

”Painakaa like, jos tykkäsitte videosta”

Vuorovaikutus ja huumori suomalaisten
videoblogien diskurssissa

Elina Santavirta

Pro gradu -tutkielma

Suomen kieli, kielen oppimisen ja opettamisen opintopolku

Kieli- ja käännöstieteiden laitos

Humanistinen tiedekunta

Turun yliopisto

Toukokuu 2019

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

TURUN YLIOPISTO

Kieli- ja käännöstieteiden laitos / Humanistinen tiedekunta

SANTAVIRTA, ELINA: ”Painakaa like, jos tykkäsitte videosta” Vuorovaikutus ja huumori suomalaisten videoblogien diskurssissa

Tutkielma, 85 s., 1 liites.

Suomen kieli, kielen oppimisen ja opettamisen opintopolku

Toukokuu 2019

Tutkielman tavoitteena on tutkia vuorovaikutuksen ja huumorin kielellisiä piirteitä suomenkielisissä videoblogeissa eli vlogeissa. Tutkimuksen menetelmä on analyttinen diskurssianalyysi ja teoreettisena viitekehysnä käytän erityisesti Penelope Brownin ja Stephen Levinsonin kohteliaisuuden maksimeja ja Erving Goffmanin osallistumiskehikkoa sekä huumorin osalta inkongruenssiteoriaa. Videoblogi on uudehko, melko vähän tutkittu viestinnän formaatti, jonka suosio on kasvanut erittäin nopeasti.

Tutkimusaineisto koostuu 14 suomenkielisestä videoblogista, jotka on julkaistu Youtube-verkkosivustolla vuonna 2018. Videoiden julkaisijat ovat *mmiisas* ja *Roni Back*, ja kummaltakin on kerätty seitsemän videota. Tutkimusaineistoon kuuluu lisäksi 533 kommenttia, jotka videoblogien katsojat ovat kirjoittaneet videoiden kommenttikenttään.

Tulosten mukaan vuorovaikutus videoblogissa muodostuu positiivisia ja negatiivisia kasvoja ylläpitävin keinoin. Vloggaaja rakentaa yhteyttä yleisöön tervehtimällä, puhuttelemalla ja pyytämällä palautetta. Vloggaaja antaa erityistä huomiota nostamalla katsojien kommentteja näkyville videoilleen ja kiittämällä heitä. Kommentoijat puolestaan antavat palautetta, kysyvät kysymyksiä ja esittävät pyyntöjä sekä videobloggaajille että muille kommentoijille. Yhteinen konteksti ilmenee osallistumiskehikossa kielen variaatiolla, tutuilla puheenaiheilla ja puheen muotoilulla erilaisten diskurssi-identiteettien mukaan. Myös emojiilla eli tunneikoneilla on tärkeä rooli viestin tulkinnessa.

Videoblogissa huumorin keinot perustuvat odotusten rikkoutumiseen. Vloggaajan keinot luoda vlogitekstiin huvittavuutta ovat puheen ongelmat ja korjausjäsenitys, keskeytykset ja niihin reagointi, äänenmuuntelu ja ironia. Kommentoijat puolestaan toisintavat vlogien huvittavimpia kohtia ja kuvailevat omia reaktioitaan niihin. Kommentoijien kirjoittamista vastauksista voidaan päätellä, että osallistumiskehikon jäsenet pitävät asiaa hauskana ja sisäpiirin huumorina. Huumorin keinot vlogitekstissä ja kommentteissa vahvistavat osallistujien positiivisia kasvoja sekä verkkoyhteisön ryhmäidentiteettiä.

Videoblogit tarjoavat monenlaisia jatkotutkimuksen mahdollisuuksia esimerkiksi tekstin retoriikan näkökulmasta.

Asiasanat: Youtube, vuorovaikutus, diskurssianalyysi, verkkokeskustelu, huumori, videoblogi, osallistumiskehikko

SISÄLLYS

1	Johdanto.....	2
	1.1 Tutkimuksen tavoitteet ja aineiston valinta	4
	1.2 Aiempi tutkimus	5
	1.3 Tutkimuksen menetelmät	7
	1.4 Tutkimuskysymykset ja tutkielman rakenne	9
2	Tutkimuksen tausta.....	10
	2.1 Tietokonevälitteisen viestinnän tutkimusvaiheita	10
	2.2 Web 2.0.....	11
	2.3 Verkkokeskustelut	13
	2.4 Blogista videoblogiin.....	14
	2.5 Youtube	15
3	Tutkimuksen teoreettiset lähtökohdat.....	19
	3.1 Vuorovaikutustutkimuksen klassikoita	19
	3.2 Analyyttinen diskurssianalyysi.....	21
	3.3 Keskustelunanalyysin käsitteet.....	23
	3.4 Erving Goffmanin osallistumiskehikko.....	24
	3.5 Brownin ja Levinsonin kohteliaisuuden maksiimit.....	25
	3.6 Huumorin tutkimus.....	27
4	Tutkimusaineisto	30
5	Vuorovaikutus videoblogin diskurssissa	34
	5.1 Tervehtiminen ja puhuttelu.....	35
	5.2 Yhteinen kieli ja konteksti.....	41
	5.3 Ohjailevat lausumat	47
	5.4 Kysyminen ja vastaaminen.....	51
	5.5 Kommentin esille nostaminen	54
	5.6 Kehuminen ja kiittäminen	58
6	Huumori videoblogin diskurssissa	61
	6.1 Puheen ongelmat ja korjausjäsenitys	61
	6.2 Keskeytykset ja niihin reagointi	63
	6.3 Äänen laadun muuntelu	64
	6.4 Ironia.....	66
	6.5 Sisäpiirin heitot.....	68
7	Päätelmät	71
	7.1 Tulokset ja niiden pohdinta	71
	7.2 Lopuksi	75
	LÄHTEET	78
	LIITTEET	

1 Johdanto

Internet-kulttuuri on monipuolinen, jatkuvasti muovautuva diskurssi ja kiinteä osa 2000-luvulla elävien suomalaisten elämää. Keski-ikäisessä suomalaisessa perheessä arkea pyöritetään internetin ja siihen liittyvien sovellusten avulla. Ne koskettavat niin koulunkäyntiä, työntekoa kuin vapaa-aikaa. On kiistatonta, että digitalisoitunut ympäristö vaikuttaa yhä enemmän ajatuksiimme, tekoihimme ja kasvuunne. Tämän vuoksi ei ole yhdentekevää, mitä verkossa tapahtuu, vaan sitä tutkimalla saamme arvokasta tietoa ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta. (Arminen 2016: 178–179.)

Blogi on verkkovaikuttamisen muoto, joka on viime vuosikymmenen aikana kasvattanut voimakkaasti suosiotaan. Blogissa kirjoittaja jakaa elämänsä tuntemattomille lukijoille ja usein lukijat voivat myös ottaa kantaa kirjoitukseen. (Noppari – Hautakangas 2012: 12–13). Dynaaminen, jatkuvasti uusiutuva nettikulttuuri on luonut blogien pohjalta uudenlaisen formaatin, videoblogin. Videoblogissa eli vlogissa tarkoitus on sama kuin blogissa. Videobloggaaja (jatkossa myös vloggaaja) kertoo ajatuksiaan kameralle ja lataa videon kaikkien nähtävälle verkkoon. Videobloggaajista on bloggaajien tapaan tullut eräänlaisia julkisuuden henkilöitä, joiden elämää ihannoidaan ja seurataan (mts. 72).

Videoblogit alkoivat kiinnostaa minua tutkimuskohteena, kun tutustuin Youtuben suomenkieliseen vlogitarjontaan yläkouluikäisen pikkusiskoni suosituksesta. Vlogeja katsellessani huomioni kiinnittyi ensimmäiseksi siihen, miten vloggaajat hyödyntävät kielellisiä keinoja luodakseen huvittuneisuutta videon katsojissa. Havaitsin, että vloggaajat esimerkiksi elävöittävät tarinankerrontaansa muuntelemalla ääntään tarinan tueksi. Lisäksi videoblogeissa tapahtuu suunnittelemattomilta vaikuttavia huvittavia tilanteita, kun esimerkiksi videobloggaajan puheessa esiintyy ongelmia tai videon kuvaamishetkellä tapahtuu jotain odottamatonta. Kiehtovaa näissä havainnoissa on erityisesti se, että vloggaaja on usein jättänyt kohdan leikkaamatta ja toisinaan jopa korostanut asian huvittavuutta editoimalla kohtaukseen ääni- ja kuvatehosteita.

Toinen ilmiö, johon kiinnitin huomiota videoita katsellessani, on vloggaajan keinot osallistaa yleisö videoihinsa esimerkiksi puhuttelemalla heitä monikon 2. persoonassa ja kysymällä heiltä kysymyksiä tai palautetta. Vaikka videoblogissa äänessä on useimmiten ainoastaan vloggaaja itse, ei kyse suinkaan ole monologista, vaan puhe rakentuu

Youtuben vuorovaikutteista diskurssia noudattaen. Katsojilla on mahdollisuus osallistua keskusteluun videon alla olevaan kommenttikenttään kirjoittamalla. Kommenteissa annetaan palautetta videosta videobloggaajalle, ja niiden sisältö voi vaikuttaa vloggaajan tuleviin videoihin.

Youtubessa julkaistavat videoblogit ovat viime vuosina olleet eräs länsimaisen nykykulttuurin kuumista puheenaiheista (Burgess – Green 2009: viii). Videoblogi on perinteisen blogin johdannainen, jossa kuvan ja kirjallisen tekstin sijaan puheenvuoro taltioidaan videolle ja julkaistaan verkossa¹. Termi *vlogi* viittaa toisinaan vloggaajan kanavaan² kokonaisuutena, mutta sitä käytetään myös puhuttaessa vloggaajan yksittäisestä videosta. Tässä tutkimuksessa käytän termejä video, videoblogi ja vlogi tarkoittaessani käsiteltävänä olevaa yksittäistä videota. Kun kyseessä ovat puolestaan videobloggaajan videot kokonaisuutena, käytän termejä videoblogikanava ja kanava.

Useimmiten videoblogikanava on yhden henkilön pitämä, ja videoiden teemat nousevat vloggaajan henkilökohtaisesta elämästä (Gibson ym. 2008: 2). Videobloggaus eli vloggaus on suosittu harrastus etenkin nuorten keskuudessa ja harrastuksen lisäksi siitä voi saada jopa ammatin. IAB Finlandin teettämän tutkimuksen mukaan Suomessa oli vuonna 2017 noin 20 ammattilaisvloggaajaa, jotka tienasivat elantonsa vain videoita tekemällä. Kaiken kaikkiaan suomalaisia vloggaajia on vuoden 2019 toukokuussa 4 026 (Suomitube 2019). Viestintätoimisto Manifeston tutkimuksen mukaan videobloggaajat kokevat olevansa viihdyttäjiä, julkisuuden henkilöitä ja esikuvia, kun taas perinteiset, tekstein ja kuvin bloggaavat kokevat olevansa yrittäjiä, asiantuntijoita ja uuden ajan journalisteja (Manifesto 2016).

Vlogien sisältö riippuu vloggaajan valitsemasta tyylistä mutta voi vaihdella paljon saman vloggaajan videoissa. Marianna Karjalainen (2017) esittelee vlogin kuusi alalajia: niksi-, haaste-, tarinankerronta, arvostelu-, mielipide- ja yhteistyövideot. Näiden lisäksi oman havaintoni mukaan vlogeissa näkee usein my day -videoita, reagointivideoita tai asioiden listausvideoita, esimerkiksi ”10 faktaa minusta”. Videoblogit voivat myös olla vloggaajan viimeisimpien kuulumisten päivitystä tai päiväkirjanomaista jutustelua. Todella usein vlogin otsikko on tahallisen provokatiivinen ja kirjoitettu suuraakkosin houkuttelevuuden

¹ Verkkoja on olemassa useampia, mutta tässä tutkimuksessa tarkoitan verkolla World Wide Webiä.

² Youtube-kanava on videoita julkaisevan käyttäjän profiili, josta käyttäjän julkaisemat videot löytyvät. Kanavan omistaja voi videoiden lisäksi kertoa tietoa itsestään tai kanavastaan vierailijoiden nähtäväksi. (Youtube: Ohjeet)

lisäämiseksi, esimerkiksi ”MINKÄ IKÄISENÄ MULLA ALKOI MENKAT?” (Voutilainen 2015).

Youtube-sivustolla videoita julkaisevia henkilöitä kutsutaan yleisesti myös tubettajiksi. Tubettaja-nimikkeen alle kuuluvat vlogien julkaisijoiden lisäksi peli- ja sketsivideoiden tekijät. Nimitys kertoo siitä, miten olennaisena ja korosteisena videon julkaisupaikkaa eli Youtubea pidetään. (Karjalainen 2017: 3.) Tässä tutkimuksessa keskityn ainoastaan vlogi-genren videoihin, joten jatkossa puhun edelleen vloggaajista enkä tubettajista.

1.1 Tutkimuksen tavoitteet ja aineiston valinta

Tässä pro gradu -työssä tarkastelen kahden suomalaisen videobloggaaja ja heidän yleisönsä välillä esiintyvää vuorovaikutusta sekä huumorin keinoja osana vuorovaikuttamista. Tavoitteena on selvittää, miten vloggaaja tekee aloitteen vuorovaikuttamiseen ja miten yleisö puolestaan vastaa siihen. Peräkkäin ilmestyneitä videoita tutkimalla saan selville, miten vuorovaikutus etenee vloggaajan videoiden ja yleisön kommenttien välillä, millainen rooli huumorilla on vuorovaikutuksen rakentumisessa ja millaisia diskurssi-identiteettejä keskustelun osapuolille lankeaa. Huumorin keinoista tarkastelussani ovat erityisesti kohdat, joissa huumorin keinona käytetään äänenmuuntelua, korjausjäsenystä ja ironiaa. Myös kommentoijien käyttämä tyyli³ ja keskustelun sävyt ovat analyysin kohteena.

Tutkimuksen aineisto koostuu 14 videosta, jotka olen kerännyt YouTube-verkkosivulta heinä-syyskuussa 2018. Aineiston valinnan ensimmäinen kriteeri on vlogin suosittuus, jota voidaan mitata kanavan tilaajamäärällä. Erittäin suosituiksi Youtube-kanaviksi voidaan luokitella sellaiset kanavat, joita seuraa yli 100 000 tilaajaa.⁴ Suuri yleisö on mielestäni olennainen kriteeri, sillä oletettavasti vlogin kontekstissa läsnäolevien vuorovaikuttajien määrän lisääntyessä vuorovaikutuskin lisääntyy. Toiseksi kriteeriksi olen asettanut vlogin päiväkirjamaisen tyylin. Kriteeri pohjautuu Susan Herringin ym. luokittelemiin blogityyppeihin, jotka ovat:

³ Tyyllillä ei tarkoiteta kielen tehokeinoja, vaan sitä, miten kirjoitetaan ja millaisia ilmauksia käytetään (Hiidenmaa 2004).

⁴ Tämä voidaan päätellä www.suomitube.fi-sivustolta, jonne on koottu kaikkien suomalaisten Youtube-kanavien lista. Kanavia on keväällä 2019 listattu palveluun 4026 kappaletta, joista 46 ylittää 100 000 tilaajan rajapyykin. (Suomitube 2019)

1. Suodatinblogit, joita käytetään kommentoimaan muiden verkkosivujen sisältöä
2. Henkilökohtaiset päiväkirjat, joissa bloggaaja keskittyy esittelemään omia ajatuksiaan ja elämäänsä
3. Tietoblogit, joiden sisältö muodostuu määrätyn aiheen tai harrastuksen ympärille (Herring ym. 2004: 6)

Herringin luokituksesta keskityn kakkostyyppin vlogeihin. Näin ollen aineisto koostuu lifestyle-tyyppisistä vlogeista, joissa puhuja esiintyy suoraan kameralle ja kuvaa henkilökohtaisia ja sosiaalisia kokemuksiaan. Kolmantena kriteerinä videoiden valinnalle asetin vloggaajien täysi-ikäisyyden ja tasapainoisen mielenterveyden. Näillä kriteereillä valitsemani vloggaajat ovat 24-vuotias Miisa Rotola-Pukkila, joka videobloggaava kanavallaan Mmiisas sekä 25-vuotias Roni Bäck, jonka kanava on nimetty nimellä Roni Back.

Tutkimusaineiston toinen osuus koostuu 533 kommentista, jotka on kirjoitettu vlogien alle kommenttikenttään. Aineiston molemmilla vloggaajilla on satojatuhansia tilaajia ja analyysivideoissa kommenttien määrä vaihtelee noin 40:stä useaan tuhanteen. Monet kommentit ovat lyhyitä ja yksinkertaisia, mutta eivät merkityksettömiä. Vloggaaja voi vastata katsojan jättämään kommenttiin seuraavassa videossaan tai kirjoittamalla kommenttiin vastauksen. Kommenttien suuren määrän vuoksi keräsin kommentit kehittämälläni keruusysteemillä, josta kerron lisää luvussa 4.

1.2 Aiempi tutkimus

Videoblogit ovat uudehko sosiaalisen median formaatti. Internet-kulttuuriin liittyvät tutkimukset ovat viime vuosikymmenen ajan olleet suosittu tutkimuskohde, ja blogeja on tutkittu jonkin verran, mutta vlogeja sen sijaan vasta vähän. Seuraavaksi esittelen eräitä Youtube, blogeja ja vlogeja käsitelleitä tutkimuksia, joita olen valinnut keskeiseksi tutkimuskirjallisuudeksi omalle tutkimukselleni.

Kulttuurintutkijat Jean Burgess ja Joshua Green ovat tehneet urauurtavan työn tutkiessaan Youtubea teoksessaan *Youtube. Online Video and Participatory Culture* (2009). Heidän tutkimuksensa tarjoaa kattavan kuvan Youtuben käyttäjistä, videoiden tekijöistä ja katsojista, heidän vuorovaikutuksestaan ja verkottuneisuudesta. Vaikka Youtube on muovautunut valtavasti kymmenen vuotta tutkimuksen julkaisemisen

jälkeen, siinä kuvaillaan osuvasti Youtuben vielä nykyäänkin käytössä olevia toimintoja ja pohditaan sivuston suosion syitä. Palaan teoksen tuloksiin tuonnempana luvussa 2.5.

Suomessa videobloggaamista on tutkittu pääasiassa vain opinnäytetöissä. Marianna Karjalainen (2017) Jyväskylän yliopistosta tutkii pro gradu -tutkielmassaan videoblogia tekstilajina. Hän määrittelee vlogin tekstilajia rakenteellisesta näkökulmasta ja erittelee yhdeksän rakenneosaa, joista välttämättömiä ovat orientaatio, päätös, havainnollistaminen ja oma kokemus. Vaihtoehtoisia rakenneosia Karjalainen havaitsee viisi: ongelma, ratkaisu, mielipide, yhteenveto ja mainostus. Vaikka Karjalainen onnistuu esittämään erittäin tarkan analyysin aineistonsa vlogeista, hän myöntää, että vloggaus etsii vielä muotoaan eikä sille voida vielä määritellä konventionaalistuneita piirteitä. Karjalaisen tutkielma käsittelee myös vuorovaikutusta omana lukunaan, mutta luku on suppea ja vain pintaa raapaiseva. Karjalaisen tutkimusaineistosta puuttuvat kokonaan vlogien alle kirjoitetut kommentit, mikä on mielestäni olennainen puute. Joka tapauksessa tutkielma osoittautui oman tutkimukseni kannalta hyödylliseksi etenkin sen tuoreuden vuoksi, sillä YouTube sisältöineen on alati muuttuva verkkoalusta, jossa käytänteet saattavat muuttua lyhyessä ajassa.

Johanna Borman (2016) tutkii pro gradu -työssään kieltä ja vuorovaikutusta Youtube-videoiden kommenttiosioissa. Hän vertailee videoblogeihin ja musiikkivideoihin kirjoitettujen kommenttien eroja ja havaitsee musiikkivideoiden alle kirjoitettujen kommenttien olevan yleiskielisempiä ja pitempiä: kommenteissa kerrotaan usein mielipide kappaleesta ja artistista. Videoblogien yhteyteen kirjoitetut kommentit ovat sen sijaan puhekielisempiä, ja ne ovat useimmiten vastauksia vloggaajan esittämiin kysymyksiin tai mielipiteitä videoblogissa käsitellystä aiheesta. Borman tiivistää, että musiikkivideota pidetään arvostelun kohteena ja vlogia taas keskustelun aloittavana puheenvuorona. Tulokset kertovat siitä, että Youtuben videoiden kommenteissa on vallalla erilaisia diskursseja videon sisällöstä riippuen. Borman ei työssään erityisesti keskity vuorovaikutukseen kommentoijien ja vloggaajan välillä, vaikka hän tiedostaakin videon ja kommenttien muodostavan vuorovaikutuksellisen kokonaisuuden. Tutkielma liittyy oleellisesti omaani, sillä myös tässä tutkielmassa videoblogin kommentit ovat analyysin kohteena.

Elina Lähdeniemi selvittää pro gradu -tutkielmassaan *Ihannekuvia ja autenttisuutta - vertaileva tutkimus itsen esityksistä tekstiblogeissa ja videoblogeissa* (2016)

videobloggaajien tapaa luoda itsestään vaikutelma yleisölle. Lähdeniemi soveltaa tutkimuksessaan Erving Goffmanin dramaturgisen sosiologian teoriaa. Tutkielman näkökulma on sosiologinen, mutta se on hyvin lähellä kielitieteellistä tutkimusta, sillä tutkittavana on itsen esittämisen (kielelliset ja ei-kielelliset) tavat ja viitekehyksenä vuorovaikutusta erittelevä teoria. Tutkielman teoriapohja on lähellä omaani, sillä oma tutkimukseni nojautuu Goffmanin myöhemmin julkaisemaan teoriaan. Lähdeniemen tutkielma on hyödyllistä taustalukemista tätä tutkimusta varten, sillä siinä muistutetaan, että perinteisen tekstipohjaisen blogin tavoin myös videoblogi on suunniteltu ja editoitu kokonaisuus.

Huumorin tutkimus on Maria Laakson mukaan (2014: 9) vielä vähäistä, ja tutkimustraditio vakiintumatonta ja monitieteistä. Hän tutkii väitöskirjassaan *Nonsensesta parodiaan, ironiasta kielipeleihin* Kari Hotakaisen lastenkirjoissa ilmenevää monitasoista huumoria ja kaksoisyleisön puhuttelua. Laakso tutkii huumorin ilmiötä muun muassa inkongruenssiteorian avulla. Hän toteaa tuloksissaan, että Hotakaisen lastenkirjoissa huvittava rekisteri synnytetään monitasoisilla huumorin keinoilla. Näitä keinoja ovat metaforien konkretisointi, parodia, intertekstuaaliset viitteet, diskurssia rikkovat, odotuksenvastaiset piirteet ja lukijan huomion ohjaaminen tekstin olemukseen. Laakson väitöskirjasta on oman tutkimukseni kannalta hyötyä erityisesti huumorin käsitteen määrittämisessä ja teoriataustan hahmottamisessa.

1.3 Tutkimuksen menetelmät

Aineiston monimuotoisuus vaatii monipuolisen menetelmäpaletin analyysiprosessin tueksi. Aineisto muodostuu videomateriaalista, jossa videobloggaaja tuottaa tekstiä (jatkossa vlogiteksti) pääasiassa kameralle puhuen, mutta videoon saattaa olla editoituna myös multimodaalista materiaalia, kuten musiikkia, videopätkiä, tekstiä ja kuvia. Aineiston toisena puoliskona ovat videoiden kommentit, jotka sisältävät tekstin ohella erilaisia tunteita ilmaisevia merkkejä eli emojiä.⁵ Alkuvaiheen analyysimenetelmänä olen luokitellut aineistoa käyttäen laadullista sisällönanalyysiä⁶ ja sen jälkeen

⁵ Tutkimusten mukaan emojiä käytetään tekstipohjaisessa kommunikoinnissa ilmaisemaan ja muokkaamaan sanojen merkitystä ja emotionaalista arvoa (Kelly – Watts 2015: 1).

⁶ Ulla-Maija Salon mukaan sisällönanalyysi on ensimmäinen askel aineiston tulkinnassa: sen avulla tutkimusaineisto järjestetään ja luokitellaan, mutta varsinaisten johtopäätösten tekemiseen menetelmällä ei päästä (Salo 2015: 166).

teemoitellut aineistosta nousseita keskeisiä aihepiirejä. Aihepiirit ja niihin liittyvät löydökset olen puolestaan tulkinnut diskurssianalyysin ja keskusteluanalyysin avulla tehden johtopäätöksiä löydöksistä.

Pyrin vastaamaan tutkimuskysymyksiin tutkimalla 1) sanavalintoja ja sanastoa, kuten persoonamuotojen käyttöä ja puheakteja 2) keskustelun vuorottelua ja avainhetkiä, kuten aloitusta ja lopetusta 3) keskustelun jaksottaisuutta sekä puheen sävyjä ja tyylejä. Vuorovaikutuksen tutkimiseen kuuluu myös puheen nonverbaali aines, esimerkiksi äänensävyt, eleet, kasvojen ilmeet ja katseen suunta (Krapu – Louramo 2003: 27). Aineiston videomateriaali on litteroitu puolikarkeasti niiltä osin, jotka ovat merkityksellisiä analyysin kannalta. Lisäksi käytän apunani taulukkoa, jonka avulla järjestelen ja luokittelen materiaalia ja merkitsen ylös tekemiäni havaintoja. Kommentit on koottu videoblogien alla olevasta kommenttikentästä ja analysoitu osittain kvantitatiivisin mutta pääasiassa kvalitatiivisin menetelmin.

Analyysimenetelmä sijoittuu keskusteluanalyysin ja analyttisen diskurssianalyysin rajapintaan. Tutkimustraditioina keskusteluanalyysi ja diskurssianalyysi ovat hyvin lähellä toisiaan, ja niissä on toisinaan päällekkäisyyksiä. Jokinen tulkitsee eron niin, että keskusteluanalyysillä tutkitaan vuorovaikutuksen rakentumista ja diskurssianalyysi merkitysten rakentumista vuorovaikutuksessa. Keskusteluanalyysi muodostuu melko selvärajaisesta tutkimusmetodista, jonka työkaluja voidaan hyödyntää muuttumattomina tutkimuksesta toiseen. Diskurssianalyysissa puolestaan keskitytään esimerkiksi keskustelijoiden roolien, valtasuhteiden ja identiteettien pohtimiseen. (Jokinen 1999: 44–45.) Suoninen mukailee tätä käsitystä ja kuvailee, miten menetelmiä voidaan yhdistää tutkimuksen teossa: kun diskurssianalyysissä sovelletaan keskusteluanalyttisiä analysointi ja -litterointitapoja, ne toteutetaan usein hieman vapaamuotoisemmin ja tulkintaan liitetään vahvempia kannanottoja kuin keskusteluanalyysissä. (Suoninen 1999: 106.) Tässä tutkielmassa hyödynnän keskusteluanalyttisiä työkaluja analysoidessani vuorovaikutusta analyttisen diskurssianalyysin näkökulmasta.

Teoreettisena viitekehyksenä hyödynnän erityisesti Penelope Brownin ja Stephen Levinsonin teoriaa kohteliaisuuden maksiimeista, joka on muodostettu Erving Goffmanin kasvoteorian pohjalta. Vaikka tutkielmani pääpaino ei ole kohteliaisuudessa, on kohteliaisuus tiiviisti sidoksissa tutkimuskysymysteni ydinkäsitteisiin eli vuorovaikutukseen ja huumoriin. Maksiimiteorian avulla voin luokitella aineistosta esiin

nousevia piirteitä ja tarvittaessa täydentää maksimeja havaintojeni perusteella. Tavoitteenani on teemoitella luokittelut **vuorovaikutuksen maksimeiksi** ja tehdä niistä päätelmiä kasvoteoriaa rinnalla kuljettaen. Huumorin tutkimuksen osalta käytän etenkin John Morreallin (2009) esittämää inkongruenssiteoriaa huumorin keinojen luokittelussa ja teemoittelussa.

1.4 Tutkimuskysymykset ja tutkielman rakenne

Tässä tutkielmassa tarkastelen, miten videobloggaajan ja katsojan välinen vuorovaikutus muodostuu ja millainen rooli huumorilla on siinä. Kiinnitän huomiota erityisesti siihen, miten videobloggaaja luo videoblogissaan vuorovaikutukselle suotuisat olosuhteet katsojan näkökulmasta, eli kuinka vloggaaja kutsuu katsojaa vuorovaikuttamaan kanssaan. Tutkimukseni tavoitteet olen muotoillut seuraaviksi tutkimuskysymyksiksi:

- 1) Millaisia vuorovaikutuksen strategioita videobloggaajat ja katsojat käyttävät?
- 2) Millä tavoin vuorovaikutusta rakennetaan huumorin keinoin videoblogissa?

Tutkielma etenee siten, että toisessa luvussa taustoitan tutkimukselle olennaisia vaiheita tietokonevälitteisestä viestinnästä, sen tutkimushistoriasta ja verkon kehittämisestä. Luvun lopuksi esittelen aineistolähteeni Youtuben tärkeimmät ominaisuudet. Kolmannessa luvussa avaan tarkemmin tutkimuksen teoreettista viitekehystä ja analyysissä hyödyntämiäni käsitteitä. Neljännessä luvussa esittelen tutkimusaineiston lyhyesti. Viidennessä luvussa määrittelen videoblogin vuorovaikutuksen maksimit ja vastaan ensimmäiseen tutkimuskysymykseen. Kuudennessa luvussa esittelen ja analysoin huumorin keinot videoblogissa vastaten toiseen tutkimuskysymykseen. Viimeisessä luvussa kokoan saamani tulokset ja teen tulkintoja niistä. Tämän jälkeen pohdin tutkielman onnistuneisuutta ja esitän ajatuksiani mahdollisista jatkotutkimusaiheista ja -näkökulmista.

2 Tutkimuksen tausta

Internet luotiin ensisijaisesti kahdenkeskistä vuorovaikutusta ja keskustelua varten. Sähköposti ja muut kommunikaatiojärjestelmät olivat internetin käytetyimpiä ominaisuuksia alusta alkaen (Laaksonen – Matikainen 2013: 195). Verkon kehittyessä vuorovaikutuksen mahdollisuudet laajenivat: kahdenkeskisen keskustelun ja yksisuuntaisen joukkoviestinnän sijaan verkkoa voidaan tätä nykyä luonnehtia vuorovaikutteiseksi ympäristöksi (Laaksonen – Matikainen – Tikka 2013: 9). Tiedonhaun ohella verkossa kävijät mm. pelaavat, tekevät testejä, vastaavat kyselyihin, kirjoittavat päivityksiä, kommentoivat muiden kirjoituksia ja keskustelevat. Verkkokeskustelujen yleistymistä on edistänyt erityisesti se, että niihin voidaan päästä suoraan selaimella erikseen asennettavien ohjelmien sijaan. Tämä on madaltanut keskusteluun osallistumisen kynnystä yhä useammalle verkon käyttäjälle. (Laaksonen – Matikainen 2013: 196.) Seuraavissa luvuissa esittelen lyhyesti, mitä tietokonevälitteisestä viestinnästä on tutkittu ja miten tutkimus on muuttunut verkon kehityksen mukana.

2.1 Tietokonevälitteisen viestinnän tutkimusvaiheita

Verkkovuorovaikutus syntyi 1960-luvun alussa, jolloin ensimmäiset sähköpostit lähetettiin. Tietokonevälitteistä viestintää (*computer-mediated-communication*, CMC) alettiin tutkia seuraavalla vuosikymmenellä. CMC kattaa kaiken tietokoneilla tapahtuvan inhimillisen viestinnän, mutta tutkimusala on lähinnä keskittynyt tekstipohjaiseen viestintään. Ensimmäisillä tutkimuksilla pyrittiin selvittämään, voiko tietokonevälitteinen viestintä osoittautua tehokkaammaksi kuin kasvokkainen työskentely (esim. Kiesler ym. 1984). Tutkijoita kiinnosti myös, miten non-verbaalisten vihjeiden, kuten ilmeiden ja eleiden, puuttuminen vaikutti kommunikointiin. Tutkimusongelmaa yritettiin ratkaista laboratoriossa vertailemalla keskenään kahta ryhmää, joista toisessa kommunikoitiin kasvokkain ja toisessa tietokoneen välityksellä. Ryhmille annettiin suoritettavaksi tehtäviä. Tutkimuksella pyrittiin saamaan sovellettavia, käytännönläheisiä tuloksia tarkkailemalla ryhmien päätöksentekoa, osallistumista ja aikaa, joka ryhmiltä kului päätösten tekemiseen. (Baym 2002.)

Tulosten mukaan tietokoneviestintäryhmän tehtävän suorittaminen kesti kauemmin, ryhmään ei muodostunut asioita vauhdittavaa johtajaroolia ja estoton käytös lisääntyi (Baym 2002: 63). Estoton käytös näkyy esimerkiksi fleimauksena (*flaming*), joka tarkoittaa negatiivissävytteistä kommunikointia tietokonevälitteisessä viestinnässä, esimerkiksi toisen loukkaamista ja kirosanojen käyttöä. Päätelmänä oli, että non-verbaalisten vihjeiden puuttuminen teki vuorovaikutuksesta persoonatonta ja etäännyttävää. (Herring 1996: 4.) Osa tutkimustuloksista on sittemmin kumottu. Tietokonevälitteisen viestinnän tutkimuksen painopiste on laboratoriotutkimusten sijaan aidoissa nettikeskusteluissa. Kuten aikoinaan oli puhelinkeskustelun tutkimisessa huomattu, uudenlaisen median merkitystä oli vaikea hahmottaa. (Baym 2002: 62.)

2.2 Web 2.0

Vuorovaikutuksen edellytykset monipuolistuivat sitä mukaa, kun verkkoa kehitettiin. Tähän viittaa Tim O'Reillyn (2005) termi Web 2.0, jolla tarkoitetaan verkon kehittymistä vuorovaikutteisempaan suuntaan. Aiemmin verkon informaatiovirta kulki vain yhteen suuntaan: aktiivisilta verkkosivustojen tekijöiltä passiiviselle yleisölle. Cormoden ja Krishnamurthyn (2008: 2) mukaan merkittävin ero Web 1.0:n ja Web 2.0:n on siinä, kenen toimesta sisältö päätyy verkkoon: Web 1.0:n aikana vain harvat tuottivat verkon kaiken sisällön, ja valtaosa verkkovierailijoista oli sisällönkuluttajia. Web 2.0:n aikakautena puolestaan kuka tahansa verkkosivuston vierailija voi olla jollain tavoin osallisena verkkosivuston sisällön tuottamisessa. Käytännön esimerkkejä Web 2.0:sta ovat blogit, podcastit⁷, sosiaalinen media, keskustelufoorumit, videoiden jakamistoiminto ja wikisivustot. Demokraattista ajatusmallia myötäilevässä Web 2.0:ssa jaetaan keskenään tiedostoja, kuvia, ääntä ja videoita. Asetelma 1 havainnollistaa Web 1.0:n ja Web 2.0:n eroja.

⁷ Podcast on ääni- tai videotallenne, joka jaetaan internetin välityksellä ja jota voi luonnehtia blogin sisarilmäksi. Podcastissä yhdisyy blogin nopea tiedonjakaminen ja ääni, minkä vuoksi sitä pidetään radio- tai tv-ohjelmien kaltaisena formaattina. Podcast ei vaadi muuta teknologiaa kuin tallennusvälineen, tietokoneen ja internetin, minkä vuoksi se on yleistynyt nopeasti. (Mervaala 2012: 1–2)

Web 1.0	Web 2.0
Verkkosivustot Julkaiseminen Britannica Online -sanakirja Yksilö Sivustolla vietetty aika Hakemistot, luettelot (taksonomiat)	Blogit Osallistuminen Wikipedia Yhteisö Syndikointi Tägääminen (folksonomiat)

ASETELMA 1. Web 1.0:n ja Web 2.0:n erot (O'Reillyä 2005 mukaillen)

Web 2.0 oli vallankumouksellinen kehitysvaihe internetin historiassa, sillä nykytilanteessa valtaosa verkon vuorovaikutuksesta tapahtuu sosiaalisissa verkkopalveluissa. Esimerkiksi Facebook ja Twitter ovat 2010-luvun sosiaalisen median jättiläisiä, joissa käyttäjät jakavat aktiivisesti sisältöä ja ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Yhteisöpalvelut linkittyvät yhä useammin toisiinsa, sillä monesti esimerkiksi Youtube-videoita upotetaan suoraan Facebookin uutisvirtaan. (Laaksonen – Matikainen 2013: 198.) Käsittelen Youtubea ja sen toimintoja tarkemmin luvussa 2.5.

Verkkovuorovaikutuksen kehittyessä myös siitä tehtävä tutkimus monipuolistui ja tutkimustraditio muovautui. Androutsopoulos (2006: 420) jakaa tietokonevälitteisen tutkimuksen vaiheet aaltoihin. Ensimmäisessä tutkimusaallossa 1990–2000 oltiin kiinnostuneita siitä, millä tavalla nettikieli eroaa puhutusta tai kirjoitetusta kielestä ja millainen on nettikielen rekisteri. Tuloksia yleistettiin koskemaan kaikkea sähköisesti välitettyä kieltä diskurssista huolimatta. Toisen tutkimustradition Helasvuo ym. erottavat Androutsopoulosin teoriasta omaksi aallokseen ja nimeävät sen kiintopisteeksi nettikielen eri genret ja niiden erityispiirteet. Tässä kontekstia korostavassa tutkimustraditiossa tutkitaan esimerkiksi, millaista on sähköpostien tai keskustelupalstojen kieli. Kolmas aalto rajaa tutkimusta edelleen: siinä tutkitaan tietyn ryhmän tai käyttäjän kirjoittamaa kieltä tietyssä kontekstissa. (Helasvuo ym. 2014: 13–14.) Esimerkkinä kolmannen aallon tutkimuksesta mainittakoon jo edellä esitelty Johanna Bormanin tutkimus YouTube-kommentoijien kielenkäytöstä musiikkivideon ja videoblogin yhteydessä. Tämä tutkielma sijoittuu esitellyistä tutkimusaalloista kolmanteen.

2.3 Verkkokeskustelut

Kuten luvussa 2.2 todettiin, verkkokeskustelut alkoivat yleistyä, kun Web 2.0 kehittyi. Verkkokeskustelun ohella puhutaan myös virtuaali- tai verkkoyhteisöistä. Verkkoyhteisön määritelmästä on kiistelty käsitteen koko olemassaolon ajan, sillä vaikka se muodostuu osittain aidon yhteisön mallin mukaan, on sen määrittely hankalampaa kuin tavanomaisen yhteisön. Joka tapauksessa määritelmän ydin on, että verkkoyhteisön jäsenillä on yhteinen mielenkiinnon kohde tai harrastus, jonka ympärille kokoonnutaan keskustelemaan verkossa (Vallivaara 2009: 54). Preecen ja Maloney-Krichmarin mukaan verkkoyhteisöissä muodostetaan myös toimintatapoja, normeja ja kielellisiä erityispiirteitä. Verkkoyhteisön ominaisuuksiksi on lisäksi ehdotettu sosiaalisten tarpeiden täyttymistä, toistuvaa vapaaehtoista osallistumista, tunnesiteiden luomista muihin jäseniin ja yhteisöllisyyden tunnetta. (Preece – Maloney-Krichmar 2003: 2.) Tämän tutkielman aineistossa katson verkkoyhteisön olevan vuorovaikutuksen taustalla vahvasti vaikuttava käsite, vaikka sen jäsenet ovat dynaaminen joukko uusia, vanhoja ja vakio-osallistujia. Jäsenistä suurin osa tuskin tuntee toisiaan henkilökohtaisesti, mutta heidän vuorovaikutuksessaan on havaittavissa edellä mainittuja, verkkoyhteisölle tyypillisiä piirteitä. Huomattakoon, että Youtuben kontekstissa muodostuu kahdenlaisia, limittäisiä verkkoyhteisöjä: laajempi yhteisö, eli kaikkien Youtube-videoiden katsojat ja rajatumpi joukko tietyn videontekijän kanavan ympärille.

Verkkokeskustelua määrittävä eräs tärkeä piirre on keskustelijoiden identiteetin julkisuus. Keskustelualustasta riippuen keskustelijat voivat käyttää nimimerkkejä ja pseudonyymejä tai vaihtoehtoisesti omaa nimeään ja identiteettiään. Teo Keipi (2015) tutkii väitöskirjassaan suomalaisten nuorten mielipiteitä anonyymiteetin mahdollisuuksista ja riskeistä. Tutkimuksen mukaan nuoret kokivat anonyymin nimimerkin helpottavan itseilmaisua ja vahvistavan yhteenkuuluvuuden tunnetta. Sen turvin oli myös helpompi luoda uusia tuttavuuksia, joissa oli potentiaalia kehittyä henkilökohtaisemmiksi suhteiksi. (Keipi 2015: 54.) Keipi esittää, että anonyymit nimimerkit antavat suojaa aitojen ajatuksien jakamiseen ja vapauttavat keskustelijan sukupuolen, iän ja poliittisen aseman rajoitteista. Toisaalta anonyymius mahdollistaa myös kiusaamisen ja ilkeät kommentit, sillä anonyymi kirjoittaja ei joudu näistä vastuuseen. Tähän liittyy myös edellä mainittu fleimaus. Tässä tutkimuksessa kommentoijat ovat keksimiensä nimimerkkien suojaamia, mutta olen silti tehnyt heistä anonyymejä nimeämällä heidät uudelleen kirjaimella K ja

järjestysnumerolla kommenttien esiintymisjärjestyksen mukaan K1, K2 ja niin edelleen. Esimerkkien kommentteissa saatetaan mainita toisen käyttäjän nimimerkki: tällaisissa tapauksissa olen merkinnyt nimimerkin hakasulkein merkinnällä [nimimerkki].

2.4 Blogista videoblogiin

Blogi on verkossa säännöllisesti päivitettävä tekstien sarja. Blogi muistuttaa tekstilajiltaan päiväkirjaa tai kolumnia. Blogeissa käyttäjät jakavat aktiivisesti sisältöä elämästään tekstein ja kuvin. Blogien tyypillisiä sisältökategorioita ovat muun muassa matkustaminen, urheilu ja fitness, lifestyle, äitiys, ruoka ja leivonta sekä sisustus ja design. Myös poliittiset ja tiedeblogit ovat vahvasti edustettuina blogosfäärissä. (Hakanurmi – Suominen 2013: Blogit – keskustelevaa ja persoonallista oppimateriaalia.)

Blogin määritelmä on jatkuvassa liikkeessä, minkä vuoksi sitä on hankalaa vangita yhteen virkkeeseen tarkasti. Blogien monimuotoisuuden huomioimiseksi voidaankin puhua blogosfääristä, joka tarkoittaa blogien verkostoa kirjoittajineen ja lukijoineen (Oxford English Dictionary). Blogit keskustelvat keskenään ja tuovat samanmielisiä ihmisiä yhteen. Laaksosen ja Matikaisen (2013: 197) mukaan blogien yleistymisestä alkoi sosiaalisen median aikakausi, jonka katsotaan yhä olevan vallalla.

Kuten johdannossa jo totesin, videoblogi on perinteisen blogin alalaji, jossa tekstin ja kuvan sijaan sisältö tuotetaan videomateriaaleilla ja julkaistaan verkossa. Videobloggaus alkoi Yhdysvalloissa 2000-luvun alussa. Videobloggaus yleistyi nopeasti etenkin siksi, että se ei vaadi internetyhteyden lisäksi muuta kuin webkameran, mobiililaitteen video-ominaisuuksilla tai tietokoneen (Gibson ym. 2008: 2). Yleensä vloggaaja esiintyy videollaan yksin ja puhuu suoraan kameralle. Vlogissa saattaa toisinaan esiintyä myös muita hahmoja, kuten vloggaajan perheenjäseniä, ystäviä, lemmikkejä tai vierailevia vloggaajia.

Suomen vloggausskene on aktiivinen. Uusia vloggaajia ja vlogien katsojia ilmaantuu päivittäin, eikä vloggaus ole enää vain tietyn ikäryhmän harrastus. Suomalaiset vlogit on listattu suosittuusjärjestykseen www.suomitube.fi-sivustolla, jonne päivitetään ajankohtaiset tiedot videoiden katselukerroista ja kanavien tilaajamäärästä kerran päivässä. Listan mukaan suosituimmat suomenkieliset vloggaajat vuonna 2019 ovat

kanavat Roni Back, mmiisas, Herbailua ja Deata. Listan kärkipaikan pitäjällä, Roni Backilla on tilaajia n. 472 000.

Videoblogien suosion syiksi mainitaan usein niiden viihdyttävyyden lisäksi vloggaajien aitous ja samaistuttavuus. Aitouden vaikutelma luodaan esimerkiksi vloggaajien valitsemilla, toisinaan arkaluontoisilla aiheilla, joita ovat muiden muassa henkilökohtaiset kiusaamiskokemukset ja seksuaalisuus. On kuitenkin muistettava, että mielikuva vloggaajan persoonasta on usein suunniteltu, käsikirjoitettu ja editoitu kuvausprosessi, jolla halutaan luoda autenttisuuden vaikutelmaa katsojalle.⁸

2.5 Youtube

Kuten aiemmin jo pohjustin, on Youtube nopeasti lunastanut paikkansa yhtenä länsimaisen nykykulttuurin kulmakivenä. Youtube on videopalvelu, jossa voi perustaa oman profiilisivun, ladata videoita joko julkiseksi tai rajatun yleisön nähtäville, katsoa muiden käyttäjien videoita, kommentoida niitä ja ottaa muiden profiileja eli kanavia vakituisesti seurantaan. Verkkosivu perustettiin vuonna 2005, ja Google osti sen vuonna 2006 noin 1,65 miljardin dollarin hintaan. (Burgess – Green 2009: 1.) Youtube ei ole ainoa videopalvelu verkossa: sen kilpailijoita ovat muiden muassa Vimeo ja Dailymotion. Youtube on kuitenkin erittäin nopeasti noussut verkon ylivoimaisesti suosituimmaksi videojulkaisualustaksi. Youtuben suosion syistä on monia mielipiteitä. Anders Fagerjord (2010: 195, 197) mainitsee muutamia teknisiä syitä: videoita on helppo ladata ja katsella tavalliselta tietokoneelta, ja sivuston kautta jaetulle videoleikkeelle on vaivatonta luoda hyperlinkki⁹. Burgess ja Green puolestaan pitävät Youtuben suosion salaisuutena sitä, että se on monipuolisten osallistujien kohtaamispaikka. Videoita julkaisevat esimerkiksi suuret mediatuottajat, televisioasemat, mainostajat, yrittäjät, kulttuuriset instituutiot, artistit ja yhtyeet, aktivistit ja tavalliset ihmiset. Kukin osallistuja käyttää palvelua omiin tarkoituksiinsa, ja yhdessä he muodostavat Youtuben dynaamisen yhteisön. (Burgess – Green 2009: 7.) Godwin-Jones (2007: 16) korostaa, että suurin osa Youtube-videoista on

⁸ Ida Kankaanpää perehtyy pro gradu -tutkielmassaan siihen, miten vloggaajat rakentavat autenttisuuden vaikutelmaa. Hänen tulkintansa mukaan vaikutelma luodaan esittämällä olevansa arkinen ja kiinnittämällä katsojan huomio lavastuksen epätäydellisiin elementteihin (Kankaanpää 2017: 64).

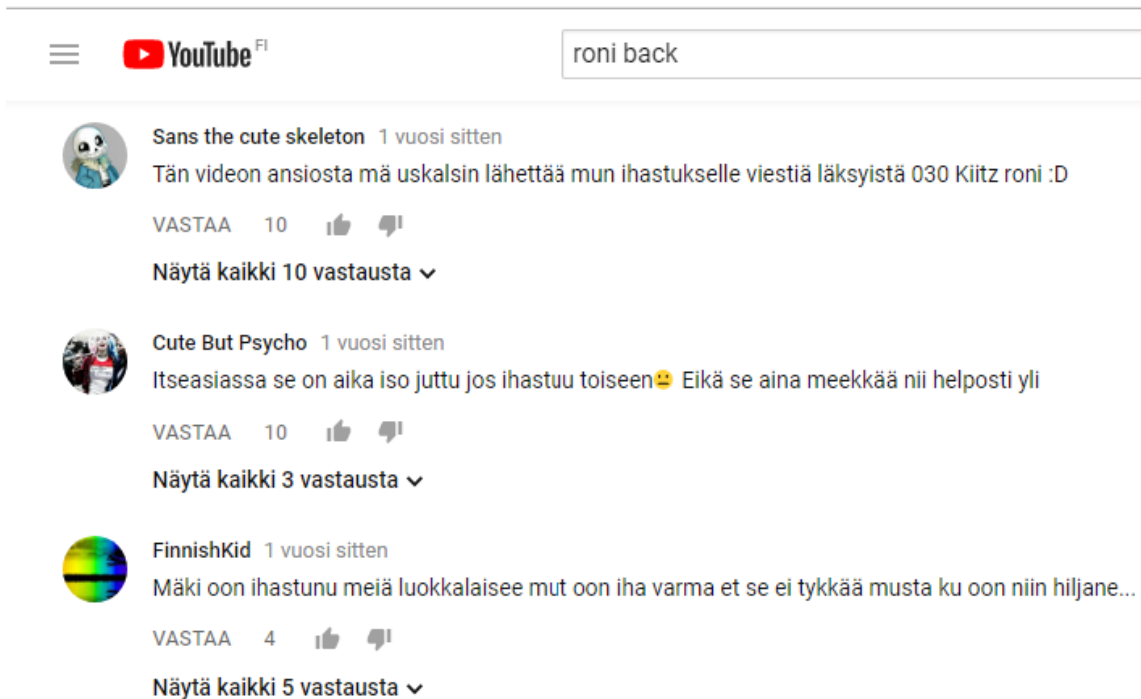
⁹Hyperlinkki on verkkosivun osoite, jota klikkaamalla pääsee siirtymään verkkosivulle suoraan. Hyperlinkkejä voi upottaa esimerkiksi Facebook- tai Twitter-päivitykseen, minkä vuoksi video voi saada paljon katsojia lyhyessä ajassa.

ei-ammattilaisten tuotantoa ja käsittelevät tavallisten ihmisten arkielämää. On kuitenkin syytä panna merkille ne, että kaikkien ääni ei kuulu Youtube-diskurssissa. Heitä ovat esimerkiksi ihmiset, joilla ei ole pääsyä verkkoon köyhyyden tai poliittisen kontrollin vuoksi (Sumiala – Tikka 2013: 180).

Vaikka tuotantoyhtiöt, mainostajat ja muut taloudellista hyötyä tavoittelevat tahot ovat seuranneet massoja Youtubeen, sen verkkoyhteisö koostuu pääosin tavallisista videoita jakavista käyttäjistä sekä videoiden katselijoista. Kaikki käyttäjät eivät julkaise omia videoita, jolloin videoiden kommentoiminen on katselijoiden pääasiallinen keino olla vuorovaikutuksessa sekä toistensa että videon jakajan kanssa. Sekä videoiden katsojat että tekijät kokevat Youtubessa yhteisöllisyyttä: verkottuminen ja palautteen saaminen ovat toimintoja, jotka luovat sitä. Youtuben toimintoihin kuuluu myös samankaltaisten videoiden suosittelu, joka osaltaan verkottaa videoita osaksi laajempaa verkostoa. (Burgess – Green 2009: 2.) Nyttemmin Youtubeen on lisätty uusi ominaisuus, trendaavat videot, jotka ovat videosuosituksia tämän hetken kiinnostavimmista videoista. Lista päivittyy kunkin maan mukaan algoritmeja hyödyntäen (YTc). Toisinaan tästä on aiheutunut ongelmia, kun asiaton video on noussut trendaavien videoiden listalle, ennen kuin se ehditään poistaa ylläpidon toimesta (Vehkoo 2018).

Videota ladatakseen ja kommentoidakseen käyttäjän täytyy rekisteröityä toimivalla Gmail-sähköpostiosoitteella, mutta hän saa itse vaikuttaa anonymiteettinsä tasoon valitsemalla nimimerkin (YTb). Kommentoinnin lisäksi käyttäjät voivat tykätä (*like*) tai ei-tykätä (*dislike*) toisten kommenteista sekä itse videosta. Kommentin alle voi kirjoittaa vastauksen juuri kyseiseen kommenttiin ja käydä vuoropuhelua alkuperäisen kommentoijan tai mahdollisten muiden kommentoijien kanssa. Vastaavasti kukin käyttäjä voi aloittaa oman puheenvuoronsa kommentoimalla videota. Myös videon julkaisija voi osallistua vuoropuheluun kirjoittamalla vastauksen videon katsojan kommenttiin. Nämä kommenttiketjut muodostavat videon aiheeseen liittyviä ”minikeskusteluja”. Sivustolle kirjautuneet jäsenet voivat myös tykätä kommenteista ja harmaa numero kommentin alla kertoo kommentista tykänneiden ihmisten lukumäärän. (YTa.) Kommenttipalsta onkin usein täynnä kommentteja ja keskusteluketjuja, jotka ovat kenen tahansa sivustolla vierailevan luettavissa. Kommenttipalstan ylimmäksi näkyvimmälle paikalle kipuavat ne kommentit, joilla on eniten tykkäyksiä tai joka on

herättänyt eniten keskustelua. Kuva 1 havainnollistaa videoblogin alle syntyviä keskusteluja.



KUVA 1. Kommenteja Roni Backin ihastus-aiheisessa vlogissa.

Youtuben käyttö sosiaalisena verkostoitumisena on etnografi Patricia G. Langen mukaan vakiintunut käytäntö. Videoiden katselijat ja kommentoijat ovat usein itsekin videoiden tekijöitä, ja kommentoinnilla halutaan luoda suhde toisiin samanhenkisiin. (Lange 2007: Discussion.) Burgess ja Greenin mukaan kaikista Youtuben videoiden genreistä videoblogi on erityisen kommunikatiivinen, sillä useimmiten juuri vlogeissa kutsutaan katsojia vastaamaan ja keskustelemaan aiheesta. Vastauksella he tarkoittavat tässä tapauksessa toisen käyttäjän julkaisemaa videoblogia, joka on linkitetty vastauksena videoon ja jossa alkuperäisen videoblogin aloittama keskustelu jatkuu. (Burgess – Green 2009: 54.) Tässä tutkielmassa en kuitenkaan keskity videobloggaajien keskinäiseen vuorovaikutukseen vaan videobloggaajan ja hänen yleisönsä väliseen suhteeseen.

Youtuben tutkijoiden keskuudessa sivustoa ei pidetä pelkästään videoiden julkaisualustana, vaan se nähdään kokonaisuutena. Sivusto muovautuu jokaisen toiminnon myötä, sillä jokainen katselukerta, linkin jako, kommentti, tykkäys ja kanavan seurantaan ottaminen eli tilaaminen jättää jälkensä ja luo sosiaalisia merkityksiä. (Burgess – Green 2009: 57.)

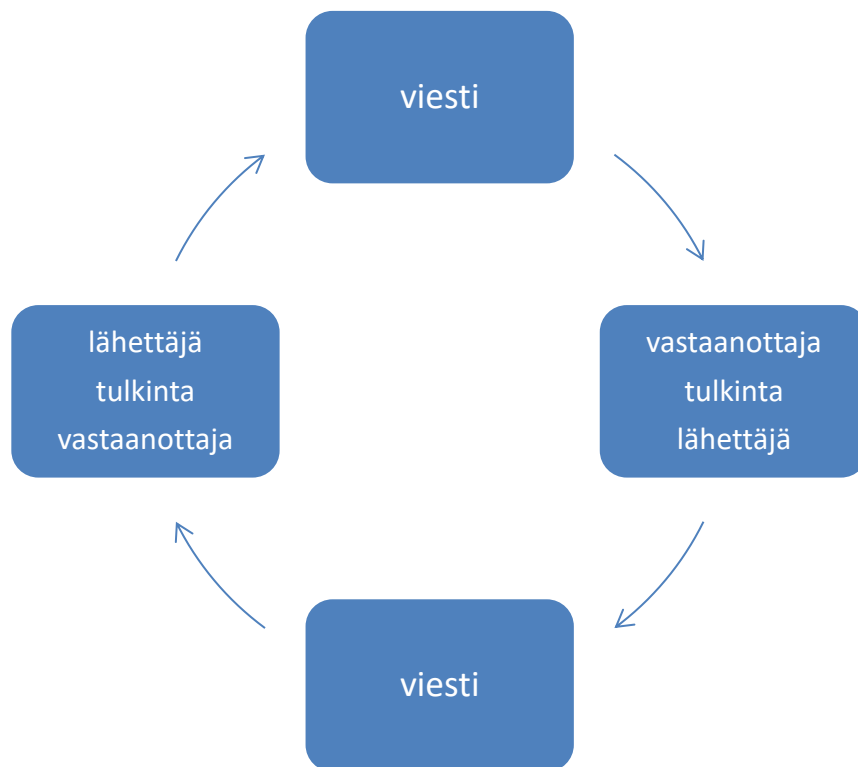
Seuraavassa luvussa esittelen tutkielman teoreettiset lähtökohdat ja menetelmät tarkemmin.

3 Tutkimuksen teoreettiset lähtökohdat

Vuorovaikutus on ihmisten välistä, joko verbaalisin tai non-verbaalisin menetelmin tapahtuvaa viestintää. Verbaalisiin eli kielellisiin menetelmiin lukeutuu sanoista koostuva puhe tai teksti, joka on suunnattu toiselle vuorovaikuttajalle. Kuten aiemmin johdannossa mainitsin, non-verbaaleihin vuorovaikuttamisen tapoihin kuuluvat eleet, ilmeet, katseen suunta, liikkeet, asennot ja tilankäyttö (Krapu – Louramo 2003: 27). Vuorovaikutuksen tärkein ominaisuus on viestinnän kaksisuuntaisuus. Vuorovaikutustapahtumassa on läsnä vähintään kaksi osapuolta, jotka havaitsevat ja tulkitsevat toistensa viestejä sekä antavat niistä palautetta. Jos palaute puuttuu, tilannetta ei voi luonnehtia kaksisuuntaiseksi, vaan se on tällöin yksisuuntainen. (Parkkila 2013: 11)

3.1 Vuorovaikutustutkimuksen klassikoita

Keskustelunanalyysin uranuurtajana pidetään yhdysvaltalaisista Harvey Sacksia, jonka mukaan vuorovaikutustapahtumassa on kolme ulottuvuutta: **puhujaa, vastaanottajaa, ja konteksti**, jossa viesti tulkitaan. Sacks synnytti keskustelunanalyysin tutkimuksellisen lähestymistapansa opettajansa, etnometodologi Harold Garfinkelin ajatusten pohjalta. (Lindholm ym. 2016: 9.) Sacksin ajatus kielestä ja merkityksestä on, että viestiä ei voida tulkita sellaisenaan, vaan sen merkitys syntyy puhujan ilmaisutavan, vastaanottajan tulkinnan ja kontekstin kompromissina (Tainio 1995: 14). Tulkinnan tärkeyttä viestien ymmärtämisen edellytyksenä on myös pohtinut viestinnän tutkija Wilbur Schramm. Hän on muodostanut visuaalisen mallin, joka kuvaa vuorovaikutuksen kaksisuuntaisuutta ja vuorovaikuttajien roolia sekä viestin ilmaisijana että tulkitsijana. Alla olevassa asetelmassa esitän Schrammin (1971: 23) viestinnän mallin suomenkielisin termein professori Kari Kuuttia (2005) mukailleen.



ASETELMA 2. Wilbur Schrammin viestinnän malli (Kuuttia 2005 mukaillen)

Vuorovaikutustutkimuksen klassikkona pidetään sosiologi Erving Goffmania, joka kuvasi vuorovaikutustilannetta kasvoteorialla. Goffmanin mukaan vuorovaikuttajat pyrkivät ennen kaikkea säilyttämään **kasvonsa** eli noudattamaan tiettyä viitekehystä sosiaalisessa kanssakäymisessä. Hänen mukaansa vuorovaikuttajat ovat kuin uhkapelin pelaajia, jotka ovat vaarassa joutua nöyryytetyiksi tai hämmentäviin tilanteisiin. Arkikielessä tällaista tilannetta kutsutaan ”kasvojen menettämiseksi”. Goffmanin mukaan kasvot ovat kunkin vuorovaikuttajan julkinen minäkuva¹⁰, ja niiden suojeleminen on yksi sosiaalisen vuorovaikutustilanteen tavoite. Pirjo Muikku-Wernerin (1997: 462) mukaan julkisen minäkuvan säilyttäminen keskustelussa tuo hyvän olon tunnetta pohjimmiltaan siksi, että yksilö kokee tulevansa hyväksytyksi muiden silmissä. Kasvotyö on vastavuoroista, eli vuorovaikuttajat pyrkivät omien kasvojensa lisäksi ylläpitämään muiden kanssakäyjien kasvoja keskustelun kuluessa. (Goffman 1967: 5–10)

Goffmanin kasvoteorian pohjalta on sekä kieli- että yhteiskuntatieteilijöiden keskuudessa kehitetty vuorovaikutuksen tutkimuksen alalajeja. Myös Penelope Brown ja Stephen Levinson ovat lainanneet Goffmanin ajatuksia kohteliaisuuden mallinsa

¹⁰ Julkisella minäkuvalla tarkoitetaan sitä, millaiseksi yksilö arvioi asemansa vuorovaikutuksessa (Goffman 1967: 5).

muodostamiseen. He jaottelevat kasvot **positiivisiin** ja **negatiivisiin kasvoihin**: yksilöllä on tarve tulla hyväksytyksi ja kuulua yhteisöön (positiiviset kasvot), mutta myös tarve määrätä omista asioistaan ja olla itsenäinen (negatiiviset kasvot). Vuorovaikutustilanteessa yksilö tekee valintoja, jotka ovat selitettävissä hänen pyrkimyksellään suojella positiivisia tai negatiivisia kasvoja. (Brown – Levinson 1987: 61.) Suomessa Brownin ja Levinsonin kohteliaisuusteoriaa on hyödyntänyt soveltava kielentutkija Arja Piirainen-Marsh, joka tutkii kasvojen ylläpitoa vuorovaikutuksessa kielenoppijoiden näkökulmasta. Hänen mukaansa positiivisten kasvojen ylläpidolla on erityisen tärkeä merkitys vuorovaikutuksen aloitustilanteissa: niistä löytyy esimerkiksi tervehdyksiä, puhutteluja ja molempia kiinnostavien aiheiden käsittelyä (Piirainen-Marsh 1995: 221).

Teoria kasvoista on hyödyllinen tämän tutkielman tutkimusasetelman ja aineiston kannalta. Videoblogi poikkeaa kasvokkaisesta keskustelusta monin tavoin, mutta määrittelen sen silti vuorovaikutustilanteeksi, jossa on useita keskustelijoita läsnä. Videoblogien vähäisessä tutkimuksessa ei ole ennen hyödynnetty kasvoteorioita; ainoastaan Karjalainen (2017: 65) toteaa lyhyesti, ettei muiden osallistujien ole mahdollista keskeyttää vloggaajan puhetta, mikä pienentää vloggaajan kasvojen menetyksen riskiä verrattuna kasvokkaiakeskusteluun. Tutkielmani motiivina onkin kasvoteorian avulla täydentää videoblogin tutkimustraditiota, jotta siihen voidaan tulevaisuudessa tarttua teoreettisemmin.

3.2 Analyyttinen diskurssianalyysi

Diskurssianalyttisellä tutkimuksella pyritään tuottamaan uusi puheenvuoro jo olemassa olevien puheenvuorojen jatkeeksi. Tutkimuksen tavoite ei siis ole tarjota tyhjentäviä selityksiä todellisuuden tilasta vaan subjektiivinen näkökulma tutkittavaan asiaan. Näin diskurssianalyttinen tutkimus ottaa osaa vuoropuheluun tutkittavan aiheen parista ja avaa kenties uusia puheenvuoroja, joihin sen jälkeiset tutkimukset voivat ottaa kantaa. (Jokinen – Juhila – Suoninen 1999: 85.)

Diskurssianalyttinen tutkimus asettuu tutkimustraditiossa janalle, jonka toisessa päässä on kriittinen diskurssianalyysi ja toisessa puolestaan analyttinen diskurssianalyysi. Kriittisessä diskurssianalyysissä puheessa tai tekstissä ajatellaan olevan epätasa-arvoisia

alistussuhteita, ja tutkimuksen tavoitteena on osoittaa näiden olemassaolo. Esimerkiksi feministinen diskurssianalyttinen tutkimus pyrkii osoittamaan epätasa-arvoisia sukupuolten välisiä valtasuhteita ja ottaa samalla kantaa poliittisesti asioiden muuttamiseksi. Analyttisessä diskurssianalyysissä ei sitä vastoin tehdä olettamuksia suhteiden olemassaolosta vaan lähtökohtana pidetään tutkittavaa aineistoa ja sieltä esille nousevia havaintoja. Analyttisen diskurssianalyysin tutkijan pyrkimys on siis pysyä avoimena aineistolle ja eritellä tällä tavoin sosiaalista todellisuutta. (Mts. 86–87.)

Tämän tutkimuksen tavoite kallistuu jälkimmäisen eli analyttisen diskurssianalyysin tutkimustraditioon. Kun ajatellaan videoblogin genren tuoreutta, tämä valinta on sikäli luonteva, ettei aineistosta ole edes mahdollista tehdä kovin tarkkoja olettamuksia aikaisemman tutkimuksen perusteella.

Diskurssi-identiteetti

Diskurssianalyysin käsitteistä hyödynnän tässä tutkimuksessa erityisesti määritelmää diskurssi-identiteetistä. Verkkokeskustelualueet kommentteineen muodostavat diskurssin, jossa sosiaalista todellisuutta rakennetaan kielen keinoin. Puhe ei synny tyhjiössä, vaan se noudattaa ja samalla luo kontekstia, jossa jokainen puheenvuoro joko vahvistaa tai kumoaa edellisen vuoron luomat odotukset. Näin keskustelijat uudistavat jatkuvasti keskustelua ja osallistumiskehikkoa puheenvuoroillaan.

Keskustelijoille määräytyy erilaisia rooleja ja he asettavat niitä muille keskustelijoille. Eri osallistujaroolien lisäksi keskustelijoille muodostuu **diskurssi-identiteettejä** (*discourse identities*). Diskurssi-identiteetit määräytyvät puhetoimintojen mukaan. Esimerkiksi keskustelussa, jossa yksi kertoo tarinaa, diskurssi-identiteettejä ovat tarinan kertoja ja tarinan vastaanottaja. Vastaanottajien joukossa saattaa myös olla **tietämättömiä** tai **tietäviä vastaanottajia**, jotka tuntevat tarinan etukäteen. Tarinan kertoja huomioi puheensa muotoilun vastaanottajien mukaan (*recipient design*). Voidaan siis ajatella, että äänessäolija ei yksin luo puhettaan, vaan osallistumiskehikon muut jäsenet ovat osallisina puheenvuoron rakentumisessa. Diskurssi-identiteetit voivat vaihdella keskustelun kuluessa. (Seppänen 1995: 160–162.)

3.3 Keskustelunanalyysin käsitteet

Vuorovaikutus on jäsentynyttä yhteistoimintaa, jossa keskustelun yksityiskohdat ovat harvoin sattumanvaraisia tai merkityksettömiä (Hakulinen 1995: 13). Merkityksiä sisältyy aina keskustelun laajimmista jaksoista puheen yksityiskohtaisiin piirteisiin tai äännähdyksiin asti. Keskustelunanalyytisessä tutkimustraditiossa vuorovaikutusta voidaan tutkia **vuorottelujäsennyksen** ja **sekvenssijäsennyksen** kautta. Vuorottelujäsennyksessä huomio kiinnittyy siihen, miten puheenvuorot vaihtuvat ja miten ne rajaavat ja ennakoivat tulevia puheenvuoroja. (Raevaara 1995: 75.)

Sekvenssijäsennys puolestaan on työkalu sen tutkimiseen, miten puheenvuorossa otetaan huomioon edellinen puheenvuoro eli miten vuorot liittyvät toisiinsa. Sekvenssijäsennyksen tärkeä analyysiväline on **vierusparien** käsite. Goodwin ja Heritage määrittelevät vierusparin kahden vuoron kokonaisuudeksi, jossa vuorot kytkeytyvät toisiinsa erityisen vahvasti. Ne ovat konventionaalistuneet tunnistettavaksi rakenteeksi. (Goodwin – Heritage 1990: 288.) Klassisia erimerkkejä vieruspareista ovat kysymys–vastaus, tervehdys–vastatervehdys ja kiittäminen–kiitokseen vastaaminen. Liisa Tainio mainitsee liudan esimerkkejä muista vieruspareista: pyyntö–suostuminen tai kieltäytyminen, tarjous–hyväksyminen tai torjuminen, kannanotto–samanmielisyys tai erimielisyys ja syytös–kiistäminen tai myöntäminen. Näillä esimerkeillä Tainio korostaa sitä, että joskus jälkijäsenellä on kaksi vastakkaista vastausvaihtoehtoa. Odotuksenmukaista vastausta, esimerkiksi pyyntöön suostumista, kutsutaan **preferoiduksi** ja kielteistä, esimerkiksi pyynnöstä kieltäytymistä, nimitetään **preferoimattomaksi** jälkijäseneksi. (Tainio 1995: 93–94.)

Kolmas keskustelun rakenteen tutkimisen väline on **korjausjäsenitys**. Korjausjäsenitys tarkoittaa keskustelijoiden käyttämiä puhuntoja, jotka käsittelevät puhumiseen, puheen kuulemiseen ja sen ymmärtämiseen liittyviä ongelmia. Puhe saattaa keskeytyä, ja sanottavaa joudutaan hakemaan, muokkaamaan tai täsmentämään. Puheen keskeyttäminen muokkauksia varten onkin osa kaikenlaisia keskusteluja ja vuorovaikutustilanteita. Puheen muokkaaminen voi liittyä keskustelukumppanin puheen lisäksi myös omaan puheeseen, jolloin ilmiötä kutsutaan **itsekorjaukseksi**. Oman puheen muokkaus kohdistuu useimmiten leksikkoon eli sanavalintoihin, mutta myös yksittäiset äänneet, sijapäätteet ja sanaa pitemmät kokonaisuudet voivat olla itsekorjauksen motiivina. Korjausjäsenitys ei välttämättä ole vain keskustelua piinaava vitsaus, vaan sen

avulla esimerkiksi korjataan tilanteeseen tai vastaanottajaan sopimatonta sanavalintaa ja luodaan vaihtoehtoisia merkityksiä keskustelutilanteesta ja osanottajien suhteesta. (Laakso – Sorjonen 2005: 244.) Korjausjäsenitys on ensisijaisesti puhekielen piirre ja soveltuu tämän tutkielman aineiston käsittelyyn vlogitekstin analysoinnissa.

3.4 Erving Goffmanin osallistumiskehikko

Keskustelunanalyysissä ollaan kiinnostuneita keskustelun etenemisestä yhteistyönä. Keskustelua ei siis nähdä ainoastaan puhuja–kuulija-kahtiajaon kautta, vaan sen merkitys syntyy keskustelijoiden vuorovaikutuksena. Keskustelun jäseniä vaihtelevine rooleineen kutsutaan myös **osallistumiskehikoksi** (*participation framework*). Termin on alun perin esittänyt jo mainitsemani Erving Goffman teoksessaan *Forms of Talk* (1981: 3). Seuraavaksi avaan osallistumiskehikon teoriaa syvemmin käsite kerrallaan.

Osallistumiskehikon potentiaalisia puhujia Goffman kutsuu **ratifioiduiksi osallistujiksi**. Ratifioiduista osallistujista Goffman rajaa keskustelun hiljaiset osanottajat pois. **Puhuteltu** (*addressee*) osallistuja on se, keneen puhuja kiinnittää katseensa tai huomionsa sanallisesti puhuessaan. Muidenkin kuulijoiden joukossa on **kohteita** (*target*) eli mahdollisia puhuteltavia, jotka saattavat saada äänessäolijan huomion. Keskustelun muutostilanteisiin liittyy termi **asennonvaihto** (*change of footing*), joka tarkoittaa muutosta keskustelussa tai vaihtelua osallistumiskehikon osanottajien rooleissa. Roolit vaihtelevat, vaikka läsnäolevien keskustelijoiden joukko pysyisikin samana. Puhuja voi vaihtaa puhuteltua kohdetta tai puheenvuoro voi vaihtua kokonaan. Puhuteltu voi vaihtua jopa yhden äänessäolijan saman puheenvuoron aikana useasti. (Goffman 1981: 125–127; Seppänen 1995: 159.) Osallistumiskehikossa merkityksiä luovat kielellisten valintojen lisäksi katset ja eleet (Goffman 1981: 1).

Goffmanin mukaan esittämismuotin funktioita ovat **esittäjä** (*animator*), **tekijä** (*author*) ja **toimeksiantaja** (*principal*). Esittäjä on keskustelussa se, joka fyysisesti puhuu. Puheenvuorolla on aina myös tekijä, joka valitsee ilmaistavat sisällöt. Esittäjästä ja tekijästä erotetaan myös toimeksiantaja eli se, kenen ajatuksia ja arvoja ilmaistaan. (Goffman 1981: 144.) Nämä osallistujat ovat usein yksi ja sama henkilö. Mutta aina näin ei ole: esimerkiksi uutistoimituksessa, jossa uutistenlukija referoi vaikkapa poliitikon sanoja, roolit ovat selkeästi erillään. Tällöin uutistenlukija on esittäjä, uutisen

käsikirjoittaja on tekijä ja poliitikko toimeksiantaja. Myös arkikeskustelussa roolit voivat eriytyä erilaisin keinoin. Äänessäolija voi imitoida tai siteerata toista puhujaa muuttamalla ääntään ja puhumalla toisen näkökulmasta. Puhuja voi tietoisesti valita jonkun auktoriteetin toimeksiantajaksi, jolloin puhujan sanat saavat tukea ja uskottavuutta tältä. (Seppänen 1995: 158.)

Osallistumiskehikko on käyttökelpoinen käsite tämän tutkielman kannalta, sillä myös videoblogin äärelle kokoontuva katsojajoukko muodostaa osallistumiskehikon videobloggaajan kanssa. Osallistumiskehikon käsitteiden avulla on mielenkiintoista tarkastella etenkin videobloggaajan esittämismuotin funktioita.

3.5 Brownin ja Levinsonin kohteliaisuuden maksiimit

Kuten edellä luvun alussa pohjustin, Brownin ja Levinsonin teoria kohteliaisuuden maksiimeista perustuu yksilön pyrkimykseen suojella omia ja muiden osallistujien kasvoja vuorovaikutustilanteessa. Kohteliaisuusstrategioiden käyttö on heidän mukaansa universaali ilmiö, joka on kulttuurista riippumatta aina jossain määrin mukana vuorovaikutustilanteissa. Kohteliaisuusstrategiat eli kohteliaisuuden maksiimit ovat kielellisiä piirteitä, joilla keskustelun osallistujat ylläpitävät positiivisia ja negatiivisia kasvoja. Positiiviset strategiat liittyvät suhteen vahvistamiseen, samanmielisyyden luomiseen ja yhteisen kontekstin rakentamiseen (Brown – Levinson 1987: 131). Negatiivisin strategioiden vältetään keskustelussa ristiriitoja, annetaan myönnytyksiä ja pehmennetään mielipiteitä (mts. 131). Brownin ja Levinsonin teoria on saanut osakseen kritiikkiä siitä, että he korostavat puhujan roolia jättäen kuulijan roolin passiiviseksi. Teoriaa kritisoineet tutkijat näkevät keskustelutilanteessa olevan kyse ennemminkin vuorovaikuttajien pyrkimyksistä edistää yhteisiä päämääriä. Lisäksi sitä on kritisoitu etnosentrismistä: kohteliaisuuden maksiimit näyttävät soveltuvan paremmin tietyn kulttuurin sisällä käydyn vuorovaikutuksen tarkasteluun kuin muiden. Esimerkiksi länsimaisessa ja japanilaisessa kulttuurissa kohteliaisuutta ilmaistaan ja tulkitaan toisistaan poikkeavin elein. (Piirainen-Marsh 1995: 26.)

Brown ja Levinson ovat viime vuosikymmenet hallinneet pragmatiikan tutkimuskenttää teoriallaan, ja sitä on hyödyntänyt myös Leena Jaakkola (2008) liseniaatintutkimuksessaan. Jaakkolan sanoin keskustelussa vuorovaikutuksen

edellytyksenä on kasvojen suojelun tarpeen tunnistaminen ja sopivan kohteliaisuusstrategian valinta (Jaakkola 2008: 58). Seuraavaan taulukkoon 1 olen koonnut Brownin ja Levinsonin kohteliaisuuden maksiimit tiivistetysti Jaakkolan mallia mukaillen:

Positiiviset kohteliaisuuskeinot	Negatiiviset kohteliaisuuskeinot
<ol style="list-style-type: none"> 1. Luo yhteinen viitekehys <ul style="list-style-type: none"> • Kuulijan huomiointi • Kiinnostuksen liioittelu • Kiinnostuksen vahvistaminen • Yhteisen pohjan korostaminen • Sisäpiirin vitsit 2. Tee yhteistyötä kuulijan kanssa <ul style="list-style-type: none"> • Yhteisymmärrykseen pyrkiminen • Ristiriitojen välttäminen • Kysymysten esittäminen • Vastavuoroisuuden vahvistaminen 3. Täytä kuulijan toiveet <ul style="list-style-type: none"> • Sympatian, ymmärryksen, yhteistyön antaminen • Kuulijan osallistaminen puheeseen • Kehuminen ja kiittäminen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pyri rehellisyyteen <ul style="list-style-type: none"> • Rehellisyydellä kuulijan kunnioittaminen 2. Ajattele kuulija vieraana <ul style="list-style-type: none"> • Oman mielipiteen pehmittäminen 3. Älä pakota kuulijaa <ul style="list-style-type: none"> • Haittojen minimointi • Myönnytysten antaminen 4. Ilmaise välttäväsi ristiriitoja <ul style="list-style-type: none"> • Anteeksi pyytäminen • Persoonamuotojen häivytyt • Nominalisaation käyttäminen • Oman vaivannäön vähätteleminen

TAULUKKO 1. Kohteliaisuuden maksiimit (Jaakkolaa 2008 mukaillen)

Brownin ja Levinsonin kohteliaisuusteoria esittää kohteliaisuuden strategiat perin kaksijakoisena, ja on ehdotettu, että kohteliaisuutta voisi tarkastella lähi- ja etäkohteliaisuuden jatkumolla.¹¹ Larjavaaran mukaan positiivisten ja negatiivisten kasvojen strategioita tulisi täydentää perus- tai minimikohteliaisuuden käsitteellä, sillä kielellisiä kohteliaisuuskeinoja on hankala arvioida vain positiivisten tai negatiivisten strategioiden avulla. Minimikohteliaisuutta on keskustelussa helppo ilmaista, ja siitä varsinaiset kohteliaisuusstrategiat saavat alkunsa. Minimikohteliaisuuskeinot ovat kohteliaisuuden vaikutelman kannalta välttämättömät, sillä jos ne ohitetaan osittain tai ne puuttuvat keskustelusta kokonaan, syntyy herkästi epäkohteliaisuuden vaikutelma. (Larjavaara 2007: 470–471.)

Brownin ja Levinsonin kohteliaisuuden maksiimit ovat tutkimusaineistoni analysoinnin lähtökohta. Teoria ei ole aukoton, sillä sama ilmaus voi yhtä aikaa suojella sekä

¹¹ Tätä mieltä on esimerkiksi Leena Jaakkola (2008: 61).

positiivisia että negatiivisia kasvoja. Tämän kritiikin ja tutkielman rajallisuuden vuoksi en erottele maksiimeja positiivisten ja negatiivisten strategioiden perusteella, vaan käsittelen analyysissä kaikkia aineistosta nousseita vuorovaikutuksen keinoja, ja pohdin niihin liittyviä kasvojen suojelun pyrkimyksiä.

Tällä ajatuksella olen soveltanut taulukossa 1 esitettyjä kohteliaisuuden strategioita ja muodostanut videoblogin diskurssiin sopivat strategiat, joita kutsun jatkossa **vuorovaikutuksen maksiimeiksi**. Keskityn analyysissäni erityisesti sellaisiin vuorovaikutuksen piirteisiin, jotka voidaan selittää taulukon 1 positiivisilla kohteliaisuuskeinoilla: 1. Luo yhteinen viitekehys, 2. Tee yhteistyötä kuulijan kanssa ja 3. Täytä kuulijan toiveet.

3.6 Huumorin tutkimus

Kuten johdannossa mainitsin, huumoria ei ole käsitteenä helppo määritellä, sillä sen ominaisuuksiin kuuluu uusien tapojen etsiminen huvittavuuden vaikutelman luomiseksi (Laakso 2014: 33). Maria Laakso määrittelee huumorin tyylirekisteriksi, joka aktivoituu tekstissä erilaisin keinoin. Hän toteaa huumorin tulevan lähelle tekstilajin määritelmää, mutta selvien rajojen puuttumisen vuoksi huumori tulee nähdä ennemminkin viestinnän tapana, jonka konventiot ovat tietyn yhteisön hyväksymät ja tunnistamat (Laakso 2014: 9). Markku Haakana (1996: 156) kutsuu muutosta vakavasta puheesta ei-vakavaan puheeseen huumorimoodiin siirtymiseksi, ja Goffmanin termein puhutaan asennonvaihdoksesta keskustelussa. Mulkay mainitsee muutamia konkreettisia huumorimoodiin siirtymisen merkkejä: siirtymä voidaan havaita esimerkiksi puhujan hymystä, naurusta tai äänenmuuntelusta (Mulkay 1988: 46–47). Seuraavaksi esittelen kolme huumoriin liittyvää käsitettä, jotka ovat erityisen tärkeitä aineiston analysoinnin kannalta.

Inkongruenssiteoria

John Morreall (2009) teoretisoi huumoria inkongruenssiteorialla, joka on hallinnut huumorin tutkimuskenttää¹² ilmestymisestään asti. Inkongruenssi tarkoittaa

¹² Vaihtoehtoisina teorioina huumorin tutkimuksessa on käytetty esimerkiksi ylemmyys- ja hujennusteorioita, joiden kautta tutkitaan etenkin niitä psykologisia tarpeita, joita huumorilla pyritään täyttämään. (Laakso 2014: 11.)

kirjallisuudentutkimuksessa asioiden yhteensopimattomuutta, josta syntyy koominen vaikutelma (Hosiaislouma 2003: 470). Teorian mukaan ihminen oppii kokemusten kautta ennakoimaan asioita – ja kun asiat eivät etenekään odotetusti, odotukset rikkoutuvat. Huumorin inkongruenssiteoria perustuu juuri tähän eli odottamattomasti yhdistettyjen mielikuvien tai ideoiden koomisuuteen. Myös Immanuel Kantin ajattelussa on havaittavissa yhtymäkohtia inkongruenssiteoriaan, sillä hänen mukaansa nauru on reaktio siitä, kun jotain absurdia tulee ilmi ja odotukset muuttuvat tyhjäksi. (Morreall 2009: 10–11.) Morreall tosin muistuttaa, ettei kaikki inkongruenssi ole välttämättä huvittavaa vaan joskus myös inhottavaa tai jopa pelottavaa: esimerkiksi kärpänen soppalautasella tai pelottavaan kartanoon sijoitettu pelle saattavat aiheuttaa edellä mainittuja negatiivisia tunteita (mts. 73, esimerkit omiani).

Humoristinen vaikutelma inkongruenssista syntyy silloin, kun se esitetään leikillisessä ilmapiirissä, jota Morreall nimittää termillä *play mode* (mts. 50). Laakso määrittelee leikillisen tilan sosiaalisesti jaetuksi kokemukseksi, johon liittyy osallistujien vapaaehtoisuus, arkielämästä irtautuminen ja toiminnan tarkoituksettomuus. Näiden valossa huumori ei ole tekstistä tarkoin eroteltavissa oleva ominaisuus, vaan se on tekstiin synnytetty moodi puhujan ja kuulijan välillä. (Laakso 2014: 32–33.) Leikkisä ilmapiiri on myös Haakanan ajatuksen taustalla hänen puhuessaan huumorimoodiin siirtymisestä.

Ironia

Huumorimoodi voidaan synnyttää tekstiin esimerkiksi ironian avulla. Ironia on monitasoinen kielen ja osittain kielenulkoinenkin ilmiö, jonka tulkitseminen edellyttää kontekstuaalista ymmärrystä. Ironialla on huumorin luomisen lisäksi muitakin funktioita: sen avulla kyseenalaistetaan asioita ja otetaan kantaa, minkä vuoksi se sopii erityisen hyvin journalistisiin mielipideteksteihin. Kuten kaikissa kielenkäytön tilanteissa, ironisen viestin tulkinnassa tulee huomioida tekstilaji, puhuja ja tilanne. (Rahtu 2000: 224.)

Toini Rahtu määrittelee ironian niin, että ironisessa viestissä on kielteinen sanoma: sillä ilmaistaan esimerkiksi erimielisyyttä, kriittisyyttä tai pilkallisuutta. Ironisessa viestissä kielteinen sanoma on tarkoituksellinen, ja se halutaan kohdistaa tiettyyn ilmiöön, henkilöön tai tapahtumaan. Ironia eroaa suorasta pilkasta kuitenkin niin, että sillä on monitulkintainen esitystapa – ironian kielteisyys, esittäjä, tarkoituksellisuus tai kohde on jollain tapaa kätkeyty viestiin. Tekstin tulkinnassa ironisen viestin oivaltaminen tuottaa

samanlaista mielihyvää kuin arvoituksen ratkaiseminen (mts. 240). Rahdun mukaan ironian alalajeineen voi luokitella kielellisen leikinlaskun ja huumorin piiriin, mutta hän muistuttaa, että kaikki ironia ei ole huvittavaa. (Mts. 224–225.)

Äänenmuuntelu

Äänenmuuntelu on tiiviisti sidoksissa ironiaan, sillä äänenmuuntelun avulla puhuja esittää hetkellisesti olevansa joku muu kuin hän itse. Puhuja voi poiketa omasta äänenkäytöstään säätelemällä äänen korkeutta, nopeutta, voimakkuutta tai prosodisia ominaisuuksia (Haakana – Visapää 2005: 429). Kun puhuja muuttaa ääntään tahallisesti, puhetta ei tule käsitellä samoin kuin puhujan ”aitoa” puhetta (Mulkay 1988: 47).

Haakanan ja Visapään mukaan äänenmuuntelulla luodaan yhteys puhujien välille. Tämä edellyttää, että toinen osapuoli ymmärtää äänen muuttumisen kontekstin. Usein äänenmuuntelun taustalla ovat keskustelijoiden tuntemat stereotyyppit, joiden avulla tehdään oletuksia siitä, miten tietynlainen henkilö, esimerkiksi lääkäri tai isoäiti, tyypillisessä tapauksessa voisi puhua. (Haakana – Visapää 2005: 435–436.) Lainatut puhetavat voivat myös olla televisiosta tuttujen hahmojen, kuten julkisuuden henkilöiden tai huumoriohjelman hahmojen, erikoisia puhetapoja, joihin liittyy usein äänen laadun muuntelua (mts. 431). Äänenmuuntelun tavoitteena voi olla herättää yleisössä huvittuneisuutta, mutta sillä voi olla muitakin tehtäviä: ääntään muuttamalla henkilö voi etäänäytyä roolistaan ja esittää kärkevämpiä mielipiteitä kuin omana itsenään voisi tai uskaltaisi (mts. 461). Tässä tutkimuksessa tutkimusaihe on kuitenkin rajattu huumorin keinoihin, joten analysoin äänen laadun muuntelua vain huumorin luomisen kannalta.

Seuraavassa luvussa esittelen tutkimusaineiston.

4 Tutkimusaineisto

Tutkimusaineisto koostuu kahden suomalaisen videobloggaajan julkaisemista videoblogeista ja niiden alle jätetyistä kommentteista. Videobloggaajat ovat nuoria aikuisia, ja heistä toinen on naispuolinen ja toinen miespuolinen. Videot on tallennettu Youtuben ohjeita noudattaen¹³ heinä-syyskuussa 2018. Aineistonkeruun kesto on vaikuttanut, että vloggaajat julkaisivat videoita hieman eri tahtiin: toinen vloggaaja tuotti videon lähes päivittäin ja toinen julkaisi videon keskimäärin kerran viikossa.

Etnografista tutkimusta tehdessä tutkimusluvan kysyminen tutkittavilta henkilöiltä kuuluu hyviin tapoihin, mutta verkossa esiintyvän materiaalin ja verkkokeskustelujen osalta käytäntö on vielä vakiintumaton. Käsittämäni videoblogit on ladattu verkkoon, josta ne ovat julkisesti kenen tahansa saatavilla, eivätkä ne sisällä arkaluontoista materiaalia, joten arvioni mukaan tutkimusluvan pyytäminen ei ollut tässä tapauksessa välttämätöntä. Tavoitteena on tutkia ihmisten välistä vuorovaikutusta, joka on universaali, inhimillinen ilmiö. Tutkittavat henkilöt eivät ole vaarassa esiintyä epäedullisessa valossa tutkimuksen myötä.

Valitsin videot julkaisemisjärjestyksessä, mutta jätin aineiston ulkopuolelle tänä aikana ilmestyneet ”erikoisvideot”, joiden sisällössä oli jotain poikkeuksellista kanavan tavanomaisimpiin videoihin nähden. Tällaisia olivat esimerkiksi Miisan videoblogi *ÄITI SELOSTAA MEIKKITUTORIAALIN*, jossa Miisa pysyy koko videon ajan puhumatta, ja ainoastaan Miisan äiti puhuu videolla toimien ikään kuin kertojan äänenä. Ronin vlogisarjasta jätin huomiotta yhden pelivideon, sillä siinä vloggaajan huomio kiinnittyy pääasiassa tietokonepelin pelaamiseen ja sen kommentointiin. Lisäksi jätin aineistonvalinnassa pois kaksi videota, jotka oli tehty yhteistyössä mainostavan tahon kanssa. Tämän tein sen vuoksi, että halusin nimenomaan tarkastella videobloggaajien itsensä suunnittelemaa ja toteuttamaa videoita ilman kaupallisen tahon vaikutusta. Näillä menettelyillä sain kerättyä videot hieman alle kahdessa kuukaudessa, kunnes molemmilta vloggaajilta oli koossa seitsemän analysoitavaa videota.

¹³ Youtuben tekijänoikeusselosteessa määritellään oikeus videoiden käyttämiseen kohtuullisuuden periaatteen mukaisesti. Tämä tarkoittaa, että videoita on lupa käyttää kohtuullisuuden rajoissa esimerkiksi uutisoinnissa, tutkimustarkoituksessa, opetuksessa tai voittoa tavoittelemattomassa toiminnassa. (YTd.)

Aineistossa on videomateriaalia 2 h 28 minuuttia ja yhden videon pituus on keskimäärin 10 minuuttia 34 sekuntia. Olen litteroinut videot puolikarkeasti käyttäen ohjeviitteenä Ison suomen kieliopin litterointimerkkejä (Liite 1). Katsoin tarpeelliseksi kirjata puheesta ylös naurun ja muut tunteiden osoitukset, tauot, puhekielisyydet ja täytesanat, mutta jätin hienojakoisimmat piirteet, kuten huokaukset ja äännähdykset kirjaamatta – tässä tutkimuksessa ne eivät olisi tuoneet lisäarvoa. Olen koodannut videot videobloggaajan etunimen alkukirjaimen ja videon julkaisujärjestyksen mukaan M1, M2 ja niin edelleen.

Aineiston kommentit keräsin samoista videoblogeista, jotka valitsin tutkimusaineistoksi. Miisan videoissa kommentteja oli jätetty yhteensä keskimäärin 417 kappaletta per video. Ronin videoissa kommenttien määrä oli melkoisesti suurempi: videot olivat kerryttäneet keskimäärin 3 722 kommenttia.¹⁴ Kommenttien määrän suuren vaihtelevuuden vuoksi kehitin keruusysteemin, jonka avulla sain kerättyä tälle tutkielmalle käyttökelpoisen aineiston. Viitataan aineiston yksittäisiin kommentteihin jatkossa K-kirjaimella ja kommentin järjestysluvulla K1, K2 ja niin edelleen.

Keruusysteemissäni hyödynsin Youtuben teknisiä ominaisuuksia. Videoiden kommentit on mahdollista järjestää allekkain kahden toiminnon avulla: uusimpien ja suosituimpien kommenttien mukaan. Suosituimmat kommentit ovat eniten tykkäyksiä ja vastauksia saaneet kommentit. Näitä toimintoja käyttäen keräsin jokaisesta videosta kymmenen uusinta kommenttia ja viisi suosituinta kommenttia vastauksineen. Uusimmat kommentit eivät olleet kerryttäneet vastauksia yhdessäkään videossa keruuhetkellä, mutta suosituimmat kommentit olivat saaneet enemmän tai vähemmän vastauksia. Tämän vuoksi jokaisesta videosta kerätty kommenttien määrä on yksilöllinen. Keruumenetelmällä sain aineistoon mukaan etenkin keskusteluketjuja, jotka olivat tutkielman kannalta tärkeitä voidakseni tarkastella kommenttikentissä tapahtuvaa vuorovaikutusta kommentoijien kesken. Kommentteja kertyi näillä menettelyillä 533 kappaletta. Kommenttiaineisto on koottu taulukkoon 2.

¹⁴ Keräsin molempien videobloggaajien kommentit noin 5 kuukautta videoiden julkaisun jälkeen, jolloin ne olivat ehtineet kerryttää kommentteja koko tämän ajanjakson ajan.

videon koodi	uusimmat kommentit	suosituimmat kommentit	vastauksia suosituimmissa kommenteissa	yhteensä
M1	10	5	3	18
M2	10	5	5	20
M3	10	5	21	36
M4	10	5	17	32
M5	10	5	12	27
M6	10	5	28	43
M7	10	5	7	22
R1	10	5	24	39
R2	10	5	20	35
R3	10	5	51	66
R4	10	5	40	55
R5	10	5	25	40
R6	10	5	32	47
R7	10	5	38	53

TAULUKKO 2. Aineistoon kerättyjen kommenttien määrä ja alkuperä.

Seuraavaksi esittelen Youtube-kanavat ja niiden tekijät, joiden videoblogeja kommentteineen käytän tutkielmani aineistona.

Mmiisas

Vloggaajista ensimmäinen, jonka videoblogeihin tutustuin, on Miisa Rotola-Pukkila, jota kutsun jatkossa nimellä Miisa. Miisa on 24-vuotias suomalainen videobloggaaja ja puheviestinnän opiskelija Tampereen yliopistossa. Miisan ensimmäinen video on ladattu nähtäville Youtubeen vuonna 2013 ja vuonna 2019 hänen kanavaansa *mmiisas* seuraa yli 381 000 tilaajaa ja 456 videota. (YTe.) Vertailun vuoksi mainittakoon, että Helsingin Sanomien kokonaislevikki oli n. 325 000 vuonna 2017 (Media Audit Finland 2017). Miisa on julkaissut satoja Youtube-videoita, ja niitä on katsottu yhteensä yli 117 miljoonaa kertaa. Miisa on aktiivinen myös muissa sosiaalisen median kanavissa, joissa hän on aivan yhtä suosittu: hänen Instagram-profiilillaan on yli 421 000 seuraajaa. Vuonna 2016 Kauppalehti listasi Miisan 100 vaikutusvaltaisimman suomalaisen joukkoon (Mankkinen 2017).

Miisan videoiden aiheet vaihtelevat päivittäisistä kuulumisista erilaisiin teemavideoihin, joissa Miisa käsittelee pohdiskeleviakin aiheita. Hänen videonsa on suunnattu yläkouluikäisistä lähtien nuorille aikuisille. Hän arvelee suosionsa syyn piilevän samaistuttavuudessa: katsoja saattaa tuntea videota katsellessaan olevansa vuorovaikutuksessa hyvän ystävän kanssa, mikä antaa katsojalle viihteen lisäksi vertaiskokemuksia (Tamminen 2018).

Roni Back

Roni Bäck on 25-vuotias videobloggaaja ja kotoisin Orimattilasta. Hän on koulutukseltaan kauppatieteiden kandidaatti ja toimii toimitusjohtajana omistamassaan IT-konsultointia tarjoavassa osakeyhtiössä, Backmediassa (Kauppalehti 2019). Bäck videoblogga YouTube-kanavallaan nimeltä Roni Back sanojensa mukaan kaikesta mahdollisesta liittyen peleihin, elämään ja trendikkäisiin aiheisiin. Hän on julkaissut ensimmäisen videonsa tammikuussa 2014 ja on kevääseen 2019 mennessä julkaissut 1395 videota kanavallaan. Miltei päivittäinen videoiden julkaisutahti on kasvattanut kanavan tilaajamäärän n. 440 000 seuraajaan. (YTf.)

Roni Back aloitti videoblogin tietokonepeliharrastuksensa johdannaista: hän julkaisi aluksi pelistriimejä eli videotallenteita tietokoneella pelaamisestaan. Vuonna 2015 Bäck alkoi kuvata pelivideoiden lisäksi muita aiheita käsitteleviä videoblogeja, joissa hän esiintyi itse kameran edessä. (Bäck 2016.) Bäck kuvaa yhä silloin tällöin pelivideoita, mutta nykyisin hänen kanavansa genre painottuu päiväkirjamaiseen videoblogiin.

Roni Backin videoblogien erityispiirteitä ovat isovelimäiset, nuorille katsojille suunnatut opettavaiset aiheet. Bäck kuvaa ja julkaisee videoita, joissa puhuu esimerkiksi itsetunnon kohottamisesta, ulkonäköpaineista, ihastumisesta ja kiusaamisesta. Hän tiedostaa katsojiensa olevan nuoria (8–16-vuotiaita), tuntee olevansa heistä vastuussa ja haluaa toimia hyvänä roolimallina yleisölleen (Yle 2018).

5 Vuorovaikutus videoblogin diskurssissa

Tässä luvussa esittelen videoblogin vuorovaikutuksen maksiimit (jatkossa myös strategiat) ja teemat, joihin ne kytkeytyvät. Etenen maksiimien esittelyssä vuorovaikutuksen ilmeisyyteen perustuvassa järjestyksessä aloittaen minimikohteliaisuudesta siirtyen yhä vaikuttavampiin vuorovaikutuksen strategioihin. Analysoin kunkin maksiimin tyypillisiä kielellisiä piirteitä, ja pohdin niiden yhteyttä kasvojen suojeluun ja vaikutusta osallistumiskehikkoon. Olen muodostanut maksiimit kiinnittämällä huomiota sanastoon, rakenteisiin, niiden frekvenssiin, puheakteihin, puheen aiheisiin ja sisältöön. Vloggaajien osalta huomioin myös kasvojen ilmeet, äänensävyt ja katseen suunnan, kun taas kommentoijien osalta huomioin tekstin lisäksi tunnetta ilmaisevat merkit, kuten hymiöt ja emojiit. Mainittakoon, että maksiimien muodostaminen perustuu subjektiiviseen tulkintaani aineistosta. Jokaisessa maksiimissa esiintyy kuitenkin jonkinasteista säännönmukaisuutta, minkä vuoksi analyysini kestää tieteellisen tarkastelun. Seuraavassa asetelmassa 3 olen esitellyt videoblogin vuorovaikutuksen maksiimit kehysteemoineen.

Videoblogin vuorovaikutuksen maksiimi	Teema
Tervehtiminen ja puhuttelu	LUO YHTEINEN
Yhteinen kieli ja konteksti	VIITEKEHYS
Ohjailevat lausumat	TEE YHTEISTYÖTÄ
Kysyminen ja vastaaminen	KUULIJAN KANSSA
Kommentin esille nostaminen	TÄYTÄ KUULIJAN
Kehuminen ja kiittäminen	TOIVEET

ASETELMA 3. Videoblogien vuorovaikutuksen maksiimit ja niiden teemat.

Olen määritellyt kuusi maksiimia, joiden avulla vlogin diskurssissa otetaan kontaktia vastavuorovaikuttajaan. Tervehtiminen ja puhuttelu sekä yhteinen kieli ja konteksti ovat tulkintani mukaan maksiimeja, joilla keskustelijat **luovat yhteisen viitekehksen**. Näiden maksiimien avulla vloggaaja ja katsoja kokevat olevansa yhteisellä maaperällä, jossa on edellytykset tasavertaiselle vuorovaikuttamiselle: esimerkiksi puhuttelemalla kuulijaa vähennetään osallistujien välistä statuseroa (Brown – Levinson 1987: 107).

Ohjailevat lausumat ja kysyminen ja vastaaminen liittyvät kiinteästi toisiinsa ja kuuluvat **yhteistyön tekemisen teemaan**. Tämä tarkoittaa, että näillä maksimeilla otetaan suoraan kontaktia vastapuoleen ja esitetään lausuma, joka vaatii vastareaktiota. Vaatimuksen logiikkaan sisältyy, että kukin puhuja reagoi itsekkin muiden osallistujien lausumiin eli täydentää vuorovaikutuksen kaksisuuntaisuuden kriteerin. Vastareaktioita eivät ole ainoastaan preferoidut jälkijäsenet vaan myös preferoimattomat vastaukset ovat mahdollisia. Kolmannen teeman maksimeilla puolestaan **täytetään toisen osallistujan toiveet**, kun tämän viesti nostetaan kaikkien huomioitavaksi. Myös kiittämällä ja kehumalla osallistujaa täytetään osallistujan toiveita. Tämän teeman maksimeilla vahvistetaan erityisesti vastavuorovaikuttajan positiivisia kasvoja. (Brown – Levinson 1987.)

Seuraavissa luvuissa perehdyn aineistosta nousseisiin vuorovaikutuksen maksimeihin havainnollistavin esimerkein. käsiteltävänä olevaa kielenainesta käyttämällä kursiiivia. Esittelen ensin ne keinot, joilla luodaan yhteinen viitekehys, ja siirryn sitten esittelemään ja analysoimaan vahvempia vuorovaikutuksen maksimeja, jotka kuuluvat yhteistyön ja toiveiden täyttämisen teemaan.

5.1 Tervehtiminen ja puhuttelu

Videoblogi alkaa usein vloggaajan välittömällä katsekontaktilla ja kielellisellä tervehdyksellä. Myös käden heilautus kameraa kohti on mahdollinen – ele esiintyy aineiston 14 videosta kymmenellä. Videobloggaaja on tyypillisesti sijoittunut keskelle videonäkymää ja kohdistaa katseensa suoraan kameraan (KUVA 2). Kress ja van Leeuwen kutsuvat tällaista asetelmaa **vaativaksi kuvaksi** (*demanding image*), sillä siinä ikään kuin vaaditaan katsekontaktin avulla katsojaa muodostamaan kuvitteellinen sosiaalinen suhde kuvassa representoidun kanssa. Representoidun ilmeet ja eleet vaikuttavat siihen, millaista tunnetta katsojassa halutaan herättää. Kuvalla, jossa representoitu hymyilee katsoen suoraan kohti katsojaa kutsutaan yleisöä kuvitteelliseen, sopuisaan yhteisymmärrykseen. (Kress – van Leeuwen 1996: 118.) Seuraavassa kuvassa on kuvakaappaus Miisan videoblogin ensisekunneilta hetkeä ennen hänen tervehdystään katsojille.



VIIKON PARHAAT: Tää vetää mut sanattomaksi

87 105 näyttökertaa

👍 4,7 T. 💬 37 ➡ JAA 📌 TALLENNA ...

KUVA 2. Vaativa kuva Miisan videoblogissa *VIIKON PARHAAT: Tää vetää mut sanattomaksi* (M2)

Kuvassa 2 videobloggaaja hyödyntää vaativaa kuvaa kehonkielellään luodessaan edellytykset vuorovaikutuksen syntymiselle. Vloggaajan kasvot on suunnattu suoraan kameraan eli videon katsojaan. Kasvoja ei ole peitetty millään tavoin, ja ilme on hymyn vuoksi tulkittavissa avoimen ystävälliseksi. Seuraavaksi vloggaaja tervehtii katsojiaan sanallisesti. Tervehdys videon alkuun luo mielikuvan ystävien välisestä jutustelusta ja näin ollen myös mielikuvan vloggaajasta ja vastaanottajista tasavertaisina kommunikoijina. Kasvokkaisessa keskustelussa tervehdys on usein vierusparin ensimmäinen jäsen, johon odotetaan vastavuoroisesti tervehdyttä eli jälkijäsentä (VISK § 1197). Vlogitekstissä vloggaaja ei odota jälkijäsentä tervehdykselleen reaaliajassa vaan jatkaa puhetta välittömästi, sillä katsojien on teknisesti mahdotonta vuorovaikuttaa reaaliajassa videotallenteen representoidulle hahmolle.

Vlogitekstissä tervehdyksen rakenne on pilkottavissa kolmeen osioon: pakolliseen tervehdyssanaan, valinnaiseen puhutteluilmaukseen ja valinnaiseen tervetuloivotukseen. Tervehdyssana esiintyy aineiston 14 videosta kaikkien videoiden

alussa yhtä lukuun ottamatta. Poikkeuksen muodostaa Miisan videoblogi M4, jossa käyttää tervehdyssanan sijaan retorisempaa avausta *hyvät naiset ja herrat*. Tervehdyksen sisältävissä vlogeissa käytetyt tervehdyssanojen variantit ovat: *moi*, *moikka*, *morjesta*, *hyvää huomenta*, *hyvää päivää*, ja *oikein hyvää päivää*.

Tervehdyssekvenssin kiinteänä muttei välttämättömänä osana esiintyy usein puhutteluilmaus, jolla videobloggaaja ratifioi katsojan osallistumiskehikon jäseneksi. Tällöin jokainen videota katsova jäsen on puhuteltu osallistuja. Tervehdyssekvenssissä katsojia puhutellaan useimmiten yleisötarkoitteisella sanalla, mutta muualla vlogitekstissä käytetään myös monikon 2. persoonaa yleisöä puhuteltaessa. Jälkimmäiseksi mainittu on yksinkertainen, helppo ja huomaamaton tapa osallistaa katsoja vlogitekstiin, ja saattaa hänet osaksi vuorovaikutuksen diskurssia. Aineiston videobloggaajista kumpikin käyttää 2. persoonaa puhuttelumuotona jokaisessa videossa, mikä osoittaa 2. persoonan käytön olevan heille luontevaa ja vaivatonta.

Tervehdyssekvenssissä aineiston toistuvimpina yleisön tarkoitteina esiintyivät variantit ovat: *tyypit*, *katsojat* ja *rakkaat katsojat*. Esimerkissä 1 Miisa aloittaa videobloginsa tervehdyssanalla ja puhuttelulla. Katseen suunta on suoraan kameraan ja videobloggaaja on asemoitunut kameraan nähden lähietäisyydelle. Tervehdyssekvenssiin kuuluu tässä esimerkissä myös eleillä tervehtiminen, sillä vloggaaja heilauttaa kättään kameran suuntaan puhuessaan.

(1) *morjesta tyypit* [vilkuttaa] (M1)

Tervehdyssanan ja sen valinnaisen yleisötarkoitteen jälkeen videobloggaaja voi huomioida katsojat vielä erillisellä, tervetulleeksi toivottavalla lausumalla, kuten esimerkeissä 2 ja 3.

(2) ↑no mutta oikein hyvää päivää katsojat >mun nimi on< Roni Back ja
>tervetuloo katsomaan videota< täältä mökiltä (R6)

(3) hyvää huomenta ja *tervetuloo seuraamaan mun perjantapäivää* (M7)

Tervetulleeksi toivottamalla videobloggaajan on mahdollista virittää katsojat siihen, mitä videolla tulee tapahtumaan. Esimerkissä 2 Roni toivottaa katsojat tervetulleeksi ja lisää adverbiaalilausekkeen *täältä mökiltä*, mikä kontekstualisoi videon aiheen mökkimaisemiin ja luo odotuksia videon sisällöstä. Esimerkissä 3 Miisa niin ikään

toivottaa katsojansa tervetulleiksi ja vihjaa objektilausekkeella *mun perjantaipäivää*, että kyseessä on videoblogigenrelle tyypillinen my day -video (Kankaanpää 2017: 65, Karjalainen 2017: 7). Tervehdyssekvenssin jälkeen voi seurata vielä varsinainen esittelyosio, jossa kuvaillaan tarkemmin kyseisen videon sisältöä, kuten esimerkeissä 4 ja 5.

(4) hyvää huomenta (.) *tänään mä näytän pitkästä aikaa että mitä mä syön päivässä* (M3)

(5) oikein hyvää päivää katsojat >mun nimi on roni back< ja >tervetuloa katsomaan< luetaan kommentteja (.) videota. *eli siis tässä videosarjassa mä otan teidän kommentteja mun juutuub videoista (.) ja vastailen niihin sitten ja keksin kaikenlaisia vitsejä niihin liittyen* [nauraa] (R5)

Esimerkissä 4 aiheeseen johdatteleva lausuma on lyhyehkö, mutta tarpeeksi informatiivinen. Adverbilauseke *pitkästä aikaa* viittaa siihen, että vloggaaja on aiemmin tehnyt ainakin yhden samanlaisen videon ja olettaa katsojiensa osallistumiskehikossa olevan osallistujia, jotka tunnistavat videotyyppin. Esimerkin 5 esittelyosuus on informatiivisempi: video nimetään *luetaan kommentteja* -videoksi, ja sen jälkeen videon idea avataan tarkentavalla osiolla partikkeliyhdistelmän *eli siis* jälkeen. Tarkentavalla lausumalla videobloggaaja huomioi osallistumiskehikon tietämättömät vastaanottajat, joille ei aukea *luetaan kommentteja* -video sellaisenaan. Videon esittelyyn voi myös liittyä aiheen taustoitusta, joka on yleinen tapa aloittaa puheenvuoro muissakin tekstilajeissa.¹⁵ Videobloggaajista Miisa aloitti videobloginsa aiheen taustan esittelyllä (n=6) useammin kuin Roni (n= 4).

(6) moikka (0.5) *mä kysyin eilen instastoorin siinä kysymysosiossa että mikä teitä ärsyttää tubettajissa ja somepersoonissa.* (0.5) *tänään me käydään näitä vastauksia läpi* (M5)

(7) moi (0.9) *mä löysin keuruulta arkistojen kätköistä jotain (.) sellasta (.) mikä mun on nyt ihan pakko (.) esitellä teille.* (1.5) *se on tämä* [nostaa askarteluvihon näkyville] (M6)

(8) hyvää huomenta ja tervetuloa seuraamaan mun perjantaipäivää (.) *mä oon helsingissä (.) ollu loppuviikon on ollu kaikennäköisiä kuvauksia keskiviikosta lähtien* (M7)

¹⁵ Esimerkiksi Inka Mikkonen toteaa väitöskirjassaan aiheen taustoittamisen olevan yksi yleisimmistä tavoista aloittaa teksti yleisönosastonkirjoituksissa (Mikkonen 2010: 183).

Esimerkeissä 6 ja 7 aihetta taustoitetaan kertomalla, mistä videon puheenaihe on saanut motiivinsa. Kuten esimerkeistä 6–8 voi huomata, taustoituksen tunnistaa yleensä menneen aikamuodon käytöstä (*kysyin, löysin, oon ollu, on ollu*). Vuorovaikutuksen näkökulmasta tervehdyksen jälkeinen videon puheenaiheen esittely on keino herättää katsojan kiinnostus katsoa video loppuun. Samalla se on katsojan ajan kunnioittamista, sillä Youtube-sivustolla on tarjolla valtava määrä videoita.¹⁶ Katsottavien videoiden valikoima on niin suuri, että videon tekijä haluaa helpottaa katsojien ”työtä” kuvailemalla videon sisältö sen alussa ja otsikossa – näin katsoja voi päättää nopeammin, jääkö videon pariin pitemmäksi aikaa vai siirtyykö eteenpäin.

Kommentoijien keskuudessa tervehtiminen on harvinaisempaa, sillä aineiston 533 kommentista vain 14 sisälsi tervehdyssanan. Kommentoijat tervehtivät varianteilla *hei, moimoi, moi, moro, mo* ja *moikka*. 14:sta tervehdyksen sisältävästä kommentista 12 on osoitettu vloggaajalle ja kaksi toiselle kommentoijalle. Tervehdysten suhteellisen vähäisestä määrästä voidaan tulkita, ettei tervehdys-vastatervehdys -vierusparin jälkijäsenen ole videoblogin diskurssissa yhtä tärkeä kuin esimerkiksi puhelinkeskustelussa. Puhelinkeskustelussa tervehdykseen eli avaussiirtoon vastaamisella on tärkeä funktio: sillä puhuja osoittaa hyväksyneensä avaussiirron (Leiwo ym. 1992: 69). Jälkijäsenen puuttumista useimmista aineiston kommenteista voidaan selittää sillä, että keskustelussa kielenkäyttö pyritään pitämään taloudellisena, jolloin kommentoija priorisoi vuoronsa funktion tuottamalla tärkeämpiä vierusparien jälkijäseniä, kuten vastauksen kysymykseen.

Puhutteluja sen sijaan ilmenee kommenttiaineistossa varsin usein ja kommentoijat puhuttelevat Miisaa mielellään etunimellä (n=12) tai lempinimellä *mime* ja *mimu* (n=4) ja toisinaan myös Miisan videoblogin kanavan nimellä *mmiisas* (n=7). Ronia puhutellaan niin ikään etunimellä (n=20) tai kanavan nimellä (n=5). Puhuttelun avulla kommentoijat osoittavat tervehdyksensä suoraan videobloggaajalle tai toiselle kommentoijalle.

- (9) K1: *Moi Miisa* mitä sä laitoit riisikakkujen kanssa (M3)
- (10) K2: *moi Mime* kiitti videost (M1)
- (11) K3: *Moi [nimimerkki]* et kummiskaa tiiä kuka oon mut ei sil välii (R4)

¹⁶ Arvioiden mukaan videoita ladataan Youtubeen lisää arviolta 100 tuntia joka sekunti (YTta).

Esimerkissä 9 tervehdys on osoitettu suoraan videobloggaajalle, sillä tervehdyssanan jälkeen esiintyy Miisan nimi. Myöhemmin kommentissa puhutellaan Miisaa yksikön 2. persoonan puhekielisellä variantilla *sä*. Esimerkissä 10 tervehdys osoitetaan niin ikään videobloggaajalle, sillä välittömästi tervehdyssanan jälkeen esiintyy puhuteltava *Mime*, joka on videoblogissa selitetty Miisan lapsuuden aikaiseksi lempinimeksi. Kommentoijat puhuttelevat vloggaajaa tuttavallisesti lempinimellä lähentyäkseen tämän kanssa. Onomastiikan tutkimuksessa on todettu, että lempi- tai hellittelynimeä käyttämällä luodaan tunnepitoista suhdetta mainittuun lempinimettävään (Ainiala ym. 2012: 133). Esimerkissä 11 kommentoija osoittaa tervehdyksensä toiselle kommentoijalle mainitsemalla hänen nimimerkkinsä heti tervehdyssanan jälkeen.

Aineistosta on nähtävillä, että katsojat jättävät herkästi positiivisen viestin sisältävän tervehdyskommentin etenkin sellaiseen viestiketjuun, johon videobloggaaja itse on kirjoittanut kommentin. Tulkitsen tämän olevan Youtuben diskurssiin muovautunutta videobloggaajan ja katsojan välistä idoli-fani-suhdetta ilmentävää vuorovaikutusta. Perinteisesti fanikulttuuriin on kuulunut ihailijapostin lähettäminen ja kontaktin tavoittelu ihailun henkilön kanssa (Nikunen 2005: 297). Lisäksi Youtuben toimintoihin kuuluu, että kommentoija, joka on osallistunut viestiketjun keskusteluun, saa ilmoituksen omaan profiiliinsa seuraavan viestin ilmestyessä samaan keskusteluun (YTg). Videobloggaajan kommenttiin vastaamalla on siis teoriassa mahdollista saada hänen huomionsa ilmoituksen kautta, jos vloggaaja ei ole muuttanut ilmoitusasetuksiaan. Seuraavassa esimerkissä on kommentti, joka on jätetty videobloggaajan kommentoimaan viestiketjuun.

(12) K4: XD Moi RONI OOT PARAAAAAAS (R4)

Esimerkissä 12 on käytetty ainoastaan suuraakkosia tervehdyssanaa lukuun ottamatta viestin tehostamiseksi. Lisäksi superlatiivina *paras* on korostettu muuttamalla viimeisen tavun vokaali *a* pitkäksi vokaaliksi. Näillä kielellisillä valinnoilla syntyy vaikutelma kovaan ääneen puhumisesta tai jopa huutamisesta. Esimerkissä on myös affektiivinen merkkijono *XD*, jota käytetään yleisesti verkkokeskusteluissa nonverbaalisena merkinä nauramisesta. Muita variantteja nauramisen merkkille aineistossa ovat *xD*, ja *:D*. Marko Krapun ja Kaisa Louramon mukaan nonverbaaliset viestinnän muodot ovat tietokonevälitteisessä viestinnässä tärkeässä roolissa, kun ylläpidetään sosiaalisia suhteita ja luodaan ensivaikutelmia (Krapu – Louramo 2003: 5). Affektiivisen merkkijonon sijainti

tekstissä ei ole yhdentekevä: usein se esiintyy tekstin lopussa, jolloin sillä halutaan antaa tietty sävy juuri äsken sanotulle. Esimerkissä 12 naurun ilmaus on sijoitettu ennen tekstiä, minkä vuoksi tulkitsem sen huvittuneisuutta osoittavaksi reaktioksi Ronin videoblogiin, mutta sen jälkeisen tekstin vakavasti otettavaksi eikä vähääkään vitsinä.

5.2 Yhteinen kieli ja konteksti

Kielelliset valinnat ovat aina sidottu siihen kontekstiin, jossa vuorovaikutus tapahtuu. Tämä tarkoittaa, että sanat ja käsitteet saavat lopullisen merkityksensä kontekstin ja tulkinnan yhteistyönä. Verkkoyhteisöissä kielellisillä valinnoilla paitsi kommunikoidaan mutta myös representoidaan kokemuksia ja vahvistetaan identiteettiä. (Mäntynen – Pietikäinen 2009: 2.5.)

Aineiston vlogitekstin ja videon alle jätettyjen kommenttien kielessä on havaittavissa erikoiskielen piirteitä, joilla osoitetaan tiettyyn sosiaaliseen ryhmään kuuluminen. Havaitsemani nettikielen piirteet ovat vierasperäiset lainasanat, meemit ja erikoissanasto. Samoja nettikielen piirteitä on havaittu muidenkin sivustojen kuin vain Youtuben verkkokeskusteluissa (vrt. Joronen 2007). Seuraavissa esimerkeissä 13–16 on lausumia, joissa käytetään vierasperäisiä lainasanoja. Esimerkkien lainasanat ovat tarkemmin määriteltynä sitaattilainoja, jotka on lainattu englannin kielestä sellaisinaan¹⁷.

- (13) K5: Hurriganes bändissä oli 3 jäsentä. Illuminatissa on kolme kulmaa. Hurriganes ja Remu Aaltonen on *illuminati confirmed*. (R7)
- (14) K6: *like* jos roni on paras (R7)
- (15) siit tulee *lit* (R6)
- (16) ja linssisipsejä *of course* koska viikonloppu (M7)

Esimerkissä 13 videon katsoja on rakentanut kommenttinsa erään internetmeemin mallin mukaan. Internetmeemi on teksti, kuva, video tai muu median muoto, jonka tarkoituksena on hauskuuttaa. Meemin erityinen piirre on sen uudelleenmuokattavuus ja nopea suosio internetin käyttäjien keskuudessa, kun uusia sovelluksia meemistä jaetaan verkossa. (Pilke 2016: 296.) Tässä esimerkissä viitataan meemiin, jonka huvittavuus perustuu kolmio-symbolin pahaenteisyyteen. Kyseessä olevan meemin raamiksi riittää siis mikä

¹⁷ Määritelmän lähde on Kielitoimiston sanakirja 2018.

tahansa arkinen asia, johon liittyy kolmikantaisuus tai kolmion muoto. Sen pakollinen kielellinen piirre on ainoastaan vierasperäinen sanaliitto *illuminati confirmed*, jolla ikään kuin leimataan asian pahaenteisyys todeksi. (Urban Dictionary 2016.) Sitaattilainojen avulla merkitys sidotaan tiettyyn kontekstiin eli Youtube-verkkoyhteisön käyttämään kieleen. Youtubea voidaan luonnehtia kansainväliseksi ympäristöksi, ja monet käyttäjät seuraavat vieraskielisiäkin vloggaajia, joiden kautta vieraan kielen sanat, sanonnat ja jopa rakenteet voivat lainautua. Myös meemit leviävät nopeasti Youtube-videoiden välityksellä.

Lainasanoja voidaan myös taivuttaa suomen kielen taivutussääntöjen mukaisesti, jolloin kyse on erikoislainasta. Seuraavassa esimerkissä Miisan puheeseen on sekoittunut paitsi lainasanoja myös vieraan kielen lauserakenne. Esimerkissä on myös nähtävillä, miten lainasanoja puolestaan taivutetaan suomen kielen sanojen kaltaisesti.

- (17) muistan kun toi oli vielä oikeesti mekko semmonen niinku tuubimekko mut mä taittelin sen niinku hameeksi et voi vähän niin kuin *recreatata* jonkun *outfittin* (M1)

Esimerkissä Miisa kuvailee, kuinka hän on taitellut vaatekappaleestaan hameen. Hän on ikään kuin luonut uudenlaisen tavan pukea vaate päälleen. Tätä ilmiötä Miisa kuvaa erikoislainalla *recreatata*, joka on lainattu englannin kielen *recreate*-verbistä (suom. 'entistää'). Tekemisen kohteena on erikoislaina *outfittin* (suom. 'asu'). Vieraasta kielestä voi lainautua myös adjektiiveja tai tehostesanoja, jotka tarttuvat verkkoyhteisön jäsenten kieleen. Tässä aineistossa esiintyy sana *super*, jota käytetään toistuvasti todella-sanana sijasta Miisan kanavan videoblogeissa ja kommentteissa.

- (18) mä teen lounaaksi tomaattikeittoa (.) tää on ihan *super* hyvää *super* helppo *super* nopeeta (M3)
- (19) K7: tää oli *super* kiinnostava!! (M5)
- (20) K8: Kiitos *super* paljon, että teit tälläsen rehellisen ja arkisen ruokavideon ilman mitään protsku ja laihis hömpötyksiä! [peukalo ylöspäin -emoji, kädet ylhäällä -emoji] (M3)

Esimerkissä 18 videobloggaaja kuvailee tekemäänsä tomaattikeittoa adjektiivein *hyvä*, *helppo* ja *nopea*. Kukin adjektiiveista saa adverbiaalimäärityksen *super*, joka on samalla erikoislaina. Saman videoblogin kommenttiosion poimitut kommentit osoittavat tehostesanan tarttuneen heidänkin kielenkäyttöön. Esimerkissä 19 *super* ilmestyy niin

ikään adjektiivin *kiinnostava* määritteenä ja esimerkissä 20 adverbien *paljon* määritteenä. Sana näyttäisi kuuluvan erityisesti videobloggaajan puheen vaihteluun, josta se on tarttunut kommentoijien kielenkäyttöön, sillä sana esiintyy aineiston kahden vloggaajan kommenttikentistä vain toisella. Nettikielessä tietyt sanat ja sanonnat voivat saada nopeasti suosiota ja niiden suosio voi myös laantua yhtä nopeasti kuin se alkoikin (Pilke 2016: 296).

Verkkoyhteisön kielenkäytössä voi syntyä erikoissanastoa, joiden merkitys aukeaa vain kyseisen kontekstin tuntevalle. Samalla tavalla esimerkiksi harraste- tai ammattiryhmien sisällä voi muodostua erikoissanastoa (Suomalainen 2002). Tämän tutkielman aineistossa erilaiset sosiaaliseen mediaan liittyvät käsitteet ovat yleisiä videobloggaajan ja kommentoijan välisessä kommunikoinnissa. Sekä aineiston video- että kommenttimateriaalissa käytetään sujuvasti käsitteitä, joiden ymmärtäminen edellyttää oikean viitekehysten tuntemusta. Monien käsitteiden nimitykset ovat sitaatti- tai erikoislainoja englannin kielestä, kuten edellä esitelty *super*. Olen listannut seuraavaan taulukkoon 3 sekä video- että kommenttiaineistossa esiintyvää erikoissanastoa, joka liittyy sosiaaliseen median ilmiöihin.

Substantiivi	bloggaaja, bloggaaminen, blogi, blogipostaus, clickbait, dislike, fanboy, fidi, hometour [home tour], häshtäg, insta, instagram, instagram-kuvat, instastory, instastory-klippi, jakso, jonne, kanava, katsoja, klikki, klikkaus, kommentti, kommenttiosio, laifhäk [life hack], lempitubettaja, like, linkki, muotibloggaaja, näyttökerta, osa, päivitys, postaus, sarja, seuraaja, sisältö, sisällöntuottaja, some, sometus, sometyyppi, sometili, somepersoona, somemaailma, summer bucket list, tubaaja, tube, tubecon, tubettaja, tubettaminen, tykkäys, uudelleentwiittaus, yhteistyö, yhteistyövideo, youtube, youtube-video, youtube-klisee, suomitube, youtube-synttärät, youtube-kanava
Substantiivilauseke	instagramin kysymysoosio, kaupallinen sisältö, kevyt sisältö, live subscriber count, sponsoroitu maininta, videon suscription, videon tekeminen
Verbi	blurrata, däbätä, editoida, jakaa, klikata, linkittää, kommentoida, nostaa, postata, roustata, somettaa, tykätä, upata
Verbilauseke	editoida videoita, jättää like, kommentoida alle, kommentoida videoita, kuvata videoita, (laittaa) lisää näitä, painaa like, painaa tykkäystä, pistää like, tehdä videoita, tilata kanava
Partisiippi	trendaava

TAULUKKO 3. Aineistossa esiintynyt erikoissanasto.

Kielellisiä valintoja ovat myös persoonapronominien käyttö. Yleisimmin vloggaaja puhuu itsestään videollaan yksikön 1. persoonassa ja puhuttelee yleisöään monikon 2. persoonassa, mutta hyvin usein käytössä on myös kaikki osapuolet mukaan lukeva passiivimuotoinen verbi, jota käytetään puhekielessä monikon 1. persoonan sijasta (Kielitoimiston ohjepankki 2018). Seuraavassa esimerkissä Miisa taustoittaa videon alussa, mitä kyseisellä videolla tulee tapahtumaan sisällyttäen katsojat aktiivisiksi toimijoiksi.

- (21) tänään on siis elokuun viimeinen päivä (.) ja se tarkoittaa sitä *että me käydään* tämän kesän (.) summer bucket list (.) läpi - - mut *lähetään* kattoo listaa läpi (.) *aloitetaan* ensimmäisestä (M4)

Esimerkissä esiintyy kolme passiivimuotoista verbiä: *käydään*, *lähetään* ja *aloitetaan*. Brown ja Levinson (1987) luokittelevat kyseisen strategian yhteistyöteeman alaiseksi, mutta tässä tutkielmassa olen sijoittanut keinon yhteisen viitekehyksen luomisen teemaan, sillä kyse on ennen kaikkea aktiivisessa roolissa olevan vloggaajan valinnasta, jolla passiivisemmassa roolissa oleva katsoja sisällytetään osaksi kontekstia. Videobloggaaja luo kielellisillä valinnoillaan osallistumiskehikon, jossa *me* viittaa hänen itsensä lisäksi videon katsojiin eikä esimerkiksi itsensä lisäksi toiseen representoituu vlogissa.

Edellä esiteltyjen kielellisten valintojen lisäksi keskustelutilanteessa voidaan vahvistaa yhteistä kontekstia ja kokemusmaailmaa viittaamalla tuttuihin puheenaiheisiin. Tämän tutkielman aineistossa vloggaajien ja kommentoijien puheessa viitataan aikaisempiin videoihin tai niissä käsiteltyihin aiheisiin kontekstuaalisilla resursseilla. Per Linell jakaa kontekstuaaliset resurssit 1) välittömiin ja 2) välillisiin eli abstrakteihin resursseihin. Välittömiä resursseja ovat lausuman ympärille sijoittuva puhe tai toiminta ja puhujien fyysinen ympäristö materiaaleineen. Välillisiä resursseja ovat puolestaan yhteinen tieto, aikaisemmat tapahtumat ja tieto muista osallistujista. Välilliset kontekstuaaliset resurssit jakautuvat vielä kahteen alakategoriaan: meneillään olevaa keskustelua koskeviin resursseihin ja yleiseen taustatietoon, joka koskee koko kulttuuria, jossa keskustelua käydään. (Linell 1998: 128–129.)

Keskustelussa kontekstuaalisia resursseja kielellistetään deiktisin ilmauksin, jotka kertovat, miten puheenaihe asemoituu puhujien sijaintiin tai asemaan puhetilanteessa,

käsiteltävänä olevaan puheenaiheeseen tai yhteiseen tietämykseen (VISK § 1424). Deiktiset ainekset voivat liittyä verbiin persoonapäätteillä ja tempuksella tai nominaaleihin persoona- ja demonstratiivipronomineilla. Myös temporaaliset ja lokaaliset proadverbit sekä ajan ilmaukset ovat tyypillisiä deiktisiä ilmauksia (VISK § 1423). Seuraavissa esimerkeissä videobloggaajat osoittavat tarkoitteiden spatiaalisia ja temporaalisia suhteita ja samalla vahvistavat yhteistä kontekstia kuulijan kanssa.

- (22) *niinku mä tossa pari videota sitten kerroin videolla* (.) trump ja putin on tulos *tänne helsinkiin* tapaamaan toisiaan (R2)
- (23) *joku kysyi* (.) *viime jaksossa tai viime jakson kommenteissa* että tuleeko mulla (.) kiusallisia hetkiä (.) *näitten artistien kanssa siellä autossa* (M7)

Esimerkin 22 lausuma on kokonaisuudessaan kontekstuaalinen resurssi. Se voidaan tulkita välilliseksi, sillä kyse on aikaisemmin tapahtuneesta asiasta, jonka diskurssi-identiteetiltään tietävät vastaanottajat saattavat muistaa. Lausumassa on myös välittömiä resursseja kuvaavia ilmaisuja *pari videota sitten* ja *tänne Helsinkiin*. Myös esimerkin 23 lausuma on sisällöltään välillinen sikäli, että kyse on aiemmin tapahtuneesta toiminnasta. Deiktiset ilmaisut *viime jaksossa*, *viime jakson kommenteissa*, kuvailevat asioiden suhdetta nykyhetkeen ja *näitten artistien kanssa* ja *siellä autossa* puolestaan aiemmin tapahtuneen tilanteen sisäisiä suhteita.

Aiemmista videoista tuttuja aiheita voi esiintyä myös katsojien kommenteissa. Aineistosta on havaittavissa, että kun kommentoija ottaa puheeksi jonkin aikaisemmalta videolta tutun aiheen, kommentti kerryttää todennäköisemmin vastauksia muilta kommentoijilta. Seuraavassa esimerkissä kommentoija kysyy osallistumiskehikono kaikille osapuolille osoitetussa kommentissaan leikkivauvasta, josta vloggaaja on aiemmin tehnyt useita videoita.

- (24) K9: *Missä Swag Baby123? Onko se kuollut??*
vastaus 1: *Siellä kaapin päällä* (:
vastaus 2: [nimimerkki] *Ronihan sano yhel videolla että se heitti sen roskeen*
vastaus 3: [nimimerkki] *missä videos* (R5)

Esimerkissä ensimmäinen vastaaja hyödyntää deiktisiä ilmaisuja *siellä* ja *päällä* kertoessaan aloittajalle, missä leikkivauva näkyi videolla. Toinen vastaaja ottaa puheeksi aiemmin julkaistun videoblogin, jossa vloggaaja kertoo, mitä leikkivauvalle on tapahtunut. Kolmannessa vastauskommentissa vastaaja haluaa tarkennuksen siihen, millä

aikaisemmalla videolla asia on ollut puheena. Aikaisemmista videoista tuttujen aiheiden tunnistaminen tekee katsojasta osallistumiskehikon tietävän vastaanottajan. Vloggaaja saattaa silti suunnata puheensa vielä rajatummalta katsojajoukolle, jossa tietäviä vastaanottajia ovat vain henkilöt, jotka hän on oikeassakin elämässä tavannut, kuten esimerkissä 25.

(25) *jos joku mun kaveri keuruulta kattoo tätä videoo* niin varmasti muistaa et aina kun meille tuli kylään ni mun huoneessa oli joka viikko uus järjestys (M6)

Esimerkissä 25 videobloggaaja Miisa on aiemmin muotoillut puheensa siten, että puheena olevat asiat ovat olleet kaikille vastaanottajille uusia. Lausueessaan *jos joku mun kaveri Keuruulta kattoo tätä videoo* hän tiedostaa katsojiensa joukossa olevan tuntemattomien katsojien lisäksi vanhoja ystäviään, joiden kanssa hän on ollut tekemisissä kotipaikkakunnallaan Keuruulla. Näin ollen videoblogin keskustelun osallistumiskehikossa tapahtuu asennonvaihdos, jossa aiemmin osa kohteista on nyt tietäviä vastaanottajia. Useammin videobloggaaja kuitenkin muotoilee puheensa osallistumiskehikon tietämättömät jäsenet huomioon ottaen, kuten esimerkissä 26.

(26) *jos ette oo käyny kattoo (.) tai ette tiedä yhtään kuka on jeffree star* niin käykää tsiigaamassa (.) jeffree star on mun mielestä todella mielenkiintoinen tyyppi (M2)

Esimerkissä 26 Miisa ottaa huomioon osallistumiskehikon tietämättömät osallistujat ja muotoilee puheensa tämän mukaan. Vloggaaja ei oleta jokaisen katsojansa tunnistavan Jeffree Star -nimistä videobloggaajaa, vaikka videoblogeissa verkottuminen toisten videobloggaajien kesken onkin yleistä (Burgess – Green 2009: 2). Seuraavaksi esittelen, miten yhteistä kontekstia kuitenkin rakennetaan juuri sillä oletuksella, että katsoja tuntee Youtuben muita videobloggaajia.

Verkottuminen Youtubessa tarkoittaa, että video voidaan tehdä vastauksena toiseen videoon, tai siinä voidaan käsitellä muissa videoblogeissa esiintyneitä puheenaiheita (Burgess – Green 2009: 2). Tämänkin aineiston videoblogeissa muut videobloggaajat¹⁸ kanavineen ovat usein esillä puheenaiheissa, kuten seuraavassa esimerkissä 27 käy ilmi.

¹⁸ Muita aineistossa mainittuja videobloggaajia olivat Casey Neistat, Dave Cad, Deata, eeddspeaks, ElmeriMikael, Hjallis Harkimo, Jaakko Parkkali, Joonas, Lakko, mansikkka, mariieveronica, Mauton, Miklu, mmiisas, Noobsteri, Shane Dawson, Sara Karoliina, Tomas ja Vinkare.

- (27) vois ottaa samanlaisen tatuoinnin ku *deata* et tähän niinku (.) *deatan logo*
[Deatan kanavalta leikattu kuva tatuoinnista ilmestyy ruudulle] (R5)

Esimerkissä 27 Roni leikittelee ajatuksella, että ottaa samanlaisen tatuoinnin kuin toisella videobloggaajalla, Deatalla, on. Hän ei tarkenna lausumaansa millään tavoin, sillä oletuksena on, että osallistumiskehikon tietävät vastaanottajat tunnistavat, kenestä on kyse. Tietämättömät osallistujat on kuitenkin huomioitu editoimalla tatuoinnin kuva videoblogin näkymään muutamaksi sekunniksi.

Esimerkit osoittavat, että deiktisillä ilmauksilla ja aikaisemmin julkaistuilla videoilla tutuista puheenaiheista nostetaan esiin yhteinen kokemuspohja katsojan kanssa, ja rakennetaan tällä tavoin yhteistä kontekstia. Lisäksi niistä voidaan tulkita, että videobloggaajat tiedostavat katsojiensa erilaiset diskurssi-identiteetit ja pyrkivät nämä huomioimalla saamaan monia erilaisia katsojakuntia tuntemaan itsensä puhutelluksi videon aikana. Seuraavissa luvuissa 5.3 ja 5.4 esittelen ne vuorovaikutuksen maksiimit, joilla tehdään yhteistyötä kuulijan kanssa.

5.3 Ohjailevat lausumat

Videoblogin diskurssissa osallistujien vastavuoroisuus vahvistuu erityisesti ohjailevin lausumin. Lausumat ovat funktioltaan direktiivejä, joissa pyydetään, käsketään tai kehoitetaan kuulijaa.¹⁹ Direktiivin tavoitteena on saada puhuteltavassa aikaan jokin vastatoiminto, ja sen tyypillisin ilmaisutapa on imperatiivilause (VISK § 1645). Videobloggaaja aktivoi katsojiaan vuorovaikuttamaan pyytämällä palautetta videoistaan, kuten seuraavissa esimerkeissä.

- (28) *painakaa tykkäystä jos haluatte lisää Trump ajoi mun kodin ohi videoita*
(.) voi olla et niit ei hirveesti tuu mut ↑kuka tietää↑ (R2)
- (29) *kertokaa kommentteihin jos haluatte toisen osan tämmösen luetaan*
blogipostauksia videoon - - mut [laittakaa] peukut ylös jos haluatte nähä
tämmösen toisen osan (M1)

Kuten esimerkeissä 28–29, videobloggaajien käyttämät direktiivit esiintyvät aineistossa usein kiteytyneen ”jos p, niin q” -rakenteen yhteydessä. Rakennetta on käytetty aineiston

¹⁹ Iso suomen kielioppi (ISK) esittelee 16 direktiivin funktiota: käsky, kielto, kehoitus, pyyntö, ohje, neuvo, suositus, varoitus, ehdotus, muistutus, suostuttelu, kutsu, tarjous, lupa, toivotus ja vastaus pyyntöön (VISK: § 1645).

jokaisella videolla vähintään kerran. Huomionarvoista on se, että Miisa kehottaa katsojiaan useammin kommentoimaan tai kertomaan kommentteihin, kun Roni puolestaan pyytää katsojia painamaan tykkäystä. Pohdin tämän havainnon syitä tuonnempana luvussa 7. Useimmiten ”jos p, niin q” -rakenne sijoittuu videon loppupuolelle hyvästelyn yhteyteen. Palautteen pyytäminen videon loppupuolella onkin luonteva lopetus videon käsikirjoituksessa ja keino aktivoida katsojia vuorovaikuttamaan videon päättymisen jälkeen. Aineiston kommentoijat ovatkin vastanneet ahkerasti vloggaajien pyyntöihin esittämällä vastapyyntöjä.

(30) K10: *Lisää!!* :) (M1)

(31) K11: *Lisää näitä!!* (M1)

Esimerkeissä 30–31 kommentoijat pyytävät videobloggaajaa tekemään lisää samanlaisia videoita määrää ilmaisevalla adverbilla *lisää*. Kommentit ovat samalla positiivisia palautteita kyseisestä videosta.

Direktiivejä osoitetaan myös toisille kommentoijille. Heiltä pyydetään useimmiten tykkäyksiä omaan kommenttiin edellä esitellyllä ”jos p, niin q” -rakenteella. Seuraavassa on esimerkkejä kommentoijien imperatiivimuotoisista pyynnöistä videobloggaajalle ja toisille kommentoijille.

(32) K12: *Tee video* siitä että oot koko päivän miklu (R1)

(33) K13: oon 9v [paina] *like jos oot 9v* (R3)

(34) K14: Roni on maailman paras tubaaja, [painakaa] *like jos ootte samaa mieltä* [peukalo ylöspäin –emoji, sydänemoji] (R1)

Esimerkissä 32 esitetään pyyntö tulevan videon aiheesta imperatiivilla. Videobloggaaja ei ole reagoinut kommenttiin mitenkään, ei tykkäämällä kommentista tai vastaamalla siihen omalla kommentillaan. Videon kommenttikentässä on yhteensä 3944 kommenttia, joten on sikäli ymmärrettävää, että osa kommenteista jää vaille vloggaajan vastareaktiota. Esimerkeissä 33–34 pyydetään tykkäyksiä muilta kommentoijilta. Huomattakoon, että kommentoijat käyttävät kaikissa tapauksissa mieluummin *like*-sitaattilainaa suomenkielisen vastineen sijasta. Tykkäyksien saaminen toisilta katsojilta vahvistaa kommentoijan positiivisia kasvoja ja sosiaalista asemaa. Kaikki katsojat näkevät kunkin kommentin tykkäysten määrän ja voivat sen perusteella tehdä johtopäätöksiä kommentin ja kommentoijan sosiaalisesta statuksesta. Paljon tykkäyksiä ja vastauksia saaneet

kommentit näkyvät Youtuben suositu-toiminnon avulla kommenttiosion ylimpänä, mikä tuo lisänäkyvyyttä suosituille kommentteille. Aina toiset kommentoijat eivät hyväksy tykkäyksiä pyytäviä kommentteja. Tämä on nähtävillä preferoimattomista jälkijäsenistä, eli ikävistä kommenteista, joita tykkäyksiä pyytävät kommentit ovat Ronin videoblogin kommenttiosiossa saaneet.

(35) K15: 1 like= Roni elää päivän pitenpää!! JA EN OO SITTE LIKE HOUURA, HALUUN VAAN TEHÄ TÄLLÄSEN...

vastaus 1: *En liketä*

vastaus 2: *Like huora*

vastaus 3: *[nimimerkki] se varmaan itekki tietää (R3)*

Esimerkissä 35 kommentoija pyytää tykkäyksiä kommenttiinsa leikin varjolla, jossa jokainen tykkäys tuo videobloggaajalle yhden elinpäivän lisää. Hän ennakoi etukäteen saavansa kriittisiä vastauksia kommenttiinsa ja perustelee kommenttinsa tarkoituksen, vaikkakin löyhää argumenttia käyttäen (*haluun vaan tehdä tälläsen*). Kommentti on saanut 379 tykkäystä ja noussut suosituimpien kommenttien listalle, eli ainakin osa käyttäjistä on lähtenyt mukaan leikkiin. Kommentti on kuitenkin saanut myös preferoimattomia vastauksia kieltäytymisen (*en liketä*) ja suoran pilkan (*like huora*) muodossa. Preferoimattomilla jälkijäsenillä tuomitaan alkuperäisen kommentoijan huomion hakeminen tykkäysten toivossa. Kritiikkiä ei näissä kommenteissa ole peitelty mitenkään, eli kohteliaisuutta ilmentävä kasvotyö jää näiden kommenttien osalta kokonaan tekemättä. Ikäviä vastauksia, joissa tavoitteena on loukata toista kommentoijaa erilaisilla pilkkasanoilla, esiintyi Ronin videoissa 9 kappaletta. Miisan videoissa tällaisia kommentteja ei esiintynyt ainuttakaan.

Direktiiveistä imperatiivi mielletään keskustelussa usein epäkohteliaaksi, ja sellaisissa tilanteissa, joissa kuulija on tuntematon tai epätasa-arvoisessa suhteessa puhujaan, on käskyä tapana pehmentää kielellisin, negatiivisten kasvojen suojelun keinoin (Brown – Levinson 1987: 134). Näitä ovat esimerkiksi erilaiset modaalisuuden²⁰ ilmaisut, joilla korostetaan asian epävarmuutta, todennäköisyyttä, mahdollisuutta, pakollisuutta, toivottavuutta tai luvallisuutta (VISK § 1551).

²⁰ Iso suomen kielioppi määrittelee modaalisuuden alakäsitteet: uskon, päätelmien ja arvioiden ilmaisuun liittyvä episteeminen modaalisuus, tahdon ja luvan ilmaisuun deonttinen modaalisuus ja fyysisen mahdollisuuden ja kyvyn ilmaisuun dynaaminen modaalisuus (VISK § 1554–1556).

Kysymyslause on modaalistunut lausetyyppi, joka voi sekin toimia direktiivin tehtävässä. Interrogatiivimuotoinen direktiivi voidaan tulkita kohteliaaksi, koska sillä on kysyvän merkitys, joka antaa mahdollisuuden kieltäytymiseen (VISK § 1661). Kommenttiaineistossa ohjailevia lausumia lievennetään yleisimmin esittämällä ne vaihtoehtokysymyksinä ja käyttämällä modaaliverbiä *voida*.

(36) K17: ihana video!! *voitko tehdä* seuraavan osan? (M1)

(37) K18: *Voikko tehdä* videoita salilta? (M3)

Modaaliverbi *voida* muodostaa aineistossa verbiliiton useimmiten pääverbin *tehdä* kanssa, kuten esimerkeissä 36 ja 37. Jälkimmäisessä esimerkissä kysyvän modaaliverbin *voitko* äänneasussa on dentaalinen klusiili *t* assimiloitunut velaarisen klusiilin *k* kanssa. Modaaliverbi voi myös olla konditionaalissa, jolloin direktiivin kohteliaisuuden vaikutelma tehostuu entisestään. Seuraavissa esimerkeissä kommentoijat ovat käyttäneet konditionaalia pyytäessään asioita osallistumiskehikon muilta jäseniltä.

(38) K19: *Voisitko tehdä* videon "atlantiksen kadonneesta mantereesta"? (R7)

(39) K20: Ronin kanava menee jo ensi vuonna peruskouluun!!! *Ois ihan nais jos joku jaksais jonain vuonna kurkii mun kanavalle...* (R5)

Esimerkissä 38 interrogatiivilause, jonka modaaliverbi on konditionaalissa, osoitetaan videobloggaajalle. Jälkimmäisessä esimerkissä funktioltaan pyytävä toteamuslause osoitetaan avoimeksi jäävälle vastaanottajalle indefiniittisellä kvanttoripronominilla *joku*. Vastareaktion kommentoija ei ensisijaisesti odota vastauksia kommenttiinsa vaan katsojia omalle Youtube-kanavalleen. Youtube-kanavien suosittuus mitataan videoiden näyttökertojen perusteella ja erittäin suosittujen, kuten Ronin, videoiden kommenttikentät ovat otollisia markkinapaikkoja houkutella omalle kanavalleen katsojia.

Toinen tapa lieventää direktiiviä on käyttää kohteliaisuusfraaseja. Tässä aineistossa kohteliaisuusfraasina esiintyi aineiston diskurssiin sopivasti englannin kielestä lainattu ilmaisu *pliiis*. Kohteliaisuutta ilmaisevan sanan käyttö on suomen kielessä taajaa, mutta toistaiseksi sitä ei ole hyväksytty suomenkieliseksi sanaksi Kielitoimiston sanakirjaan (Eronen 2012). Tämän tutkielman aineistossa sekä kommentoijat että videobloggaajat käyttävät ilmaisua käskyjen yhteydessä.

(40) K21: Moi Love YOU voitko läheta aifoinin Mulle *pliiiiiisssssss* (R5)

- (41) ja hei *pliiis* jos täs videos tulee mainoksia niin kattokaa kaikki ja muistakaa tilaa ne kaikki tuotteet mitä siel mainostetaan [nauraa] (R3)

Esimerkissä 40 kommentoija korostaa kohteliaisuusfraasinsa vaikutusta pidentämällä äännettä *ii*. Jälkimmäisessä esimerkissä videobloggaaja käyttää samaa kohteliaisuusfraasia pehmentääkseen imperatiivimuotoista direktiiviään katsojille. Tosin on huomattava, että videobloggaaja merkitsee lausumansa huumorimoodiin kuuluvaksi naurahduksella, mistä voidaan tulkita, ettei vloggaajan käskyä tule käsitellä sananmukaisesti.

Ohjailevaa lausumaa voidaan lieventää myös sävyartikkelilla -pA, kuten seuraavassa esimerkissä 42, jossa tarkkasilmäinen kommentoija ohjaa muita katsojia katsomaan videon uudelleen. Direktiivin motiivina on Ronin tyttöystävän näkyminen videon aikana kameralle. Tapaus onkin harvinaislaatuinen, sillä kyseinen videobloggaaja ei näytä vlogeissaan yleensä tyttöystävänsä kasvoja, vaikka hänen puhettaan kuuluu aineistovideoilla jonkin verran.

- (42) K22: *kattokaapa* uusiks Roni blurras tattiksen naaman :D (R3)

Seuraavaksi siirryn esittelemään, miten videoblogeissa edistetään vuorovaikutusta kysymys-vastaus -vieruspareilla.

5.4 Kysyminen ja vastaaminen

Kysymysten esittäminen liittyy usein epäsuorasti pyyntöjen esittämiseen, mutta videoblogin vuorovaikutustilanteissa niitä esiintyy myös perustehtävässään eli tiedonhankinnan välineenä. Kommentoija saattaa haluta videobloggaajalta lisätietoja asioista, jotka ovat tulleet ilmi videolla. Kuten aiemmin pyyntöjen käsittelyssä tuli ilmi, suurin osa kysymyksistä jää vaille videobloggaajan vastausta, sillä kommentteja on niin paljon, ettei videobloggaajan ole käytännöllistä vastata niihin kaikkiin. Seuraava esimerkki 43 on irrotettu videosta, jossa Roni esittelee koiraansa Brunoa.

- (43) K23: Kuinka vanha Bruno on? (R6)

Esimerkissä 43 kommentoija haluaa kysymyksellään tietää lisää videoblogissa näytetystä koiranpennusta. Kommenttiin ei ole annettu vastausta videobloggaajan tai muidenkaan

katsojien toimesta, mutta se on saanut seitsemän tykkäystä, mikä voidaan tulkita niin, että useampi muistakin katsojista haluaisi vastauksen kysymykseen.

Kommenteissa puheenaiheena ovat toisinaan videon katseluun liittyvät kokemukset. Katsojakokemuksiin liittyvät kysymykset herättävät herkästi katsojien välistä keskustelua aineiston kommenteissa, sillä osallistumiskehikosta kaikki videon katsoneet voivat vastata näihin kysymyksiin. Kommentoija saattaa kysyä muilta kommentoijilta esimerkiksi videon aikana esitetyistä mainoksista, kuten seuraavassa esimerkissä 44.

(44) K24: *Oonks ainut jolla tulee "laulu mainoksii"?*

vastaus 1: [nimimerkki] et mullaki tulee

vastaus 2: [nimimerkki] mulla tulee niitä youtube Music minoksii

vastaus 3: No kai nyt kaikilla tulee kun YouTube mainostaa
YouTube music:ia (:

Esimerkissä 44 katsojakokemukseen liittyvä kysymys koskee Youtube-videoiden mainoksia, joita esiintyy mainossopimuksen tehneen kanavan videoissa. Youtuben ominaisuuksiin kuuluu kohdennettu mainonta, jossa käytetään hyväksi algoritmeja. Esimerkiksi aiemmin katsotut videot voivat vaikuttaa siihen, mitä mainoksia näkyy kullekin katsojalle, minkä vuoksi kommentoija 24 kysyy, näkevätkö muut katsojat samoja mainoksia kuin hän. Muut kommentoijat vastaavat ja täsmentävät alkuperäiselle kommentoijalle, mitä mainoksessa mainostetaan. Vuorovaikutuksen näkökulmasta katsojakokemuksiin liittyvät keskustelunavaukset ovat resurssi, jota käytetään silloin, kun halutaan tietää nimenomaan toisen katselijan näkökulma, eikä kommenttia ole osoitettu vloggaajalle.

Myös videobloggaajat saattavat kysyä katsojilta katsojakokemuksiin liittyviä kysymyksiä. Kysymys voi liittyä esimerkiksi käynnissä olevaan videoon. Miisan videoblogissa *VANHAT BLOGIPOSTAUKSET* Miisa esittelee lapsena tekemäänsä sanomalehteä, jonka viimeisellä sivulla on kysymys liittyen pienen piirroseläimen etsimiseen lehden aukeamilta. Lehden sivulla kysytään *"Löysitkö Nipen?"*, jonka Miisa esittää myös videon katsojille. Hän on aiemmin videolla näyttänyt katsojille lehteä aukeamineen, joten katsojilla on mahdollisuus kelata videota taaksepäin löytääkseen piirroshahmon. Videon kommenteissa onkin innokkaita vastaajia, ja eräs vastaus on herättänyt kiivasta keskustelua siitä, mistä hahmo löytyi.

(45) K25: Like jos löysit nipen, mä löysin :)

vastaus 1: Missä se oli xD en löydä

vastaus 2: [nimimerkki] missä se oli
vastaus 3: [nimimerkki] et tyylii oikeest löytäny ku et vastaa
vastaus 4: kohdassa 4:45 sen tytön olkapäällä

Esimerkissä kommentoija 25 ei vastaa Miisan kysymykseen aivan eksaktisti, vaan kertoo vain sen, että on itse löytänyt hahmon ja kehottaa muita katsojia tykkäämään vastauksestaan. Samantyyppistä tykkäyksiä pyytävää kommenttia käsittelevässä edellisessä luvussa. Kommentin alla käydään keskustelua piirroshahmon löytymiskohdasta monen kommentoijan voimin, kunnes vastauksessa 4 annetaan vihdoinkin eksakti vastaus videoblogissa alun perin esitettyyn kysymykseen. Videobloggaajan heittäminen haaste on siis saanut kommentoijat muodostamaan oman alakeskustelunsa osallistumiskehikossa, kunnes vastaus kysymykseen on löytynyt.

Kuten edellisessä, direktiivejä käsittelevässä luvussa tuli ilmi, kommentoijat pyytävät vloggaajilta videoita haluamistaan aiheista, ja tämä voidaan tehdä myös kysymyksellä. Kysymyksen tavoitteena voi kuitenkin olla ylipäättään vloggaajan kiinnostuksen herääminen ja huomion saaminen satojen muiden kommenttien joukosta. Tämä voidaan tulkita etenkin sellaisista kysymyksistä, joissa viitataan erikoiseen aiheeseen.

(46) K26: Missä on uutinen alamäkeen vierineestä sitruunasta!!?? (R6)

Erikoislaatuisilla kysymyksillä katsojat saattavat tavoitella vloggaajan huomion lisäksi kommenttinsa esiin nostoa vloggaajan seuraavassa videossa. Esimerkissä 46 kysymyksenmuotoisen pyynnön osalta strategia onnistuu ja videobloggaaja nostaa kyseisen kommentin seuraavalla videollaan puheeksi. Videobloggaaja etsii pyydetyn videon käsiinsä ja lisää videoblogiinsa siitä lyhyen pätkän. Youtuben diskurssiin kuuluu vahvasti jo olemassa olevan videomateriaalin kierrätys, editoiminen ja kommentointi, ja tästä oivallinen esimerkki on Ronin videoblogi R6, jossa hän kommentoi videota, jossa sitruuna vierii alamäkeen poikkeuksellisen pitkän ajan. Saatuaan aiheen käsiteltyä loppuun, lisää Roni vielä suoraan videota toivoneelle katsojalle osoitetun kysymyksen puhuttelemalla tätä yksikön 2. persoonassa.

(47) no niin [nimimerkki] ootsä nyt tyytyväinen kun mä puhuin tosta sun (.)
pyörivästä sitruunasta (R5)

Esimerkissä 47 osallistumiskehikko muuttuu hetkellisesti kommentoijan ja videobloggaajan väliseksi keskusteluksi. Tällainen asennonvaihdos on melko yleinen

Ronin videoissa (n=6), mutta Miisan videoissa sitä ei tapahdu kertaakaan. Seuraavaksi esittelen luvuissa 5.5 ja 5.6 ne vuorovaikutuksen maksiimit, joilla täytetään kuulijan toiveet.

5.5 Kommentin esille nostaminen

Kuulijan positiivisten kasvojen ylläpitämiseksi kuulijalla on erilaisia ihmissuhteisiin liittyviä haluja, kuten halu tulla kuulluksi, ymmärretyksi, pidetyksi ja välitetyksi. Brown ja Levinson puhuvat näiden halujen toteuttamisesta kuulijan inhimillisten halujen palkitsemisena. (Brown – Levinson 1987: 129.) Videobloggaajalla on mahdollisuus palkita katsojan haluja toimillaan. Eräs tehokas keino palkitsemiseen on osoittaa katsojalle erityistä huomiota lukemalla hänen kommenttinsa ääneen videolla tai editoimalla se näkyville videoon. Molemmat aineiston vloggaajat käyttävät tätä keinoa vuorovaikutuksen maksiiminä. Videobloggaaja saattaa joko referoida kommenttia epäsuoran esityksen keinoin tai hyödyntää suoraa esitystä ja lukea kommentti sellaisenaan. Kommentin kirjoittaja voidaan mainita nimimerkillä tai häneen voidaan viitata kvanttoripronominilla *joku*. Miisan vlogeissa viitataan joko sanallisesti tai tekstimuodossa katsojan kommenttiin 24 kertaa ja Ronin vlogeissa vastaava lukumäärä on 38. Seuraavassa on kaksi esimerkkiä, joissa viitataan katsojien kommentointiin referoiden ja suoran esityksen muodossa.

(48) *joku teistä mietti että mistä tää vihko on* (.) mä oon saanut tästä niin paljon kyselyitä (M2)

(49) *[nimimerkki] kommentoi* (.) *tee video siitä* (.) *ketä veikkaat mm-jalkapallon voittajaks* (R1)

Esimerkissä 48 videobloggaaja referoi kollektiivisesti saamiaan kommentteja, jotka ovat liittyneet saman aihepiirin ympärille eli kyselyihin muistivihkonsa alkuperästä. Hän viittaa ensin yksilötoimijaan *joku*, mutta lausuman jatkuessa käy ilmi, että monet katsojat ovat kysyneet samasta aiheesta. Esimerkissä 49 videobloggaaja puolestaan mainitsee kommentoijan nimimerkin ja lukee hänen kommenttinsa suoran esityksen keinoin. Tyypillisesti kommentin lukemisen jälkeen videobloggaaja kertoo, mitä mieltä hän oli kommentista tai kommentissa viitatussa asiasta.

Videobloggaaja saattaa tehdä kokonaisen videon, jonka tarkoituksena on ainoastaan lukea katsojien kommentteja ja vastata niihin, kuten Roni tekee videoblogeissaan R1 ja R5 ja Miisa videoblogissaan M5. Aineistossa esiintyy myös sellaisia videoita, joissa vain osa ajasta on pyhitetty kommenttien näyttämiseen tai ääneenlukuun, kuten Miisan videossa M2. Videobloggaajista Roni on systemaattisesti lisännyt videoidensa otsikoihin luetaan kommentteja -maininnan, jos video koostuu yksinomaan katsojien kommenttien näyttämisestä ja niihin vastaamisesta. Tästä kertovat esimerkit 50 ja 51.

(50) MUN KANAVA TÄYTTI 6 VUOTTA! | Luetaan Kommentteja (R5)

(51) OLIN VIHJEENÄ LEHDEN RISTIKOSSA! | Luetaan kommentteja (R1)

Katsojille kommenttien päätyminen osaksi videota on mieluinen, tavoiteltava asia. Tulkitsen tämän niin, että siten he tuntevat tulevansa kuulluiksi koko osallistumiskehikossa ja vieläpä ihailemansa henkilön toimesta. Vuorovaikutus on tällöin kaksisuuntaista ja kommenttinsa esiin saaneen henkilön sosiaalinen asema vahvistuu. Kommentin päätyminen videolle on kuitenkin melko sattumanvaraista onnenkauppaa, sillä videot ovat keränneet satoja ellei jopa tuhansia kommentteja. Seuraavissa esimerkeissä tulee ilmi kommenttoijien ihaileva suhtautuminen siihen, että videobloggaajat nostavat kommentteja näkyville videoissaan.

(52) K27: Voisitko tehdä videon "atlantiksen kadonneesta mantereesta"?
vastaus 1: *Ja nytkö yrität ITE saada nimes videolle :) (R7)*

(53) K28: RONI SUN ON PAKKO PAKKO PELATA SIMS 4 KU OOT JO PELANNU KERRAN PLZ PS OOT PARAS TUBAAJA JA VALITSE TÄÄ SEURAAVAAN KOMMENTTI VIDEOON (R5)

(54) K29: Pokekortit seinälle!! *Tykätäkää tästä kommentista jotta se näkee tän!*

Esimerkissä 52 kommentoija pyytää vloggaajaa tekemään videon haluamastaan melko yllättävästä aiheesta. Kommentti on saanut ivallisen vastauksen toiselta katsojalta, jossa kommentoijaa syyllistetään aiheen ehdottamisesta vain sen vuoksi, että vloggaaja nostaisi kommentin näkyville seuraavassa vlogissa. Vastaus 1 vihjaa, että alkuperäinen kommentoija olisi itse huomauttanut toiselle kommentoijalle samasta taka-ajatuksesta. Vastaja naljailee epäsuorasti kommentoijalle, vaikka onkin lisännyt positiivista tunnetta ilmaisevan merkkijonon :). Tätä tulkintaa vahvistaa etenkin suuraakkosin kirjattu puhuttelumuoto *ite*. Esimerkissä 53 puolestaan kommentoija pyytää peittelemättä (*ja valitse tää seuraavaan kommentti videoon*) videobloggaajaa nostamaan kommenttinsa

näkyville seuraavassa videossa. Maanittelua on tehostettu lyhenteellä *plz*, joka on lyhenne englanninkielisestä sanasta *please* (suom. ole kiltti). Esimerkissä 54 pyydetään muilta kommentoijilta apua imperatiivilla *tykätäkää*, jotta kommentti kiinnittäisi videobloggaajan huomion.

Videobloggaajat ovat saattaneet aikaisemmillä videoillaan tai muualla sosiaalisessa mediassa pyytää katsojiaan kommentoimaan tietyn aihepiirin ympäriltä. On myös mahdollista, että videobloggaaja pyytää kommentoijia käyttämään tiettyä aihetunnistetta löytääkseen juuri haluamaansa asiaan liittyvät kommentit. Esimerkiksi aineiston videobloggaajista Roni on opastanut katsojansa liittämään kysymyksiinsä aihetunnisteen *#kysyronilta*, jota kommentoijat vaikuttavat ainakin jossain määrin käyttävän. Seuraavissa esimerkeissä videobloggaaja Miisa taustoittaa videonsa aihetta tiivistämällä lyhyesti, minkä aihepiirin ympäriltä on pyytänyt katsojia kommentoimaan.

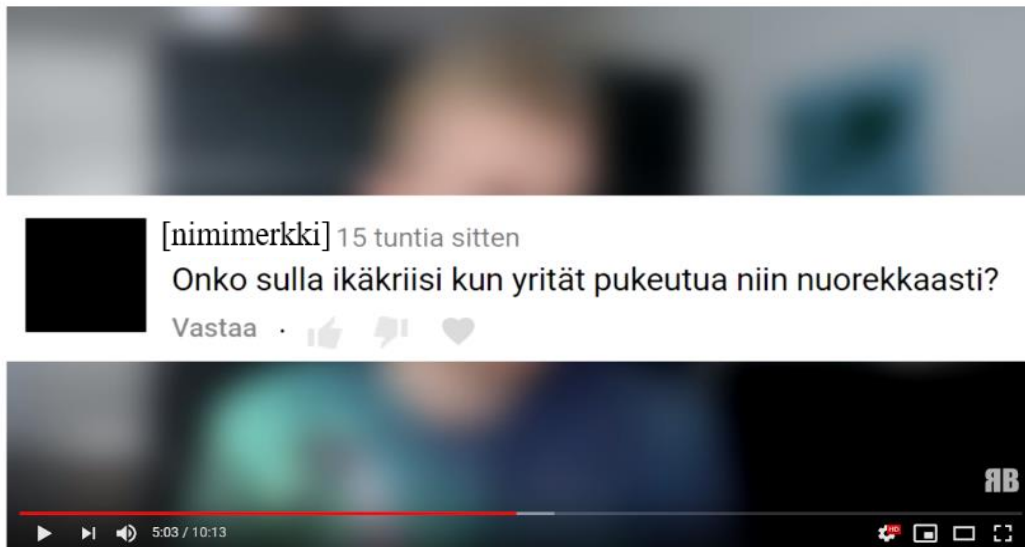
- (55) *mä tein tossa tällä viikolla sellasen tosi mielenkiintoisen jutun mitä monet sometyypit on tehny nimittäin instastoorista mä kysyin teiltä että mitä te oletatte musta somen perusteella eli et minkälaisen kuvan mä oon antanut itsestäni* (M2)
- (56) *mä kysyin eilen instastoorin kysymysosiossa, että mikä teitä ärsyttää tubettajissa ja somepersoonissa ja tänään me käydään vastauksia näitä läpi* (M5)

Kuten molemmista edellisistä esimerkeistä on havaittavissa, videobloggaaja ei pelkää pyytää kriittistäkin, kasvojaan uhkaavaa palautetta katsojiltaan. On kuitenkin huomattava, että videoblogi on vloggaajan käsikirjoittama ja toteuttama kokonaisuus, jossa vloggaajalla on valta päättää, mitkä kommentit hän nostaa tarkasteltavaksi videossaan. Tämän tutkielman aineistossa kumpikin tarkastelluista vloggaajista on ottanut myös sellaisia kommentteja mukaan videoihinsa, joissa heidän kasvonsa ovat enemmän tai vähemmän uhattuina. Kriittisen kommentin editoiminen videolle näkyviin voidaan tulkita vuorovaikutuksen keinona sekä positiivisia että negatiivisia kasvoja ylläpitävänä. Yhtäältä se palkitsee katsojaa, sillä tekemällä näin videobloggaaja osoittaa, että kommentoijan viesti on huomattu ja sitä pidetään tärkeänä puheenvuorona. Toisaalta videobloggaajan kasvot ovat uhattuina, mutta hän pyrkii rehellisyyteen antaakseen keskustelussa äänen eriävillekin mielipiteille. Seuraavassa kuvassa on esimerkin Miisan videon näkymästä poimittu kommentti, joka ei uhkaa videobloggaajan kasvoja suoraan mutta on ongelmallinen kohteliaisuuden kannalta.



KUVA 3. Näkyville editoitu kommentti Miisan videoblogissa. (M5)

Vaikka kuvassa 3 näkyvillä olevassa esimerkissä ei puhutella Miisaa suoraan, tiedostaa hän palautteen olevan kritiikkiä myös itselleen. Tämä tulee ilmi, kun Miisa kommentoi ”ottavansa tästä iskun myös itseensä” ja tämän jälkeen argumentoimalla omaa näkemystään siitä, miksi tubettajat toisinaan keskittyvät sisällössään vain elämänsä ihanimpiin hetkiin. Seuraavassa kuvassa on esimerkki Ronin videoblogista, jossa kasvoja uhkaava kommentti on editoitu osaksi videonäkymää.



KUVA 4. Näkyville editoitu kommentti Ronin videoblogissa. (R5)

Kriittisten kommenttien näyttämisestä tai ääneen lukemisesta seuraa yleensä videobloggaajan osalta erilaisia puolustautumisen keinoja. Aineiston videoblogeissa vloggaajat vastasivat kritiikkiin esimerkiksi myönnytyksillä, esittämällä vastaargumentteja tai heittämällä asian vitsiksi liioittelemalla loukkaantumista, kuten vloggaaja Roni tekee luettuaan kuvan 4 kommentin ääneen videoblogissaan.

5.6 Kehuminen ja kiittäminen

Kriittisten kommenttien lisäksi aineistossa on nähtävillä positiivisia kommentteja, kuten kehuja ja kiitoksia. Aineistohavaintojen perusteella videobloggaajia kehuaan monisanaisesti ulkonäöstä, videoblogin tekstin sisällöstä ja vloggaajan kanavasta kokonaisuudessaan. Keskustelussa kehumisen täydentää toisen osallistujan halun tulla hyväksytyksi ja vahvistaa vastapuolen positiivisia kasvoja. Kommentoijien kirjoittamat imartelukommentit ovat toisinaan erittäin vuolaita, mikä viittaa jälleen siihen, että kommentoijat näkevät videobloggaajan ennemminkin idolina kuin tasavertaisena keskustelukumppanina.

- (57) K30: Mä en kestä miten ihanasti jaat tota sun positiivisuutta ja tsemppaat ihmisiä syksyä varten. [sydänemoji] IHANA VIDEO JA IHANA MIISA [sydänsilmäinen emoji, prinsessaemoji] (M2)
- (58) K31: tykkään sun videoista, kivojen ja erilaisten ideoiden ja hyvän kuvan laadun takia. muutenkin se näkyy sulla, että panostat tähän oikeesti. oot tosi kaunis [sydänemoji] (M5)
- (59) K32: Roni sä osaat tehdä tosi upeit videoit [juhlahattupäinen emoji] (R3)

Esimerkit 57–59 sisältävät runsaasti imartelevia adjektiiveja kehumisen tueksi: *ihana*, *kiva*, *erilainen*, *hyvä* ja *upea*. Kommenteissa ilmenee myös tapaa ilmaisevia adverbeja, kuten *ihanasti*, *oikeesti* ja adverbimäärite *tosi*. Omaa kieltään kertovat myös kommentoijien tunteita ilmaisevat emojiit – sydän, sydänsilmäiset kasvot, prinsessankasvot ja juhlahattupäiset kasvot ovat merkitykseltään positiivisia ja ilmaisevat iloa ja ihannoivaa sävyä tekstimuotoisen viestin tueksi.

Miisan videoblogien kommenteissa toistuu erityisesti adjektiivi *ihana* (n=25), kun kommentoijat kehuivat Miisaa tai tämän videoblogia. Ronin vlogien kommenteissa on havaittavissa vähemmän säännönmukaisuutta, mutta niiden joukossa toistuu superlatiivi *paras* (n=7).

Kehuvien kommenttien yhteydessä esiintyy usein myös kiitoksia palautteena videosta.

- (60) K33: Pirtee video! *Kiitti tästä!* Mä jäin hiukan kaipaamaan enemmän sisältöä noista hetkissä autossa. Täytyy katsoa ne videot. (M7)

- (61) K34: Olipas kiva video! 😊Kaikki annokset super herkullisen näköisiä
😊Tomaattikeitto menee ehdottomasti kokeiluun, *kiitos vinkistä!* (M3)

Esimerkeissä 60–61 kiitetään varianteilla *kiitti* ja *kiitos*. Kiittämisen rakenne molemmissa esimerkeissä on ”kiitos + elatiivi”, mutta aineistossa esiintyy myös lausumia, joissa kiitoksen yhteydessä esiintyy että-konjunktioilla alkava alisteinen sivulause.

Videobloggaajien osalta kehumisen käytäntö vaihtelee. Miisa kehuu katsojiaan ihaniksi videoillaan ja tekstimuotoisilla kommentteillaan täydentäen katsojien halun tulla hyväksytyksi. Roni ei kovin usein kirjoita kommenttiosioon vastauksia katsojien kommentteihin eikä kehu katsojiaan videoillaan. Sen sijaan kumpikin vloggaajista muistaa kiittää katsojaa videon katsomisesta aineiston jokaisessa videossa. Usein kiitos on sidottu videon päätösosioon, jossa hyvästellään katsoja.

- (62) mut ei muuta kun me nähään ensi videossa (.) *kiitos paljon että katsoitte moimoi* (M4)
- (63) *mä haluaisin kiittää teitä kaikkia* jotka ootte kattonu mun videoita tän kesän aikana nimittäin te ootte kattonu mun videoita ihan sairaasti (R1)

Esimerkissä 62 videobloggaaja kiittää kaikkia katsojia yleisesti muotoilemalla verbin *katsoitte* monikon 2. persoonassa. Sen sijaan esimerkissä 63 vloggaaja rajaa kiitoksensa kohteen koskemaan vain niitä osallistumiskehikon jäseniä, jotka ovat katsoneet videoita kesän aikana.

Videoblogin diskurssissa kiittäminen vaikuttaa olevan helppo tapa vahvistaa positiivista kanssakäyntiä ja olla vuorovaikutuksessa osallistumiskehikon jäsenien kanssa. Kiittäminen voidaan nähdä osana minimikohteliaisuutta, joka on syvemmälle ulottuvan vuorovaikutuksen perusedellytys. Kehuminen on puolestaan suosittu tapa kommunikoida vain kommentoijille ja aineiston naispuoliselle videobloggaajalle. Miisaa kehuaan etenkin hänen rehellisistä pohdinnoistaan, mielipiteistään ja ulkonäöstään. Ronille osoitetut kehut koskevat puolestaan hänen videoitaan yleisesti tai häntä kehuaan yksinkertaisesti *parhaaksi*.

Edellä olen esitellyt videoblogeissa esiintyviä vuorovaikutuksen maksiimeja, joiden avulla vahvistetaan kommunikoinnin vastavuoroisuutta osallistumiskehikossa. Keinot

vuorovaikuttamiseen ovat moninaiset: ne vaihtelevat pienistä vihjeistä suoriin pyyntöihin ja vuolaaseen kehumiseen. Pohdin tuloksista tekemiäni havaintoja tarkemmin tuonnempana luvussa 7.

Seuraavassa luvussa esittelen erilaisia vloggaajien ja kommentoijien käyttämiä huumorin keinoja.

6 Huumori videoblogin diskurssissa

Huumorin osalta olen eritellyt aineistosta viisi tunnistettavaa keinoa: 1) puheen ongelmat ja korjausjäsenitys, 2) keskeytykset ja niihin reagointi, 3) äänenmuuntelu, 4) ironia ja 5) sisäpiirin heitot. Keinot ovat siinä mielessä liukuvia, että useampi keino voi vaikuttaa samassa lausumassa yhtä aikaa. Esimerkiksi äänenmuuntelu on hyvin usein osa parodiaa, joka on ironian alalaji. Keinoista kolme ensimmäistä ovat ainoastaan videobloggaajan käytettävissä, sillä vain heillä on mahdollisuus tuottaa tekstiä suullisesti ja hyödyntää puheentuottamiseen liittyviä seikkoja. Kaksi viimeksi mainittua keinoa ovat sekä videobloggaajan että kommentoijien huumorinluonnin resursseja.

Kukin esitellyistä huumorin keinoista pohjautuu huumorin inkongruenssiteoriaan, sillä jokaisessa on mukana jotain yllättävää, joka rikkoo kuulijan odotukset. Jokainen keinoista edellyttää myös asennonvaihdosta vakavasta puheesta ei-vakavaan puheeseen eli **huumorimoodiin**²¹. Hauskuutus onkin videoblogin tekstilajiin luonteva piirre, sillä kyse on vapaamuotoisesta, kaverin kanssa jutteluun rinnastuvasta keskustelusta, jonka äärelle vloggaajat ja kommentoijat kokoontuvat rentoutumaan vapaa-ajallaan. Brown ja Levinson mainitsevat vitsailun eräänä kohteliaisuuden maksimina, jonka pyrkimyksenä on tehdä vastapuolen olo mukavaksi (Brown – Levinson 1987: 124). Huumori vlogitekstissä ja kommenteissa luo ryhmähenkeä ja vahvistaa verkkoyhteisöä.

Seuraavissa luvuissa 6.1–6.5 määrittelen videoblogin diskurssissa käytetyt huumorin keinot esimerkkejä antaen.

6.1 Puheen ongelmat ja korjausjäsenitys

Videoaineiston kannalta olennaisin keino luoda huumoria on jättää editoimatta puheen ongelmia ja oman puheen korjausjäsenityksiä eli itsekorjauksia. Puheen ongelmilla ja niiden korjaamisyriyksillä videobloggaaja tekee itsestään naurunalaisen ja tavoittelee huvittuneisuuden reaktiota yleisössä. Kuten tässäkin tulee muistaa, on videoblogi suunniteltu ja editoitu kokonaisuus, jossa videobloggaaja antaa itsestään juuri haluamansa representaation – siksi olen tulkinnut editoimattomat puheen ongelmat tietoisiksi

²¹ Termin määritelmän on alun perin esittänyt Markku Haakana (1996: 156).

huumorin strategioiksi. Huumorin tulkintaa vahvistaa usein puheen ongelman yhteydessä esiintyvät huumoriksi merkitsemisen jaksot. Puhe merkitään huumorimoodin tai leikinlaskun alaisuuteen tulkittavaksi esimerkiksi naurulla, jonka olen esimerkeissä merkinnyt hakasulkein. Puheen ongelma voi liittyä esimerkiksi fonologiseen lipsahdukseen, kuten seuraavissa esimerkeissä.

- (64) no mutta oikein hyvää päivää katsojat >mun nimi on roni back< ja (.)
tervetuloa katsomaan videota täältä metsän *siemek-* (.) *siemen-* (.)
siemenestä (.) ei ainakaan siitä [nauraa] tähän lähti hyvin käyntiin (R7)
- (65) mutta nyt (.) niin kun videon nimestä näätte kuvataan *miklen ka-* *miklen*
kanssa [nauraa] *mikle* (R6)

Esimerkeissä 64 ja 65 videobloggaaja aloittaa itsekorjauksen jättämällä sanan kesken eli katkolla. Ensimmäisessä tapauksessa puhuja aikoo oletettavasti sanoa *siimeksestä*, mutta pitkä vokaali *ii* erehdyksellisesti diftongiutuu. Tämä tuo puhujalle assosiaation äänteellisesti yhteneväiseen sanaan *siemen*, joten hän päätyy korjaamaan alkuperäisen sanan humoristisesti sanalla *siemenestä*. Hän merkitsee itsekorjauksensa vitsiksi kieltoa ilmaisevalla jaksolla *ei ainakaan siitä*, naurahduksella ja ironisella, epäsananmukaisella lausumalla *tähän lähti hyvin käyntiin*. Toisessa esimerkissä puhujalla on luultavasti valinnanvaikeus äänteellisesti samankaltaisten sanojen *Mike* ja *Miklu*²² välillä, sillä hän tuottaa nimeen ylimääräisen lateraaliäänteen sanomalla *mikle*.

Huomionarvoista molemmissa esimerkeissä on puhujan tapa korostaa fonologista lipsahdustaan toistamalla virhe kahteen kertaan molemmissa esimerkeissä. Huomattakoon myös, ettei fonologista virhettä edes lopulta korjata kummassakaan tapauksessa. Oletan korjausten puuttuvan siksi, että puhuja arvelee olevan melko ilmeistä, että hän aikoi päättää lausumansa esimerkissä 64 sanaan *siimeksestä* ja esimerkissä 65 sanoihin *miken kanssa*. Videoblogissa puhe etenee yleensä melko joutuisasti ja lukuun ottamatta näitä huvittumisagendalla jätettyjä itsekorjauskohtia asioihin ei ole tapana jäädä vellomaan muutamia sekunteja pitempään.

Puheen ongelmat voivat myös liittyä useamman sanan lausumiin. Videobloggaaja saattaa liioitella sanomaansa, merkitä äsken sanotun ongelmalliseksi pitämällä tauon liioittelun jälkeen ja korjata liioittelunsa tarkentavalla lausumalla. Huumori syntyy puhujan herättämistä odotuksista kuulijoissa ja niiden rikkomisesta (Morreall 2009, 10–11).

²² Videoblogissa esiintyy myös videobloggaajan pikkuveli Mike, jonka oman Youtube-kanavan nimi on Miklu.

Seuraavissa esimerkeissä liioitellun lausuman itsekorjaus aloitetaan tauon lisäksi leksikaalisin keinoin partikkeliyhdistelmillä *tai no*, *no okei* ja *no joo*.

- (66) Nyt on lauantai-ilta kun mä kuvaan tätä videoo (.) ollaan taas tultu tänne keskelle metsää (.) >*tai no tossa sadan metrin päässä*< *on autotie* (.) *eli ei tää nyt ihan keskellä metsää oo* (R1)
- (67) tää me tehtiin (.) jo alkukesästä ku me oltiin meen mökillä okei me ei menty mihinkään super (.) korpeen *no okei meen mökki on tosi korvessa mut niinkun* (.) *no joo me nukuttiin mökin pihassa teltassa* [katseen suunta ylöspäin; näyttää syylliseltä] (M4)

Esimerkin 66 itsekorjauksen tarve liittyy videobloggaajan liioiteltuun arvioon siitä, kuinka syvällä metsässä hän on. Puhuja kertoo tullessaan *keskelle metsää*, mikä on katsojan näkökulmasta uskottavaa, sillä videonäkymässä videobloggaajan taustalla näkyy puita. Sanottuaan tämän vloggaaja pitää tauon, ymmärtää liioitelleensa ja korjaa puhettaan aloittamalla partikkeliyhdistelmällä *tai no*, jolloin katsojan odotukset rikkoutuvat. Lisäksi hän jatkaa selittävällä lausumalla aloittaen partikkelilla *eli* ja sanoessaan uudelleen prepositiolausekkeen *keskellä metsää* tekee etu- ja keskisormillaan lainausmerkit ilmaissa. Vloggaaja siis referoi itseään ja etäännyttää itsensä aikaisemman arvion tekijästä. Tällä tavoin hän voi irvaila aikaisemmalle itselleen kasvojaan uhkaamatta.

Esimerkissä 67 videobloggaaja niin ikään liioittelee tarinansa spatiaalisia suhteita pitämällä ensimmäisen, puheen ongelmia ilmaisevan tauon sanan *korpeen* edellä. Partikkeliyhdistelmästä *no okei* alkaen vloggaaja rikkoo katsojan odotukset myöntäessään mökin olevan sittenkin kaukana asutuksesta. Odotukset rikkoutuvat vielä toisen kerran tauon ja partikkeliyhdistelmän *no joo* jälkeen. Vloggaaja ottaa syyllisen näköisen ilmeen kasvoilleen ja ikään kuin suuren painostuksen jälkeen myöntää nukkuneensa teltassa mökin pihassa. Huumori liittyy puheen korjaukseen, jonka avulla paljastuu puhujan liioittelu ja odotusten rikkoutuminen. Teltassa nukkuminen ei välttämättä kuulosta katsojalle niin hurjalta kuin katsoja on odottanut, sillä se tapahtuu mökin pihassa, vaikkakin mökki on kaukana asutuksesta.

6.2 Keskeytykset ja niihin reagointi

Toinen yleinen huumorin keino on videon kuvaushetken yllättävät keskeytykset. Videoblogeissa tapahtuu usein yllättäviltä vaikuttavia tilanteita, joihin videobloggaajat

reagoivat kielellisin ja ei-kielellisin keinoin. Jälleen kerran on muistettava, etteivät tilanteet ole välttämättä oikeasti yllättäviä videobloggaajille, vaan ne ovat todennäköisesti osa videon tarkkaan laadittua käsikirjoitusta. Aineiston videobloggaajista humoristisia keskeytyksiä hyödyntää enemmän Roni. Seuraavissa esimerkeissä on tyypillisiä tilanteita, joissa jokin yllättävä häiriötekijä keskeyttää Ronin videon kuvaamisen.

- (68) [helikopterin ääniä] *no ni taasko täällä menee joku helikopteri siis onks tää joku vitsi* (1.2) onkohan Trump tuolla lentokoneessa (1.2) hello trump
(.) wanna come down and make a video with me? (R1)
- (69) mun toinen nimi on johan ja mun isän toinen nimi on johan ja siel löyty jostain- [lokkien ääniä] *voi herranjestas noita lokkeja* (.) shut up (.) *.oi vitsih älä kaadu herranjestas* (R1)

Molemmat esimerkit ovat peräisin samasta videosta, joka on kuvattu ulkona. Esimerkissä 68 puhujan puheen keskeyttää helikopterin ääni taustalla. Helikopterin kulku taivaalla ei ole epätavanomaista tai yllättävää, mutta siitä seuraava vloggaajan reaktio on, jossa hän kysyy retorisesti *onks tää joku vitsi*. Tämän jälkeen vloggaaja leikittelee ajatuksella, mahtaako Yhdysvaltain presidentti Donald Trump olla helikopterissa ja haluaisiko tämä tulla alas ja tehdä Ronin kanssa videon. Yhdysvaltain presidentin esiintyminen suomalaisen videobloggaajan videolla on kaikessa epätodennäköisyydessään koomisen absurdi tilanne, ja tämän mielikuvan esiin nostamisella Roni saa aikaan katsojissaan huvittuneisuutta.

Esimerkissä 69 Ronin pohdinnat keskeyttää lokkien kirkuminen videon taustalla. Videobloggaaja katsoo ylöspäin, ja samalla kamera horjahtaa, jolloin Roni personifikoii kameransa pyytäen huolestuneena *älä kaadu*. Huumori syntyy kuvaustilanteen epäonnisen sattumuksen ja Ronin hätäntyneen reaktion yhteisvaikutuksesta. Hän käyttää myös kahdesti hämmästyttä tai kauhistusta ilmaisevaa huudahdusta *herranjestas* (Kielitoimiston sanakirja), joka on oman tulkintani mukaan aavistuksen vanhahtava voimasana vlogin katsojakannan makuun.

6.3 Äänen laadun muuntelu

Eräs videobloggaajien tapa elävöittää tarinaansa on muutella ääntään tarinankerronnan tueksi. Aineiston molemmat videobloggaajat käyttävät äänenmuuntelua kerronnassaan,

Roni selvästi useammin kuin Miisa. Seuraavassa on tyypillinen esimerkki, jossa videobloggaaja muuntelee ääntään huvittavan vaikutelman luomiseksi.

- (70) *tattis oli sit silleen (.) puoliksi vedessä ja mä päätin et okei nyt on pakko tehdä se (.) jonkun pitää nyt vähän auttaa se sinne veteen (.) joten mä otin tattiksest kii (.) vedin sen sinne veteen se oli vaan silleen et @roni älä älä vedä mä en halua sinne veteen@ (R3)*

Esimerkissä 70 videobloggaaja kertoo tilanteesta, jossa hän on tyttöystävänsä kanssa uimassa ja vetää tyttöystävän viileään järviveteen. Äänenmuuntelujaksoa edeltää johto ilmaus *se oli vaan sillee et*, mikä on merkki siitä, että lausumaa seuraa suora referointi tyttöystävän puheesta. Referoidessaan tyttöystävän sanoja vloggaaja nostaa äänenkorkeutta, -voimakkuutta ja nopeutta merkittävästi. Lisäksi hänen silmänsä sulkeutuvat irvistyksenomaisesti, ja hän tekee käsillään huitovaa liikettä. Samalla videon kuvanäkymä muuttuu stabiilista heitteleväksi, ja audioraitaan on editoitu kaikuefekti. Äänenmuuntelun, ilmeiden, eleiden ja tietokone-efektien tarkoituksena on antaa referointijaksosta dramaattinen vaikutelma. Referoinnin dramatisoinnilla äänenmuunteluineen videobloggaaja viittaa stereotypiaan hätääntyneen henkilön käytöksestä. Ilmiöön liittyy myös esittämismuotin funktioiden²³ vaihtelut, jotka ovat havaittavissa esimerkissä 70. Äänenmuuntamisen hetkellä Roni on edelleen esittäjä ja tekijä, mutta toimeksiantajana on hänen tyttöystävänsä.

Myös Miisan videoissa äänenmuuntelu on osana vlogien huumorimoodia. Miisa muuntaa ääntään etenkin niissä vlogeissaan, joissa hän esittelee nuoremman itsensä kirjoituksia, mutta koska niissä kyse on ennemminkin ironian tuomisesta videoon, käsittelen näitä puheen sävyn muutoksia vasta seuraavassa luvussa. Sen sijaan puhtaammin äänenmuunteluun nojautuvia esimerkkejä nousee esille Miisan vlogissa, jossa hän esittelee viikkonsa kohokohtia.

- (71) *tässä videossa käydään siis läpi kuluneen viikon makeampia siisteimpiä inspiroivimpia herkullisimpia ja parhaimpia juttuja läpi @odottakaapas kun kaivan täältä muistikirjastani (.) muistiinpanot@ [opettajamaisesti]*

Esimerkissä 71 on nähtävillä tilanne, jossa puhuja puhuessaan suorittaa jonkin toiminnon ja samalla muuntaa ääntään kertoessaan metapuheella, mitä on tekemässä. Samalla puhuja ottaa käyttöön opettajamaisen äänen, joka luo vlogin rennosti ilmapiiristä

²³ Goffman 1981: 144.

ylikorostetun muodollisen, jolloin huumori syntyy jälleen odotusten rikkoutumisesta. Saattaa olla, että videobloggaaja ajattelee katsojiansa joukossa olevan peruskouluikäisiä, joita tällainen stereotypia voi huvittaa erityisesti.

6.4 Ironia

Kolmas keino, jolla videoblogiin luodaan humoristinen vaikutelma on ironia. Videoblogiaineistosta nousee frekvenssiltään kaksi ironian lajia, joita vloggaajat käyttävät puheessaan: itseironia ja parodia. Itseironiassa ivan tuottaja ja sen uhri ovat samat, kun taas parodia on esityksen muodon naurunalaiseksi saattamista jäljittelyn avulla. Lajit eroavat toisistaan ivan kohteen (uhri ja esityksen muoto) perusteella, mutta molempien keinojen tavoitteena on pilkan tai kritiikin esittäminen epäsananomukaisilla ilmauksilla. (Rahtu 2000: 225.) Selkeitä itseironian ilmaisuja esiintyy etenkin Miisan videoblogeissa, joissa hän käsittelee puheenaiheena nuorempaa itseään. Videossa M1 Miisa käsittelee lukioikäisenä kirjoittamiaan blogipostauksia ja videossa M6 puolestaan 10-vuotiaana tekemänsä lehteä. Molemmissa vlogeissa on videobloggaajan näkökulmasta kulunut tarvittava määrä aikaa käsiteltävistä nuoruusvuosista, minkä vuoksi hänen on mahdollista tehdä nuorempi itsensä naurunalaiseksi kasvojaan uhkaamatta. Miisan puheessa on myös kielellisiä piirteitä, joilla hän etäännyttää itsensä nuoremmasta versiostaan, mutta pilkka kohdistuu silti itsen. Seuraavassa esimerkissä Miisa kuvailee lukioikäisen itsensä pukeutumistyyliä.

- (72) *okei tässä on niin tyypillinen Miisa lukion tokalla outfit (.) sama pipo edelleen päässä (.) ja sitten joku äidin vanha villapaita ja siellä alla kauluspaita ja just joku tommonen hipsteriletti joo ja mustat kynnet ja [naurua] - - ja olin tosi ylpeä koska olin siis sellainen fashion mogul kyllä kuten näette - - et aikamoinen pimatsu täytyy kyllä sanoa (M1)*

Esimerkissä 72 itseironiaan viittaavia kielellisiä piirteitä ovat puhetta sävyttävät sanavalinnat, joilla pukeutumistyyliä kuvataan. Adjektiivit *tyypillinen*, *sama*, *vanha*, *tommonen* ja *aikamoinen* ovat pejoratiivisia ja ilmaisevat asennetta, jolla puhuja suhtautuu kuvailemiinsa asioihin. Samassa tehtävässä esiintyy indefiniittipronomini *joku*, joka esiintyy katkelmassa kahdesti osana substantiivilauseketta (*joku äidin vanha villapaita, joku tommonen hipsteriletti*). Tulkintaa vahvistaa puheen äänensävy, joka on prosodialtaan matala ja luetteleva. Vloggaaja etäännyttää itsensä pilkan kohteesta puhumalla itsestään lausuman alussa etunimellään – tällä tavoin tehdään selväksi, että

Miisa lukion tokalla ei ole enää se, johon puhuja identifioituu nykyhetkellä. Pilkka ei kuitenkaan ole läpikotaisin ilkeämielistä, sillä videon aikana Miisa ottaa paikoitellen lukioikäisen Miisan pukeutumistyyliineen ja kirjoituksineen vakavasti ja hyväksyen. Tämän havainnon perusteella tulkitseen vloggaajan kokevan tarvetta myös kasvojensa suojeluun, vaikka pilkan kohteesta ollaankin yritetty etäännyä. Katkelman lopussa esiintyy leikkimielinen lausuma, jossa ironia ilmenee epäsananmukaisuudella eli videobloggaaja tarkoittaa päinvastaista, mitä sanoo lausumassa *olin siis sellainen fashion mogul kyllä kuten näette*.

Parodian osalta videoaineistosta nousivat etenkin Ronin videoblogit. Eräs selkeä tapaus parodisesta esitystavasta löytyy videoblogista, jossa Roni lukee ja vastaa katsojien kommentteihin. Eräs katsoja pyytää videobloggaajaa esittelemään asuntonsa sisustusta, johon Roni reagoi tympeällä ilmeellä ja äänensävyllä kysyen retorisesti *ai onks tääl sisustettu jotain vai*. Asunnon sisustuksen esittely on oletettavasti yleinen videonaihe muotiin ja sisustukseen keskittyvissä blogeissa ja videoblogeissa, joten pyyntö ei täysin sovi Ronin videoblogin konseptiin. Vloggaaja suostuu asunnon esittelyyn, mutta tekee sen parodian keinoin peittelemättä asunnon sotkuisuutta tai pyytelemättä anteeksi sitä.

(73) täs on latausjohtoja - - täs roikkuu vaatteita - - parvekkeella löytyy yks vähän (.) *ikävämpi juttu nimittäin nää tomaatit* (.) mitä mikael gabriel mulle lähetti (.) *tää on vähän niinku kuolemaan päin* - - tää on kyllä hyvä ku mä kuvaan tällä kameralla ni *kuva menee just tästä näin niin nää sotkut ei näy* (.) sit täs on sänky minkä tattis petas tätä videoo varten (.) kenkää peilii sun muuta *onpas muuten likanen peili* (.) *erittäin puhdas keittiö niinku näätte* - - sit täs oon meen peitto (0.9) säiliö [videoon editoitu audioraita] *@yleensä varmaan kantsii siivota ennen ruumtouria@* - - et joo täs on niinku mun ruumtour mallia 2018 kesä (1.2) ole hyvä (R5)

Esimerkissä 73 asunnonesittelyn parodian paljastavat lausumat, joissa otetaan puheeksi asunnon huonosti hoidettu siisteys, kuten kuolevat kasvit kohdassa *parvekkeella löytyy yks ikävämpi juttu nimittäin nää tomaatit* - - *tää on vähän niinku kuolemaan päin*. Huumori muodostuu inkongruenssista, sillä tyypillisessä asunnonesittelyvideossa tällaiset kauneusvirheet eivät olisi pääosassa videossa. Videobloggaaja paljastaa myös siirrelleensä sotkuja, jotta ne eivät näkyisi kuvassa hänen kuvatessaan videoita. Tämä tulee ilmi lausumassa *ku mä kuvaan tällä kameralla ni kuva menee just tästä näin niin nää sotkut ei näy*. Metatekstiin nojaavalla lausumalla on kaksisuuntainen vaikutus, sillä yhtäältä se kertoo vloggaajan intentionaalisesti ylläpitävän videoillaan kulisseeja siisteyden suhteen, mutta toisaalta se paljastaa asunnon siisteyden todellisen tilan.

Katsojan näkökulmasta neljäs seinä rikkoutuu ja hän pääsee ikään kuin osaksi videobloggaajan maailmaa. Parodiaa ylläpidetään myös epäsananmukaisella lausumalla *erittäin siisti keittiö kuten näette* ja suoralla ivailulla *onpas muuten likanen peili*. Katkelman lopussa Roni palaa pöytänsä ääreen ja julistaa ilmeettömin kasvoin, tympeällä äänellä asuntoesittelyn päättyneeksi.

Asuntoesittely on parodinen jakso, jossa yhdistyvät monipuoliset huumorin keinot. Esimerkissä puhuja ivaa lausumaansa vieraskielistä nimen esitystapaa ja käyttää äänenmuuntelua huumorimoodin muodostamiseen saattaessaan puheensa esitystavan naurunalaiseksi.

(74) täs on latausjohtoja (0.5) mä ostin tämmösiä power bankkeja kläs uuhlsonista @klääs uuulsson@ [naurua] mikä ihmeen klääs (R5)

Esimerkissä 74 videobloggaaja esittelee asuntoaan ja sen esineitä, joista osa on ostettu Clas Ohlson -tavaratalosta. Vloggaaja lausuu tavaratalon vierasperäisen nimen omasta mielestään ongelmallisesti, sillä hän toistaa sanomansa äänensävyllä, jota voisi kuvailla ylihienostuneesti puhuvan henkilön stereotyyppiaksi. Tämä tapahtuu ensimmäisten tavujen *ä-* ja *u-*vokaalien pidentämisellä. Tämän jälkeen seuraa naurahdus, jolla puhuja merkitsee pidentetyin vokaalein toistetun jakson huumorimoodiin kuuluvaksi, ja lopuksi huumorimoodi vielä vahvistetaan epäsananmukaisella retorisisella kysymyksellä *mikä ihmeen klääs*. Lausumassa huumori syntyy siis äänenmuuntelun, parodian ja itseironian yhteisvaikutuksesta, jolla pilkka kohdistetaan oman puheen muotoon.

6.5 Sisäpiirin heitot

Videoblogeissa vloggaajat ja kommentoijat luovat yhteistä diskurssia humoristisilla sisäpiirin heitoilla.²⁴ Sisäpiirin heitoilla tarkoitan sellaisia huvittavuutta aiheuttavia puhunnoksia, jotka luovat merkitystä osallistumiskehikon tietäville vastaanottajille. Aineistohavaintojen perusteella kommenteissa referoidaan mielellään videobloggaajien puhetta. Tekemällä näin kommentoijat tuovat esiin, mikä kohta videolla heitä erityisesti huvittaa. Tällaiset humoristiset huipentumat ovat vaikutukseltaan samanlaisia kuin kiteytyneiden vitsien huipentumat, joita kutsutaan myös nimellä *punch line* (Haakana

²⁴ Brown ja Levinson sanovat vitsailun tuovan esille yhteisiä arvoja ja taustaa (Brown – Levinson 1987: 124).

1996: 147). Esimerkkitapauksena käytän Miisan videoblogin kommentteissa useaan kertaan esiintynyttä referointia *mä löysin liesituulettimen*.

- (75) K35: TOMAS! *MÄ LÖYSIN LIESITUULETTIMEN* [naurukasvoinen emoji] (M7)
- (76) K36: "*mä löysin liesituulettimen!*" [naurukasvoinen emoji, sydänemoji] (M7)

Molemmat esimerkit ovat kommentteja, joissa halutaan toisintaa videon hauskin kohta. Kommentit ovat kumpikin suoria esityksiä, joissa referoidaan videobloggaajaa. Videossa Miisa tekee ruokaa poikaystävänsä Tomasin keittiössä ja tekee yllättävän löydön, josta kumpikaan representoitu ei ollut tietoinen – keittiössä on liesituuletin, joka menee päälle kahvasta vetämällä. Miisa ilmoittaa asiasta poikaystävälleen huudahtamalla *mä löysin liesituulettimen*. Kohtauksessa tilanteen huvittavuus nojaa inkongruenssiin ja osin Miisan sympaattisen innostuneeseen reaktioon. Yleisön huvittuneisuuden tulkinnan teen esimerkkien 75 ja 76 kommenttien affektiivisten emojioiden laadusta (nauravat kasvot) ja niiden runsaudesta. Tekstin *mä löysin liesituulettimen* huvittavuus ei yksinään aukea kommentteja lukemalla, mutta videon nähneille katsojille siitä muodostuu nopeasti sisäpiirin heitto, jota voi käyttää huumorin resurssina kommentteissa. Esimerkissä 76 teksti on kirjoitettu lainausmerkkien sisään, joka on kontekstivihje muille katsojille, että kyse on vlogitekstin katkelmasta eikä kirjoittajan omasta tekstistä – aina kuitenkin lainausmerkkejä ei toisinnoksissa käytetä, kuten esimerkistä 75 käy ilmi.

Toisinto videon huvittavimmasta kohdasta voidaan tehdä suoran referoinnin lisäksi deklaraatiivilauseella, jolla kuvataan, mitä videolla tapahtui tai miten katsoja reagoi videon tapahtumiin. Seuraavat esimerkit ovat peräisin videoblogista, jossa Miisa syö sushia. Kokemattomana sushinsyöjänä hän erehtyy laittamaan suuhunsa mausteeksi tarkoitettun tulisesta wasabitahnasta koostuvan pallon ja tämän seurauksena yökkää järkyttyneenä tahnann pois. Useampi kommentoija tarttuu tilaisuuteen kommenttikentässä luoden wasabipallon syömisestä sisäpiirin heiton.

- (77) K37: *XDDD JÄBÄ LAITTO KOKONAISEN WASABIPALLERON SUUHUN* (M4)
vastaus 1: *JÄBÄ* :DD
vastaus 2: [nimimerkki] XD
- (78) K38: *Repesin ihan täysin ku laitoit ison köntin wasabia suuhun* [naurukasvoinen emoji]

vastaus 1: mmiisas: Cmon se näytti ihan avocadolta [naurukasvoinen emoji] (M4)

(79) K39: *En kestä kun sylkäisit ton wasabipalleron* [naurukasvoinen emoji] äännet oli ihan best (M4)

Esimerkissä 77 kommentoija kuvailee videoblogin huvittavan tilanteen lyhyesti käyttäen suuraakkosia. Hän kutsuu naispuolista videobloggaajaa toverillisesti nimityksellä *jäbä*, jolla viitataan patriarkaaliseen miesihanteeseen, jonka mukaan mies pystyy rohkeutta vaativiin tekoihin (Jokinen 2000: 32). Kommentissa tunneikoni *XDDD* ilmaisee kovaa naurua, ja kommentoija on saanut tunneilmaukselleen vastakaikua muilta kommentoijilta niin ikään naurua ilmaisevin merkein *:DD* ja *XD*. Huomattakoon, että ensimmäinen vastaajista nostaa ainakin osittaiseksi huvittumisensa motiiviksi alkuperäisen kommentoijan sanavalinnan *jäbä*. Esimerkeissä 78–79 puolestaan kuvaillaan deklaratiivilausein omaa reaktiota, joka syntyi kommentoijalle videoblogin katsomisesta. Esimerkin 78 kommentoija kertoo *revenueensä* ja esimerkin 79 kirjoittaja sanoo, *ettei kestä*. Kummatkin metaforiset tunneverbit ovat puhekielisiä vastineita tässä kontekstissa ja diskurssissa äärimmäiselle huvittuneisuudelle. Myös videobloggaaja ilmaisee ottavansa asian huumorilla: hän on vastannut esimerkin 78 kommenttiin selityksellä tekoonsa naurua ilmaisevien emojiensa saattelemana.

Tässä luvussa esittelin erilaisia huumorin keinoja, joita ilmeni aineiston vlogitekstissä ja kommentteissa. Näyttää siltä, että huumori on luonteva keino ilmaista itseään videoblogin diskurssissa. Vloggaajat ja kommentoijat käyttävät huumoria eräänä vuorovaikutuksen resurssina: sillä pidetään yllä ei-vakavaa ilmapiiriä, huvitetaan muita osallistumiskehikon jäseniä ja saadaan aikaan reaktioita. Puheen ongelmien korostaminen ja itseironia ovat ”turvallisia” keinoja hauskuuttaa, sillä ne eivät uhkaa kuulijoiden positiivisia kasvoja vaan ainoastaan puhujan kasvoja. Huumorin keinojen lisäksi kommentoijat nostavat puheenaiheeksi oman huvittumisensa ja jakavat kokemuksiaan siitä, miten he reagoivat huvittavaan kohtaan videolla.

Seuraavassa luvussa kokoan tutkielman tulokset ja teen päätelmiä niistä.

7 Päätelmät

Tämän tutkielman tavoitteena on ollut selvittää, millaista vuorovaikutusta esiintyy videobloggaajan ja videoita kommentoivan yleisön välillä ja millä tavoin huumori kytkeytyy tähän vuorovaikutustilanteeseen. Tutkimuskysymykset, joihin olen selvittänyt vastauksia, ovat: 1) Millaisia vuorovaikutuksen strategioita käytetään videoblogin diskurssissa? 2) Millaisilla huumorin keinoilla rakennetaan vuorovaikutusta videoblogin diskurssissa? Tutkimuskysymyksistä ensimmäiseen olen vastannut luvussa 5 ja toiseen luvussa 6.

7.1 Tulokset ja niiden pohdinta

Analysoin vlogitekstin ja videon kommenttien kielellisiä piirteitä, jotka luovat edellytyksiä vuorovaikutukselle osallistumiskehikossa. Määrittelin Brownin ja Levinsonin kohteliaisuusteoriaa sekä Erving Goffmanin osallistumiskehikkoa soveltaen videoblogin diskurssissa esiintyvät vuorovaikutuksen maksiimit, joita ilmeni kuusi. Jokaisen kohdalla tarkastelin, miten ne luovat vuorovaikutteisuutta keskusteluun, millaisia tyypillisiä kielellisiä piirteitä niissä esiintyy ja miten niillä rakennetaan merkityksiä osallistumiskehikossa. Lisäksi määrittelin erilaisia huumoria luovia kielellisiä keinoja, jotka jakautuivat aineistossa viiteen luokitukseen. Luokitukset määrittelin siitä näkökulmasta, että jokainen niistä kytkeytyi jollain tavalla vuorovaikutuksen ylläpitoon ja jatkumiseen.

Kuusi määrittelemääni videoblogin maksiimia ovat 1. tervehtiminen ja puhuttelu, 2. yhteinen kieli ja konteksti, 3. ohjailevat lausumat, 4. kysyminen ja vastaaminen, 5. kommentin esille nostaminen ja 6. kehuminen ja kiittäminen. Nämä vuorovaikutusta ylläpitävät maksiimit jaottelin kolmeen pääteemaan, joista ensimmäinen oli *Luo yhteinen viitekehys* (1. ja 2. maksiimi), toinen *Tee yhteistyötä kuulijan kanssa* (3. ja 4. maksiimi) ja kolmas *Täytä kuulijan toiveet* (5. ja 6. maksiimi).

Ensimmäiseen teemaan luokitellut tervehtiminen ja puhuttelu sekä yhteinen kieli ja konteksti ovat tulkintani mukaan minimikohteliaisuuden ilmiöitä, joiden avulla yhteys videobloggaajan ja yleisön välillä muodostuu. Kuten Larjavaara (1999: Kohteliaisuus,

koodi ja ilmaisu) toteaa, tervehdys yksinään ei vahvista sosiaalista yhteyden jatkuvuutta, mutta lisäämällä siihen sävyjä, kuten yleisöä tarkoittavan puhuttelusanan (esim. *tyypit, rakkaat katsojat*) ja tervetuloivotuksen, vloggaaja kunnioittaa kuulijoitaan kollektiivisesti ja merkitsee heidät osallistumiskehikon jäseniksi. Yhteinen kieli ja konteksti muotoutuvat videobloggaajan ja yleisön välille kielellisten valintojen lisäksi tuomalla yhteistä kokemusmaailmaa esille (Jaakkola 2008: 60). Esimerkiksi vieraasta kielestä lainaaminen on keskustelijoita yhdistävä kielen piirre, kuten myös erikoissanaston käyttö. Yhteinen kokemusmaailma puolestaan vahvistuu ottamalla puheeksi esimerkiksi aiempien videoblogien aiheita tai toisia videobloggaajia.

Toiseen teemaan asetetut ohjailevat lausumat sekä kysyminen ja vastaaminen edustavat videoblogin diskurssissa ideaa vieruspareista. Tulkintani on, että direktiivejä käyttämällä videobloggaaja ja kommentoija saavat toisissaan aikaan vastareaktioita ja näin ollen tekevät yhteistyötä vuorovaikutuksen jatkumiseksi. Etenkin videobloggaajan esittämiin direktiiveihin tuotetaan paljon preferoituja jälkijäseniä. Kun kumman tahansa osapuolen pyyntöön reagoidaan tai kysymykseen vastataan, vuorovaikutus on kaksisuuntaista, eli kummallakin osanottajalla on sanomisen valtaa keskustelussa. Tosin on huomattava, että vloggaajan ja kommentoijan välinen suhde on epätasa-arvoinen, sillä viime kädessä videobloggaaja määrää, mihin suuntaan keskustelu etenee. Vloggaajalla on käytännössä mahdollisuus valita, mihin pyyntöihin tai kysymyksiin hän tuottaa jälkijäsenen. Lisäksi videobloggaajan on mahdollista sensuroida ja poistaa videoblogin alle kirjoitettuja kommentteja, mikä kallistaa valta-asetelmaa videobloggaajan suuntaan entisestään (YTg). Tämän teemakokonaisuuden maksimeihin liittyi erityisesti negatiivisten kasvojen suojelun keinot, jotka ovatkin yleensä läsnä sellaisissa keskusteluissa, joissa osallistujien asemat ovat epäsymmetriset (Piirainen-Marsh 1995: 315). Negatiivisia kasvoja suojellaan videoblogin diskurssissa esimerkiksi pehmentämällä käskyjä modaaliverbein, konditionaalein, ”jos p, niin q” -rakentein, kohteliaisuusfraasien ja esittämällä käsky kysymysmuodossa.

Videobloggaajan ohjailevat lausumat vaikuttavat kommenttien laatuun. Miisa kehottaa katsojiaan usein kommentoimaan tai kertomaan vastaavia tarinoita omasta elämästään, kun Roni kehottaa katsojiaan painamaan tykkäystä. Kenties tämän johdosta Miisan videoiden kommentit ovat pitempiä ja sisältävät enemmän argumentteja tai tarinoita

videon puheenaiheeseen liittyen. Ronin videoissa kommentit olivat usein alle viiden sanan mittaisia lausumia, ja useammin sisällöltään vaatimattomampia.

Kolmannen teeman strategiat ovat kommentin esille nostaminen sekä kehuminen ja kiittäminen. Tämän teeman maksiimit liittyvät eritoten vastaanottajan positiivisten kasvojen vahvistamiseen. Kommentin esille nostaminen videossa koskee videobloggaajaa, sillä vain hänellä on päätösvalta siitä, mitä videoblogi sisältää. Aineiston 14 videoblogissa vloggaaja editoi katsojan kommentin videoonsa kaikkien luettavaksi 21 kertaa ja referoi omin sanoin tai suoran esityksen keinoin 24 kertaa. Yleisölle oman kommentin nosto videoon on tavoiteltu asia – tämän voi tulkita etenkin kommentoijien suorista pyynnöistä ja niissä käytetyistä tehokeinoista.

Aineistossa vloggaajat ja kommentoijat kiittävät ja kehuvat toisiaan paljon. Vloggaajista etenkin Miisa kehuu katsojiaan useasti, mutta Roni keskittyy kehujen sijaan enemmän kiitosten antamiseen katsojille. Kommentoijat kehuvat videobloggaajia erittäin mielellään. Kehuiksi tulkittavia kommentteja esiintyi aineistossa 39 kappaletta ja kiitoksia puolestaan 23 kommentin verran. Miisaa kehattiin monisanaisesti luonteenpiirteistä, ulkonäöstä ja puheen sisällöstä, kun Ronin videoita kehattiin useimmiten kopulalauseella.

Kommenttien kompleksisuudesta voidaan tehdä päätelmiä niiden kirjoittajista. Miisan kommentoijat ovat kielelliseltä kompetenssiltaan kyvykkäämpiä, ja kehut liittyvät useammin abstrakteihin asioihin, minkä vuoksi he ovat oletettavasti jonkin verran varttuneempia ja mieleltään kypsempia kuin Ronin kommentoijat. Havainto ei rajaudu ainoastaan kehumis- ja kiittämiskommentteihin, vaan Miisan kommentoijat kirjoittavat Ronin kommentoijia useammin pitempiä ja lauserakenteeltaan kompleksisempia kommentteja läpi aineiston.

Videoblogeissa vuorovaikutteinen ilmapiiri saa resursseja ja mahdollisuuksia huumorin avulla. Luvussa 6 määrittelin videoblogin diskurssin huumorin kielelliset keinot, jotka ovat: 1. puheen ongelmat ja korjausjäsenitys, 2. keskeytykset ja niihin reagointi, 3. äänenmuuntelu, 4. ironia ja 5. sisäpiirin heitot. Kukin näistä keinoista pohjautuu Morreallin (2009) huumorin inkongruenssiteoriaan, jonka mukaan humoristisuus syntyy yllättävien asioiden yhdistelmästä. Huvittavaksi tarkoitettu lausuma vaatii tulkitsijaltaan ymmärrystä tekstin kontekstista ja leikillisen ilmapiirin läsnäolosta (Rahtu 2000: 224). Huumorin keinoista ensimmäiset kolme ovat ainoastaan videobloggaajan käytettävissä ja

lopun kaksi sekä videobloggaajan että kommentoijien käytössä. Tällä tarkoitan, että vain videobloggaajan on teknisesti mahdollista tuottaa tekstiä suullisesti ja muuttamalla esitystapaansa, kun taas kommentoijille on mahdollista osallistua keskusteluun vain kirjallisen tekstin ja tunnetta ilmaisevien emoji-emojien muodossa. Joka tapauksessa spontaani itsekorjaus, puheen keskeytykset ja äänenmuuntelu ovat osa vain videobloggaajan huumorin keinojen repertuaaria.

Puheen ongelmien osalta tärkein havaintoni koski itsekorjausta. Itsekorjaus liittyy aineistossa joko fonologiseen lipsahdukseen tai useamman sanan lausumaan, joka vaatii täsmennystä. Fonologisten lipsahdusten osalta havaitsin, että videobloggaaja monesti toistaa lipsahduksen useasti ja tämän jälkeen merkitsee lipsahduksen huumorimoodiin kuuluvaksi joko naurahduksella tai epäsanankäytöllä. Useiden sanojen lausumien kohdalla itsekorjaus liittyy usein liioitteluun ja sen myöntämiseen. Puhuja kenties yrittää puhua napakasti ja määrätietoisesti, minkä seurauksena liioitteluun sorrutaan. Tällaista lausumaa seuraava täsmennysjakso paljastaa asioiden todellisen tilan, jossa katsojan odotukset rikkoutuvat ja totuus paljastuu. Tulkitsen, että puheen ongelmat ja niiden korjauslausumat käännetään tällä tavoin videon huvittaviksi elementeiksi, eikä itse ongelmien korjaaminen ole välttämättä ensimmäinen prioriteetti. Samansuuntaisia tuloksia on saanut Ida Kankaanpää, joka on tulkinnut itsekorjausten näkyville jättämisen videoon eräänä tapana luoda autenttisuutta (Kankaanpää 2017: 53).

Kuten edellä on tullut ilmi, videoblogissa hyödynnetään inkongruenssin aiheuttamia huvittavia tilanteita. Erityisen ilmeistä inkongruenssin läsnäolo on silloin, kun videobloggaajan puhe keskeytyy jonkin yllättävän häiriötekijän vuoksi. Yllättävä keskeytys voi olla täysin hallitsemattomissa oleva elementti, kuten eläinten tai julkisten kulkuvälineiden aiheuttamat keskeytykset Ronin vlogeissa. Miisan vlogeissa puheen keskeytys ei ollut huumorin keinona yhdessäkään videossa, mutta yllättävät tapahtumat toimivat myös hänen kanavansa huumorinluonnin juurena.

Ironian käyttö huumorin luonnissa rajautuu Miisan videoissa lähinnä itseironiaan. Jos Miisan puheessa on havaittavissa piilotettua ivaa, on ivan kohteena yleensä hän itse. Tulkitsen tämän johtuvan siitä, että Miisa haluaa rakentaa luottamuksellista suhdetta katsojiinsa eikä halua uhata kenenkään kasvoja edes leikillään. Itseironian avulla vloggaaja ja katsojat saavat yhteistä kosketuspintaa yhteiselle puheenaiheelle huvittumisen kautta. Vloggaajankin kasvot ovat turvassa, sillä ivan kohteena on vähintään

muutaman vuoden nuorempi versio itsestä. Ronin vlogin puheissa ironiaa käytetään ronskimmin, jopa katsojaa lievästi kiusoitellen. Kiusoittelu tulee ilmi, kun Roni vastaa ironisesti katsojan kommenttiin, jossa pyydetään vloggaajalta videoita tietystä aiheesta. Katsoja voi olla pyyntönsä ilmaisussa täysin tosissaan, mutta myös yleisön kommentteissa on havaittavissa ironian merkkejä. Tämän tulkinnan teen aiemmin esittelemästäni esimerkistä 46, jossa Ronilta vaaditaan videoblogia vierivästä sitruunasta ikään kuin se olisi erityisen tärkeä puheenaihe.

Viimeisenä huumorin keinona esittelin sisäpiirin heitot, joiksi luokittelin kommentteissa toistuvat lausumat, joiden tarkoituksena on toisintaa videon huvittavin kohta. Sisäpiirin heitoksi luokittamani lausuma voi olla suora referointi vlogitekstistä tai kommentteissa toistuva puheenaihe, jota kommentoijat käyttävät huumorin resurssina kommentteissaan. Sisäpiirin heittojen avulla vahvistetaan kollektiivisesti positiivisia kasvoja, luodaan mehenkeä ja hitsaudutaan ryhmänä tiiviimmin yhteen jaetun kokemuksen kautta.

7.2 Lopuksi

Videoblogin tekstilajissa voidaan havaita ja luokitella useita vuorovaikutuksen keinoja katsojan ja videobloggaajan välillä ja katsojilla on valtaa vaikuttaa videoiden sisältöön omilla toimillaan. Tulokset ovat linjassa aiemman tutkimuksen kanssa: esimerkiksi Burgess ja Green toteavat, että jakamalla, tykkäämällä, katsomalla ja kommentoimalla videoita yleisö on mukana Youtuben kontekstin luomisessa (Burgess – Green 2009: 61).

Videoblogin kontekstissa tapahtuvassa vuorovaikutuksessa on havaittavissa kolmenlaisia keskusteluketjuja: 1. vloggaajan ja yleisön (joko kollektiivisen joukon tai yksittäisen katsojan) välillä ja 2. katsojien välillä kommenttikentässä ja 3. representoitujen osallistujien välillä videoblogissa. Tässä tutkielmassa olen keskittynyt ainoastaan kahteen ensiksi mainittuun, eli vloggaajan ja yleisön sekä kommentoijien väliseen vuorovaikutukseen. Todettakoon, että vaikka vuorovaikutusta vloggaajan ja yleisön välillä tapahtuu, jää se kuitenkin melko lyhyeksi, sillä yhtä vierusparia pitemmälle ei kontakti yleensä etene. Aineistossa ilmeneviä klassisia vieruspareja olivat kysymys-vastaus ja pyyntö-suostumus. Tervehdyksiä ilmeni videobloggaajien osalta lähes jokaisessa videossa, mutta nämä eivät useinkaan saaneet jälkijäsentä eli vastatervehdystä

kommenteissa. Tässä vaikuttaa oletettavasti kielen taloudellisuuden periaate²⁵. Kommentoijat näyttävät preferoivan tärkeämmiksi kokemiaan jälkijäseniä ja vastaavan herkemmin esimerkiksi kysymyksiin tai pyyntöihin kuin tervehdykseen.

Vloggaajan ja katsojan välisessä vuorovaikutuksessa huumorilla on tärkeä osuus. Analysoimistani videobloggaajista Miisa tukeutui useimmiten itseironiaan, kun taas Roni käytti monipuolisemmin erilaisia huvittamisen strategioita. Huumorin elementeistä jokainen havaitsemani keino pohjautui yllättävyyteen ja odotusten rikkoutumiseen tavalla tai toisella. Huomionarvoista on, että vloggaajat tekevät naurunalaiseksi selvästi useammin itsensä kuin kommentoijat tai muut puheena olevat toimijat. Tämä johtune siitä, että vloggaaja pyrkii viihdyttämään katsojiaan loukkaamatta heidän kasvojaan, ja itsensä nolaaminen eli omien kasvojen uhkaaminen on siihen turvallinen keino. Vloggaajien perimmäinen pyrkimys on kuitenkin suojella kasvojaan, ja he tekevät itsensä naurunalaiseksi melko kevyin keinoin tai etäännyttävät itsensä siitä itsen versiosta, josta on puhe.

Baymin mukaan verkkoyhteisössä huumori syntyy usein yhteisesti jaetusta tietämyksestä. Tämä on nähtävillä kommentoijien keinoissa luoda huumoria, sillä ne ammentavat usein videoblogin tapahtumista tai vlogitekstistä, johon oletettavasti valtaosa kommentoijista on tutustunut. Vlogin hausimpia kohtia toistetaan joko suoran tai epäsuoran esityksen keinoin ja vlogin aiheuttamia, katsojan omia reaktioita kuvaillaan mielellään kommenteissa. Hauskan kohdan kuvailevat kommentit saavat usein muiden käyttäjien hyväksynnän. Tämä voidaan tulkita kyseisten kommenttien saamista tykkäyksistä ja vastauksista. Kommentoijien yhdessä jakama huvittava kokemus vahvistaa heidän ryhmäidentiteettiään verkkoyhteisön jäsenenä. (Baym 1995: Discussion.)

Tutkielmassani olen käyttänyt teoreettisena viitekehystenä Erving Goffmanin teoriaa osallistumiskehikosta ja Penelope Brownin ja Stephen Levinsonin teoriaa kohteliaisuuden maksiimeista. Mielestäni kummatkin teoriat soveltuvat videoblogin vuorovaikutuksen tutkimiseen hyvin, sillä vaikka teoriat on rakennettu kuvaamaan kasvokkaista keskustelua, on videoblogin äärelle kokoontuvassa verkkoyhteisössä nähtävissä kehikkomaisuutta ja sosiaalisten suhteiden muodostumista. Lisäksi ne sopivat yhdessä käytettävänä oikein hyvin, sillä Brown ja Levinson ovat kehittäneet

²⁵ Erkki Savolainen tarkoittaa kielen taloudellisuudella sitä, että kielen rakenteet ovat yksinkertaisia ja ilmaukset lyhyitä (Savolainen 1998: 5.2 Kielenhuollon tavoitteita).

kohteliaisuusteoriansa Goffmanin ajatusten pohjalta. Olen käyttänyt menetelmänä laadullista sisällönanalyysiä ja tehnyt johtopäätöksiä löydöksistä analyttisen diskurssianalyysin ja keskustelunanalyysin avulla. Monimenetelmäisyys saattoi tehdä tutkielman rakenteen paikoittain raskaaksi, mutta perustelen ratkaisuni sillä, että myös tutkittava aineisto oli monipuolinen. Se sisälsi videokuvaa, non-verbaalia viestintää, puhuttua kieltä, kirjoitettua kieltä ja satoja vaihtuvia, anonyymejä keskustelijoita eli vlogien kommentoijia.

Tutkielmassa onnistuin mielestäni etenkin kohteliaisuusteorian soveltamisessa aineistoon, sillä sovelsin Brownin ja Levinsonin kehittämät vuorovaikutuksen maksiimit aineistooni sopivaksi. En niputtanut huumorin keinoja samaan taulukkoon, vaan käsitelin niitä erillisenä teemakokonaisuutenaan. Päädyin tähän ratkaisuun siksi, että vaikka koenkin huumorin olevan kiinteä osa vuorovaikutusta, havaitsemani huumorin keinot liittyvät moneen asetelman 3 teemaan samanaikaisesti. Huumorin keinoja eritellessäni onnistuin inkongruenssiteorian avulla löytämään selkeitä luokituksia, vaikka jouduinkin paikoittain myöntämään osittaiset päällekkäisyydet. Huumorin määritelmä on tutkitusti liukuva ja hankala määrittää (Laakso 2014: 33). Tästä näkökulmasta katsottuna tartuin mielestäni ennakkoluulottomasti haasteeseen.

Koen tutkielmani aiheen ja tulokset varteenotettavaksi puheenvuoroksi videoblogien diskurssianalyttisessä tutkimuksessa. Ottaen huomioon aineiston suppeuden, en voi kuitenkaan tehdä universaaleja päätelmiä videoblogien vuorovaikutuksesta tai huumorista, vaan päätelmät edustavat omia tulkintojani tutkimusaineistosta. Videoblogit ovat uusi ilmiö, josta on vielä paljon tutkittavaa. Esimerkiksi vertaileva tutkimus eri ikäluokkia tai kansallisuuksia edustavien vloggaajien vuorovaikutuksesta olisi mielenkiintoinen aihe. Vlogien verkottuneisuutta olisi myös syytä tutkia, sillä usein videoblogeissa vloggaajat nimeävät toisiaan ja kommentoivat toistensa videoita. Olisi myös erittäin mielenkiintoista selvittää vlogin vuorovaikutteisuuden suhdetta vlogikanavan suosioon esimerkiksi kyselytutkimusmetodilla.

LÄHTEET

Aineslähteet

Miisan videoblogit:

M1 = mmiisas 2018: VANHAT BLOGIPOSTAUKSET. [Viitattu 11.5.2018.]

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

M2 = mmiisas 2018: VIIKON PARHAAT: Tää vetää mut sanattomaksi. [Viitattu

11.5.2018.] Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=cNgsICVaD1k&t=350s>

M3 = mmiisas 2018: MITÄ SYÖN PÄIVÄSSÄ 3: Kohti parempia elämäntapoja.

[Viitattu 11.5.2018.] Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=igRuIrEqIQo>

M4 = mmiisas 2018: SUMMER BUCKET LIST FAIL: Kuntoräkki. [Viitattu

11.5.2018.] Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=Kdh6LsP-ZAc&t=24s>

M5 = mmiisas 2018: MIKÄ TUBETTAJISSA ÄRSYTTÄÄ. [Viitattu 11.5.2018.]

Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=ENRi2IG7G0E&t=224s>

M6 = mmiisas 2018: REAGOIDAAN: PIKKU-MIISAN MUOTIVINKIT. [Viitattu

11.5.2018.] Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=ckyXWzLoO8o&t=492s>

M7 = mmiisas 2018: TULEEKO ARTISTIEN KANSSA KIUSALLISIA HETKIÄ

AUTOSSA. [Viitattu 11.5.2018.] Saatavissa:

<https://www.youtube.com/watch?v=7ocjDgWF6II&t=556s>

Ronin videoblogit:

R1 = Roni Back 2018: OLIN VIHJEENÄ LEHDEN RISTIKOSSA! | Luetaan

kommentteja. [Viitattu 11.5.2018.] Saatavissa:

<https://www.youtube.com/watch?v=WoEwbw8z5do&t=1s>

R2 = Roni Back 2018: Trumpin kulkue ajoi mun kodin ohi! [Viitattu 11.5.2018.]

Saatavissa: https://www.youtube.com/watch?v=d6_bxqMBr6c&t=4s

R3 = Roni Back 2018: Ostin Casey Neistatin SÄHKÖSKEITIN! (tyttöystävä ei

tykänny). [Viitattu 11.5.2018.] Saatavissa:

https://www.youtube.com/watch?v=LT_Du7ch0fs

R4 = Roni Back 2018: Disneyn Uudet Lentorobotit? Nainen Pidätettiin Kolikonheiton

Perusteella! [Viitattu 11.5.2018.] Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=J6-zkW-AbRI&t=36s>

R5 = Roni Back 2018: MUN KANAVA TÄYTTI 6 VUOTTA! | Luetaan Kommentteja.

[Viitattu 11.5.2018.] Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=kmgEXyNDTjY>

R6 = Roni Back 2018: KENEN TUBETTAJAN VIDEO TÄMÄ ON? - HAASTE feat.

Miklu. [Viitattu 11.5.2018.] Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=uGJMyN4-h7Y&t=241s>

R7 = Roni Back 2018: Voiko Tämä Asteroidi Osua Maahan Vuonna 2029? [Viitattu

11.5.2018.] Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=COGvHq1TuLE&t=18s>

Muut lähteet

Ainiala, Terhi – Saarelma, Minna – Sjöblom, Paula 2012: *Names in Focus. An Introduction to Finnish Onomastics*. Studia Fennica Linguistica 17. SKS, Helsinki.

Androutsopoulos, Jannis 2006: Introduction: Sociolinguistics and computer-mediated communication. *Journal of Sociolinguistics* 10/4, 2006: 419–438. [Verkkoartikkeli.] [Viitattu 9.4.2019.] Saatavissa: https://jannisandroutsopoulos.files.wordpress.com/2009/12/jslx_10-4_intro.pdf

Arminen, Ilkka 2016: Teknologiset ympäristöt. *Keskustelunanalyysi. Kuinka tutkia sosiaalista toimintaa ja vuorovaikutusta*. S. 178–197.

Baym, Nancy 1995: The Performance of Humor in Computer-Mediated Communication. [Verkkoartikkeli.] [Viitattu 9.4.2019.] Saatavissa: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.1995.tb00327.x>

----- 2002: Interpersonal life online. *Handbook of new media: Social shaping and consequences of ICTs*, s. 62–76. Toim. Leah A. Liewrouw ja Sonya Livingstone. Sage Publications, Lontoo.

Borman, Johanna 2016: *Kieli ja vuorovaikutus suomalaisten Youtube-videoiden kommenttikentissä*. Pro gradu -tutkielma. Turun yliopiston kieli- ja käännöstieteiden laitos, Turku.

Brown, Penelope – Levinson, Stephen 1987: *Politeness. Some Universals in Language Usage*. Cambridge University Press, Cambridge.

Burgess, Jean – Green, Joshua 2009: *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. [E-kirja.] Polity Press, Cambridge. [Viitattu 9.4.2019.] Saatavissa: <http://tinyurl.com/y2af6bjz>

Bäck, Roni 2016: OLIN LEUKALEIKKAUKSESSA | 60 000 Tilaaajan Spesiaali [Videoblogi.] [Viitattu 6.5.2019.] Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=sNmmLdCGNNE>

Cormode, Graham – Krishnamurthy, Balachander 2008: Key Differences between Web1.0 and Web2.0. [Verkkoartikkeli.] [Viitattu 9.4.2019.] Saatavissa: <http://tinyurl.com/y54pgtke>

Eronen, Riitta 2012: Pliis. *Hiidenkivi* 4/2012. SKS, Helsinki.

Gibson, Kerri – Molyneaux, Heather – O'Donnell, Susan – Singer, Janice 2008: Exploring the Gender Divide on YouTube. An Analysis of the Creation and Reception of Vlogs. *American Communication Journal* 10, 2, s. 1–14. [Verkkolehti.] American Communication Association, New Orleans. [Viitattu 19.12.2017.] Saatavissa: <http://tinyurl.com/yxw9ytjn>

Godwin-Jones, Robert 2007: EMERGING TECHNOLOGIES. Digital Video Update: YouTube, Flash, High-Definition. [Verkkoartikkeli.] *Language Learning & Technology*, 1, 11, s. 16–21. [Viitattu 7.1.2018.] Saatavissa: <http://tinyurl.com/y2pruu8n>

Goffman, Erving 1967: *Interaction Ritual. Essays on Face-to-Face Behaviour*. Pantheon Books, New York.

----- 1981: *Forms of Talk*. University of Pennsylvania Press, Philadelphia.

Goodwin, Charles – Heritage, John 1990: Conversation Analysis. [Verkkoartikkeli.] *Annual Review of Anthropology*, Vol. 19/1990, s. 283 – 307. Annual Reviews, Palo Alto. [Viitattu 7.1.2018.] Saatavissa: <http://www.storytellinginstitute.org/120.pdf>

Haakana, Markku 1996: Huumori ja vakava keskustelun kategorioina. *Suomalaisen keskustelun keinoja. II*. Toim. Liisa Raevaara, Katri Olin, Liisa Tainio, Tuija Sivinen, Markku Haakana, Mia Halonen, Milla Kajanne, Salla Kurhila ja Auli Hakulinen. s. 141–172. Helsingin yliopisto, Suomen kielen laitos, Helsinki.

Haakana, Markku – Visapää, Laura 2005: Tuttu TV:stä: Fakta homman äänet keskustelun keinoina. Referointi ja moniäänisyys, toim. Markku Haakana ja Jyrki Kalliokoski. SKS, Helsinki.

Hakulinen, Auli 1995: Johdanto. *Keskustelunanalyysin perusteet*, s. 13–17.

Helasvuo, Marja-Liisa – Johansson, Marjut – Tanskanen, Sanna-Kaisa 2014: Johdatus digitaaliseen vuorovaikutukseen. : *Kieli verkossa. Näkökulmia digitaaliseen vuorovaikutukseen*, s. 9–27. Toim. Marja-Liisa Helasvuo, Marjut Johansson ja Sanna-Kaisa Tanskanen. SKST 1402. SKS, Helsinki.

Herring, Susan 2004: Slouching Toward the Ordinary: Current Trends in Computer-Mediated Communication. [Verkkoartikkeli.] *New Media & Society* 6, 26, s. 26–36. Sage Publications, Thousand Oaks. [Viitattu 19.12.2017.] Saatavissa: <http://tinyurl.com/yys8hcno>

----- 1996: Computer Mediated Communication. Linguistic, Social and Cross-cultural Perspectives. [E-kirja.] John Benjamins Publishing Company, Amsterdam. [Viitattu 22.12.2017.] Saatavissa: <http://tinyurl.com/y6lsfj4k>

Herring, Susan – Kouper, Inna – Scheidt, Lois Ann – Wright, Elijah 2004: Women and Children Last: The Discursive Construction of Weblogs. [Verkkoartikkeli.] *Into the blogosphere. Rhetoric community and culture of weblogs*. University of Minnesota, Minnesota. [Viitattu 2.5.2019] Saatavissa: <https://tinyurl.com/y3hy95zs>

Hiidenmaa, Pirjo 2004: Tietoa, kypsyttä ja sanomisen taitoa? Äidinkielen ylioppilaskoe muinaisista roomalaisista nykypäivään. [Verkkoartikkeli.] *Kielikello* 3/2004. KKS, Helsinki. [Viitattu 6.5.2019.] Saatavissa: <https://www.kielikello.fi/-/tietoa-kypsytta-ja-sanomisen-taitoa-aidinkielen-ylioppilaskoe-muinaisista-roomalaisista-nykypaivaan>

Hosiaislouma, Yrjö 2003: *Kirjallisuuden sanakirja*. WSOY, Helsinki.

IAB Finland ry 2017: Tubettajayhteistyöopas. [Verkkojulkaisu.] [Viitattu 21.12.2017.] Saatavissa: <http://tinyurl.com/y34s3zz7>

Iso suomen kielioppi.

Jaakkola, Leena 2008: Mitäs sulle? Kohtelias asiakaspalvelu ikääntyvien tulkinnoissa. Lisensiaatintutkimus. Jyväskylän yliopiston soveltavan kielentutkimuksen keskus, Jyväskylä. [Viitattu 23.3.2019.] Saatavissa: <http://tinyurl.com/y2t6hxde>

- Jokinen, Arja 1999: Diskurssianalyysin suhde sukulaistraditioihin. *Diskurssianalyysi liikkeessä*. 3. painos. Toim. Arja Jokinen, Kirsi Juhila ja Eero Suoninen. Vastapaino, Tampere.
- Jokinen, Arto 2000: *Panssaroitu maskuliinisuus. Mies, väkivalta ja kulttuuri*. Tampere University Press, Tampere.
- Joronen, Piia 2007: ÄRSYTTÄVÄ KIELI. Puhekieleen kohdistuvat affektiset kannanotot Ilta-Sanomien verkkokeskusteluissa. Pro gradu -tutkielma. Joensuun yliopisto, Joensuu. [Viitattu 23.3.2019.] Saatavissa: http://epublications.uef.fi/pub/URN_NBN_fi_joy-20090061/URN_NBN_fi_joy-20090061.pdf
- Kankaanpää, Ida 2017: Aito ja ihana? –Videobloggaajat autenttisuuden vaikutelman tuottajina. Pro gradu -tutkielma. Turun yliopiston historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos, Turku.
- Karjalainen, Marianna 2017: Videoblogi tekstilajina. Pro gradu -tutkielma. [Verkkoversio.] Jyväskylän yliopiston kieli- ja viestintätieteiden laitos, Jyväskylä. [Viitattu: 2.5.2019.] Saatavissa: <https://tinyurl.com/y65cxp3u>
- Kauppalehti 2019: Yrityshaku. [Verkkohakukone.] [Viitattu 10.4.2019.] Saatavissa: <https://www.kauppalehti.fi/yritykset/yritys/backmedia+oy/27946373>
- Kiesler, Sara – Siegel, Jane – McGuire, Timothy 1984: Social Psychological Aspects of Computer-Mediated Communication. [Verkkolehti.] *American Psychologist* 39, 10, s. 1123–1134. American Psychological Association, Washington D.C. [Viitattu 21.12.2017.] Saatavissa: <http://tinyurl.com/y3487ypy>
- Keipi, Teo 2015: Now you see me, now you don't. A study of the relationship between internet anonymity and Finnish young people. [Verkkoversio.] Väitöskirja. Turun yliopiston yhteiskuntatieteellinen tiedekunta, sosiologian oppiaine. Turun yliopiston julkaisuja, Turku. [Viitattu 2.5.2019.] Saatavissa: <https://tinyurl.com/yx9ukv2l>
- Kelly, Ryan – Watts, Leon 2015: Characterising the Inventive Appropriation of Emoji as Relationally Meaningful in Mediated Close Personal Relationships. [Verkkootikkeli.] Tietojenkäsittelytieteiden laitos, University of Bath. [Viitattu 8.4.2019.] Saatavissa: <https://core.ac.uk/download/pdf/38148839.pdf>
- Keskustelunalyysi. Kuinka tutkia sosiaalista toimintaa ja vuorovaikutusta*. Toim. Melisa Stevanovic ja Camilla Lindholm. Vastapaino, Tampere 2016.
- Keskustelunalyysin perusteet*. 2. painos. Toim. Liisa Tainio. Vastapaino, Tampere 1995.
- Kielitoimiston ohjepankki 2019: Passiivi: me mennään, nyt lähdetään! LINKKI
- KKS = Kotikielen seura.
- Kress, Gunther – van Leeuwen, Theo 1996: *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. Routledge, Lontoo:.
- Krapu, Marko – Louramo, Kaisa 2003: Tietokonevälitteisen vuorovaikutuksen tutkimus. Nonverbaalisen viestinnän ja anonymiteetin tarkastelua. Raportti.

Viestintätieteiden laitos, Jyväskylän yliopisto. [Viitattu 2.4.2019.] Saatavissa: <https://tinyurl.com/y69bh3v4>

Kujala, Riikka 2014: *Elektronisen word-of-mouthin uskottavuus videoblogeissa. Case Soikku*. Pro gradu -tutkielma. Tampereen yliopiston johtamiskorkeakoulu, Tampere.

Kuutti, Kari 2005: Luento 2: 19.09.2005. [Verkkoaineisto.] [Viitattu 8.4.2019.] Saatavissa: <https://tinyurl.com/y4f6h4x3>

Laakso, Maria 2014: Nonsensesta parodiaan, ironiasta kielipeleihin. Monitasoinen huumori ja kaksoisyleisön puhuttelu Kari Hotakaisen Lastenkirjassa, Ritvassa ja Satukirjassa. [Verkkoversio.] Väitöskirja. Tampereen yliopiston kieli-, käännös- ja kirjallisuustieteiden yksikkö. Suomen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print, Tampere. [Viitattu 8.4.2019.] Saatavissa: <https://tinyurl.com/y2ez4a8p>

Laakso, Minna – Sorjonen, Marja-Leena 2005: Katko vai eiku? Itsekorjauksen aloitustavat ja vuorovaikutustehtävät. [Verkkoartikkeli.] Virittäjä 2/2005. S. 244-275. KKS, Helsinki. [Viitattu 2.5.2019.] Saatavissa: <http://tinyurl.com/yxn3crrl>

Laaksonen, Salla-Maaria – Matikainen, Janne 2013: Tutkimuskohteena vuorovaikutus ja keskustelu verkossa. *Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*, s. 193–215.

Laaksonen, Salla-Maaria – Matikainen, Janne – Tikka, Minttu 2013: Tutkimusotteita verkosta. *Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*, s. 9–33.

Lange, Patricia 2007: Publicly Private and Privately Public: Social networking on YouTube. – *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (1), article 18. [Viitattu 2.5.2019.] Saatavissa: <https://tinyurl.com/yxovd4ho>

Larjavaara, Matti 2007: Pragmasemantiikka. SKS, Helsinki.

----- 1999: Kieli, kohteliaisuus ja puhuttelu. [Verkkoartikkeli.] Kielikello 2/1999. KKS, Helsinki. [Viitattu 2.2.2019.] Saatavissa: <https://www.kielikello.fi/-/kieli-kohteliaisuus-ja-puhuttelu>

Leiwo, Matti – Luukka, Minna-Riitta – Nikula, Tarja 1992: Pragmatiikan ja retoriikan perusteita. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä.

Lindholm Camilla – Stevanovich, Melisa – Peräkylä, Anssi 2016: Johdanto. *Keskustelunanalyysi. Kuinka tutkia sosiaalista toimintaa ja vuorovaikutusta*. S. 9–30.

Linell, Per 1998: Approaching dialogue. Talk, interaction and contexts in dialogical perspective. *Impact: studies in language and society*. John Benjamin's Publishing, Amsterdam.

Lähdeniemi, Elina 2016: *Ihannekuvia ja autenttisuutta. Vertaileva tutkimus itsen esityksistä tekstiblogeissa ja videoblogeissa*. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopiston valtiotieteellinen tiedekunta, Helsinki.

Manifesto 2016: Blogibarometri 2016: Bloggaajista ja videobloggaajista somevaikuttajiksi. [Verkkoartikkeli.] [Viitattu 2.5.2019.] Saatavissa: <https://tinyurl.com/y6nesjnw>

- Mankkinen, Jussi 2017: Tubettajatähti mmiisas: On pelottavaa, kuinka paljon minulla on valtaa. [Verkkoartikkeli.] Yleisradio. [Viitattu 11.3.2019.] Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-9658642>
- Media Audit Finland 2017: Levikkitilasto 2017. [Verkkoraportti.] [Viitattu 12.3.2019.] Saatavissa: <http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2018/06/LTtilasto2017-1.pdf>
- Mervaala, Erkki 2012: Podcastin nykytila ja tulevaisuus Suomessa. Informaatiotieteiden yksikkö. Tampereen yliopisto, Tampere. [Verkkoartikkeli.] [Viitattu 11.3.2019.] Saatavissa: http://www.uta.fi/sis/reports/index/R12_2012.pdf
- Mikkonen, Inka 2010: ”Olen sitä mieltä, että...” Lukiolaisten yleisönosastotekstien rakenne ja argumentointi. [Verkkoversio.] Väitöskirja. Jyväskylän yliopisto: Jyväskylä. [Viitattu 18.12.2018.] Saatavissa: <https://tinyurl.com/y6heakb3>
- Morreall, John 2009: *Comic Relief. A Comprehensive Philosophy of Humor*. Wiley Blackwell, Chichester.
- Mulkay, Michael 1988: *On Humour. Its nature and its place in modern society*. Polity Press, Cambridge.
- Muikku-Werner, Pirkko 1997: Kasvojen suojeluosana vuorovaikutusta. [Verkkoartikkeli.] Virittäjä 3/1997. KKS, Helsinki. [Viitattu 12.3.2019.] Saatavissa: <https://journal.fi/virittaja/article/view/38997/30353>
- Nikunen, Kaarina 2005: Faniuden aika. Kolme tapausta televisio-ohjelmien faniudesta vuosituhaten taitteen Suomessa. [Verkkoversio.] Väitöskirja. Tampereen yliopistopaino Oy – Juvenes Print, Tampere. [Viitattu 12.3.2019.] Saatavissa: <https://tinyurl.com/yyz948lk>
- Noppiari, Elina – Hautakangas, Mikko 2012: *Kovaa työtä olla minä. Muotibloggaajat mediamarkkinoilla*. Tampere: Tampereen yliopistopaino.
- Hakanurmi, Satu – Suominen, Riitta 2013: *Verkko-opettaja*. [E-kirja.] Klaava Media, Helsinki. [Viitattu 9.4.2019.] Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/book/978-952-5901-67-2%27>
- O’Reilly, Tim 2005: *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. [Verkkoartikkeli] O’Reilly Media, Sebastopol. [Viitattu 18.12.2017.] Saatavissa: <https://tinyurl.com/p8z24dw>
- Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Toim. Salla-Maaria Laaksonen, Janne Matikainen ja Minttu Tikka. Vastapaino, Tampere 2013.
- Oxford English Dictionary Online. [Verkkosanakirja.] [Viitattu 21.12.2017.] Saatavissa: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/blogosphere>
- Parkkila, Leena 2013: KÄYNTI – Käynnissäpidon tiedonhallinta. Ihminen-ihminen ja ihminen-tietokone vuorovaikutus. [Verkkoversio.] Kemi-Tornion ammattikorkeakoulun julkaisuja. Sarja B. Raportit ja selvitykset 17/2013. [Viitattu 8.4.2019.] Saatavissa: <https://tinyurl.com/y3egcesq>
- Piirainen-Marsh, Arja 1995: *Face in second language interaction*. Studia Philologica Jyväskyläensia. University of Jyväskylä

Pilke, Nina 2016: Kuhan postasin. Internetmeemi kielipelinä. *Teksti ja tekstuaalisuus, Text och textualitet, Text and Textuality, Text und Textualität*. Toim. Hirvonen, P., D. Rellstab & N. Siponkoski. VAKKI Publications 7. Vaasan yliopisto, Vaasa.

Preece, Jenny – Maloney-Krichmar, Diane 2003: Online Communities. Focusing on sociability and usability. [Verkkoartikkeli.] *Handbook of Human-Computer Interaction*. Toim. J. Jacko ja A. Sears. Lawrence Erlbaum Associates Inc. Publishers, Mahwah. [Viitattu 2.5.2019.] Saatavissa: <https://tinyurl.com/yxmxr6n3>

Rahtu, Toini 2000: Ironiaa vai ei? Tekstin merkityksestä ja sen tutkimisesta. [Verkkoartikkeli.] *Virittäjä* 104/2, 222–245. [Viitattu 23.3.2019.] Saatavissa: <https://tinyurl.com/y222mepe>

Raevaara, Liisa 1995: Vierusparit – esimerkkinä kysymys ja vastaus. *Keskustelunanalyysin perusteet*, s. 75–92.

Salo, Ulla-Maija 2015: Simsalabim, sisällönanalyysi ja koodaamisen haasteet. *Umpikujasta oivallukseen: Refleksiivisyys empiirisessä tutkimuksessa*. S. 166–191. Tampere University Press, Tampere.

Savolainen, Erkki 1998: 5.2 Kielenhuollon tavoitteita. [Verkkosivu.] [Viitattu 2.5.2019.] Saatavissa: <http://materiaalit.internetix.fi/fi/opintojaksot/8kieletkirjallisuus/aidinkieli/kielenhuolto/17tavoitteita>

Schramm, Wilbur – Roberts, D. F. 1971: *How communication works: The process and effects of mass communication*. 2. painos. University of Illinois Press Urbana, Illinois.

Seppänen, Eeva-Leena 1995: Osallistumiskehikko. *Keskustelunanalyysin perusteet*, s. 156–176.

SKS = Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

SKST = Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia.

Stevanovic, Melisa 2016: Sosiaaliset rakenteet. *Keskustelunanalyysi. Kuinka tutkia sosiaalista toimintaa ja vuorovaikutusta*. S. 200–219.

Sumiala, Johanna – Tikka, Minttu 2013: Verkko mediaetnografin tutkimuskohteena: Tapauksena uutisen etnografia Youtubessa. *Otteita verkosta. Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*, s. 170–192.

Suomalainen, Johanna 2002: Erikoiskielistä yleiskieleen – termeistä sanoiksi. [Verkkoartikkeli.] *Kielikello* 2/2002. KKS, Helsinki. [Viitattu 6.5.2019.] Saatavissa: <https://www.kielikello.fi/-/erikoiskielista-yleiskieleen-termeista-sanoiksi>

Suomitube 2019: Vlogit. [Verkkohakukone.] [Viitattu 4.5.2019.] Saatavissa: <https://suomitube.fi/vlogs/page/1/sort/subscribers/desc/language/all>

Tainio, Liisa 1995: Preferenssijäsennys. *Keskustelunanalyysin perusteet*, s. 93–110.

Tamminen, Maija 2018: ”Monilla on mielikuva, että tämä on muka helppoa rahaa” – Mmiisas sai tubettamisella runsaasti vaikutusvaltaa. [Verkkoartikkeli.] *Talouselämä*. [Viitattu 2.5.2019.] Saatavissa: <https://tinyurl.com/y2a8qrx8>

Urban Dictionary 2016. [Verkkosanakirja.] [Viitattu 4.5.2019.] Saatavissa: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=illuminati%20confirmed>

Vallivaara, Mikko 2009: Blogi – tekniikka, yhteisö ja media. Tietojärjestelmätieteen pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä.

VISK = Iso suomen kielioppi. [Verkkoversio.] Auli Hakulinen, Maria Vilkuna, Riitta Korhonen, Vesa Koivisto, Tarja Riitta Heinonen ja Irja Alho. SKS, Helsinki 2004. [Viitattu 17.10.2018.] Saatavissa: <http://scripta.kotus.fi/visk>

Voutilainen, Maiju 2015: MINKÄ IKÄISENÄ MULLA ALKOI MENKAT? [Youtube-video.] [Viitattu 7.1.2018.] Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=jbNArFkrE>

Vehkoo, Johanna 2018: Valheenpaljastaja: Youtube on vähintään yhtä paha väärän tiedon levittäjä kuin Facebook. [Verkkoartikkeli.] Yleisradio. [Viitattu 11.3.2019.] Saatavissa: <https://tinyurl.com/yy7ho9e9>

Yle 2018. Ylen Aamu-tv: Tubettaja Roni Bäck. [Verkkovideo.] [Viitattu 4.5.2019.] Saatavissa: <https://areena.yle.fi/1-4393814>

YTa: Youtube: Official blog. [Verkkosivu.] [Viitattu 19.12.2017.] Saatavissa: <https://youtube.googleblog.com/2013/05/heres-to-eight-great-years.html>

Y Tb: Youtube: Uuden kanavan luominen. [Verkkosivu.] [Viitattu 6.4.2019.] Saatavissa: <https://support.google.com/youtube/answer/1646861?hl=fi>

YTc: Youtube: Nousussa Youtubessa. [Verkkosivu.] [Viitattu 11.3.2019.] Saatavissa: <https://support.google.com/youtube/answer/7239739?hl=fi>

YTd: Youtube: Miten määritellään kohtuullinen käyttö? [Verkkosivu.] [Viitattu 11.3.2019.] Saatavissa: <https://www.youtube.com/intl/fi/yt/about/copyright/fair-use/#yt-copyright-four-factors>

YTe: mmiisas. [Youtube-kanava.] [Viitattu 18.12.2018.] Saatavissa: <https://www.youtube.com/user/mmiisas>

YTf: Roni Bäck. [Youtube-kanava.] [Viitattu 18.12.2018.] Saatavissa: <https://www.youtube.com/user/RoniTheGamer>

YTg: Youtube: Kommenttien tarkasteleminen, järjesteleminen ja poistaminen. [Verkkosivu.] [Viitattu 11.3.2019.] Saatavissa: https://support.google.com/youtube/answer/6000976?hl=fi&visit_id=636925059470594703-1840874645&rd=1

LIITE 1. Litterointimerkkien selitykset (ISK 2004: 12–13)

<u>kau</u> heaa	painollinen tavu
(.)	tauko
(1.2)	tauon kesto, sekuntia
nii:	äänteen venytys
↑joo	sana lausuttu ympäristöä korkeammalta
↓nii	sana lausuttu ympäristöä matalammalta
↑tänään↑	koko ilmaus lausuttu ympäristöä korkeammalta
joo.	lausuman lopussa laskeva sävelkulku
joo,	lausuman lopussa tasainen sävelkulku
joo?	lausuman lopussa nouseva sävelkulku
on [ollut [alka- [kommentti] .niin, hjoo £kyllä£ - - >kaikki< <kaikki> se on< # mm+m = @ahaa@ kaik-	päällekkäispuhunta esimerkin kommentti, toiminnan kuvaus tai lukuohje sisäänhengittäen lausuttu sana hymyillen esitetty puhe sanoja poistettu välistä nopeutettu jakso hidastettu jakso rakenne keskeytyy narina kaksihuippuisesti äännetty partikkeli kaksi puhunnosta liittyy toisiinsa saumatta äänen laadun muuntelu sana katkeaa