuvattujen subjektien itseilmaisullista puolta. (Hongisto 2015, 67.)

Hongisto (2015, 67) huomioi tarinallisuuden hyödyntämisessä myös Bruzzin (Bruzzi 2000, 155, 164) ajatuksen, että elokuvantekijän, tiimin ja kohteiden välinen performatiivinen dialogi luo positiivista huomiota dokumentin autenttisuuden representaation mahdolltomuuksiin. Näin performatiivinen dokumenttielokuva luo uutta rehellisyyttä ja totuutta, jonka mukaan dokumentaarisuus on aina kameralle esittämistä (Hongisto 2015, 67). Videoblogeja analysoitaessa on tosin huomioitava, että tekijä ja tiimi ovat lähes aina sama henkilö ja tällöin dialogissa keskitytään enemmän videobloggaajan ja tämän yleisön väliseen dialogiin. Kaupallinen yhteistyö ja sen sanelemat säännöt voidaan kuitenkin nähdä kuuluvan videobloggaajan tiimiin, mutta toisinaan sitä voi olla vaikea ha-

vaita, koska todennäköisesti kaupallinen tiimi ei ole ollut fyysisesti mukana tekemässä julkaisua. Hongiston (2015–67) mielestä Bruzzi takertuu liikaa autenttisen ja epäautenttisen eroihin nykyhetken tarkoituksessa. Bruzzin mukaan performatiivisen dokumentin katsoja on tietoinen autenttisuuden riippuvaisesta ja konstruoidusta luonteesta, mutta autenttisuuden jännitteestä ei koskaan tule myönteistä tekijää, jonka ansiosta kuvatut henkilöt voisivat erottautua tästä. Hongisto (2015, 68) puolestaan väittää, että juuri vaihdokset toden ja epätoden välillä aiheuttavat subjekteille mahdollisuuden tulla joksikin.

Hongisto (2015) tarkastelee dokumentin sepittelyä vertaamalla modernia ja klassista elokuvaa. Kun moderni elokuva hyödyntää tarinaa, klassinen elokuva luottaa kerrontaan. Näiden isoin ero on oletukset totuudesta ja valheesta. Klassisen elokuvan kerronnassa unet ja vastaavanlaiset kokemukset esitetään selkeästi erilaisilla kerrontatavoilla kuin niin sanottua todellisuutta kuvaavat kohtaukset. Tarinaan luottavassa modernissa elokuvassa eroa ei esitetä näin tarkasti. Dokumenttielokuvan hyödyntäessä sepittelyä kerronnassaan toiminta muuttuu totuuden ja valheen erottelusta niiden välimaaston vangitsemiseksi. Näin tarinankerronnan voima toteutuu henkilön itsen muuntelussa. Valheellisuuden läsnäolo joksikin tulemisen prosessissa saattaa luoda uusia olemisen muotoja ja niiden sopeuttamista tähän maailmaan. Näin dokumentin sepittely kiinnittää huomion kerrontatapoihin ja siihen, miten henkilöitä rajataan ja tutkitaan. Totuuden ja valheen rajamaastoissa liikkuminen ei tee tekijästä fiktiivistä, koska tarinallinen kerrontavaihe on kiinteä osa todellisia olosuhteita. Varsinkin vaikean asian kuvailemisessa tarinallistamisella voidaan luoda uusia olemisen muotoja. (Hongisto 2015, 69.)

Kuten jo aikaisemmin totesin, videoblogissa tekijä ja subjekti on useimmiten sama henkilö, joten videobloggaaja, eli sekä tekijä että subjekti voi itse määrittää tarinoinnin rajat. Sepittelyn rajoja voikin olla vaikea havaita, koska videobloggaaja on todennäköisesti yksin määritellyt ne. Usein videobloggaajat kuvaavat tekemistään ja luovat todellisuusvaikutelmaa tällä vuoropuhelurakenteella, mutta toisinaan videobloggaajat vain kertovat kokemuksestaan. *Vaaleanpunainen elämä* -videossa Veronica kertoo kotona kameralle tullessa Postista ilman pakettia, koska hänellä ei ollut mukana henkilöllisyystodistusta, eikä vieras henkilö suostunut antamaan henkilötodistustaan Veronicalle paketin hakemiseen. Koska tapausta ei ole videoitu, katsoja ei periaatteessa voi tietää, kysyikö Veronica keneltäkään apua saati kävikö hän edes Postissa. Näissä Veronican luotettavuutta kuvaava puhuva pää -kuvaus, looginen kerrontajärjestys ja tuttu tilanne

luovat uskottavuutta, eivätkä todennäköisesti saa katsojaa epäileväiseksi. Kerronnallisessa mielessä Veronican sepitys kuitenkin osuu loogiseen väliin, ja jokainen postipaketti joskus noutanut tietää tilanteessa tarvittavan henkilöllisyystodistusta.

Mieleen jääneet kommentit -videossa Miisa lukee videoihinsa saamia kommentteja ja vastaa tai kommentoi niitä aina seuraavassa kohtauksessa. Kommenttien videolla kommentoiminen on videobloggaajan yksi suorimmista tavoista tuottaa vuorovaikutusta yleisön kanssa. Sillä tavalla videobloggaajalla on myös mahdollisuutta tuottaa vastustusta (Hongisto 2015, 20) hänestä kommenttikentässä luotua todellisuutta kohtaan. Ensiksi Miisa lukee negatiivissävyiset kommentit korostetun naljailevalla äänensävyllä ja lisäksi korostaen kirjoitusvirheitä tai erikoisia kirjoitusasuja. Sen jälkeen kuva leikkaantuu vastausosioon, jossa Miisa jälleen korostetusti naljaillen vastaa kommenttiin. On selvää, että videobloggaajat saavat paljon negatiivissävytteisiä kommentteja, mihin Miisa videossa viittaakin. Naljailevalla ja ironisella otteella videobloggaaja pääsee kertomaan mielipiteensä olematta kuitenkaan suoranaisesti ilkeä. Tämä näkyy kontrastina positiivisiin kehumisviesteihin, joihin Miisa vastaa iloisesti kiitellen ja lentosuukkoja lähettellen. Näin tarinoinnin voima toteutuu Hongiston (2015, 69) näkökulmaa mukailleen subjektin itsen muuntelussa.

Videoblogien kerrontatyylillä vihjaa toisaalta myös siihen, että ne olisivat lähes täysin sepitelyjä. Koska autenttisuuden odote on kuitenkin olennaista Youtube-kerronnassa, sepittelyn paljastaminen voi jopa olla videobloggaajan tapa tuottaa autenttisuutta. Tarinallisuuden ja todellisuuden rajapinnan korostaminen näkyy tahattomien ja todennäköisesti vahingossa eli tässä tapauksessa oikeasti kuvaustilanteissa tapahtuneiden tarinallisten keskeytysten tai kömmähdysten korostamisena ja jättämisenä videoon. Näin ollen esimerkiksi artikulaatiovirheitä ei leikata pois, vaan kohtauksesta toiseen siirtymisen vauhtia kiihdytetään, saatetaan käyttää zoomia ja videobloggaaja yrittää artikuloida sanan uudestaan ja erityisen selkeästi. Korostamalla videobloggaaja luo positiivista huomiota autenttisuuden representaation periaatteelliseen mahdottomuuteen ja luo samalla uudenlaista todellisuutta (Bruzzi 2000, 155, 164; Hongisto 2015, 67). Tällaisissa tapauksissa katsoja pääsee ikään kuin näkemään vilahduksen aitoudesta.

Koska kaupallisen yhteistyön myötä videobloggaajalla voi olla julkaisujensa taustalla tarinaan vaikuttava tiimi, on syytä tarkastella myös yhteistyössä tehtyjä julkaisuja. Kaupallinen yhteistyö tarkoittaa yleensä, että videobloggaajan tulisi liittää esimerkiksi tuote tai yritys joko sellaisenaan tai tarinan muodossa julkaisuun. Tällaisiin julkaisuihin saat-

taakin sisältyä sepittelyä, koska videobloggaajan on täytynyt ikään kuin lisätä yhteistyökuvio omaan tarinaansa. Aineistoni videobloggaajista Soikku tekee eniten kaupallista yhteistyötä tai ainakin ilmaisee sen läpinäkyvästi. Jo aivan *Järkkäsin brunssin* -videon alussa Soikku kertoo sen olevan tehty yhteistyössä Nordean kanssa. Tarkoituksena on, että Soikku testaa miten hän voi elää ilman pankkipalveluja eli pelkällä käteisellä.

Konkreettisen tuotteen liittäminen videojulkaisuun voisi olla tekijälle yksinkertaisempaa, mutta poimin videosta lähempään tarkasteluun hetket, jolloin Soikku liittyy kerrontaan Nordean pelkällä käteisellä elämiseen liittyvän haasteen. Ensimmäinen liitos tapahtuu, kun Soikku aikoo tarjoilla pöytään appelsiinimehua, mutta huomaakin sen olevan aivan lopussa. Hän ei voi lähteä ostamaan sitä, koska on jo käyttänyt kaikki haasteen mukaiset käteiset, joten soittaa kaverilleen ja pyytää tätä tuomaan mehua. Sekä kaverille soitto että hänen saapumisensa mehun kanssa, ja mehun kaataminen lasiin näytetään videolla. Toisessa kohtauksessa Soikku huomaa hunajan olevan loppu ja päättää mennä ”vanhaan tyyliin” lainaamaan sitä naapurista, mikä kuvataan kolmannelta persoonasta näyttämättä kuitenkaan naapuria. Nordean haasteen myötä Soikun videoon tulleet hankalat tilanteet ovat selkeästi sepittelyä, sillä hän olisi varmasti pärjännyt ilman hunajaa ja appelsiinimehun olisi mahdollisesti voinut korvata toisella mehulla, jota Soikulla näyttää eräässä kohtauksessa olevan jääkaapissaan. Nordean myötä videoon tulevat elementit ovat selkeästi tuotettua sisältöä, mutta Hongiston tulkinnan mukaisesti totuuden ja valheen rajamaastossa liikkumista ei kuitenkaan tee videon sisällöstä fiktiivistä, koska Nordean haaste on luotu kiinteäksi osaksi tarinaa eli periaatteessa Soikun todellisuutta. Näin ollen Nordean ja Soikun yhteistyövideo enemmänkin tuottaa uudenlaista totuutta.

4.4 Affektiivinen autenttisuus

Sepittely linkittyy monissa tilanteissa tunnereaktioihin. Seuraavaksi paneudun tarkemmin tulkintaan, jonka mukaan dokumentit jäsentävät todellisuutta affektin keinoin. Hongisto (2015, 101) lähtee liikkeelle dokumentin vaikuttavuuden mittaamisen keinoista ja esittää Linda Williamsin esseen väittämän, että esimerkiksi pornon, kauhun tai melodraaman seuraaminen aiheuttaa katsojassa ruumiillisia tuntemuksia. Hongisto kuitenkin painottaa, että miimiset tuntemukset eivät ole ruudulla representoidun tunteen toistamista, vaan ne ovat kietoutuneita kulttuurisiin ja historiallisiin valtasuhteisiin, jotka

liittyvät kokemusten muodostamiseen. Hongisto huomioikin erityisesti Vivian Sobchackin ajatuksen, että dokumenttielokuva on enemmänkin kokemus kuin asia. Sobchackin mukaan kokemuksen ei tarvitse liittyä diskursiivisiin muotoihin, vaan se tapahtuu tietoisuuden eri tasoilla, joihin katsoja samaistuu. Katsoja tulee osaksi dokumentin henkilöä, mikä johtaa todentuntuiseen kokemukseen. Tämän fenomenologisen ajattelun mukaan kokemuksellisuus ei vähennä katsomiskokemuksen subjektiivisuutta, vaan vahvistaa moniaistillista kokemusta. (Hongisto 2015, 101–103).

Miten videobloggaajan näyttämien tai esittämien tunnereaktioiden autenttisuuden tuntu sitten syntyy? Hongisto (2015, 107) lähestyy tunnetilojen tarkastelua kuvarajan kautta ja huomioi erityisesti lähikuvan ja puhuvan pään käytön. Lähikuvattu puhuva pää on ollut videoblogien ominaispiirre jo ensimmäisten tunnustuksellisten nettikameravideoiden aikaan ja se on edelleen yksi tyypillisimmistä videoblogien kerrontatavoista (Talvitie-Lamberg 2014, 123). Jokainen aineistoni videoblogijulkaisu sisältää jossain vaiheessa kerrontaa lähikuvatun tai vähintään puolilähikuvatun puhuvan pään käyttämistä. Lähes kaikki aineistoni videot alkavat ja päättyvät tällä rakenteella. Yleisesti puhuvan pään oletetaan olevan objektiivinen kertoja. Hongiston (2015, 107) mukaan puhuvan pään kohdalla kuvaraja toimii yksinkertaisena puhujan verbalisoimien kokemusten mediaattorina. Nykymediassa puhuvasta päästä onkin tullut kokonaisvaltainen totuuden hetken tunnistin ja se ilmenee erityisesti juuri tunnustuksellisissa nettivideoissa. Katsojalle luotu yhteys luo tunteen, että katsoja todistaa jotakin merkityksellistä. (Hongisto 2015, 107; Talvitie-Lamberg 2014, 123–125). Hongisto kuitenkin esittelee tutkimuksensa Jayce Salloumin kokeellista työtä, joka haastaa käsityksen edellä esitetyn rakenteen autenttisuudesta. Salloum näkee tunnustuksellisen rajauksen tunnistettavan tunnustushetken ja affektihetken risteyksenä. Tämä herättää kysymyksiä tunnustuksellisen rajauksen mediaatiokyvystä ja sen affektiivisesta kapasiteetista. Salloumin työ sekoittaa katsojan odotukset puhuvan pään tunnustuksista ja ottaa näin kantaa tunnustuksellisten hetkien tunnistettavuuteen. (Hongisto 2015, 107, 110–111.)

Seuraavalla esimerkillä kiinnitän huomion juuri puhuvan pään tunnustuksellisen hetken rikkoutumiseen, koska se tarjoaa mahdollisuuden tarkastella autenttisuutta lähemmin. Aineistoni videobloggaajista Veronica on todennäköisesti tehnyt selkeän rajanvedon, että hän ei näytä poikaystävänsä videoissaan. Poikaystävä on kuitenkin läsnä useammassa videoissa, eikä se jää katsojalta huomaamatta. *Ahistaa ja pelottaa* -videon alussa Veronica toivottaa suoraan katsojalle hyvät huomenet ja alkaa kuivata hiuksiaan puoli-

lähikuvassa. Sen jälkeen tapahtuu kuvan leikkaus ja katsoja näkee Veronican puhuvan viereensä ja ilmoittavan, ettei toinen voi tulla vessaan. Sen jälkeen katsoja kuulee miesäänen. Puhuessaan miehelle Veronica myös vilkaisee nopeasti suoraan kameraan korostaen tällä katsojan läsnäoloa tilanteessa. Tässä on kuitenkin hyvä muistaa, että rajaaminenkin on aina performatiivinen toimi, sillä yhtä hyvin Veronica olisi voinut leikata kohtauksen kokonaan pois.

Edellä kuvatun tapainen toinen kuvarajan ylitys tapahtuu videossa *Vaaleanpunainen elämä*, kun Veronica istuu autossa ja puhuu lähikuvassa innoissaan pian kohtaamastaan poikaystävänsä vanhempien koirasta. Katsoja tietää poikaystävän läsnäolon, koska Veronica mainitsee sen ja jonkun on myös ajettava autoa. Katsojan huomio kiinnittyy kuitenkin taas vasta kuvarajan ylitykseen, kun poikaystävä keskeyttää Veronican puheen ja tämä ryhtyy jälleen puhumaan sivuun poikaystäväilleen, mutta vilkuilee välillä myös katsojaa. Poikaystävä jää jälleen juuri kuvarajan ulkopuolelle. Tämä rakenne tuottaa katsojalle tunteen, että hän seuraa sivusta autenttista tilannetta ja sen todentuntu perustuu nimenomaan rajaukseen, jolla todellinen hahmo jätetään kuvan ulkopuolelle. *Ens kerralla suomalaisia* -videon alussa Veronica puhuu kameralle toisesta näkökulmasta, kun taustalta, kuvarajan ulkopuolelta kuuluu yskimistä. Tällaisen taustalta tulevan äänen voisi väittää toimivan yleisölle todellisuusefektinä ja Veronica vielä alleviivaa sitä toteamalla, että kuulostaa kuin hänen miehensä kuolisi taustalla.

Hongiston (2015, 112–114) näkökulmasta edellä esittelemäni kuvarajaukset ovat affektihetkiä, jotka siirtävät huomion varsinaisesta tunnustuksellisesta hetkestä tässä kohtaa kahden hahmon väliseen dynamiikkaan. Affektihetkissä katsoja seuraa tapahtumaa, jossa jotain uutta tai aiemmasta poikkeavaa nousee esiin. Se ei välttämättä haasta tai heikennä videon aiempien tapahtumien vaikutusta, mutta sitä ei kuitenkaan voida koodata samaan rakenteeseen sellaisenaan. (Hongisto 2015, 112–114.) Vain *Ens kerralla suomalaisia* -videossa on lyhyt hetki, kun kamera kuvaa kolmannesta näkökulmasta Veronican ja hänen poikaystävänsä kokkailuhetkeä ja poikaystävä näkyy vähän kuvassa, mutta tällöinkin takaapäin ja suurimmaksi osaksi kuvarajan ulkopuolella.

Videobloggaajien kuvatessa itseään ja kertoessaan tekemisistään tai tuntemuksistaan yleisin kuvaustapa on toisesta näkökulmasta esitetty puhuva pää, joka katsoo suoraan kameraan. Talvitie-Lambergin (2014, 124–126) tutkimuksessa selvisi, että tämän visuaalisen rehellisyyden osoituksen lisäksi videobloggaajat tuottavat näin katsojaan yhteyttä ja houkuttelevat heitä katsomaan myös puhuttelemalla. Aineistoni videobloggaajat

tuottavat samanlaista yhteyttä sekä visuaalisilla että retorisilla keinoilla, kun he puhuvat katsojalle jatkuvasti *sinä-*, *me-*, ja *te-*muodoissa. Lisäksi Talvitie-Lambergin (2014, 126) tutkimuksessa selviää, että kun videobloggaaja ilmoittaa kertovansa totuuden, kuvaa hän itseään lähikuvasta ja puhuu suoraan kameralle.

Myös aineistoni videobloggaajat valitsevat tämän näkökulman puhuessaan innoissaan tai vakavasti tunteistaan, mutta näissä tilanteissa aineistoni julkaisuissa näkyy toinen kuvarajallinen ilmiö kuin suoraan ja läheltä puhuminen. Niissä kohtauksissa, kun videobloggaaja näyttää selkeästi tunteita, ilman että niissä on videoblogeille ominaista performatiivista ylilyöntiä, videobloggaajan katse siirtyy katsojasta kuvarajan ulkopuolelle. Selkeimmin tämä näkyy Veronican videossa *Ahistaa ja pelottaa*, kun hän kuvaa lähikuvassa ja kertoo tulevan matkan viimein konkretisoituvan hänen mielessään. Siihen pisteeseen asti hän on ollut suorastaan yli-innostunut ja puhunut suoraan katsojalle, mutta nyt katsoo lähikuvasta huolimatta koko ajan joko vähän kameran yli tai selkeästi ohi. Kohtauksessa on yksi tiukka leikkaus, jonka jälkeen Veronica vielä peittää silmät kädellään ja jatkaa stressaamista. Juuri kun hän on katsomassa kameraan, seuraa kuvan leikkaus ja seuraavassa kuvassa hän taas jo katsoo ohi. Katse siirtyy takaisin suoraan katsojaan, kun Veronica ryhtyy puhumaan asiasta humoristiseen sävyyn. Sama näkyy myös Miisan videossa *Summer bucketlist fail*, kun hänen pitäisi alkaa juoda kuvottavalta näyttävää pirtelöä. Miisan yrittäessä haistaa ja maistaa juomaa, hän kokee silminnähtävää kuvotusta juomaa kohtaan. Hän mainitsee puistatuksen kovaan ääneen, hieman kakoo ja panee käden suunsa eteen. Kaikissa näissä kohtauksissa hän pitää katseen aina sivussa, vaikka muuten hän on puhunut koko videon ajan suoraan katsojalle. Nämä esimerkit, myös Miisan ylidramaattinen käytös lukeutuvat Hongiston mainitsemiin affektitietkiin (Hongisto 2015, 113–114).

Edellä mainituissa esimerkeissä keskityin stabiiliksi määriteltävään kuvattuun puhuvaan päähän, mutta seuraavaksi tarkastelen kuvarajan vaikutusta liikkeiden synnyttämiin tuntemuksiin. Hongiston mukaan (2015, 121) kuvattavan kohteen liikkeen ja paikallaan olemisen vaihtelu ja leikittely luovat tunteen dynaamisuudesta ja hypnoottisesta levottomuudesta. Vaikka luotu liike tapahtuu suhteessa kuvattavien kohteiden liikkumattomuuteen ja liikkeeseen, se ei itsessään ole näkyvää. Liikkeen ja liikkumattomuuden vaihtelu audiovisuaalisena muotona luo tunteen liikkeestä. Liikkeellä ja liikkumattomuudella leikittely tuplaa tunnevaikutelman ja luo niille ylimääräisen laajuuden. Tässä ei kuitenkaan ole kyse individuaatiosta eli itseksi tulemisen prosessista, vaan vääjäämät-

tömän muutoksen tietynlaisesta rajaamisesta. Esimerkissään Hongisto luokittelee yksityisissä kodeissa kuvatut otokset hetkiksi, joissa liikkeen ja liikkumattomuuden voima ilmaistaan sisäisenä. Hongiston esimerkkielokuvan kodeissa kuvatuissa kohtauksissa kamera seuraa kuvauskohteiden arkisia askareita, mutta heidän toimintansa on itsessään yliampuvaa ja erottuu toiminnan todellisesta lopputuloksesta. Tämä luo silti väliaikaisen kokemuksen hahmojen tunnetiloista. Tässä lopputuloksessa nimenomaan rajauksella on suuri merkitys. Kuvaraja säännöstelee kuvattavan henkilön ja sen ympäristön välistä suhdetta ja vaikuttaa siihen, miten katsoja kokee sen. Kuvattavan henkilön ja häntä ympäröivän tilan välinen liike on täten olennaista huomioida. Lisäksi pitää muistaa, että kuvarajan ääriviivat ovat sen liikkeen säännöstelijöitä. Tila asettaa rajoja, mutta kuvattava henkilö voi haastaa ja liikkua rajojen ulkopuolelle. (Hongisto 2015, 121–123.)

”*My day*” -videoiden on tarkoitus kuvastaa videobloggaajan päivän kulkua, joten on odotettavaa, että niiden autenttisuuden vaikutelman saavuttaakseen videoihin on saatava ajankulun ja myös liikkeen tuntua. Veronican ”*my day*” -rakenteella tehty video *Enskeralla suomalaisia* alkaa stabiililla lähikuvalla, jossa Veronica on kylpypyyhe päässään, ilman meikkiä ja mainitsee, että on aikainen aamu. Aluksi hän kertoo kiireisen aamupäivän kulusta ja ryhtyy sen jälkeen kuvaamaan sitä. Kotona kuvatuissa osioissa ajankulu syntyy jatkuvasti vaihtuvilla kuvakulmilla ja nopeilla leikkauksilla. Nopea leikkaus onkin yleinen tekninen tapa kuljettaa tarinaa ja sillä on mahdollista korostaa videoblogeille ominaista viihdearvoa. Jatkuvan muutoksen myötä kertomus ei myöskään ehdi muuttua tylsäksi (Bruzzi 2000, 85).

Sisätilasta ulkotilaan siirtymisen Veronica kuvaa liikkeellä, kuvaamalla ensimmäisestä näkökulmasta jalkojaan kävellessään ulkona. Myöhästymisen Veronica kuvaa puolestaan pysähtyneellä käsivarakuvalla. Sisätilaan eli tässä lääkäriin siirtymisessä fyysinen liike loppuu, mutta jälleen kuvakulmat vaihtelevat ja ne leikataan nopeasti. Kotiinpaluuosiossa Veronica kuvaa jälleen liikettä, kun hän mahdollisesti kävelee kotia kohti. Ennen sisätilaan siirtymistä hän kuitenkin pysähtyy kuvassa pidemmäksi aikaa. Onko hän mahdollisesti saapunut juuri kotiovelle eli lähelle sisätilakuvauksen mallia? Kotona kuvaus muuttuu stabiilimmaksi, mutta Veronica määrittelee taas ajan, milloin hänen pitää olla seuraavassa paikassa. Veronica kertoo alkavansa laittaa ruokaa ja katsoja näkee taustasta hänen siirtyvän keittiöön. Kesken kokkauksen syntyy dramatiikkaa, kun Veronica kohtaa ampiaisen. Se kuvataan melko rajulla zoomauksella. Kolmannesta näkökulmasta kuvatussa kohtauksessa Veronica häätää ampiaisen ulos ikkunasta, juuri

kuvarajan ulkopuolelle. Veronica ilmaisee kiireen ja tekee nopeita leikkauksia ja vaihtuvia kuvakulmia, vaikka muuten kuvauskohteet ovat stabiileja. Ulos siirtymisen ja seuraavaan paikkaan siirtymisen hän esittää kuvaamalla maisemia liikkuvan raitiovaunun ikkunasta ja kävelemällä. Aivan videon lopussa Veronica pesee kasvojaan ja kuva muuttuu hiljalleen mustaksi kiitostekstin kera. Hongiston mukaan liikevoiman todellisuusefekti syntyy juuri tällaisella audiovisuaalisin keinoin tuotetulla liikkeen ja liikkumattomuuden vaihtelulla. Tapahtumien varsinaista lopputulosta, kuten esimerkiksi lääkäriä rokottamassa Veronicaa ei tarvitse kuvata, vaan katsoja saa sen käsityksen myös lääkäriasemalla kuvattujen kohtauksien liikkeenvaihteluista (Hongisto 2015, 121.)

Kuvan ja rajauksen välisen liikkeen lisäksi on olennaista tarkastella lähemmin myös kuvauskohteen liikkumista. Tällöin huomio kiinnittyy erityisesti yliampuvalla tavalla toimivien subjektien rajaukseen, koska rajausta säätelee subjektien ja ympäristön välistä suhdetta ja vaikuttaa siihen, miten suhteellisuus koetaan (Hongisto 2015, 123). Kuten olen jo aikaisemmin maininnut, iso osa videoblogien kerronnasta koostuu suhteellisen tiukasti rajatusta puhuvasta päästä. Tällöin videobloggaajien tunneilmaisut tapahtuvat kuin valvovan silmän tiukassa tarkkailussa, jonka videobloggaaja on toki itse rakentanut. Aineistoni videobloggaajien ylikorostuneimmat affektihetket johtavat toistuvasti siihen, että videobloggaaja poistuu kuvasta. Kun ylitse kuohuva kuohuviinipullo yllättää Veronican *Naiset osaa* -videossa, hän säntää välittömästi pois kuvasta. Tästä ei kuitenkaan seuraa leikkausta, vaan katsoja näkee Veronican sotkuisen olohuoneen ja kuulee, kun hän jossain rajan ulkopuolella voitottelee tilannetta. Muutamassa kohtauksessa *Summer Bucketlist failissä* Miisa puolestaan ilmaisee vahvan verbaalisesti kuinka ällöttävältä hänen pirtelönsä haisee ja juoksee pois kuvasta. Valittelu jatkuu kauan ja myös lopullisen maistamisen jälkeen hän näyttää melkein oksentavan ja juoksee pois kuvasta. Katsoja näkee vain keittiön, mutta kuulee taustalta Miisan valittelua.

Kuvasta poistuminen ikään kuin tuplaa mahtipontisten tunnereaktioiden efektin, ja ne myös jatkuvat vielä kuvarajan ulkopuolella. Videobloggaaja kertojana muuttuu voice-overiksi, joka täydentää kerrontaa sekä ylläpitää representaation ja tilanteen dialektista suhdetta, vaikka varsinainen kertoja onkin poistunut kuvasta (Bruzzi 2000, 10). Veronican *Naiset osaa* -videossa on luonnollisesti myös käytännöllisyyteen liittyvä syy, miksi hän poistuu kuvasta, mutta olennaisempaa onkin, että hän editoi päälle jätetyn kameran kuvaaman kuvan ja sen taustäänänen mukaan julkaisuun. Kuvarajan ulkopuolelle astuminen mahdollistaa videobloggareille tunteiden ilmaisemisen, ilman että heidän

täytyy näyttää niitä visuaalisesti katsojalle. Katsoja pääsee kuitenkin tilanteeseen mukaan ääninauhan ja poistumisesta aiheutuneen tunne-efektin ansiosta.

Kuvarajanäkökulma soveltuu myös videoblogijulkaisujen mise-en-scènes tarkasteluun, koska sen avulla voi osoittaa, mitä videobloggaaja haluaa näyttämöstään paljastaa. Videoblogien estetiikkaa kuvastaa aikaisemmin manitsemani medioitu makuuhuonekulttuuri (Burges & Green 2009, 26). Makuuhuoneessa kuvattu julkaisu onkin jo ikoninen videoblogikuvaustapa ja se linkittyy autenttisenä pidettyyn minäkerrontaan (Talvitie-Lamberg 2014, 143). Aineistoni videoblogit toki osoittavat, että videoblogien alkuajoille tyypillinen makuuhuonekuvaus on monipuolistunut. Kaikki aineistoni videobloggaajat kuvaavat jonkin verran myös ulkona, mutta varsinkin Miisan ja Soikun julkaisut painottuvat juuri kotiin eli yksityiseen tilaan. Henkilökohtaisen nähdään kuvastavan autenttista ja oman kodin näyttämisen kuuluu erittäin henkilökohtaiseen piiriin. Yleisesti koti mielletäänkin yksilön mukavuusalueeksi ja persoonallisuuden näyttämöksi (Paasonen 2002, 95).

Oman tilan näyttämistä ei voi pitää suorana tavallisen elämän representoimista, koska siihen liittyy valikoimista. (Talvitie-Lamberg 2014, 145–147.) Myös Paasonen kiinnittää samaan huomiota tarkastellessaan kotisivuja, joiden itsenrepresentaation hän rinnastaa 1800-luvun porvarien tapaan esitellä kotejaan ja sitä kautta itsejään vierailijoille. Kodista esitetään vieraille tiettyjä alueita, mutta toisia on mahdollista pitää piilossa. (Paasonen 2002, 97.) Aineistoni videoblogeissa valikoiminen tulee suoraan esille Soikun videossa *Back to School*, jossa hän pahoittelee, ettei ole kiireen vuoksi ehtinyt laittaa taustaa kuntoon ja sen vuoksi sen valaistus on palanut puhki. Ulkona kuvattuja kohtauksia leimaa enemmän tunnistamattomuus. Veronica kuvaa toisinaan metrossa tai raitiovaunussa, jolloin katsoja tietää hänen olevan Helsingissä. Yleensä ulkokuvauksissa kuitenkin näkyy vain esimerkiksi taloja, puita tai taivasta, jolloin tausta ei juurikaan luo merkityksiä muusta kuin korkeintaan vuodenajasta. Jos videobloggaaja haluaa ulkona tai julkisessa tilassa tehdä taustasta tai ympäristöstä merkityksen, hän yleensä mainitsee ja vielä kuvaamalla osoittaa, missä hän on, kuten Miisa Radiokirppiksellä videossa *Te-hokasta/my day* tai Veronica ollessaan Itäkeskuksessa ja ravintolassa videossa *Ahistaa ja pelottaa*.

Videoblogijulkaisujen näyttämön esteettisten valintojen luomaa todellisuusefektiä edustaa tavanomaisen, ei liian siistin kodin käyttäminen näyttämönä, minkä myös Talvitie-Lamberg huomioi väitöskirjassaan (2014, 145). Aineistoni videobloggaajat kuvaavat

itseään harvemmin tiukassa lähikuvassa, vaan suosivat enemmän puolilähikuvaa, jolloin katsojan on mahdollista nähdä taustan yksityiskohtia. Soikulla ja Miisalla voi väittää olevan vakiintuneita kuvauspaikkoja. Soikku kuvaa usein rautasohvalla, jonka takana näkyvät kelta-valkoiset verhot. Miisan videoissa taustana on yleensä eteinen tai keittiö.

Veronica harrastaa muita enemmän tiukempaa lähikuvausta, jolloin tausta ei ole aivan selvä, mutta hänelläkin on melko vakiintunut kuvauspaikka olohuoneessa, mutta hän kuvaa usein myös kylpyhuoneessa. Sen sijaan hän kuitenkin kuvaa kotiaan ja tekemisistään muita enemmän ensimmäisen tai kolmannen persoonan näkökulmasta, jolloin yksityiskohdat pääsevät suureen huomioon. Kaikkien näiden ympäristöjen voisi sanoa kuvastavan tavallisia nuorten ihmisten koteja, joissa ei ole design-huonekaluja tai muutenkaan tyyliä ei ole kopioitu sisustuslehtien sivuilta. Huomio kiinnittyy kuitenkin erityisesti kodintuntua herättäviin yksityiskohtiin. Miisan kuvatessa keittiössä, kuten videoissa *Mieleen jääneet kommentit*, *Summer bucketlist fail* ja *Tehokasta/my day* tausta on siisti, mutta esimerkiksi keittiöpyyhe on rytystä uuniin kahvassa tai keittiön kaapinovi on raollaan. Eteisen ollessa taustalla väliovi puolestaan on usein vähän auki, kuten videossa *Vain isovanhemmat jutut*. Veronica näyttää yleisölle muita enemmän sekaisin olevaa kotia ja myös esittelee sitä, kuten videossa *Oksennusvaroitus*, jossa hän esittelee tiskejä ja pöydälle astiaan homehtunutta ruokaa. Tiskit esitellään myös videossa *Ens kerralla suomalaisia*. Videossa *Naiset osaa* Veronican poistuessa kuvasta katsoja pääsee hetkeksi tirkistelemään Veronican olohuonetta, jossa sohvalla on tyynyjä ja mahdollisesti vilttejä sikin sokin ja sohvapöydällä on tavaroita epäsymmetrisessä järjestyksessä. Kodin rumien ja sotkuisten yksityiskohtien huomioimista voidaan perustella Barthesin (1974) tulkinnalla, että rumuus itsessään on jo ”realistisempaa”, koska se on vapaampaa koodeista ja näin ollen se luo illuusion tekstin eli tässä videon ja todellisuuden välisestä vuoropuhelusta (Barthes 1974, 59).

Rajauksen vaikutus yksityiskohtiin näkyy erityisesti videobloggaajan tehdessä kaupallista yhteistyötä. *Iltarutiinit*-videon alussa Soikku kertoo julkaisun sisällöstä ja sanoo sen olevan tehty yhteistyössä Lidlin ja Cien-kosmetiikkamerkin kanssa. Alku on siitä poikkeuksellinen, että tällaista infopakettia kuvatessaan Soikku käyttää taustana valkoista seinää ja lähikuvaa, jolloin yleisön huomio ei voi kiinnittyä muuhun kuin Soikkuun ja hänen puheeseensa. Kylpyhuoneessa Soikku esittelee jokaisen kosmetiikkatuotteen kuvaamalla niitä ensimmäisestä näkökulmasta, mutta lisäksi tuotteet ovat valmiina lavuaarin reunalla, kun Soikku alkaa suorittaa iltarutiiniaan. Tuotteet näkyvät katsojalle

tiukasti rajatusta kolmannesta näkökulmasta, kun Soikku selkeästi käyttää tuotteita molemmiin käsiin, eli joku toinen henkilö on kuvannut tilanteen läheltä. Barthesin teoriaa mukaillen tuotteista voi nähdä syntyvän todellisuusefekti, että Soikku todella käyttää kyseisiä tuotteita, kun ne ovat epäsymmetrisessä järjestyksessä hänen lavuaarillaan. Kriittisesti ajatellen todellisuusefekti kuitenkin rikkoutuu, koska myös Soikun omien sanojensa mukaan päivällä käyttämät meikit ovat lavuaarin reunalla, mutta todennäköisesti vain siksi, että hän esittelee ne pian yksityiskohtaisesti.

Mielenkiintoinen ristiriita barthesilaiseen todellisuusefektiin syntyy Miisan videossa *Vain isovanhemmat jutut*, jossa videossa näkyy jatkuvasti eteisen tai olohuoneen seinällä oleva kello. Kello käy ja katsoja näkee siitä ajan, ja sen voi sanoa toimivan katsojalle todellisuusefektin merkkinä. *Vain isovanhemmat jutut* -videossa kello ei kuljekaakaan kronologisesti. Kellostä pystyy päättämään, että Miisa on ensiksi kuvannut julkaisun osiot, joissa hän kuvailee isovanhempien toimintaa ja vasta sen jälkeen kuvannut osiot, joissa hän esittää tätä toimintaa, vaikka videon kerronnassa nämä tapahtuvat vuorotellen. Näin kello rikkoo esineen varsinaista todenvastaavuutta. Vaikka kello edelleen signifioi todellisuutta, on se todellisuus kuitenkin erilainen kuin se, johon kello merkityksettömänä yksityiskohtana viittaa (Hagman 2013, 19).

Hongiston kuvarajatulkintaa soveltamalla videoblogeista pystyy tarkastelemaan rajauksen vaikutusta autenttisuuden rakentumiseen. Vaikka sepittelyn tarkastelu videoblogeissa on hankalaa, yksi mahdollinen esimerkki ovat tilanteet, joissa videobloggaaja tilanteen kuvaamisen sijaan vain kertoo tapahtumista. Sepittelystä saa autenttisen vaikutelman, jos kohtausta on rakennettu noudattamaan loogista järjestystä, tilanne on tunnistettava ja videobloggaaja käyttää luotettavuutta lisäävää lähikuvaa ja puhuu suoraan kameralle. Tarinallisuuden lisäksi rajausta vaikuttaa erityisesti tunnehetkien autenttisuuteen. Videobloggaajan ilmaistessa vahvoja tunteita hän katsoo aina hieman kameran ohi tai ylitse, jolloin aitous syntyy ikään kuin kuvarajan ylityksessä. Tunnustuksellisia hetkiä muistuttavat puhuva pää -hetket puolestaan rikkoutuvat, kun videobloggaaja rajaa toisen, tilanteeseen puheellaan osallistuvan henkilön kuvarajan ulkopuolelle. Tällöin tilanne rikkoutuu ja huomio kiinnittyykin kahden hahmon väliseen dynamiikkaan, mikä puolestaan voi lisätä tilanteen todellisuusefektia. Niin kameran kuin kuvaskohteen liikkeen rajaaminen vaikuttaa myös autenttisuuden vaikutelman rakentumiseen. ”*My day*” -tyylisten, päivän kulkua kuvaavien julkaisujen ajankulu ja tapahtumien eteneminen osoitetaan liikkuvan ja stabiilin kameran vaihtelulla. Videobloggaajan poistuminen ku-

vasta puolestaan tapahtuu vain kuvatessa yllättäviä tilanteita ja suuria tunteita, jolloin videobloggaaja ikään kuin lisää tunnereaktion vaikuttavuutta poistumalla kuvasta. Kuvarajan vaikutus näkyy myös lavastuksen kohdalla, sillä videobloggaajat pyrkivät jättämään kuviin esimerkiksi sotkuisuutta ja epäjärjestystä, ja toisinaan he myös kuvaavat suoraan näitä lavastuksen ominaisuuksia. Näin he luovat lavastuksen epäkohtien kuvaan sisällyttävällä vaikutelmaa tavanomaisuudestaan.

5. Lopuksi

Niin *Suuri blogitutkimus 2014* -tutkimuksen, tuoreimpien *Blogibarometri*en kuin yleisen käsityksenkin mukaan videoblogien suosio on kasvanut viime vuosina. Eikä suosio näytä olevan hiipumassa, vaan päinvastoin. Videoblogiaiheeseen tarttuessani huomioni kiinnittyi useissa lähteissä törmäämäni ajatukseen videoblogien autenttisuudesta, ja siksi ryhdyin tutkielmassani selvittämään, millä tavoin videoblogeissa rakennetaan aitouden vaikutelmaa. Tarkastelin tätä kahdesta näkökulmasta: miten vaikutelma syntyy esityksen ja miten kerronnan keinoin.

Ensimmäisessä analyysiluvussani tutkin autenttisuuden vaikutelman rakentumista esityksen keinoin. Erving Goffmanin (1971) teoriaan nojautuvan analyysini perusteella videobloggaajien esityksissä on havaittavissa lähes kaikkia uskottavuuteen tähtäävän performanssin tunnusmerkkejä. Henkilökohtaisella ja sosiaalisella julkisivulla aineistoni videobloggaajat luovat kuvan itsestään rentoina, tavanomaisia, epätäydellisinä ja avoimina. Näitä käsityksiä he ylläpitävät aitouden vaikutelmaa hallitsevilla toimilla, kuten viestiä vahvistavalla dramatisoinnilla, ilmaisia sääntelyllä editoinnin avulla, sekä vähättelemällä julkisuusasemaa salaperäistämisen keinoin. Ainoa goffmanilainen autenttisuuden ylläpitämistapa, jota aineistossani ei ilmennyt, oli esityksen idealisointi eli ihannekuvan performointi. Tämä olisi voinut soveltua tekstipohjaisiin lifestyle-blogeihin, joissa harrastetaan kiiltokuvamaista kerrontaa, mutta videoblogeissa juhlalliset elementit pyritään karistamaan esimerkiksi vähättelemällä, koska videobloggaajat pyrkivät luomaan itsestään kuvan ”tavallisina” ihmisinä.

Myös puhetapa ja puheenaihe ovat videobloggaajien keinoja luoda autenttisuutta.

Goffmanin teorian mukaan esiintyjä toimii eri tavoin esiintyessään yleisölle kuin ollessaan yleisön tavoittamattomassa olevassa vapaamuotoisemmassa tilassa. Videobloggaajat kuitenkin hyödyntävät esityksissään nimenomaan näitä vapaamuotoisemman tilan ominaisia käytöstapoja. Rennolla olemuksella, yksityisen tiedon paljastamisella ja tuttavallisella *me*-muodolla videobloggaajat luovat yleisölle käsityksen, että yleisö kuuluu samaan porukkaan videobloggaajan kanssa.

Vaikka en päässyt tarkastelemaan videoblogijulkaisujen autenttisuuden vaikutelmaa rakentavia ominaisuuksia erottelevaa Olka Helmisen (2015) pro gradu -työtä tiivistelmää enempiä, sen perusteella voin kuitenkin todeta hänen päätyneen esittämisen suhteen

hyvin samanlaisiin päätelmiin kuin minä. Helmisenkin tutkimustuloksissa nousivat esiin muun muassa luonnollisuus, arkisuus, epätäydellisyys ja nöyryys.

Stella Bruzzin näkökulma performatiivisesta dokumenttielokuvasta hyödytti tutkielmasani videoblogijulkaisujen autenttisuuden avaamista. Videoblogeissa ilmenee dokumenttielokuvan puolella yleisesti epäautenttisenä pidettyjä ominaisuuksia, mutta performatiivisesta näkökulmasta dokumenttielokuva rakentuu nimenomaan esityksessä, jolloin todellisuuskkin tapahtuu kuvausprosessissa. Tämän vuoksi esimerkiksi suoraan kameralle puhuminen, peilin kautta kuvaaminen ja kuvausvälineiden näkyminen videoblogijulkaisuissa ovat tapoja tuottaa aitoutta.

Hongiston näkemys kuvarajan ja affektin suhteesta loivat analyysissäni pääsyn yksityiskohtaiseen rajaamisen ja leikkaamisen vaikutuksen tarkasteluun, jollaiseen en törmännyt muissa videoblogien autenttisuutta tarkastelevissa tutkimuksissa. Kuvarajanäkökulmalla huomio keskittyi erityisesti siihen, mitä rajattiin, miten rajattiin ja mitä jäi rajauksen toiselle puolen.

Rajaamalla tärkeän, yleensä tavalla tai toisella videoon osallistuvan henkilön videon ulkopuolelle, videobloggaajat loivat representaation heidän henkilökohtaisesta elämästään, mikä puolestaan vahvisti autenttisuuden vaikutelmaa. Vaikka monet videoblogijulkaisut osoittautuivat melko staattisiksi, juuri liikkeellä ja sen rajaamisella pystytään vaikuttamaan katsojan käsitykseen näkemänsä aitoudesta. Päivän kulkua kuvaavissa ”my day” -videoissa autenttisuus syntyi nimenomaan kuvaamalla liikettä ja näyttämällä rajauksen avulla ulkotilan ja sisätilan siirtymät. Rajauksen merkitys paljastuu analyysissäni erityisesti suurien tunteiden kuvaamisen kohdalla. Kun videobloggaajat ilmaisevat aidoilta vaikuttavia näkyviä tunteita, kuten liikutusta, järkytystä tai kuvotusta näiden vaikutelma korostuu rajauksessa. Tunteita ilmaistessaan videobloggaajat joko kuvaavat lähikuvasta tai puolilähikuvasta ja katsovat kameran ohi tai poistuvat kuvasta, mutta editoivat tilanteen mukaan julkaisuun. Näin katsojalle välittyy selkeä kuva videobloggaajan tunnetilasta, mikä lisää aitouden vaikutelmaa. Rajauksen vaikutus aitouteen näkyy myös videoblogien lavastuksessa, sillä monissa julkaisuissa kuviin sisällytettiin epätäydellisyyttä tai tavallisuutta korostavia elementtejä vahvistamaan todellisuusvaikutelmaa.

Ristiriitaisimmat näkökulmani analyyseissäni syntyivät selkeässä kaupallisessa yhteistyössä tehtyjen julkaisujen kohdalla. Näissä videobloggaajat eivät aina vaikuttaneet esit-

tävänsä itseään tai tuottavansa itsen-representaatiota, vaan sisältö vaikutti virheelliseltä tai epäloogiselta, jolloin myös autenttisuuden vaikutelma kärsi. Saman vaikutelman sai myös teknisistä valinnoista, kuten uutismaisesta rajaamisesta, tuotesijoittelusta ja epäuskottavuutta luovasta kerrontarakenteesta. Aineistoni videoblogjulkaisuista kuitenkin alle puolet oli selkeitä yhteistyövideoita, joten voin tehdä huomioni vain muutaman videon perusteella. Suuremmalla otannalla valikoituneiden kaupallisten ja videobloggaajien omien julkaisujen vertailu suhteessa autenttisuuden vaikutelmaan olisikin potentiaalinen jatkotutkimus. Toinen kiinnostava näkökulma olisi vertailla pitkään videobloggaajia tehneiden ensimmäisiä ja tuoreimpia julkaisuja. Tällä tavoin saattaisi olla mahdollista selvittää, miten autenttisuutta on rakennettu videoblogin alkuvaiheessa sekä miten ja millaisten keinojen avulla se on muuttunut ajan myötä.

Tutkielmani heikkous paljastui jo johdantoluvussa, kun kerroin jättäväni kommenttikentät tutkielmani ulkopuolelle. Tutkielman edetessä huomasin vuorovaikutuksellisuuden olevan yksi videoblogien erityispiirteistä, sillä niin kommenttikentässä kuin muissakin sosiaalisen median ohjelmissa kommentoivilla katsojilla saattaa olla suurikin mahdollisuus vaikuttaa tulevien videoblogijulkaisujen sisältöihin ja samalla videobloggaajan performanssiin. Erityisesti performatiivisen dokumenttielokuvan näkökulmia hyödyntäessäni nousi esille, että todellisuus voi syntyä vain performatiivisessa vuoropuhelussa, jolloin paljastuu nimenomaan yleisön roolin merkittävyys. Vuorovaikutuksen ja yleisön kommenttien vaikutuksen huomioiminen olisikin minun tutkielmani pohjalta mielekkäin jatkotutkimus.

Tutkielmani ja aikatauluni rajallisuuden vuoksi en esitä yleistettäviä johtopäätöksiä. Näen tuloksissani kuitenkin yhtäläisyyksiä Helmisen pro gradu -työn, Talvitie-Lambergin väitöskirjan ja tarkastelemieni ulkomaisten artikkeleiden kanssa. Näiden yhtäläisyyksien perusteella totean, että videoblogien autenttisuuden vaikutelma näyttäisi rakentuvan ainakin yhdistelmästä vakiintuneita esityksellisiä ja teknisiä keinoja. Kyse on kuitenkin vaikutelman ylläpitämisestä, sillä videoblogeissa on esimerkiksi täysin sallittavaa leikata kohtauksia alkuperäisestä kuvauksesta eri järjestykseen, kunhan sen hoitaa uskottavasti. Tässä puolestaan olennaiseen rooliin nousee herkästi rikkoutuvan autenttisuuden määrittelevä katsoja, jonka käsitys aitoudesta lopulta määrittelee sen, onko videobloggaajan itsestään luoma kuva autenttinen.

Lähteet

- Alexander, Bryan (2011) *The New Digital Storytelling: Creating Narratives with New Media*. Santa Barbara, California: Praeger.
- Austin, John L. (1975) *How to Do Things with Words*. Cambridge, MA: Harvard UP.
- Barthes, Roland (1974) *S/Z*. Transl. by Richard Miller. New York: Hill and Wang.
- Barthes, Roland (1993) *Tekijän kuolema, tekstin syntymä*. (Käänt. Lea Rojola & Pirjo Thorel). Tampere: Vastapaino.
- Bowman, Timothy D. (2010) *Backstage or Front Stage with Youtube*. Indiana University. School of Library and Information Science, [researchgate.net/publication/41505116_Backstage_or_Front_Stage_with_YouTube](https://www.researchgate.net/publication/41505116_Backstage_or_Front_Stage_with_YouTube)
Linkki tarkastettu 28.11.2016.
- Bruzzi, Stella (2000) *New Documentary: A Critical Introduction*. London and New York: Routledge.
- Buckingham, David (2007). *Beyond Technology: Children's Learning in the Age of Digital Culture*. Cambridge and Malden: Polity Press.
- Bullingham Liam & Vasconcelos Ana C. (2013) The presentation of self in online world: Goffman and the study of online identities. *Journal of Information Science* 39 (101-112), [jis.sagepub.com/content/39/1/101.short?rss=1&ssource=mfr](https://journals.sagepub.com/content/39/1/101.short?rss=1&ssource=mfr)
- Burgess, Jean & Green, Joshua (2009) *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge and Malden: Polity Press.
- Butler, Judith (1990) *Gender Trouble: Feminism and Subversion of Identity*. London: Routledge.
- Evans, Mary (1999) *Missing Persons. The impossibility of auto/biography*. London and New York: Routledge.
- Frith, Simon (1995) Editorial. Performance Matters. *New Formations. A Journal of Culture/Theory/Politics* 27 (v-xii).
- Goffman, Erving (1971) *Arkielämän roolit. Oikeille jäljille rooliviidakossa*. (käänt. Puranen Erkki). Porvoo: Werner Söderström Osakeyhtiön kirjapaino.

- Gómez Cruz, Edgar & Thornham Helen (2015) Selfies beyond self-representation: The (theoretical) f(r)ictions of a practice. *Journal of Aesthetics & Culture* 7, aestheticsandculture.net/index.php/jac/article/view/28073
- Griffith, Maggie & Papacharissi, Zizi (2010) Looking for you: An Analysis of video blogs. *First Monday* 15 (1–4), <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/2769/2430>
- Guignon, Charles (2004). *On Being Authentic*. London/New York: Routledge.
- Hagman, Minna (2013) *Kirjallinen äänimaisema ja toden tuntu Anton Tšehovin novellissa "Aro"*. Teoksessa Mäkelä, Maria (toim.) *Todellisuusefekti. Tutkielmia kirjallisista maailmasuhteista*. Tampere: Juvenes Print.
- Hall, Stuart (1997) *Representation. Cultural representations and signifying practices*. London: SAGE Publication Ltd.
- Hakola, Outi (2006) *Performanssi. Tapahtumia esityksen, yleisön ja esiintyjän välillä*. Teoksessa Ridell, Seija, Väliaho Pasi & Sihvonen, Tanja (toim.) *Mediaa käsittämässä*. Tampere: Vastapaino, 109–128.
- Helke, Susanna (2006) *Nanookin jälki. Tyyli ja metodi dokumentaarisen ja fiktiivisen elokuvan rajalla*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Helminen, Olka (2015) *Autenttisuuden vaikutelmaa rakentavat ominaisuudet suosituissa suomenkielisissä vlogeissa*. Pro gradu -tutkielman tiivistelmä, valtiotieteellinen tiedekunta, sosiaalitieteiden laitos. Helsinki: Helsingin yliopisto, <https://helda.helsinki.fi/handle/10138/155326?show=full>
- Hodkinson Paul & Lincoln Sian (2008) Online journals as virtual bedrooms? *Young – Nordic Journal of Youth Research* 16 (27-46), <http://epubs.surrey.ac.uk/216665/3/Online%20Journals%20as%20Virtual%20Bedrooms%20-%20FINAL%20de-anonymised.pdf>
- Hongisto, Ilona (2015). *Soul of the Documentary. Framing, Expression, Ethics*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Honkonen, Marja (2016) Minä olen mediatalo. *Journalisti* vol. 11: 2016, 10–14.

Kerner, Aaron (2011) *Film and the Holocaust. New Perspectives on Dramas, Documentaries, and Experimental Films*. New York and London: The Continuum International Publishing Group.

Kilpi, Tuomas (2006) *Blogit ja bloggaaminen*. Readme, Helsinki.

Knuuttila, Tarja & Lehtinen, Aki Petteri (2010) *Representaatio. Tiedon kivijalasta tiedeiden työkaluksi*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Lähdeniemi, Elina Sofia (2016) *Ihannekuvia ja autenttisuutta – Vertaileva tutkimus itsen esityksistä tekstiblogeissa ja videoblogeissa*. Pro gradu -tutkielma, valtiotieteellinen tiedekunta, sosiaalitieteiden laitos. Helsinki: Helsingin yliopisto.

Marks, Laura U. (2000) *Signs of the Time. Deleuze, Peirce and the Documentary Image*. Teoksessa Flaxman, Gregory (ed.) *The Brain is the Screen. Deleuze and the Philosophy of Cinema*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 195–214.

Miller, Hugh (1995) *The Presentation of Self in Electronic Life: Goffman on Internet*. Proceedings of the embodied knowledge and virtual space conference, London, UK, www.douri.sh/classes/ics234cw04/miller2.pdf Linkki tarkastettu 28.11.2016.

Miller, Ken (2010) I-screens: Screen Performance and Screen Presence as the Currency of Contemporary Subjectivity. *Interactive Media (6)*, http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:GuXewp78ILIJ:imjournal.murdoch.edu.au/%3Fmedia_dl%3D394+&cd=1&hl=en&ct=clnk&gl=fi Linkki tarkastettu 28.11.2016.

Myers, Greg (2010) *The Discourse of Blogs and Wikis*. London: Continuum International Publishing Group.

Mäenpää, Jenni & Männistö, Anssi (2009) *Kun kaikki videoivat kaikkea – liikkuva kuva sanomalehden sivuilla*. Tampere: Juvenes Print – Tampereen yliopistopainos Oy.

Mäkelä, Maria (2013) *Todellisuusefekti. Tutkielmia kirjallisista maailmasuhteista*. Tampere: Juvenes Print.

Nardi, Bonnie A., Sciano Diane J. & Gumbrecht, Michelle (2004) Blogging as social activity, or. Would You Let 900 Mililon People Read Your Diary? *CSCW'04, November 6–10*, www.darrouzet-nardi.net/bonnie/pdf/Nardi_blog_social_activity.pdf Linkki tarkastettu 28.11.2016.

- Nichols, Bill (1994) *Blurred Boundaries: Questions of Meaning in Contemporary Culture*. Bloomington, Indianapolis: Indiana University Press.
- Paasonen, Susanna (2002) *Figures of Fantasy: Women Cyberdiscourse and Popular Internet*. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Renov, Michael (2004) *The Subject of Documentary*. Minneapolis, London: University of Minnesota Press.
- Rossi, Leena-Maija (2010) *Esityksiä, edustamista ja eroja: Representaatio on politiikkaa*. Teoksessa Knuuttila, Tarja & Lehtinen, Aki-Petteri (toim.) *Representaatio. Tiedon kivijalasta tieteiden työkaluksi*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press (261–275).
- Seppänen, Janne (2005) *Visuaalinen kulttuuri. Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsemiseksi*. Tampere: Vastapaino.
- Sippola, Jussi (2014) Salkkaritähti perusti Youtube-kanavan – ”Aitous toimii”. *Helsingin Sanomat*. <http://www.hs.fi/tekniikka/art-2000002781389.html>. Linkki tarkastettu 28.11.2016.
- Strangelove Michael (2010) *Watching Youtube. Extraordinary videos by ordinary people*. Toronto, Buffalo, London: University of Toronto Press.
- Talvitie-Lamberg, Karoliina (2014) *Confessions in Social Media – Performative, Constrained, Authentic and Participatory Self-representations in Vlogs*. Helsinki: Unigrafia.
- Taylor, Charles (1989) *Sources of the Self. The Making of the Modern Identity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Thumim, Nancy (2012) *Self-representation and digital culture*. United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- Wright, Jeremy. (2006) *Blog Marketing: The revolutionary way to increase sales, build your brand and get exceptional results*. New York: McGraw-Hill.

Verkkosivustot

Suuri blogitutkimus 2014, yhteenveto. http://www.aller.fi/wp-content/uploads/2014/11/Suuri_blogitutkimus_28.10.2014.pdf Linkki tarkastettu 29.11.2016.

Mainosbarometri 2015. <http://mainostajat.fi/mainosbarometri-nakymat-synkentyneet-syksysta/>. Linkki tarkastettu 29.11.2016.

Suomalaisten videobloggaajien tilaaja- ja katsojalukuja. <http://vlogit.fi/> Linkki tarkastettu 29.11.2016.

Youtuben statistiikkaa. <https://www.youtube.com/yt/press/statistics.html> Linkki tarkastettu 29.11.2016.

Suomen suosituimmat verkkosivut. <http://www.alexacom.com/topsites/countries/FI> Linkki tarkastettu 29.11.2016.

Suomi-tube. <http://www.toninummelda.com/suomi-tube/> Linkki tarkastettu 29.11.2016.

Blogibarometri 2015. <http://www.manifesto.fi/fi/uutta/-blogibarometri-2015-videoblogit-ja-sosiaalinen-media-muuttavat-blogikenttaa> Linkki tarkastettu 29.11.

Blogibarometri 2016. <http://www.manifesto.fi/fi/uutta/blogibarometri-2016-bloggaajista-ja-videobloggaajista-somevaikuttajiksi> Linkki tarkastettu 29.11.2016.

Aineisto

Miisan videot:

Summer bucketlist fail: Oksennuspirtelö (julkaistu 2.9.2016)

<https://www.youtube.com/watch?v=lZpnoP1BY5o>

Get ready with Miisa: Back to school (18.9.2016)

https://www.youtube.com/watch?v=CmvN_h1grgA

Vain isovanhemmat jutut (23.9.2016)

<https://www.youtube.com/watch?v=n0EzDurjvu4>

Tehokasta / my day (28.9.2016)

<https://www.youtube.com/watch?v=obsbvoUPeA0>

Mieleen jääneet kommentit (14.10.2016)

<https://www.youtube.com/watch?v=IDYdOWgZmoU>

Veronican videot:

Naiset osaa (julkaistu 10.6.2016)

https://www.youtube.com/watch?v=_kndAaGBml0

Oksennusvaroitus (18.8.2016)

<https://www.youtube.com/watch?v=9gm7o9Z7v0M>

Ens kerralla suomalaisia (24.8.2016)

<https://www.youtube.com/watch?v=0DHJkPKuKbo>

Ahistaa ja pelottaa (7.10.2016)

<https://www.youtube.com/watch?v=91tWj2QTJG0>

Vaaleanpunainen elämä (9.9.2016)

<https://www.youtube.com/watch?v=HH2hFISA3Bw>

Soikun videot:

Iltarutiinit (julkaistu 11.8.2016)

<https://www.youtube.com/watch?v=EhBI8rQ1qf4>

Back to school (19.8.2016)

<https://www.youtube.com/watch?v=LiSDxGJoDH4>

15 faktaa minusta (12.9.2016)

<https://www.youtube.com/watch?v=pQCiDVnA748>

Asioita joita kukaan ei myönnä tekevänsä (25.9.2016)

<https://www.youtube.com/watch?v=6njdNUbihj4>

Järkkäsin brunssin (14.10.2016)

<https://www.youtube.com/watch?v=HSg1CBGNim4>