

# **Videoblogi tekstilajina**

**Maisterintutkielma**

**Marianna Karjalainen**

**Suomen kieli**

**Kieli- ja viestintätieteiden laitos**

**Jyväskylän yliopisto**

**2017**

Tiedekunta – Faculty Humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta	Laitos – Department Kieli- ja viestintätieteiden laitos
Tekijä – Author Karjalainen Marianna	
Työn nimi – Title Videoblogi tekstilajina	
Oppiaine – Subject Suomen kieli	Työn laji – Level Maisterintutkielma
Aika – Month and year Heinäkuu 2017	Sivumäärä – Number of pages 84 sivua
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Tutkimuksen tavoitteena on kartoittaa videoblogia ilmiönä sekä selvittää, millaiset piirteet videoblogille ovat tyypillisiä ja millaisia vuorovaikutussuhteita videoblogissa luodaan. Aihe on ajan-kohtainen ja relevantti, koska videoblogi sosiaalisen median formaattina kasvattaa suosiotaan koko ajan, mutta suosiostaan huolimatta sitä on tutkittu erittäin vähän. Tutkimusongelmaa lähestytään seuraavilla kysymyksillä: 1) Millainen on videoblogin tekstilaji? ja 2) Millaisilla kielellisillä ja visuaalisilla keinoilla videoblogissa rakennetaan vuorovaikutussuhteita?</p> <p>Tutkimuksen aineistona on 15 suomenkielistä, Youtube-videopalveluun ladattua videoblogia. Aineisto on kerätty kolmelta (3) suomalaiselta Youtube-käyttäjältä, jotka ovat <i>mmiisas</i>, <i>eedspeaks</i> ja <i>Soikkuu</i>. Aineistovideoiksi on valittu jokaiselta kanavalta vuoden 2016 aikana julkaistuja videoita viisi (5) suosituinta eli eniten näyttökertoja kerännyttä videota.</p> <p>Tutkimuksen teoreettinen viitekehys perustuu tekstilajiteorioihin. Teoreettisena taustana toimii rakennepotentiaalimallin teoria sekä systeemis-funktionaalinen kieliteoria. Tekstilajia tarkastellaan rakenteellisesta näkökulmasta ja sen rakennetta analysoidaan rakennepotentiaalimallin avulla. Vuorovaikutussuhteiden analyysiin käytetään visuaalisen kieliopin teoriaa sekä SF-teorian interpersoonaista metafunktiota, jolla kuvataan tekstissä rakentuvia suhteita.</p> <p>Videoblogin tekstilaji rakentuu yhdeksästä rakenneosasta, jotka ovat orientaatio, päätös, havainnollistaminen, oma kokemus, ongelma, ratkaisu, mielipide, yhteenveto ja mainostus. Näistä rakenneosista välttämättömiä ovat orientaatio, päätös, havainnollistaminen sekä oma kokemus ja valinnaisia ongelma, ratkaisu, mielipide, yhteenveto ja mainostus. Jotta teksti voi kuulua videoblogin tekstilajiin, on siinä esiinnyttävä ainakin kaikki välttämättömät rakenneosat.</p> <p>Videoblogissa vuorovaikutusta esiintyy pääasiassa vloggaajan ja katsojien välillä tai videolla esiintyvien vloggaajien välillä. Vuorovaikutus vloggaajan ja katsojan välillä on tyypillisesti ns. vaativaa vuorovaikutusta: vloggaaja ottaa katsekontaktin suoraan katsojaan ja puhuttelee katsojia pääasiassa käskyin ja kehotuksin. Vloggaajien kesken tapahtuva vuorovaikutus taas näytetään katsojan näkökulmasta tarjoavana, kun vloggaaja ei ota suoraa katsekontaktia katsojaan.</p> <p>Tutkimuksen tulokset antavat pohjan videoblogien lingvistiselle tutkimukselle. Vaihtoehtoja vlogitekstien jatkotutkimukselle on monenlaisia, ja tulevaisuudessa vlogeja voisi tarkastella esimerkiksi vuorovaikutuksellisuuden tai kaupallisuuden näkökulmasta.</p>	
Asiasanat – Keywords videoblogit, tekstintutkimus, tekstilajit, systeemis-funktionaalinen kielioppi, visuaalinen kielioppi	
Säilytyspaikka – Depository Jyväskylän yliopisto, suomen kielen oppiaine	
Muita tietoja – Additional information	

# SISÄLLYS

1 JOHDANTO .....	1
1.1 Tutkimuksen taustaa.....	1
1.2 Youtube-palvelu videoblogien julkaisualustana .....	3
1.3 Tutkimusasetelma ja aineisto .....	4
1.3.1 Videoblogin alalajeja .....	6
1.3.2 Aineiston esittely.....	8
1.4 Aiempi tutkimus.....	9
2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS .....	11
2.1 Tekstilaji ja sen tutkimus .....	11
2.2 Systemis-funktionaalinen kieliteoria.....	13
2.2.1 Rekisteri .....	14
2.2.2 Metafunktiot.....	15
2.3 Tekstilajin rakenne ja rakennepotentiaali .....	19
2.4 Visuaalinen kielioppi .....	23
3 VIDEOBLOGIN RAKENNEPOTENTIAALI JA REKISTERI.....	28
3.1 Välttämättömät rakenneosat.....	29
3.1.1 Orientaatio.....	29
3.1.2 Päätös .....	32
3.1.3 Havainnollistaminen .....	35
3.1.4 Oma kokemus .....	39
3.2 Valinnaiset rakenneosat .....	41
3.2.1 Ongelma/tehtävä .....	41
3.2.2 Ratkaisu/suoritus.....	46
3.2.3 Yhteenveto .....	49
3.2.4 Mieliopide .....	52
3.2.5 Mainostaminen.....	54

3.3 Rakenneosien sijainti ja esiintymistiheys .....	56
3.4 Videoblogin rekisteri.....	59
4 VUOROVAIKUTUS VIDEOBLOGISSA .....	63
4.1 Vuorovaikutus vloggaajan ja katsojan välillä .....	63
4.2 Vuorovaikutus vloggaajien kesken .....	68
4.3 Muut vuorovaikutussuhteet videoblogissa.....	73
5 PÄÄTÄNTÖ .....	76
5.1 Tutkielman arviointi ja tutkimustulokset .....	76
5.2 Pohdinta ja jatkotutkimusmahdollisuudet .....	79
LÄHTEET .....	82
Aineistolähteet .....	84

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Tutkimuksen taustaa

Blogi on monelle median kuluttajalle tuttu formaatti, ja sitä voidaankin jo pitää omana median muotonaan muun kaupallisen median rinnalla (Aller Media 2014). 2010-luvun aikana blogeista on tullut ilmiö, joka vetää jo kymmeniä tuhansia lukijoita ja tekee blogien kirjoittajista kuin julkimoita, joiden tekemisiä seurataan ja elämää ihannoidaan (Noppiari & Hautakangas 2012: 72). Viime vuosina blogien pohjalta on syntynyt uusi ilmiö: videoblogi eli vlogi. Vlogin käsite juontaa juurensa yhdistelmästä video + blogi, ja sitä voisikin luonnehtia videomuotoiseksi blogiksi. Joitain eroavaisuuksia vlogi- ja blogitekstien välillä silti on: vlogit ovat usein hyvin löyhästi strukturoituja ja toteutettu keskustelunomaisesti (ks. Werner 2012), kun taas blogi kirjoitettuna tekstinä nojanee enemmän kirjoitetun kielen normeihin. Werner (mts. 5–7) määrittelee vlogin yksinkertaiseksi ja jopa alkukantaiseksi videoformaatiksi, joka käsittää yleensä täysin arkipäiväisen henkilön puhumassa web-kameralleen ja kertomassa katsojilleen mistä tahansa, usein henkilökohtaiseen elämäänsä liittyvästä aiheesta.

Wernerin vuonna 2012 laatimaa määritelmää voidaan kuitenkin pitää jokseenkin vanhentuneena, koska internetiin jaettu sisältö muuttuu nopeasti. Vuonna 2017 videoblogi voi edelleen olla yksinkertainen, videomuotoinen blogikirjoitus, mutta aineistoni perusteella nykypäivän videoblogit ovat usein tarkasti käsikirjoitettuja ja harjoiteltuja. Vlogivideoista on myös tehty visuaalisesti miellyttäviä editoinnin avulla, ja useat vloggaajat ovat panostaneet videoidensa visuaalisuuteen esimerkiksi luomalla kanavalleen televisio-ohjelmien tapaan tavaramerkkisen tunnusmusiikin ja logon. Osa aineiston videoblogeista muistuttaakin enemmän televisiosarjaa, jossa jokainen vlogivideo on sarjan oma jaksonsa. Nykypäivän suosituimmat vloggaajat nähdään myös eräänlaisina muoti-ikoneina tai julkkiksina, mistä kertoo esimerkiksi vaateliikkeiden kanssa yhteistyössä suunnitellut muotimallistot tai Tubecon-tapahtuma, jonne vlogien katsojat voivat osaa pääsylipun tavatakseen suosikkivloggaajiaan. Ennen kaikkea vloggaajat toimivat kuitenkin roolimalleina erityisesti nuorille, ja erilaiset nuorisolle suunnatut aikakauslehdet, televisio-ohjelmat ja verkkosivut ovat nykypäivänä täynnä vloggaajien haastatteluja esimerkiksi vloggaamisesta, elämäntavoista tai opiskelusta.

Vlogi on alati yleistynyt ja yhä enemmän suosiota keräävä sosiaalisen median muoto. Vuonna 2016 suosituimmat vloggaajat maailmalla keräävät videoilleen miljoonia katsontakertoja päivässä (ks. Vidstatsx) ja Suomessakin monien suomenkielisten vloggaajien videoita katsotaan satoja tuhansia kertoja (ks. Gratshev ja Kallatsa 2016). Koko ajan kasvavasta suosiostaan huolimatta vlogeja on

tutkittu ulkomailla lingvistiksestä näkökulmasta vain vähän ja Suomessa ei lähes ollenkaan. Motivaationi tutkimuksen tekemiseen pohjautuukin tähän tutkimusaukkoon. Lisäksi pidän sosiaalisen median tutkimista aina yhteiskunnallisesti relevanttina, sillä sisällöntuottaminen ja -kuluttaminen sosiaalisessa mediassa vaikuttaa (erityisesti nuorten) käyttäjiensä identiteettiin ja kielenkäyttöön (ks. Weber & Mitchell 2008: 41). Videoblogi on vielä uusi ja muotoaan hakeva formaatti, eikä sille ole määritelty vakiintunutta kielellistä ilmaisumuotoa tai rakennetta. Tämän vuoksi koen, että videoblogin tarkasteleminen tekstilajina sekä vlogiteksteissä syntyvien vuorovaikutussuhteiden analysoiminen on kieli-tieteellisesti relevantti näkökulma. Uskon, että tutkimukseni myötä videoblogin formaatilla on mahdollisuus muuttua staattisemmaksi, mikä mahdollisesti helpottaisi sekä tulevien tutkijoiden että vloggaajien itsensä työtä. Tutkimuksellani pyrin laadullisen tutkimuksen traditioiden mukaisesti löytämään tietyn ilmiön tyypillisiä piirteitä ja mahdollisia selityksiä tälle ilmiölle enkä niinkään yleistettävään tietoon (ks. Gillham 2000: 10).

Tutkimusaiheen yhteiskunnallinen relevanssi kumpuaa myös videoblogien kasvavasta kaupallisuudesta ja ammattimaisuudesta. Tästä kertovat esimerkiksi lukuisat vloggaajien kanssa tehdyt yritysyhteistyöt sekä erilaiset vlogiportaalit. Blogosfäärissä erilaiset blogiportaalit, kuten Indiedays, ovat hallinneet jo pitkään, ja niiden alaisena työskentelevät bloggaajat kirjoittavat ammatikseen ja usein elättävät itsensä bloggaamisella (ks. Indiedays 2016). Videoblogimaailmassa portaalit ovat vielä harvinaisempia, mutta kuitenkin suosituimmat vloggaajat, kuten tutkimuksen aineistona käytetyt *mmii-sas*, *eeddspeaks* ja *Soikkuu*, tyypillisesti vloggaavat jonkin portaalin alaisena. Usein vlogiportaaleilla (esimerkiksi Splay ja Töttöröö) on myös omat Youtube-kanavansa, jossa ne julkaisevat erilaisia videoita yhteistyössä suosituimpien vloggaajien kanssa. Tällaiset yhteistyövideot usein johtavat myös erilaisiin yhteistyökampanjoihin yritysten kanssa. Yritysten ja vlogiportaalien yhteistyöstä esimerkiksi voidaan mainita Kotipizzan ja Splayn yhteistyönä toteutettu kuuden jakson *The Great Pizza Slice Race* -sarja, joka julkaistiin Splayn Youtube-kanavalla maaliskuussa 2017 ja joka keräsi jokaiselle videolleen noin 150 000 katsontakertaa. Vloggaajat esiintyvät usein myös erilaisissa tositelevisio-ohjelmissa ja toisinaan kuvaavat myös omia televisio-ohjelmiaan – esimerkiksi vloggaaja *mmii-sas*, joka kuvasi lyhytsarjan *Miisan musagenret*, tai vloggaajat *Lakko* ja *Herbalisti*, joiden ohjelmaa *Lakon ja Herban boksi* esitettiin Sub-kanavalla kesällä 2016. Vloggaajien ammattimaisuus onkin muutaman vuoden aikana lisääntynyt huomasti, ja yhä useampi vloggaaja saa palkkaa myös sisällöntuottamisesta yhteistyökampanjoiden lisäksi (ks. esim. Typpö 2016).

Videoblogien suosio johtunee niiden *lifestyle*-henkisistä aihepiireistä ja ilmaisutavoista. Trendisanalla *lifestyle* tarkoitetaan suomeksi elämäntapaa tai -tyyliä, joka käsitetään yksilölle tyypillisenä tapana elää ja toimia (KS s.v. *elämäntapa*). Vlogikontekstissa *lifestyle*-vloggaamisella voidaan siis

tarkoittaa mistä tahansa vloggaajan omaan elämään, elämäntapoihin tai kiinnostuksen kohteisiin liittyvien videoiden tekemistä. Vaikka harvat vloggaajat määrittelevät itsensä lifestylevloggaajiksi (vrt. lifestylebloggaajat), käsittelevät monien vloggaajien videot juurikin *lifestyle*-kategoriaan määriteltäviä aihepiirejä. Lifestyleblogit ja -vlogit rikkovat julkisen ja yksityisen rajaa ja antavat katsojille mahdollisuuden tarkastella toisen ihmisen elämää, verrata sitä omaan elämäänsä ja arvostella bloggaajan tai vloggaajan elämäntapoja (ks. Miller & Shepherd 2004: 6). Tämä on todennäköisesti vlogien ja erityisesti my day -tyylisten videoiden, joilla vloggaaja kuvaa oman päivänsä kulkua, suosion syy.

Erityisesti videoblogien myötä myös Youtube-videopalvelu on noussut omanlaisekseen ilmiöksi (Youtubesta julkaisualustana lisää luvussa 1.2). Tästä syystä vloggaajia kutsutaankin usein tubettajiksi, eli heidän olemustaan ja tuottamaansa sisältöä määritellään enemmän julkaisualustan kuin videoiden sisällön perusteella. Tubettaja lienee helpompi termi käyttää, sillä sen alle voidaan määritellä vloggaajien lisäksi myös esimerkiksi peli- tai sketsivideoiden tekijät (esimerkiksi *Lakko*, *Justimusfilms* tai *Duudsonit*). Tubettaja-nimike antaa myös sisällöntuottajalle vapaammat kädet ladata kanavalleen sekaisin esimerkiksi vlogeja ja pelivideoita. Vaikuttaa siis siltä, että julkaisualustalla on vaikutus sisällöntuottajan imagoon ja mahdollisesti jopa identiteettiin (oletko vloggaaja vai tubettaja). Tässä tutkimuksessa keskityn pelkästään vloggaajien tarkasteluun, sillä oletan vlogivideoiden olevan sisällöltään ja rakenteeltaan jokseenkin samanlaisia, kun taas esimerkiksi vlogi- ja pelivideo voivat erota toisistaan sisällöllisesti ja rakenteellisesti hyvin paljon. Tällaisella aineistonvalinnalla pyrin tarpeeksi rajattuun ja yhdenmukaiseen aineistoon (ks. lisää luku 1.3).

## 1.2 Youtube-palvelu videoblogien julkaisualustana

Videoblogien pääalustana toimiva Youtube on Googlen omistama amerikkalainen videoiden jakamiseen perustuva verkkosivusto, joka on avattu vuonna 2005 (YTä). Youtube saavutti räjähtävän suosion vuonna 2007, jolloin muun muassa Mikrobitti-lehti uutisoi jo kolmen neljäsosan yhdysvaltalaisista katsovan nettivideoita Youtube-sivustolta. Samaan aikaan Youtuben käyttö yleistyi myös Suomessa, ja videopalvelua käytettiin vapaa-ajan viihteen lisäksi esimerkiksi poliittisen keskustelun alustana vuoden 2007 eduskuntavaalien aikaan. Youtuben profiloituminen nuorten käyttäjien verkkosivustoksi mahdollisti sen, että myös äänestysiän alittavat käyttäjät pystyivät poliittiseen kannanottoon kommentoimalla videoita. 2010-luvun alussa Youtube oli vakiinnuttanut asemansa niin suosikkivideoiden näyttämönä, elokuvien suoratoistopalveluna kuin musiikkitoistopalvelunakin. (Suominen 2012a: 143–145; Suominen 2012b: 268.)

Internetsivujensa mukaan Youtube tarjoaa käyttäjilleen ”foorumin, jossa voit pitää yhteyttä muihin, jakaa tietoa ja inspiroida muita” sekä jakeluympäristön sisällöntuottajille ja mainostajille (YTa). Vuonna 2017 Youtubea käyttää yli miljardi ihmistä eli lähes kolmannes kaikista internetin käyttäjistä. Youtuben mukaan videopalvelu tai sen mobiiliversio tavoittaa useamman amerikkalaisen nuoren kuin yksikään kaapelikanava. Youtuben sisällöntuottajat luovat sisältöä Youtube-studioiden tuotantotiloissa ympäri maailman, ja studioissa tuotetut videot ovat keränneet jo yli miljardi näyttökertaa. (YTb.) Youtube ei siis ole enää pelkkä kevyen viihteen videopalvelu – se on myös bisnessalusta.

Youtubesta puhutaan usein myös yhteisönä (*community*). Vaikka sivusto on pääasiassa alusta videoiden jakamiselle, se on myös paikka sosiaaliselle verkostoitumiselle videoiden lataamisen ja katsomisen avulla. Esimerkiksi Lange (2007: 363) toteaa, että Youtubeen ladatut videot eivät aina palvele viihdetarkoitusta tai viihdytä niitä ihmisiä, jotka eivät koe kuuluvansa yhteisöön, mutta niillä on yhteisön jäsenille sosiaalinen merkitys. Videoiden jakamisen funktio ei välttämättä olekaan välittää tai kerätä informaatiota, vaan luoda yhteenkuuluvuutta Youtube-yhteisöön kuuluvien käyttäjien, kuten tutkimuksen aineistoon kuuluvien vloggaajien, välille.

Vlogivideota pidetään tyypillisesti epäsuorana monologina, joka on osoitettu näkymättömälle, ei läsnä olevalle yleisölle. Frobeniuksen (2014: 59) mukaan vloggaajat usein kertovat, että suurin syy videoiden tekemiseen on sosiaalinen vuorovaikutus, jonka väylänä vlogivideo tai -kanava toimii. Monet vloggaajat ovat vuorovaikutuksessa sekä katsojensa kanssa kommenttikentän kautta että muiden vloggaajien kanssa joko virtuaali- tai reaali maailmassa. Frobeniuksen huomio vuorovaikutuksellisuudesta on läsnä myös suomenkielisissä videoblogeissa: esimerkiksi tämän tutkimuksen jokainen aineistovideo on kerännyt yli tuhat kommenttia videon katsojilta, eivätkä yhteistyövideot muiden vloggaajien kanssa ole harvinaisia. Videomonologin takana onkin suuri yhteisö, joka ulottuu internetin välityksellä ympäri Suomen ja jopa maailman. Vaikka vlogivideo on yksilön tuottamaa sisältöä, on tärkeää nähdä vloggaaminen ja vlogiteksti myös sosiaalisena vuorovaikutuksena. Myös aineistotani nousee toistuvana ilmiönä esiin yhteisöllisyys ja vuorovaikutuksellisuus katsojien välillä videoblogin monologisesta tyylistä huolimatta.

### **1.3 Tutkimusasetelma ja aineisto**

Tutkimuksen tavoitteena on kartoittaa videoblogia ilmiönä sekä selvittää, millaiset piirteet videoblogille ovat tyypillisiä ja millaisia vuorovaikutussuhteita videoblogissa luodaan. Tarkastelen tekstilajia



rakenteellisesta näkökulmasta eli pyrin selvittämään, millaisia erilaisia funktionaalisia jaksoja vlogiteksteissä esiintyy ja millaiset kielelliset piirteet niille ovat tyypillisiä. Kuljetan analyysissä mukana Bhatian (2004) näkemystä tekstilajista funktionaalisena kokonaisuutena ja näin ollen tarkastelen myös sitä, mitä eri rakenneosilla tehdään ja mikä niiden funktio suhteessa kokonaiseen vlogitekstiin on. Lisäksi olen kiinnostunut siitä, millainen rekisteri vlogiteksteissä muodostuu ja millaisilla keinoilla niissä luodaan vuorovaikutussuhteita ja keiden toimijoiden välille. Vuorovaikutussuhteita tarkastelen sekä visuaalisesti että kielellisesti ja kiinnitän huomiota esimerkiksi kuvakulmaan, katsekontaktiin, puhutteluun ja erilaisten puhefunktioiden käyttöön. Tutkimuskysymykseni ovat seuraavat:

1. Millainen on videoblogin tekstilaji?
  - a. Millaisista funktionaalisista jaksoista vlogiteksti tyypillisesti rakentuu?
  - b. Millainen rekisteri vlogiteksteissä muodostuu?
2. Millaisilla kielellisillä ja visuaalisilla keinoilla vlogitekstissä rakennetaan vuorovaikutussuhteita?

Käytän tutkimukseni aineistona suomenkielisiä, Youtube-videopalveluun ladattuja videoblogeja. Olen kerännyt aineiston kolmelta (3) suomalaiselta Youtube-käyttäjältä, joista kaksi on naispuolisia ja yksi miespuolinen. Jokaiselta aineistona käytetyn videon tekijältä on pyydetty tutkimuslupa videoiden käyttämiseen, eikä Youtube-videoiden käyttäminen tutkimukseen loukkaa myöskään Youtuben omia tekijänoikeusehtoja – puhutaan niin sanotusta kohtuullisesta käytöstä (ks. YTC). Aineistonvalinnan kriteereinä käytän sitä, että 1) kanavalle ladattujen videoiden tulee olla suomenkielisiä, 2) kanavalle ladattujen videoiden tulee noudattaa pääosin Wernerin (2012) määritelmää vlogivideosta ja 3) kanavalla tulee olla yli 100 000 tilaajaa (*subscribers*). Näillä kriteereillä varmistan sen, että aineistoni koostuu nimenomaan vlogeista eikä esimerkiksi videopelien pelaamiseen keskittyvistä videoista ja että aineistoni edustaa mahdollisimman hyvin nykypäivän suosittua, suomalaista vlogitekstin muotoa.

Youtube-kanavat, joilta olen kerännyt aineistoni, ovat *eeddspeaks*, *mmiisas* ja *Soikkuu*. Olen valinnut aineistovideoiksi jokaiselta kanavalta vuonna 2016 julkaistuista videoista viisi (5) suosituinta eli eniten näyttökertoja kerännyttä videota. Aineistovideot ovat pituudeltaan keskimäärin 10 minuuttia: lyhin video on pituudeltaan 3 minuuttia ja 58 sekuntia, pisin video 24 minuuttia ja 15 sekuntia. Tällaisella aineistonvalintamenetelmällä pyrin siihen, että tutkimuksen aineisto koostuisi kuluneen vuoden katsotuimmista vlogivideoista ja näin ollen edustaisi mahdollisimman hyvin prototyyppistä vlogitekstiä. Aineistonvalinnan pohjalla on oletukseni siitä, että suosituimpien vloggaajien tuotokset toimivat ikään kuin vlogigenren normina ja että näistä tuotoksista muut vloggaajat ottavat

mallia. Perustan tämän oletukseni siihen, että videoilla on suuri vaikutus niiden katsojien kielenkäyttöön ja ajatusmaailmaan (ks. esim. Koivisto 2016) – miksei myös siis muihin vloggaajiin. Koska tutkimukseni on luonteeltaan laadullista, en pyri tutkimustulosten yleistettävyyteen, ja tämän vuoksi päädyin kymmenien erilaisten vlogitekstien analyysin sijaan viidentoista tekstin tarkempaan tarkasteluun.

Olen litteroinut aineiston puolikarkeasti käyttämällä Ison suomen kieliopin verkkoversion litterointimerkintöjä (ks. VISK, lyhenteet ja erikoismerkit). Olen merkinnyt litteraatteihin tauot sekä merkittävät äänenpainon, -korkeuden ja -nopeuden muutokset. Lisäksi olen merkinnyt kommentteina kohdat, joissa puhuja esimerkiksi nauraa, syö tai tekee jotain muuta analyysin kannalta olennaista. Morfofonologisten ilmiöiden, kuten rajageminaation, merkitseminen ei ole aineiston analyysin kannalta merkittävää, joten olen jättänyt tällaiset ilmiöt huomiotta litteroidessani. Tutkielmassani käytän paljon aineistoesimerkkejä, ja olen merkinnyt jokaisen esimerkin perään lähteen aineistotekstiä yksilöllivällä tunnukseksi (esimerkiksi M1). Tunnuksia vastaavat aineistolähteet olen kirjannut aineistolähteiden lähdeluetteloon.

Tutkielmani jakaantuu viiteen päälukuun. Luvussa 1 olen esitellyt tutkimuksen taustaa sekä tutkimusasetelman, ja seuraavissa luvuissa 1.3.1 ja 1.3.2 esittelen tarkemmin tutkimukseni aineiston ja kerron aineistossani esiintyvistä videoblogin alalajeista sekä luvussa 1.4 kerron aiemmasta tutkimuksesta. Luvussa 2 esittelen tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen, joka rakentuu tekstilaji- ja tekstintutkimuksen tutkimusperinteistä, systeemifunktionaalista kieliteoriasta sekä visuaalisen kieliopin teoriasta. Teoreettisen viitekehyksen yhteydessä avaan myös sitä, miten SF-teoria ja visuaalinen kielioppi toimivat tutkimuksen metodeina. Luvut 3 ja 4 ovat analyysilukuja: luvussa 3 analysoin videoblogin rakennetta ja rekisteriä ja luvussa 4 videoblogissa muodostuvia vuorovaikutussuhteita. Luku 5 on päätäntöluku, jossa teen johtopäätöksiä tutkimuksen tuloksista, pohdin tutkimuksen onnistuneisuutta ja ehdotan jatkotutkimusnäkökulmia.

### **1.3.1 Videoblogin alalajeja**

Olen tunnistanut aineistostani kuusi erilaista videoblogin alalajia, jotka ovat niksi-, haaste-, arvostelu-, mielipide-, tarinankerronta- ja yhteistyövideot. Seuraavaksi kuvaan lyhyesti, millaiset aihepiirit kullekin alalajille ovat tyypillisiä.

Niksivideoilla tyypillisesti esitellään jonkinlaisia vloggaajan elämää haittaavia ongelmia tai epäkohtia ja tarjotaan niiden ratkaisemiseksi vinkkejä. Niksivideoita voisi pitää ikään kuin nykypäivän Niksi-Pirkkana, sillä videoilla esitetyt vinkit voivat olla humoristisesti annettuja eivätkä välttämättä kovin toimivia.

Haastevideot ovat tyypillisesti kahden tai useamman vloggaajan yhteisvideoita. Niissä toteutetaan nimensä mukaisesti jonkinlainen haaste tai tehtävä: oli se sitten pahanmakuisten karkkien maistelua, pyykkipoikien ripustamista naamaan tai kissanruuan syömistä. Haastevideoiden tavoitteena on tyypillisesti viihdyttää katsojaa, ja mitä epätoivoisemmin vloggaaja irvistelee tehtävää suorittaessaan, sen parempi. Empiiristen havaintojeni perusteella haastevideot vaikuttavat olevan useiden vloggaajien katsotuimpia videoita ja katsojat myös toivovat niitä hyvin paljon.

Arvosteluvideoiden tarkoituksena on arvostella yhtä tai useampaa tuotetta, jotka ovat yleensä jonkinlaisia elintarvikkeita, kuten makeisia. Arvosteluvideoilla tyypillinen asetelma on se, että vloggaaja on käynyt ulkomaanmatkalla ja ostanut sieltä paikallisia elintarvikkeita, joita hän maistaa videolla. Myös arvosteluvideot ovat usein kahden tai useamman vloggaajan yhteisvideoita. Arvosteluvideota muistuttaa toinen videoblogin alalaji, mielipidevideo. Mielipidevideolla vloggaaja kuitenkin kertoo mielipiteitään jostain tilanteesta tai tapahtumasta, kuten nuorison huonosta käytöksestä, tai abstraktimmista aiheista, kuten parisuhteesta. Mielipidevideot eivät tyypillisesti ole yhteisvideoita.

Tarinankerronta- eli *storytime*-videoilla vloggaaja kertoo yhden tai useamman omaan elämänsä liittyvän tarinan, jonka hän kokee merkittäväksi jakaa katsojiensa kanssa. Yleensä nämä tarinat ovat jollain tapaa järkyttäviä tai humoristisia, ja tarinankerrontavideoilla tyypillisesti hieman liioitellaan tai suurennellaan tapahtuneen tilanteen vakavuutta. Tarinoita voi kertoa mistä tahansa aiheesta, kunhan aiheen esittää mahdollisimman kiinnostavasti ja dramaattisesti. Tarinankerrontavideoille tyypillisiä ovat myös klikkiotsikot, joilla videolle kalastellaan mahdollisimman paljon klikkauksia eli näytökertoja (ks. esim. Koponen & Leppänen 2013).

Yhteistyövideot eivät ole aineistoni perusteella kovin yleisiä. Yhteistyövideoilla tarkoitan sellaisia videoita, joilla tuodaan esille kaupallinen yhteistyö jonkin yrityksen tai muun tahon kanssa. Yhteistyövideoiksi en siis laske sellaisia videoita, jotka on toteutettu yhteistyössä toisen vloggaajan kanssa. Yhteistyövideoilla pyritään tyypillisesti mainostamaan yhteistyökumppania ja esimerkiksi suosittelemaan tämän palveluja tai tuotteita katsojalle.

Edellä mainittujen videoblogien alalajien lisäksi olen aineistokanaviin tutustuessani törmännyt muun muassa kokkaus- ja my day -videoihin. Kokkausvideoilla nimensä mukaisesti laitetaan ruokaa ja usein myös opastetaan katsojaa kyseisen ruokalajin valmistamiseen. Nykypäivän suosituin videoblogin alalaji vaikuttaa kuitenkin olevan my day -video, jolla vloggaaja kirjaimellisesti kuvaa päivänsä kulkua videolle. Yleensä my day -videoita kuvataan sellaisena päivänä, kun vloggaaja tekee jotain arjesta poikkeavaa, mutta suosittuja vaikuttavat olevan myös ne videot, jotka on kuvattu vloggaajan arkipäiväisestä elämästä.

Werner (2012) on tutkimuksessaan määrittänyt viisi erilaista vlogin alalajia, jotka ovat tunnustus (*confession*), reaktio (*reaction*), raportointi (*witness*), kannanotto (*rant*) ja anteeksipyyntö (*apology*). Omien havaintojeni perusteella näistä alalajeista suomalaisissa videoblogeissa esiintyy reaktio- ja kannanottovideoita, joskaan ne eivät ole kovin yleisiä. Tämä voi kertoa siitä, että Suomessa videoblogit koetaan mahdollisesti vielä ikään kuin kevyeksi viihteeksi eivätkä sellaiset aiheet kuin tunnustus, kannanotto tai anteeksipyyntö sovi kevyen viihteen viitekehukseen. Lisäksi Suomessa videoblogit vaikuttavat olevan enimmäkseen teini-ikäisten suosiossa, joten ehkä Wernerin luokittelemat alalajit eivät palvele nuorison kiinnostusta samalla tavoin kuin aineistovideoissa esiintyneet alalajit.

### 1.3.2 Aineiston esittely

*Mmiisas*-kanavaa ylläpitää nuoriopiskelijanainen, joka on liittynyt Youtube-palveluun vuonna 2011 ja ladannut ensimmäisen videonsa vuonna 2013. Keväällä 2017 *mmiisas*-kanavalla lähes 325 000 tilaajaa eli se on selvästi yksi Suomen suosituimmista videoblogikanavista. Kanavan ylläpitäjä Miisa kuvailee itseään Youtube-kanavallaan seuraavasti:

Kanavan takaa löytyy 21-vuotias tamperelainen puheviestinnän opiskelija, joka haluaa jakaa palan elämästään muiden kanssa.

Teen videoita omaksi ilokseni, kehittyäkseni sisällöntuottajana ja viihdyttääkseni muita ihmisiä. Kanavaltani löytyy niin lifestyle-henkisiä videoita, kokkivideoita, aihevideoita kuin huumoripläjäyksiäkin. (30.5.2017)

*Mmiisas*-kanavalta aineistokseni on valikoitunut kolme mielipidevideota, yksi niksivideo ja yksi arvosteluvideo. Näihin vlogin alalajeihin kuuluvat videot vaikuttavat olevan kautta linjan kanavan suosituimpia videoita. Myös my day -videot sekä erilaiset kokkausvideot ovat *mmiisas*-kanavalla suosittuja, vaikkakaan 2016 vuoden aikana ne eivät keränneet niin paljon suosiota kuin esimerkiksi mielipidevideot. Tutkielmaa tehdessäni *mmiisas*-kanava kuuluu Splay-nimiseen vlogiportaaliin.

Myös *Soikkuu*-kanava on perustettu vuonna 2011 ja vlogivideoita sinne on ladattu vuodesta 2013. Kanavalle tuottaa sisältöä nuori helsinkiläisnainen ja tilaajia hänen kanavallaan on noin 189 000. *Soikkuu*-kanavalta kerätyistä aineistovideoista kaksi on yhteistyövideoita, yksi haastevideo ja kaksi tarinankerrontavideoita, joista toinen muistuttaa myös my day -videota. Tutkielmaa tehdessäni myös *Soikkuu*-kanava kuuluu Splay-vlogiportaaliin.

*Eeddspeaks*-kanava on perustettu vuonna 2012 ja ensimmäinen video kanavalle on perustamisvuonna. *Eeddspeaks*-kanavalla tilaajia on noin 263 500, ja se lukeutuu *miisas*- ja *Soikkuu*-kanavien lisäksi yhdeksi Suomen suosituimmista vlogikanavista. *Eeddspeaks*-kanavan lisäksi kanavan ylläpitäjä lataa sisältöä kahdelle pelikanavalle, jotka ovat *eeddplays* ja *eeddtwitch*. Kanavan ylläpitäjä Eetu kuvailee itseään seuraavasti:

Spontaania vlogausta mistä milloinkin, puhelimen etukameralla tai kunnon kalustolla. Videoita tulee ainakin kerran viikossa! :)

Taktiset speksit:

- lyhyt
- pullee
- lepposa

(30.5.2017)

*Eeddspeaks*-kanavalta aineistonani on neljä haastevideota ja yksi yhteistyövideo. Kuten aineistostakin voi huomata, ovat haastevideot kyseisellä kanavalla selvästi suosituimpia ja paljon suosituimpia kuin muiden vloggaajien kanavilla. Tutkielmaa tehdessäni myös *eeddspeaks*-kanava kuuluu Splay-vlogiportaaliin.

Youtuben lisäksi kaikki kolme vloggaajaa vaikuttavat myös muissa sosiaalisen median kanavissa, kuten Facebookissa, Twitterissä, Instagramissa ja Snapchatissa. Sosiaalisen median tilien ylläpito vaikuttaa olevan sekä vloggaajille että katsojille tärkeää vlogimaailman vuorovaikutuksellisuuden vuoksi. Koska videoiden kuvaaminen ja editoiminen vievät aikaa, ei videoita usein voi julkaista joka päivä, ja tällöin muut sosiaalisen median kanavat antavat katsojalle mahdollisuuden seurata vloggaajan elämää reaaliajassa. Jokaisella some-kanavalla vaikuttaa olevan myös erilainen tarkoitus: Instagramiin ja Snapchatiin päivitetään nopeita kuvakaappauksia omasta elämästä, kun taas Twitteriin ja Facebookiin tehdyt päivitykset ovat harkitumpia ja usein sisältävät jonkinlaisia kannanottoja tai oman kanavan ja videoiden mainostamista.

## 1.4 Aiempi tutkimus

Kuten olen luvussa 1.1 maininnut, aiempaa tutkimusta videoblogeista on niiden suosioon nähden hyvin vähän. Tutkielmani kannalta merkittävin tutkimus on Erich Alan Wernerin (2012) tutkimus videoblogin sisällä syntyvistä tekstilajeista. Werner esittelee väitöskirjassaan viisi videoblogi-ilmiön sisällä muodostuvaa teksti- tai alalajia, jotka ovat tunnustus (*confession*), reaktio (*reaction*), raportointi (*witness*), kannanotto (*rant*) ja anteeksipyyntö (*apology*). Lisäksi Werner on tutkimuksellaan yksi ensimmäisiä tutkijoita, jotka ovat määritelleet videoblogin käsitteen. Pidän Wernerin määrittelemiä alalajeja taustalla myös luvussa 1.3.1, jossa määrittelen aineistovideoissani esiintyneitä videoblogin alalajeja.

Videoblogien aiemmat tutkijat ovat olleet kiinnostuneita siitä, millaista vuorovaikutusta erityisesti vloggaajan ja vlogin katsojien välillä esiintyy. Maximiliane Frobenius (2014) on tutkinut, miten

vloggaajat ottavat kontaktia ja osallistavat katsojiaan monologin kaltaisen videon aikana. Tutkimuksessa hän on tarkastellut erityisesti tapoja, joilla vloggaaja puhuttelee uusia ja vanhoja sekä tuttuja ja tuntemattomia katsojiaan. Lisäksi hän on kiinnittänyt huomiota vlogivideon kommenttikentässä tapahtuvaan vuorovaikutukseen. Kommunikaatiota ja vuorovaikutusta videoblogeissa on tutkinut myös Andrew Tolson (2010), joka tarkastelee aihetta diskurssitutkimuksen näkökulmasta.

Videoblogit ovat innoittaneet tutkimusta myös muista kuin kielitieteellisistä näkökulmista. Liu, Huh, Neogi, Inkpen & Pratt (2013) ovat tutkineet terveystieteiden näkökulmasta terveystutkimuksen (health vlogger) ja katsojien kanssakäymistä tilanteessa, jossa vloggaaja kärsii vakavasta, kroonisesta sairaudesta. Myös Liu ym. määrittelee terveystutkimuksessa syntyviä tekstilajeja, mutta pääpaino tutkimuksessa oli videoblogin vaikutuksessa vloggaajan terveydentilaan. Liu ym. (mts. 56) toteaaakin, että monet vloggaajat kokivat vlogivideoiden tekemisen auttavan heitä sairautensa kanssa.

Myös Youtube ilmiönä on kiinnostanut tutkijoita. Patricia G. Lange (2007; 2014) esittelee teoksissaan nuorison elämää Youtubessa ja videopalvelussa syntyviä identiteettejä ja tekstitaitoja. Lange ei kuitenkaan käsittele tutkimuksessaan varsinaisesti videoblogeja, vaan keskittyy kuvailemaan kaikenlaisia Youtubessa esiintyviä ilmiöitä ja palvelun yhteisöllisyyttä. Videoiden kasvava suosio on kiinnostanut myös Guodagnoa, Rempalaa, Murphya ja Okdieta (2013), jotka tarkastelevat tutkimuksessaan sitä, millä perusteilla Youtube-video ”leviää viruksen lailla” (*goes viral*).

Suomen kielellä tehtyä videoblogitutkimusta ei vaikuta olevan lähes ollenkaan. Youtube-palveluun liittyviä opinnäytetöitä on tehty muutama: tällaisia töitä ovat esimerkiksi Johanna Bormanin (2016) pro gradu -tutkielma vuorovaikutuksesta Youtube-videoiden kommenttikentissä sekä Paula Garnettin (2016) kandidaatintutkielma koodinvaihdosta Youtube-palveluun ladatuissa pelivideoissa. Lisäksi Lehti, Isosävi, Laippala ja Luotolahti (2016) ovat tehneet englannin kielellä tapaustutkimuksen Youtube-videon kommenttikentässä tapahtuvista konflikteista. Oletan kuitenkin oman tutkimukseni suomenkielisistä videoblogeista olevan ensimmäinen laatuaan.

## 2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

### 2.1 Tekstilaji ja sen tutkimus

Tekstilajin määritelmä on monisyinen ja käsitteellä on pitkä historia monilla humanistisen tieteen tutkimusaloilla. Tieteenalasta riippumatta tekstilajitutkimuksen yhteisenä lähtökohtana on tarve luokitella ja löytää tyypillisiä esiintymiä sekä kiinnostus erilaisia lajeja kohtaan. Tekstilajin käsite juontaa juurensa tästä luokittelun halusta: jos löydämme useita samankaltaisia esiintymiä, on meillä taipumus luokitella nämä esiintymät samaksi lajiksi. Samanlainen luokittelu pätee myös tekstiesiintymiin. (Shore & Mäntynen 2006: 11–13.) Lähtökohtina tekstilajin käsitteenmäärittelylle voi olla esimerkiksi tekstin rakenne, muoto, sisältö, kieli tai konteksti (Mikkonen 2010: 44). Tekstilajista käytetään usein myös nimitystä *genre*. Tutkielmassani aion käyttää selkeyden vuoksi pelkästään käsitettä tekstilaji.

Nykykäsityksen mukaan ajatus tekstilajeista on lähtöisin antiikin Kreikasta, ja tekstuaalisia lajeja on luokiteltu jo Aristoteleen Runousopissa (Heikkinen & Voutilainen 2012: 20). Aristoteleen ajatus luokittelusta omaksuttiin erityisesti kirjallisuudentutkimukseen ja folkloristiseen tutkimukseen, mutta kielitieteeseen tekstilajin käsite rantautui vasta noin 1980-luvulla. Tekstin luokitteluun liittyviä kysymyksiä on kuitenkin pohdittu lingvistiksestä näkökulmasta jo 1950-luvulla, vaikka tekstilaji terminä ei ollutkaan vielä keskeinen. (Shore & Mäntynen 2006: 16.) Modernin tekstilajitutkimuksen pioneerina pidetään usein kirjallisuudentutkija Mihail Bahtinia (1986), jonka mukaan *genre* tai tekstilaji on kaiken kommunikaation ehto, joka mahdollistaa tekstien tulkitsemisen ja luomisen: kieli syntyy tekstilajin puitteissa tapahtuvissa kielellisissä esiintymissä (*utterances*), joten viestintä tekstilajien ulkopuolella on mahdotonta (mts. 60). Moderniin lajiajatteluun vaikuttaa myös Bahtinin ajatus kielenkäytön dialogisuudesta: tekstit tuotetaan ja tulkitaan aina suhteessa muihin teksteihin (Heikkinen & Voutilainen 2012: 21).

Ensimmäisinä tekstilajia pohtineina kielitieteilijöinä pidetään Firthiä (1957) ja Malinowskia (1946). Antropologi Malinowski toi esille tilannekontekstin käsitteen sekä näkemyksen kielen ja kontekstin suhteesta. Tilannekontekstina Malinowski käsitti sekä kulttuurisen kontekstin että konkreettisen tilanteen, jossa teksti tuotetaan. Malinowski painotti kielen pragmaattista luonnetta: kielellisten ilmaisujen merkitykset syntyvät tilannekontekstissa, eikä sana voi ilman lingvististä kontekstiaan olla muuta kuin mielikuvituksen tuote. Firth jatkoi kehittämällä Malinowskin ajatusta kielen ja kontekstin suhteesta ja esitti näkemyksen abstraktista tilannekontekstista, johon kuuluvat osallistujat, tilanteeseen kuuluvat olennaiset esineet sekä kielellisen toiminnan seuraukset. Firthin ajattelussa keskeistä

oli myös ajatus rajatusta kielestä: koko kieltä on mahdotonta tutkia, joten kielitieteellisen tutkimuksen kohteena tulisi olla niin sanottu rajattu kieli, kuten tietyn kirjailijan teksti tai uutisotsikkojen kieli. Firthin näkemyksillä on myöhemmin ollut suuri vaikutus Hallidayn (1994) systeemis-funktionaalisen kieliteorian kehittymiseen (ks. lisää luku 2.2). (Luukka 2002: 93–96; Shore & Mäntynen 2006: 16–18.)

Tekstilajin määritelmää on lähestytty monenlaisista näkökulmista, jotka paikoittain eroavat toisistaan hyvinkin paljon. Kuitenkin kaikkia tekstilajeja – näkökulmasta huolimatta – voidaan ajatella yhdistävän tietynlainen säännönmukaisuus: tekstilajeilla on monenlaisia piirteitä, joiden avulla kunakin lajin olemusta tai hahmoa voidaan määritellä. Näiden piirteiden ajatellaan olevan joko tekstin sisäisiä piirteitä, kuten rakennetta tai kieltä koskevia säännönmukaisuuksia, tai kontekstuaalisia piirteitä, jotka kertovat esimerkiksi siitä, millaista kieltä tietyssä sosiokulttuurisessa tilanteessa on tapana käyttää. (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 83.) Lähestymistapoja on siis monia, mutta jokaista määritelmänäkemyksestä voidaan nähdä yhdistävän ajatus säännönmukaisuudesta.

Swales (1990: 45–46) näkee tekstilajin kommunikatiivisten esiintymien joukkona: kun joukko esiintymiä jakaa saman kommunikatiivisen päämäärän tai tavoitteen, muodostaa esiintymäjoukko tekstilajin. Swalesin näkemysten pohjalta on jatkanut Bhatia (2004), jonka mukaan tekstilajilla viitataan konventionaaliseen kielenkäyttöön vuorovaikutustilanteissa. Tekstilajia määrittävinä tekijöinä nähdään tekstin kommunikatiivinen päämäärä sekä tekstin käytön konventiot, joita taas rajoittavat käytössä olevat leksikaaliset, kieliopilliset ja diskursiiviset resurssit. Yksittäisten piirteiden, kuten tekstilajin rakenteen tai sisällön, ei nähdä yksinään määrittävän tekstilajia. Tekstilajien rajoittavista tekijöistä huolimatta Bhatia toteaa, etteivät tekstilajit kuitenkaan ole staattisia tai muuttumattomia. Tekstilaji käsitetään siis samaan aikaan sekä tilannekontekstin mukaan muuttuvana että strukturoituna ja yhteisten sopimusten mukaisten ehtojen säätelemänä. (Mts. 23–25.)

Bhatian (2004: 25) mukaan kommunikatiivisen päämäärän lisäksi tekstilajin määrittelyyn vaikuttaa ajatus tekstilajien prototyypisyydestä. Näkemys perustuu Swalesin (1990) ajatukselle siitä, että jotkin tekstit ovat prototyypisempiä tekstilajin edustajia kuin toiset. Vaikka kommunikatiivinen päämäärä nähdään tekstilajin määrittelyssä ensisijaisena, kohdistuu tekstilajiin odotuksia myös sen rakenteen, tyylin ja sisällön suhteen. Jos tekstiesiintymä vastaa kaikkiin näihin odotuksiin, voidaan se nähdä tekstilajin prototyypisenä edustajana. Prototyypitekstien avulla voidaan myös identifioida suurempi joukko tekstejä samaan tekstilajiin kuuluvaksi. Näin ollen toisistaan eroavat tekstit voidaan tunnistaa saman tekstilajin edustajiksi, jos niillä on yhteneviä piirteitä tekstilajin prototyypisen edustajan kanssa. (Mts. 49–52.)

Videoblogin tekstilajia tarkastellessa on todennäköisesti vaikeaa määrittää tiettyä prototyypistä tekstiesiintymää, koska internettekstinä vlogiteksti muuttuu nopeasti ja näin ollen jokainen uusi



teksti on mahdollisesti erilainen muihin tekstilajin edustajiin verrattuna. Pyrin kuitenkin esittämään esimerkkejä siitä, millainen protyyppinen videoblogin tekstilajin edustaja voisi olla, vaikka en varsinaisesti lähdekään määrittelemään tekstilajia prototyyppisyyden kautta.

Bhatian mukaan (2004: 23) tekstilajia määrittää myös se yhteisö, jossa tekstilajia käytetään. Tätä yhteisöä kutsutaan usein diskurssiyhteisöksi, jolla Swales (1990) tarkoittaa yhteisen tavoitteen ympärille muodostunutta sosioretorista yhteisöä. Sosioretorinen yhteisö käyttää tekstilajia hyväksi saavuttaakseen kommunikatiivisen päämääränsä ja samalla muokkaa ja määrittää tekstilajia. (Mts. 54–55.) Diskurssiyhteisön jäsenillä on parempi tieto tekstilajin päämäärästä ja hyödyntämisestä, ja näin ollen he voivat periyttää tietoa yhteisön uusille jäsenille (Bhatia 2004: 23).

Tässä tutkimuksessa lähestyn tekstilajia funktionaalisen järjestelmänä. Bhatian näkemysten mukaisesti käsitän tekstin rakentuvan funktionaalisista jaksoista, joilla jokaisella on oma viestinnällinen päämääränsä. Bhatian tavoin en kuitenkaan näe tekstilajin viestinnällistä päämäärää tekstilajin ainoana määrittävänä tekijänä, vaan määrittelen videoblogin tekstilajin ensisijaisesti sen rakenteellisten piirteiden kautta. Määritelmän muodostamiseen käytän Hasanin rakennepotentiaalimallia (ks. luku 2.3). Videoblogin tekstilaji ei kuitenkaan liene staattinen, joten joudun analyysissäni todennäköisesti käyttämään Bhatian ja Hasanin näkemyksiä rinnakkain. Tarkastelen tekstilajia pääasiassa tekstisisäisten piirteiden kautta, mutta otan analyysissä paikoittain huomioon myös tekstinulkoiset tekijät, kuten tilannekontekstin ja diskurssiyhteisön.

## 2.2 Systeemis-funktionaalinen kieliteoria

M. A. K. Hallidayn kehittämä systeemis-funktionaalinen kieliteoria (jatkossa SF-teoria) perustuu pitkälti ajatukselle kielen ja sosiaalisen todellisuuden yhteistyöstä (Luukka 2002: 89). Hallidayn (1994) mukaan kieli on funktionaalinen resurssi, jonka avulla rakennetaan merkityksiä. Merkitykset taas muodostuvat kielenkäyttäjän tekemistä kielellisistä valinnoista, ja niiden rakentumiseen vaikuttavat kielenkäyttötilanteen sosiaalinen ja kulttuurinen konteksti. (Ks. myös Eggins 2004: 3.) Koska kielenkäytössä on kyse jatkuvasta merkitysten rakentumisesta, nähdään kieli yhtenä sosiaalista todellisuutta konstruoivista järjestelmistä eikä niinkään muotojen ja rakenteiden kokoelmana. Kieli on rajaton merkitysten rakentamisen resurssi eli **merkityspotentiaali**. (Halliday 1978: 2; Shore 2012a: 139.)

Hallidayn teoriassa kieli nähdään sosiosemioottisena järjestelmänä. Käsitteellä sosio Halliday (1985: 4) viittaa sekä kulttuuriin yleisesti että kielen ja sosiaalisten rakenteiden suhteeseen. Halliday painottaa kielen yhteyttä sosiaaliseen systeemiin: kieltä ei ajatella yksilön mentaalisenä ilmiönä tai

opeteltavana taitona, vaan enemmänkin sosiaalisena ja yhteisöllisenä toimintana. Kieli on sosiaalisten prosessien tuote, ja se on olemassa vain siksi, että sillä on funktio sosiaalisessa yhteisössä (Luukka 2002: 89). Semiotiikka viittaa erilaisten merkkien, kuten typografisten kirjainten tai esimerkiksi liikennemerkkien, tutkimukseen. Halliday (1985: 3–4) kuitenkin näkee semiotiikan enemmänkin merkijärjestelmien eli semioottisten systeemien tutkimuksena – eli toisin sanoen merkityksen tutkimuksena.

SF-teoria koostuu kolmesta peruselementistä: tekstistä, kontekstista ja kielen systeemistä. Hallidayn (1985) mukaan teksti yksinkertaisimmillaan on kieltä, jolla on funktio eli jolla rakennetaan merkityksiä tietyssä kontekstissa. Vaikka merkitysten täytyy reaalistua jollakin tavalla joko äänteinä tai typografisina symboleina, on teksti itsessään abstrakti semanttinen yksikkö. (Mts. 10.) SF-teorian näkökulmasta tekstiä ei nähdä siis pelkästään kirjoitettuna tekstinä, vaan minä tahansa kielellisenä reaalistumana (Halliday & Matthiessen 2004: 3). Halliday (1985: 5) näkee kontekstin ja tekstin yhteisenä prosessina ja määrittelee kontekstia Malinowskin (1946) ja Firthin (1957) tilannekontekstin käsitteen avulla (ks. tilannekontekstista luku 2.2.1).

Systeemin käsite on peräisin Firthin (1957: 143–145) näkemyksestä kielen rakenteen ja systeemin erosta: systeemillä viitataan niihin paradigmaattisiin valintoihin, joita tietyn rakenteen tietyssä kohdassa voidaan tehdä, kun taas rakenteen käsitteen avulla voidaan kuvata kielellisten valintojen syntagmaattisia suhteita. Systeemin käsitteessä kyse on siis valintojen tekemisestä ja niistä vaihtoehtoista, jotka ovat kielenkäyttäjien valittavissa tietyissä tilanteissa. Kielessä ei kuitenkaan ole kyse vain yhdestä systeemistä, vaan kieli nähdään monisysteemisenä. (Ks. myös Luukka 2002: 90, 96; Ventola 2006: 99.)

### 2.2.1 Rekisteri

Kuten luvussa 2.2 on mainittu, Hallidayn teoriassa kieli nähdään rajattomana merkitysten rakentamisen resurssina eli merkityspotentiaalina, ja erilaiset merkitykset reaalistuvat tekstissä leksikaalisten ja kieliopillisten valintojen kautta. Hallidayn (1978) mukaan teksti esiintyy aina tietyssä sosiokulttuurisessa ympäristössä, jota hän nimittää **tilannekontekstiksi**. Tilannekontekstin Halliday näkee semioottisena järjestelmänä, jota voi kuvata **alan** (*field*), **ilmenemismuodon** (*mode*) ja **osallistujaroolien** (*tenor*) avulla. (Mts. 125.) Nämä kolme muuttujaa määräävät, millaisia resursseja merkitysten rakentamiseen on käytettävissä ja millaisissa muodoissa merkityksiä voi ilmaista. Toisin sanoen tilannekonteksti määrää tekstilajin **rekisterin**. (Mts. 31). Eri tilannekonteksteissa kieltä hyödynnetään eri tavoilla eli käytössä ovat eri rekisterit: esimerkiksi asiointitilanteessa ja puheessa kieltä käytetään eri tavalla. Rekisteristä voi Shoren (2012b) tavoin käyttää myös käsitettä osapotentiaali.

Tilannekontekstin ja kielen metafunktioiden välillä on systemaattinen suhde, ja metafunktiot korreloivat tilannekontekstin muuttujien kanssa. Tilannekontekstin ala tulee näkyviin ideationaalisen metafunktion kautta, osallistujaroolit intersubjektin metafunktion kautta ja ilmenemismuoto tekstuaalisen metafunktion kautta (ks. metafunktiosta lisää luku 2.2.2). (Halliday 1985: 29.)

Tilannekonteksti rakentuu siis kolmesta muuttujasta: ala, osallistujarooli ja kielen ilmenemismuoto. Alalla Halliday (1978) tarkoittaa sosiaalista toimintaa, joka on tunnistettavissa tietynlaiseksi sosiaalisesti toimintamuodoksi sosiaalisessa systeemissä ja jonka osana teksti on. Alan muuttuja reaalistuu tekstissä usein eksperimentaalisen metafunktion kautta, ja sitä ilmaistaan kielellisesti tyypillisimmin muun muassa transitiivisuuden prosessityyppien avulla. (Mts. 143; Halliday & Matthiessen 2004: 170.) Osallistujaroleilla Halliday (1978) viittaa sellaisiin sosiaalisiin rooleihin tai suhteisiin, jotka ovat tilanteen kannalta merkittäviä, ja niihin liittyviin olennaisiin muuttujiin. Osallistujaroleja ilmaistaan muun muassa puhujaroolien avulla (ks. luku 2.2.2). Ilmenemismuodolla tarkoitetaan sitä, miten kieli toimii tilanteessa ja mikä on sen funktio suhteessa alan ja osallistujaroolien muuttujiin. (Mts. 143–144.) Tilannekontekstin muuttujia tarkastellessa on syytä muistaa, että muuttujat ovat abstraktioita. Muuttujilla ei siis viitata konkreettisiin tekijöihin tai ympäristöihin: esimerkiksi opettajalla ei viitata tiettyyn opettajahenkilöön vaan opettajan rooliin. (Shore 2012b: 160.)

Aiemmin rekisteripiirteiden tarkastelussa ei kiinnitetty huomiota siihen, esiintyvätkö piirteet systemaattisesti tekstin tietyissä kohdissa. Hasanin rakennepotentiaalimallin (ks. luku 2.3) myötä tarkastelu siirtyi tekstin vaiheisiin ja siihen, millaisia kielellisiä piirteitä eri vaiheilla on. Hasan (1985) esitti, että tilannekontekstin muuttujat luovat kullekin tekstilajille sen rakennepotentiaalimallin, jonka rajoissa samaan tekstilajiin ja rekisteriin kuuluvia tekstejä voidaan tuottaa. Näin ollen tietynlaisia tekstilajeja tietyssä sosiaalisessa yhteisössä yhdistää se, että niiden ala, osallistujaroolit ja ilmenemismuoto ovat samanlaisia. (Hasan 1985: 59; Ventola 2006: 105.)

Tässä tutkimuksessa näen rekisterin Hallidayn tavoin tilannekontekstin muuttujien määräänä kielen osapotentiaalina. Analyysissäni tarkastelen videoblogin tekstilajissa ilmenevää alaa, osallistujaroleja ja ilmenemismuotoa ja näiden muuttujien pohjalta määritän videoblogin rekisterille tyypillisimmät ominaisuudet.

### 2.2.2 Metafunktiot

Systeemis-funktionaalisen kieliteorian näkökulmasta kieli on rakentunut ilmaisemaan erilaisia merkityksiä. Hallidayn teoriassa nämä kolme päämerkitystä ovat ideationaalinen, intersubjektin ja tekstuaalinen, jotka kaikki esiintyvät yhteen nivoutuneina jokaisessa kielellisessä elementissä. (Egins 2004: 3.) Näitä merkitysluokkia kutsutaan myös **metafunktioksi**. Ideationaalisen metafunktion

avulla kuvaamme omaa kokemus- ja mielikuvitusmaailmaamme, ja se tarjoaa välineet erilaisten ilmiöiden, tapahtumien ja osallistujien kuvaamiseen ja jäsentämiseen. Interpersoonainen metafunktio liittyy kielessä esiintyviin vuorovaikutussuhteisiin eli siihen, miten käytämme kieltä luomaan ja ylläpitämään sosiaalisia suhteita. Tekstuaalisen metafunktion avulla voidaan analysoida sitä, miten ideationaaliset ja interpersoonaiset merkitykset rakentuvat koherenteiksi kokonaisuuksiksi. (Ks. metafunktioista Halliday 1994; Halliday & Matthiessen 2004; Eggins 2004.)

Metafunktiot ovat analyysityökaluja, joiden avulla tekstistä on mahdollista analysoida erilaisia funktioita. Tässä tutkimuksessa käytän analyysin apuna pääosassa interpersoonaista metafunktiota, koska haluan tietää, millaisia vuorovaikutussuhteita vlogitekstissä rakentuu ja miten näitä suhteita ilmaistaan kielellisesti. Analysoin tekstiä myös ideationaalisen ja tekstuaalisen metafunktion avulla niiltä osin kuin ne ovat tekstilajin rakenteen ja rekisterin analyysin kannalta tarpeellisia. Seuraavaksi esittelen, miten interpersoonainen metafunktio kielellistyy tekstissä.

Hallidayn ja Matthiessenin (2004: 106) mukaan kielenkäyttäjät valitsee kielellisillä valinnoillaan itselleen jonkin roolin ja ottamalla tämän roolin ohjaa myös vastaanottajaa tiettyyn rooliin: esimerkiksi kysymällä puhuja ottaa tiedon etsijän roolin ja vaatii vastaanottajaa ottamaan tiedon antajan roolin. Interpersoonaisia merkityksiä toteutetaan näiden **puhujaroolien** avulla. Puhujaroleja on kaksi, tarjoava ja vaativa rooli, ja näiden roolien avulla toteutetaan joko informatiivista (*information*) tai materiaalista (*goods-&-services*) vaihtoa. Materiaalisen vaihdon tavoitteena on siirtää puhujalta toiselle materiaa (*ojentaisitko suolan?*) tai saada aikaan fyysistä toimintaa (*poistu täältä!*), ja roolista riippuen on kyse joko tarjouksesta (tarjoava rooli, esim. ”haluaisitko tämän teepannun?”) tai käskystä (vaativa rooli, esim. ”anna minulle tuo teepannu!”). Informatiivisella vaihdolla välitetään informaatiota joko väitteen (tarjoava rooli, esim. ”hän antaa teepannun minulle”) tai kysymyksen (vaativa rooli, esim. ”mitä hän antaa minulle?”) muodossa.

Nämä neljä vaihtotapahtumaa (tarjous, käsky, väite, kysymys) ovat Hallidayn mukaan primäärisiä **puhefunktioita**, ja kaikki dialogit alkavat jollain näistä funktioista (ks. puhefunktioista myös VISK § 886). Näille aloitefunktioille (*initiative function*) Halliday on nimennyt mahdolliset vastausfunktiot, jotka voivat olla joko odotettuja (*expected*) tai harkinnanvaraisia (*discretionary*). (Mts. 107–108.) Eggins (2004: 146) nimeää vastausfunktiot myönteisiksi (*supporting*) ja vastustaviksi (*confronting*). Jokaiselle aloitefunktioille on siis kaksi mahdollista vastausfunktioita, joista toinen on odotettu ja myönteinen, toinen taas epäodotettu ja vastustava. Myös Larjavaara (2007) käyttää puhefunktion käsitettä kuvaamaan lausuman toiminnallisen tason merkityksiä. Larjavaaran (mts. 483) mukaan puhefunktioita ilmaistaan puheakteilla, joilla tarkoitetaan interaktiivista kielellistä tekoa. Vaikka Larjavaaran näkökulma puhefunktioihin on enemmän pragmasemanttinen, kun taas Hallidayn näkemys

funktionaalinen, nähdään puhefunktio kuitenkin jonkinlaisena merkityksiä luovana toimintana. Tässä tutkimuksessa tarkastelen puhefunktioita Hallidayn funktionaalista näkökulmasta.

Kun tekstiä tarkastellaan interpersoonaiselta kannalta, on tyypillistä kiinnittää huomiota suhtautumiseen liittyviin sananvalintoihin, persoonaan ja muihin modaaliaineuksiin tai niiden puuttumiseen (Shore 2012b: 177). Tekstin modaaliaineuksia tarkastelemalla on mahdollista päästä kiinni tekstissä esiintyviin puhujarooleihin ja puhefunktioihin, joiden avulla interpersoonaisia merkityksiä toteutetaan. Egginsin (2004: 146–147) mukaan puhefunktioita kielellistetään toistuvasti samanlaisten kieliopillisten rakenteiden kautta, joten tietyn puhefunktion voi olettaa korreloivan tietyn kieliopillisen rakenteen kanssa. Egginsin jaottelu on toki tehty englannin kielen pohjalta eikä sitä voi suoraan sellaisenaan soveltaa suomen kielen analyysiin. Kuitenkin myös Iso suomen kielioppi (ks. VISK § 886) määrittelee, että keskeisimmät puhefunktiot (väite, kysymys, käsky) esiintyvät tyypillisesti samoissa modaalisisissa lausetyypeissä kuin Eggins on määritellyt. Eggins (mts. 147) on jaotellut puhefunktioiden kielellistymät seuraavasti:

**Puhefunktio**

väite  
kysymys  
käsky  
tarjous  
vastaus (*answer*)  
tunnustus (*acknowledgement*)  
hyväksyntä (*acceptance*)  
myöntyminen (*compliance*)

**Tyypillinen modaalinen lausetyyppi**

deklaratiivi (väitelause)  
interrogatiivi (kysymyslause)  
imperatiivi (käskylause)  
moduloitu interrogatiivi  
elliptinen deklaratiivi  
elliptinen deklaratiivi  
minilause (*minor clause*)  
minilause (*minor clause*)

Edellä olevista funktioista väite, kysymys, käsky ja tarjous ovat siis aloitefunktioita ja vastaus, tunnustus, hyväksyntä sekä myöntyminen taas aloitefunktioiden myönteisiä vastausfunktioita. Moduloidulla interrogatiivilla Eggins (2004) tarkoittaa tarjoavaa kysymyslauseetta, jossa esiintyy esimerkiksi konditionaalimodus (”Haluaisitko – –?” ~ ”*Would you like – –?*”). Elliptisellä deklaratiivilla viitataan väitelauseeseen, josta puuttuu joitain syntaktisia elementtejä (ks. elliptisistä lauseista VISK § 874). *Minor clause*, josta muun muassa Mäntynen ja Shore (2006) käyttävät suomennosta minilause, ei noudata tyypillisen lauseen syntaktisia piirteitä. Minilause voi koostua mahdollisesti vain yhdestä sanasta, kuten dialogipartikkelista, mutta on joka tapauksessa kielellisesti ymmärrettävä. Eggins (mts. 148) korostaa, että edellä mainitut lausetyypit eivät ole ainoita mahdollisia, mutta ne ovat mainituille funktioille tyypillisimpiä kielellistymiä. Esimerkiksi tarjous voi esiintyä myös käskylauseena, vaikka sille tyypillisintä on esiintyä kysymyslauseena. Samaa kertoo myös Iso suomen kie-

lioppi: vaikka keskeisten puhefunktioiden ilmaisimiksi on kiteytynyt tiettyjä modaalisia lausetyyppejä, ei muodon ja funktion suhde ole kuitenkaan suoraviivainen ja esimerkiksi kysymyslauseella voidaan kysymyksen lisäksi esittää tarjouksia, käskyjä tai pyyntöjä (VISK § 886).

Halliday ja Matthiessen (2004: 117) tarkastelevat interpersoonisten merkityksien kautta myös lauseen subjektia. Subjektin osoittamisen avulla tehdään tietty tekijä vastuulliseksi toiminnasta, joka lauseessa esitetään: esimerkiksi lauseessa ”(Minä) avaan portin” *minä* on vastuussa portin avaamisesta. Modaalisia elementtejä sisältävissä lauseissa subjektia pidetään myös vastuullisena tiedon todennäköisyydestä (mts. 119). Shoren (2012b: 178) mukaan interpersoonaisia merkityksiä voidaan rakentaa myös persoonaan liittyvillä sananvalinnoilla: esimerkiksi tekstin, jonka persoonia kuvataan sanoilla *isä* ja *äiti*, oletettu lukija on todennäköisesti lapsi. Tekstin persoonaa tarkastellessa on olennaista kiinnittää huomiota myös passiivin luonteisiin rakenteisiin, kuten passiivimuotoisiin verbeihin ja nollapersoonaan, joiden avulla lauseen subjekti jää taka-alalle (ks. passiivista VISK § 1313).

Hallidayn ja Matthiessenin (2004) mukaan interpersoonaisen metafunktion ilmentymiä tarkastellessa on keskeistä ottaa huomioon myös **polaarisuus** ja **modaalisuus**. Polaarisuudella tarkoitetaan positiivisen ja negatiivisen vastakohtaa ja sellaisia leksikaalisia ja kieliopillisia ilmiöitä, jotka ovat yhteydessä kielteisyyteen tai myönteisyyteen. (Mts. 143.) Modaalisuudella kerrotaan asiointilan todennäköisyydestä ja toteutumismahdollisuuksia koskevista arvioista. Modaalisilla kielenaineiksilla ilmaistaan esimerkiksi asiointilan varmuutta, välttämättömyyttä, todennäköisyyttä, mahdollisuutta tai toivottavuutta. (VISK § 1551.) Polaarisuus käsitetään valintana kahden ääripään (kyllä–ei) välillä, kun taas modaaliset valinnat sijoittuvat näiden kahden ääripään välille (Halliday & Matthiessen 2004: 146).

Positiivisen ja negatiivisen eroja ilmennetään tyypillisimmin myöntölauseen ja kieltolauseen avulla (Halliday & Matthiessen 2004: 143). Suomen kielessä kieltä ilmaistaan yleisimmin persoonissa taipuvalla kieltoverbillä *ei*. Kieltosanaa voidaan toisaalta käyttää muuhunkin kuin kiellon ilmaisemiseen, kuten samanmielisyyden osoittamiseen. Kieltoa ilmaistaan sana- ja lauseketasolla esimerkiksi merkitykseltään kielteisillä adpositioilla ja adverbeillä (*ilman*, *vailla*), karitiivijohtimilla ja kieltoprefikseillä *epä-* ja *ei-*. (VISK § 1615.) Suomen kielessä polaarisuutta voidaan ilmaista esimerkiksi fokusoivilla liitepartikkeleilla *-kin* ja *-kaan*, joista *-kin* esiintyy myönteisissä ilmauksissa ja *-kaan* kielteisissä ilmauksissa. Nämä, kuten monet muutkin partikkelit, muodostavat polaarisen parin, jonka avulla voidaan ilmentää polaarista vaihtelua. (VISK § 1635.)

Hallidayn (1994: 89) mukaan modaalisuudella ilmaistaan lähes aina puhujan mielipidettä, asemoitumista tai suhtautumista vastaanottajaan tai keskustelun ulkopuoliseen henkilöön. Puhujan mielipidettä ilmaistaan mahdollisuuksien ja toistuvuuksien avulla ja se ilmenee väitteen modaalisuudella.

nessa. Halliday (mts. 89) käyttää tästä ilmiöstä termiä modalisaatio, jota vastaa suurimmilta osin suomen kielen episteeminen modaalisuus. Episteemistä modaalisuutta ilmaisevat tyypillisimmin modaaliset adverbit ja partikkelit (*ehkä, tietysti, varmasti*), potentiaalimodus sekä modaaliverbit *saattaa* ja *taitaa*. Myös kysymyslause voidaan lukea episteemisen modaalisuuden keinoihin, sillä se ilmaisee puhujan epätietoisuutta. (VISK § 1556.) Episteemiseen modaalisuuteen luetaan myös evidentiaalisuus, jonka avulla osoitetaan, millä tavoin puhuja on tietonsa saanut (VISK § 1557).

Puhujan suhtautuminen ilmenee pääasiassa käskyjen ja tarjousten kautta, ja sitä ilmennetään velvollisuuden tai halukkuuden avulla. Tästä Halliday (1994: 89) käyttää termiä modulaatio, jota vastaa pääasiassa deontinen modaalisuus. Deontisella modaalisuudella viitataan puhujan tahtoa tai puheyhteisön normeja ilmaisevaan lupaan tai velvollisuuteen, ja sitä ilmaistaan esimerkiksi modaaliverbeillä *voida* tai *saada*, nesessiivisellä rakenteella *on lupa* ja velvollisuutta merkitsevillä nesessiiverbeillä ja -rakenteilla. Käskyä ilmaistaan useimmin imperatiivimoduksella. (VISK § 1554.) Modulaatioon kuuluu myös tarjouksen tai halukkuuden ilmaukset, joita voidaan kielellistää esimerkiksi konditionaalimoduksen avulla. Puhujan suhtautumista voidaan ilmaista myös suhtautumista ilmentävillä sananvalinnoilla (ks. Shore 2012b: 177). Tällaisia ilmauksia voivat olla esimerkiksi asenneadjektiivit tai muut suhteelliset adjektiivit (ks. VISK § 605), intensiteettimäärittelyt (ks. VISK § 664) tai fokuspartikkelit (ks. VISK § 839).

### 2.3 Tekstilajin rakenne ja rakennepotentiaali

Shoren ja Mäntynen (2006: 31) mukaan tekstilajin käsitteeseen liitetään usein ajatus siitä, että tekstit noudattavat tietynlaista rakennetta ja jakautuvat erilaisiin vaiheisiin. Tässä yhteydessä rakenteella yleensä tarkoitetaan tekstin kokonaisrakennetta eli sitä, millä tavalla teksti on kokonaisuudessaan rakentunut. Taustalla on näkemys siitä, että tekstilajilla on tyypillinen tapa rakentua kokonaiseksi tekstiksi. (Mäntynen 2006: 42.) Tekstilajin rakennetta tarkastellessa nousee usein esille kysymys siitä, mikä rooli rakenteella tekstilajin määrittelyssä on: pyritäänkö tekstilaji määrittelemään sen rakenteellisten ominaisuuksien perusteella vai ennemminkin sosiaalisen kontekstin kautta (Paltridge 1997: 36)? Rakennenäkökulman yhteydessä voidaankin puhua tekstilajin ulkoisista (diskurssiyhteisö, kulttuuri ja konteksti) ja sisäisistä (kielelliset piirteet) kriteereistä (Mäntynen 2006: 42).

Tekstilajin rakenteen tutkimusperinteen nähdään alkaneen Bahtinin (1986) ja Labovin (1972) esityksistä siitä, miten jokaisella tekstilajilla on oma tyypillinen rakenteensa ja miten tietty tekstilaji jakaantuu omiin funktionaalisiin osiinsa. Tekstilajin tarkastelua rakennenäkökulmasta jatkoi syste-

mis-funktionaalisen kieliteorian edustaja Hasan (1985; 1996), joka näkee nimenomaan tekstin rakenteen tekstilajin määrittävänä ominaisuutena. Rakennetutkimusta ovat tehneet myös muun muassa Eg-gins ja Martin (1997), joille tekstin rakenne ei ole keskeisin tekstilajin ominaisuus ja jotka näkevät tekstilajin päämäärän ensisijaisena tekstilajin määrittelyssä. Myös muut tekstilajitutkijat, kuten Swales (1990), Paltridge (1997) ja Bhatia (1993; 2004) pitävät rakennetta tekstilajin määrittelyn olennai-sena osana, vaikka he eivät Hasanin tapaan määrittele tekstilajia pelkästään sen rakenteen kautta. (Mäntynen 2006: 43–44.) Voidaan siis todeta, että tekstilajin rakenteen analyysi on yksi yleisimpiä tapoja lähestyä tekstilajin määrittelyä.

Vaikka tekstin rakennetta analysoivia lähestymistapoja on monia, ovat ne tekstilajitutkimuksen näkökulmasta hyvin samankaltaisia. Tekstin rakenneosia tarkastellaan pääosin semanttisesti tai funk-tionaalisesti, ja erot lähestymistapojen välillä syntyvät lähinnä tekstilajin määrittelyssä ja siinä, mil-laisena tekstilajin ja rakenteen välinen suhde nähdään (ts. määritelläänkö tekstilaji ensisijaisesti ra-kenteen vai jonkun muun ominaisuuden kautta). (Mäntynen 2006: 46–47.) Semanttista ajattelutapaa edustavat esimerkiksi Kauppinen ja Laurinen (1988), jotka tekevät eron tekstin merkityssuhteiden ja retorisen rakenteen välille. Heidän mukaansa merkityssuhteet ovat tekstinsisäisiä ajatusten välisiä suhteita, kun taas rakenne on tekstin ulkoinen, retorinen ominaisuus (mts. 37). Funktionaalisenä lä-hestymistapana voidaan nähdä esimerkiksi Swalesin (1990) näkemys tekstin osien tarkastelemisesta niiden kommunikatiivisten tavoitteiden perusteella (Mäntynen 2006: 46). Toistuva määrä samanlaisia kommunikatiivisia tavoitteita muodostaa kommunikatiivisen esiintymäjoukon eli tekstilajin (Swales 1990: 46). Tässä tutkimuksessa näen muun muassa Swalesin (1990) ja Bhatian (2004) tavoin teksti-lajin funktionaalisenä kokonaisuutena, mutta pidän kuitenkin tekstilajin rakennetta ensisijaisena omi-naisuutena tekstilajin määrittämisessä.

Pietikäisen ja Mäntynen (2009) mukaan tekstilajin rakenteen analyysi perustuu useimmiten aja-tukseen siitä, että teksti, puhe tai muu merkityskokonaisuus koostuu jaksoista, joilla on kullakin oma tehtävänsä. Tekstin muodostavilla jaksoilla on erilaisia funktioita, jotka ilmaistaan kielellisesti eri tavoin, ja jaksot esiintyvät tekstissä tekstilajille tyypillisessä järjestyksessä. Mitä vakiintuneempi tekstilaji on kyseessä, sitä säännellympi jaksojen järjestys on. Järjestystä säätelee sosiaalinen toiminta eli se, mitä tekstilajilla tehdään – jaksot toimivat siis funktionaalisenä osana sosiaalista toimintaa. (Mts. 93–94.)

Tässä tutkimuksessa analysoin tekstilajin rakennetta Hasanin **rakennepotentiaalimallin** avulla. Hasanin (1985: 59–69) näkemyksen mukaan tekstilajille tyypillinen rakenne on abstrakti po-tentiaali, joka sisältää tekstilajin käytettävissä olevat rakenneosat eli tekstin semanttiset osat (esimer-kiksi alkutapahtuma tai lopputapahtuma). Rakenneosia voidaan luokitella joko muodollisin tai funk-tionaalisin kriteerein: muodolliset kriteerit liittyvät tekstin rakenteen piirteisiin, kuten kappaleisiin tai



otsikoihin, kun taas funktionaalisin kriteerein hahmotettavia osia ovat tekstin eri osioilla olevat tehtävät. Näistä osista osa on valinnaisia ja osa välttämättömiä, ja osien keskinäisille suhteille sekä esiintymisjärjestykselle voi olla myös omia rajoituksia.

Hasanin (1985: 56) mukaan tekstilajin rakennepotentiaali rakentuu viidestä ulottuvuudesta. Kaksi ensimmäistä ulottuvuutta liittyvät siihen, mitä rakenneosia tekstissä *täytyy* olla (1) ja mitä rakenneosia tekstissä *voi* olla (2). Näiden lisäksi Hasan kiinnittää huomiota siihen, missä järjestyksessä rakenneosien *täytyy* olla (3), missä järjestyksessä ne *voivat* olla (4) ja kuinka usein ne voivat esiintyä (5). On huomionarvoista tarkastella myös rakenneosien keskinäisiä suhteita: esiintyvätkö tietyt osat usein tietyssä järjestyksessä, vaikka semanttisesti tämä järjestys ei olisikaan välttämätön?

Tekstilajin rakennepotentiaali saadaan selville, kun tarkastellaan tekstin rakenneosia ja niiden järjestäytymistä. Välttämättömät rakenneosat määrittävät sen, mihin tekstilajiin teksti kuuluu, ja valinnaiset rakenneosat mahdollistavat sen, että samaan tekstilajiin kuuluvat tekstit voivat olla rakenteeltaan erilaisia. Tekstin voidaan todeta kuuluvan tiettyyn tekstilajiin vain, jos se sisältää kaikki välttämättömät rakenneosat. Rakennepotentiaali siis sisältää tietyn tekstilajin kaikki mahdolliset esiintymismuodot ja määrittää sen, millaisilla tavoilla tiettyyn tekstilajiin kuuluvat tekstit voivat muodostua. (Hasan 1996: 53–54.) Mikä sitten määrittää tekstin valinnaisten osien esiintymisjärjestyksen ja -frekvenssin? Hasanin (1985: 62) mukaan valinnaiset rakenneosat eivät esiinny sattumanvaraisesti, vaan ne ovat usein sidottuja tilannekontekstiin (tilannekontekstin määritelmästä ks. luku 2.2.1). Tilannekontekstista riippuen valinnaisesta osasta voi tulla välttämättömän osan kaltainen. Esimerkiksi asiointitilanteessa aloiteosa (*initiative element*), kuten repliikki ”Kuka on seuraavaksi?”, esiintyy todennäköisemmin ruuhkaisessa asiointitilanteessa, jossa asiakkaiden palvelujärjestystä täytyy kontrolloida. (Mts. 62.) Tällaisessa tilanteessa viestin vastaanottaja tarvitsee aloite-elementin, jotta hän pysyy käyttäytymään tilannekontekstin määrittämällä tavalla. Jos hän olisi tilanteessa ainoa asiakas, aloiteosan esiintyminen ei olisi niin todennäköistä.

Tekstilajin rakennepotentiaali voidaan esittää Hasanin luoman kaavion avulla. Hasan (1996: 54) on esittänyt kaavion sadun rakennepotentiaalista. Tutkielmassani käytän mallina Mäntysen (2006: 49) tekemää suomennosta, joka näyttää seuraavanlaiselta:

$$[(\langle \text{sijoittuminen} \rangle^{\wedge} \quad \text{alkutapahtuma}^{\wedge} \quad ] \quad \text{peräkkäistapahtuma}^{+\wedge} \quad \text{lopputapahtuma} \\ [^{\wedge} (\text{finaali})^* (\text{opetus}) ]$$

Hasanin kehittämässä kaaviossa välttämättömiä rakenneosia ovat ne jaksot, jotka eivät ole kaarisulkeissa, kun taas valinnaiset rakenneosat on merkitty kaarisulkeilla. Teksti ei siis ole tekstilajiltaan satu, jos siinä ei ole alkutapahtumaa, peräkkäistapahtumaa ja lopputapahtumaa. Kaaviossa olevien

osien lineaarinen järjestys osoittaa rakenneosien järjestystä tekstissä. Tähti (\*) osoittaa, että sen ympärillä olevat osat (finaali ja opetus) voivat vaihtaa paikkaa keskenään. Karaattimerkki (^) taas kertoo, että sen oikealla puolella oleva osa ei voi edeltää vasemmalla puolella olevaa: esimerkiksi peräkkäistapahtuma ei voi edeltää alkutapahtumaa. (Mäntynen 2006: 49.) Plusmerkki (+) kertoo siitä, että kyseinen tapahtuma voi esiintyä tekstissä useamman kerran. Vaikka jotkin rakenneosat voivat liikkua ja vaihtaa paikkaa, on niidenkin liikkuvuus rajoitettua. Tätä ilmaistaan hakasulkeilla. Jälkimmäisten hakasulkeiden sisällä olevat finaali ja opetus voivat esiintyä vastakkaisessa järjestyksessä, mutta niistä kumpikaan ei voi edeltää lopputapahtumaa. Ensimmäisten hakasulkeiden sisällä olevien osien rooli voidaan tulkita seuraavasti: jos valinnainen osa ”sijoittuminen” esiintyy tekstissä, se esiintyy joko omana osanaan ennen alkutapahtumaa (huomaa karaattimerkki) tai yhdistettynä alkutapahtumaan (kulmasulkeet). Kulmasulkeet kertovat siis siitä, että niiden sisällä oleva rakenneosa voi esiintyä joko itsenäisenä osana tai yhdistettynä toiseen rakenneosaan. (Hasan 1996: 54–55.)

Tekstilajin rakenneosat määritellään usein semanttisesti. Kuitenkin osille voidaan esittää kielellisiä kriteerejä, joille semanttinen määritelmä perustuu. Hasan on määritellyt tällaisia kriteerejä sadun semanttisille osille, ja esimerkiksi sadun aloituksessa täytyy esittää eksistentiaalinen prosessi (*olipa kerran*). (Mäntynen 2006: 49.) Rakenneosia voidaan määritellä myös funktionaalisten tai muodollisten kriteerien kautta. Muodolliset rakenneosat, kuten otsikko ja kappaleet, ovat kuitenkin yleisiä kirjoitetun kielen piirteitä eivätkä kerro yksittäisestä tekstilajista mitään. Tämän vuoksi tekstilajin rakenneosat on tarkoituksenmukaisempaa määritellä funktionaalisten ominaisuuksien kautta: mikä on osan tehtävä ja missä suhteessa se on muuhun tekstiin? Erityisesti kirjoitetussa tekstissä funktionaaliset osat noudattavat samoja rajoja muodollisten osien kanssa, mutta on myös mahdollista, että osien rajat eivät ole samat. (Eggin 2004: 60–61; Komppa 2006: 309–310.)

Koska näen tässä tutkimuksessa tekstilajin funktionaalisen kokonaisuutena, määrittelen tekstilajin rakenneosat niiden funktionaalisen päämäärän kautta. Honkasen ja Tiililän (2012) tavoin tarkastelen rakenneosia leksikaalis-kieliopillisina piirrekimppuina: keskeisten funktioiden lisäksi rakenneosien rajaukseen vaikuttavat niissä säännönmukaisesti esiintyvät kielelliset piirteet. Siirtymää rakenneosasta toiseen osoittavat esimerkiksi muutokset aiheessa, näkökulmassa tai tekstiaineksen sijainnissa. (Ks. mts. 214.) Rakenneosista analysoin myös sellaisia leksikaalisia ja kieliopillisia piirteitä, jotka toistuvat tietyn rakenneosan useassa esiintymässä ja näin ollen ovat osalle tyypillisiä piirteitä. Kuten Honkanen ja Tiililä (2012: 214) toteavat, on kuitenkin mahdollista, että samaa rakenneosaa realisoivat kielellisiltä piirteiltään hyvin erilaiset tekstikatkelmat, ja tämän vuoksi analyysi onkin tarkoituksenmukaisinta aloittaa funktionaalisen päämäärän tarkastelusta.

Egginsin (2004) mukaan rakenneosat reaalistuvat aina kielen kautta: rakenneosan funktio ja merkitys muodostuvat kielenkäyttäjien leksikaalisista ja kieliopillisista valinnoista. Esimerkiksi reseptin tekstilajia edustavasta tekstistä voidaan tunnistaa muun muassa rakenneosat ”otsikko”, ”ainesosat” ja ”työtavat”, jotka kaikki reaalistuvat leksikaalisilla ja kieliopillisilla valinnoilla. ”Ainesosat”-osan voi tunnistaa esimerkiksi numeroista ja mittayksikkösanoista (*300 grammaa*) ja ”työtavat”-osan esimerkiksi imperatiivista (*kuullota sipuli kypsäksi*) sekä aikaa tai lokaatiota ilmaisevista leksikoista (*keitä kymmenen minuuttia isossa kattilassa*). Erilaiset osat reaalistuvat erilaisilla kielellisillä keinoilla, ja jotkin reaalistumat ovat säännönmukaisempia kuin toiset: esimerkiksi asiakaspalvelutilanteessa ”tervehdys”-osat ovat hyvin kaavamaisia ja rakenteeltaan ennustettavia, kun taas ”palvelu”-osa voi reaalistua useammilla erilaisilla valinnoilla. On myös mahdollista, että jotkin rakenneosat reaalistuvat ei-kielellisesti, kuten esimerkiksi ”maksaminen”. (Mts. 65, 68–69.) Myös puheessa eleet, ilmeet, äänet, tauot tai toiminta sekä kirjoitetussa tekstissä kuva voivat merkitä, muodostaa tai korvata kielellisiä rakenneosia (Tiililä 2007: 82).

Käytän rakenneosien tunnistamisen apuna myös Werlichin (1983) tekstityypiteoriaa. Werlich luokittelee tekstit erilaisiin tekstityyppeihin niiden rakenteellisen ominaisuuksien perusteella. Tekstityypin hän määrittelee tietyn tekstirakenteen normiksi, joka kertoo tekstin lukijalle (*encoder*), millaisia tyylillisiä piirteitä ja tekstuaalisia sääntöjä kyseinen teksti noudattaa. Werlich jakaa tekstit ominaisuuksiensa perusteella deskriptiiviseen (kuvailevaan), narratiiviseen (kertovaan), ekspositoriseen (erittelevään), argumentatiiviseen (kantaottavaan) ja instruktiiviseen (ohjailevaan) tekstityyppiin. (Mts. 39–40.) Vaikka Werlichin tekstityypin määritelmä rinnastuu helposti nykyisen tekstilajin määritelmään, nähdään tekstityypit nykytutkimuksessa enemmänkin tekstilajien ominaisuuksina eikä niinkään yläkäsitteenä tai synonyymina tekstilajin käsitteelle (Saukkonen 2001: 145). Tässä tutkimuksessa en pyri tunnistamaan aineistotekstejä tietyn tekstityypin edustajiksi, vaan käytän tekstityypipilokittelua apuna rakenneosien tunnistamisessa ja määrittelyssä.

## 2.4 Visuaalinen kielioppi

Gunther Kress ja Theo van Leeuwen ovat kehittäneet SF-teorian pohjalta visuaalisen kieliopin teorian, joka mahdollistaa visuaalisten kokonaisuuksien, kuten kuvan, yksityiskohtaisen analyysin. Siinä missä kielen kielioppi kuvaa esimerkiksi sanojen yhdistymistä lausekkeiksi, lauseiksi ja teksteiksi, kuvaa visuaalinen kielioppi sitä, miten kuvassa esiintyvät henkilöt, paikat ja esineet luovat visuaalisen kokonaisuuden (~tekstin) (Kress & van Leeuwen 1996: 1). SF-teorian tavoin visuaalisen kieliopin

teoriassa kieli käsitetään merkitysten rakentajana, eikä kielen kielioppia nähdä ikään kuin merkityksistä irrallisena sääntöpankkina. Kress ja van Leeuwen (mts. 13) pohjaavat teoriaansa myös Hallidayn metafunktoihin ja esittävät, että ideationaalinen ja interpersoonainen metafunktio ovat molemmat yhtä lailla esillä myös visuaalisissa elementeissä. Hallidayn kielellisiä metafunktioita vastaavat visuaalisessa kieliopissa representaatio ja vuorovaikutus. Tekstuaalista metafunktiota vastaa niin sanottu sommittelu, jonka avulla tarkastellaan sitä, miten representaatio ja vuorovaikutus yhdistetään visuaaliseksi kokonaisuudeksi ja millaisia välineitä ja materiaaleja sen luomiseen käytetään. (Mts. 13–14.) Koska visuaalisen kieliopin teoria pohjautuu lähes täysin Hallidayn SF-teoriaan, on se tämän tutkimuksen kannalta hyvä analyysityökalu videoblogin visuaalisten elementtien tarkastelemiseen.

Kress ja van Leeuwen (2006) käsittävät visuaalisen kieliopin SF-teoreettisen kieliopin tavoin sosiosemioottisena järjestelmänä. Näin ollen visuaalisen kielen nähdään rakentuvan merkeistä (*sign*) ja edelleen merkkien luomisesta (*sign-making*). Merkin käsitteeseen liittyy olennaisesti myös merkitsijä (*signifier*), jolla tarkoitetaan merkin (esimerkiksi kuvan) yksittäistä ominaisuutta, kuten väriä tai perspektiiviä. Merkitsijöillä taas luodaan merkityksiä. (Mts. 6.) Visuaalista kielioppia voisi siis suoraan verrata SF-teorian käsitykseen kielestä funktionaalisenä resurssina, jonka avulla rakennetaan merkityksiä, jotka muodostuvat kielenkäyttäjän tekemistä valinnoista (~merkitsijät). Kress ja van Leeuwen (mts. 9) hyödyntävät myös Hallidayn merkityspotentiaalın käsitettä ja käyttävät omassa teoriassaan vastaavaa käsitettä **semioottinen potentiaali**. Semioottinen potentiaali käsittää ne semioottiset resurssit, jotka tietyllä visuaalisen kielen käyttäjällä on käytettävissä tietyssä sosiaalisessa kontekstissa.

Koska pyrin analysoimaan aineistostani vuorovaikutussuhteita ja niiden muodostumista, en koe tarpeelliseksi tarkastella aineistoani representatiivisesta näkökulmasta. Aineistoni vuorovaikutuksellisuuden analyysiin käytän interpersoonaista metafunktiota, joka Kressin ja van Leeuwenin mukaan reaalistuu visuaalisesti erityisesti tuottajan ja katsojan positioiden avulla.

Visuaalisia kokonaisuuksia tarkastellessaan Kress ja van Leeuwen (2006: 48–49) käyttävät asioiden tai elementtien sijaan käsitettä **osallistuja**. Heidän mukaansa jokaisessa semioottisessa esiintymässä on kahdenlaisia osallistujia, **representoituja** ja **vuorovaikutuksellisia**. Vuorovaikutukselliset osallistujat tuottavat tai tulkitsevat puhetta, kirjoitusta tai kuvaa, kun taas representoidut osallistujat ovat niitä ihmisiä, asioita tai paikkoja, joita representoidaan puheen, kuvan tai kirjoituksen avulla. Vuorovaikutuksen analyysissa onkin pääasiassa kyse siitä, miten vuorovaikutukselliset osallistujat, kuten kuvan tuottaja ja katsoja, kommunikoivat keskenään representoitujen osallistujien kautta (mts. 114). Tämän tutkimuksen aineistossa vuorovaikutuksellisia osallistujia ovat useimmin vloggaaja itse sekä videon katsojat, jotka kommunikoivat keskenään erityisesti kommenttikentän välityksellä.

Kressin ja van Leeuwenin (2006: 114) mukaan visuaaliset kokonaisuudet sisältävät kolmenlaisia suhteita: 1) representoitujen osallistujien väliset suhteet (esimerkiksi kuvassa esiintyvien henkilöiden suhde toisiinsa), 2) representoitujen ja vuorovaikutuksellisten osallistujien väliset suhteet (vuorovaikutuksellisen osallistujan asenne representoitua osallistujaa kohtaan) ja 3) vuorovaikutuksellisten osallistujien väliset suhteet (vuorovaikutuksellisten osallistujien kommunikointi kuvien välityksellä). Vuorovaikutukselliset osallistujat ovat siis oikeita ihmisiä, kuten tuottaja ja katsoja, jotka tulkitsevat ja tuottavat kuvia omassa sosiaalisessa kontekstissään. Joskus nämä osallistujat voivat olla suorassa vuorovaikutuksessa keskenään, mutta usein tuottaja on katsojalle tai katsoja tuottajalle näkymätön osallistuja. Katsojan on usein mahdoton tietää, kuka tuottaja on ja millaisessa kontekstissa kuva on tuotettu, kun taas tuottajalla on vain mielikuva siitä, millainen kuvan katsoja on ja millaisessa kontekstissa kuvaa tulkitaan.

Vuorovaikutuksellisuutta analysoitaessa on Kressin ja van Leeuwenin (2006: 116) mukaan tärkeää tarkastella representoidun osallistujan katsetta: katsooko osallistuja kuvan katsojaa silmiin vai ei? Suoran katsekontaktin ottavaa kuvaa Kress ja van Leeuwen kutsuvat **vaativaksi** kuvaksi. Suoralla katsekontaktilla kuva muodostaa yhteyden representoidun ja vuorovaikutuksellisen osallistujan välille. Tällaisella esitystavalla kuvan tuottaja pyrkii ottamaan kuvan katsojaan henkilökohtaisen kontaktin ja vaikuttamaan katsojaan. Vaativan kuvan representoitu osallistuja käyttää katsettaan (ja mahdollisesti eleitään) vaatiakseen katsojaa suhteeseen kanssaan. Osallistujan katse ja eleet kertovat suhteen laadusta: katsojaa voidaan vaatia esimerkiksi kunnioittamaan osallistujaa auktoriteettina tai ihailemaan tätä. Joka tapauksessa kuva vaatii katsojaa kontaktiin kanssaan. (Mts. 117–118.) Jotkin kuvat taas ottavat epäsuorasti kontaktia katsojaan. Näiden kuvien representoitu osallistuja usein katsoo toista kuvassa esiintyvää osallistujaa tai ei ota katsekontaktia kehenkään: kuvan osallistuja on kuvan katsojan tarkkailun kohteena ja pyrkii tarjoamaan informaatiota tai ajattelun aiheita. Tällaisia kuvia kutsutaan **tarjoaviksi** kuviksi. (Mts. 119.) Kressin ja van Leeuwenin (mts. 122) mukaan tarjoavaa ja vaativaa kuvaa voi verrata tarjoavaan ja vaativaan puhujarooliin, joiden avulla interpersoonaisia merkityksiä toteutetaan kielellisesti (ks. Halliday 1994).

Valinta vaativan ja tarjoavan kuvan välillä on usein genre- tai kontekstisidonnainen. Esimerkiksi televisiouutisissa suositaan vaativaa kuvaa, koska kuvalla halutaan muodostaa yhteys kuvan katsojaan. Draamasarjassa taas tarjoava kuva on yleisempi, jotta saadaan luotua realistinen vaikutelma siitä, etteivät representoidut osallistujat tiedä olevansa kuvattavina. (Kress & van Leeuwen 2006: 120.) Voidaan ajatella, että kuva pyrkii aina johonkin tulokseen, joka saavutetaan todennäköisesti paremmin kontekstisidonnaisen katsekontaktin avulla. Videoblogin oletan suosivan vaativaa kuvaa, koska vlogin tavoite on usein ottaa kontaktia katsojiinsa. Tarjoavan kuvan esiintyminen lienee myös mahdollista, jos vloggaajat esimerkiksi toteuttavat yhteisiä videoita toisten vloggaajien kanssa.

Kressin ja van Leeuwenin (2006: 124) mukaan kuvaa tuotettaessa on tehtävä aina valinta siitä, kuinka läheltä representoitua osallistujaa tai osallistujia kuvataan. Kuten katsekontaktin avulla, voidaan myös etäisyyden valinnalla luoda erilaisia suhteita representoidun osallistujan ja kuvan katsojan välille. Sosiaalisen etäisyyden määrittelyssä Kress ja van Leeuwen hyödyntävät Edward Hallin (1966) ajatusta siitä, kuinka muodostamme ympärillemme sosiaalisia rajoja, joiden sisälle sallimme vain tietynlaisten ihmisten tulla. Näitä rajoja voidaan määritellä esimerkiksi fyysisen tai henkisen etäisyyden mukaan. Kress ja van Leeuwen käyttävät Hallin tavoin viittä eri etäisyysluokkaa: läheinen tai kaukainen henkilökohtainen etäisyys, läheinen tai kaukainen sosiaalinen etäisyys sekä julkinen etäisyys. **Henkilökohtaisella etäisyydellä** puhujat pystyvät enemmän tai vähemmän koskettamaan toisiaan, ja ero läheisen ja kaukaisen etäisyyden välille tehdään henkisellä tasolla: läheiselle henkilökohtaiselle etäisyydelle pääsevät vain läheisimmät ihmiset, kun taas kaukaiselle etäisyydelle pääsevät kaikki ne, joiden kanssa jaetaan henkilökohtaisia asioita. **Läheisellä sosiaalisella etäisyydellä** puhujat eivät enää pysty koskettamaan toisiaan, ja keskustelun aiheet eivät ole enää henkilökohtaisia. **Kaukaisella sosiaalisella etäisyydellä** toinen osapuoli on jo fyysisesti niin kaukana, että hänet voi nähdä kokonaan, ja vuorovaikutus on persoonattomampaa ja muodollisempaa. **Julkinen etäisyys** kattaa kaikki edellä mainittuja kauempana olevat etäisyydet, ja sitä pidetään tuntemattomien henkilöiden etäisyytenä. Etäisyyksiä määriteltessä on kuitenkin otettava huomioon myös kulttuurinen konteksti, eivätkä samat määritelmät päde kaikkien kulttuurien edustajien kesken. (Mts. 124–125.) Samantyylistä etäisyyden määrittelyä voi hyödyntää myös tarkastellessa etäisyyttä erilaisiin esineisiin tai paikkoihin. Tällöin toki on kyse vain fyysisestä etäisyydestä. (Mts. 127.)

Sosiaalinen etäisyys voi reaalistua myös kielessä. Kress ja van Leeuwen (2006: 129) jakavat kielellisen etäisyyden Hallin etäisyysteoriaa mukaillen intiimiin, henkilökohtaiseen, sosiaaliseen ja julkiseen etäisyyteen. Intiimi kieli on tarkoitettu läheisimmille ihmisille: puhujat käyttävät toisistaan usein henkilökohtaisia lempinimiä ja pystyvät tulkitsemaan merkityksiä toisen puheesta ei-kielellisten vihjeiden, kuten ilmeiden ja eleiden, avulla. Henkilökohtaisella etäisyydellä kieli on tuttavallista ja puhujat voivat käyttää esimerkiksi yhteistä slangia, jota ulkopuoliset eivät ymmärrä. Sosiaalinen kieli on yhä tuttavallista mutta muodollisempaa kuin henkilökohtaisella etäisyydellä, ja ei-kielellisistä vihjeistä on jo lähes mahdotonta tulkita toisen osapuolen sanomaa. Julkisella etäisyydellä kieli on muodollista ja kuulijan rooli on pienempi. Puhe on suunnitellumpaa ja mahdollisesti valmiiksi kirjoitettua, eikä improvisoinnin mahdollisuuksia ole paljon. Julkisella etäisyydellä kuulija ei pysty enää tulkitsemaan puhujan ei-kielellisiä ilmauksia, joten puheen on oltava selkeää ja hyvin artikuloitua. (Mts. 129.)

Kress ja van Leeuwen (2006: 126) korostavat, että valitusta etäisyydestä huolimatta representoitujen osallistujien suhde toisiinsa tai kuvan katsojaan on aina mielikuva, ei todellisuutta. Representoitujen osallistujien etäisyyden avulla luodaan illuusio osallistujan tuttavallisuudesta tai vieraudesta. Vaativan ja tarjoavan kuvan tavoin on myös etäisyyden valinta usein genre- tai kontekstisidonnaista, ja tietystä etäisyydestä voi helposti tulla tietyn genren konventionaalinen piirre.

Myös kuvakulma positioi kuvan tuottajaa ja katsojaa suhteessa kuvan representoituihin osallistujiin. Vuorovaikutuksellisten osallistujien positio ja osallistuminen riippuvat siitä, onko kuva kuvattu suoraan edestäpäin vai viistosti sivusta. (Kress & van Leeuwen 2006: 133–136.) Kressin ja van Leeuwenin (mts. 136) mukaan suoraan edestä kuvattu kuva ottaa katsojan osalliseksi kuvan tapahtumaan ja positioi tämän osaksi kuvan maailmaa. Sivusta kuvattu kuva taas jättää katsojan kuvan ulkopuolelle ja kertoo, ettei kuvan maailma ole osa katsojan maailmaa. Kuvakulma on usein yhteydessä representoidun osallistujan katsekontaktiin, mutta katsekontakti ja kuvakulma voivat olla myös ristiriidassa keskenään. Kuva voi esimerkiksi rajata katsojan kuvan maailman ulkopuolelle (viisto kuvakulma), mutta ottaa silti kontaktia katsojaan suoralla katsekontaktilla (vaativa kuva). (Mts. 138.)

Kress ja van Leeuwen (2006) nostavat vuorovaikutuksen ja vaikuttamisen keinoiksi myös sommittelun, perspektiivin ja kuvien narratiivisuuden. Nämä keinot ovat kuitenkin pääasiassa vaikuttavien kuvien, kuten mainosten, visuaalisia piirteitä, joten en koe tarpeelliseksi käsitellä niitä analyysini yhteydessä. Videoblogin funktiona ei pääsääntöisesti liene mainostus tai tarve vaikuttaa katsojaan, vaan ennemminkin vuorovaikutussuhteen luominen tuottajan ja katsojan välille.

### 3 VIDEOBLOGIN RAKENNEPOTENTIALI JA REKISTERI

Tässä luvussa analysoin videoblogin tekstilajin rakenneosat ja niiden esiintymisjärjestyksen ja -tiheyden sekä muodostan videoblogin rakennepotentiaalin. Lisäksi tarkastelen videoblogin tekstilajissa muodostuvaa rekisteriä. Olen määrittänyt erilaiset rakenneosat niiden viestinnällisen funktion perusteella: esimerkiksi orientaation funktiona on johdatella katsoja videon aiheeseen ja havainnollistamisen funktiona antaa käsiteltävästä aiheesta esimerkkejä. Viestinnällisen funktion lisäksi tarkastelen rakenneosien tyypillisimpiä kielellisiä piirteitä. Analyysissa on huomattava, että rakenneosien funktionaalinen määrittely on lähtökohtaisesti melko subjektiivista. Aineistossa toistuvat kuitenkin jokaisen rakenneosan osalta tietyt kielelliset piirteet, joten jonkinlaista yleistystä on mahdollista tehdä.

Olen eritellyt vlogiteksteistä yhdeksän erilaista rakenneosaa niiden viestinnällisen funktion perusteella. Alla olevaan taulukkoon 1 olen listannut rakenneosat ja niiden esiintymistiheyden eri kanavilla.

Taulukko 1. Vlogitekstin rakenneosat ja niiden esiintymistiheys.

	<b>mmiisas</b>	<b>eeddspeaks</b>	<b>Soikkuu</b>
orientaatio	5	5	4
päätös	5	5	4
havainnollistaminen	5	5	3
oma kokemus	5	3	5
ratkaisu/suoritus	3	5	4
ongelma/tehtävä	4	5	3
mielipide	2	2	3
yhteenveto	5	3	3
mainostus	0	1	2

Vlogitekstin välttämättömiä rakenneosia ovat orientaatio, päätös, havainnollistaminen ja oma kokemus. Olen määrittänyt nämä osat välttämättömiksi sillä perusteella, että ne esiintyvät vähintään kahden aineistokanavan kaikilla aineistona käytetyillä videoilla (ks. taulukko 1). Välttämättömistä osista orientaatio ja päätös esiintyvät 14 vlogitekstissä ja havainnollistaminen sekä oma kokemus 13 vlogitekstissä. Vlogitekstin valinnaisia rakenneosia ovat ongelma/tehtävä, ratkaisu/suoritus, yhteenveto, mielipide ja mainostaminen. Valinnaisiksi rakenneosiksi määritän sellaiset osat, jotka esiintyvät korkeintaan yhden kanavan kaikilla aineistovideoilla. Valinnaisista rakenneosista ongelma ja ratkaisu esiintyvät aineistossa 12 kertaa, yhteenveto 11 kertaa, mielipide 7 kertaa ja mainostaminen 3 kertaa.



Aineiston perusteella videoblogin rakenne on hyvin löyhästi strukturoitu ja vaihtelee vloggaajan tyylin ja videon aiheen mukaan, mikä tuo omat ongelmansa rakenneosien määrittelyyn. Rakenneosat myös sekoittuvat ja limittyvät toisiinsa helposti, ja samat kielelliset piirteet toistuvat useissa erilaista funktiota toimittavissa rakenneosissa. Tämä kertoo siitä, että videoblogi tekstilajina on vielä hyvin tuore eikä sille ole sen diskurssiyhteisön ja käyttökontekstin sisällä muodostunut vielä konventionaalisia kielenkäytön muotoja. Lisäksi videoblogi on osa internettekstien tekstilajia, joka muuttuu nopeasti ja sekoittuu helposti toisiin tekstilajeihin, sekä sosiaalista mediaa, jolle dynaamisuus ja nopeat muutokset ovat myös tyypillisiä (ks. Lomborg 2013). On myös syytä pohtia sitä, onko tekstilajin edes mahdollista saavuttaa täyttä vakautta ja staattisuutta. Kuten Solin (2006: 78) toteaa, on tekstilaji historiallisen ja sosiaalisen kontekstinsa tuote ja näin ollen muuttuu sosiaalisen ja kulttuurisen yhteisön mukana. 2010-luvun sosiaalisessa mediassa esiintyvä lifestyle-henkinen jakamisen kulttuuri ei välttämättä säily samanlaisena vuosikymmenten päähän, eikä nykypäivän videoblogiformaatti todennäköisesti pysy muuttumattomana sosiaalisen median muutoksessa.

Luvussa 3.1 esittelen videoblogin tekstilajille välttämättömät rakenneosat ja luvussa 3.2 valinnaiset rakenneosat. Rakenneosien järjestystä, esiintymistiheyttä ja suhdetta toisiinsa tarkastelen luvussa 3.3. Luvussa 3.4 käsittelen videoblogin rekisteriä.

## 3.1 Välttämättömät rakenneosat

### 3.1.1 Orientaatio

Vlogitekstin alussa esiintyy lähes aina videota pohjustava rakenneosa, jota kutsun orientaatioksi. Orientaation funktiona on johdattaa katsoja kyseisen videon teemaan ja esitellä käsiteltävä aihe. Orientaatio-osa vastaakin monilta osin kirjoitetun tekstin johdantoa tai aloitusta: Mäntysen (2003: 30) mukaan tekstin alku on keskeinen osa, koska tekstin topiikki esitellään silloin. Tekstin alku antaa myös vihjeitä siitä, mihin kontekstiin itse teksti sidotaan (mts. 30). Videoblogin kontekstisidonnaisuutta tarkastelen luvussa 3.4.

Orientaatio sisältää usein alkutervehdyksen, jota kielellistetään tyypillisesti tervehdystä ilmaisevalla interjektioilla (ks. VISK § 856), kuten *moi*, *terve* tai *moikka*. Alkutervehdykseen voidaan myös liittää osallistujien esittely, jos videolla esiintyy kanavalle sisältöä tuottavan vloggaajan lisäksi muita henkilöitä. Tällaiset videot ovat aineistoni perusteella melko yleisiä, ja usein vierailevat osallistujat ovat itsekin vloggaajia. Orientaatio-osalla voidaan myös ottaa kontaktia katsojiin, muihin vloggaajiin tai kyseisen vloggaajan aiempiin videoihin esimerkiksi nostamalla esille katsojien toive videolla

esiintyvistä sisällöstä (*ehkä eniten toivottu video koko mun juutube historian aikana -- (S1)*). Orientaatiolla voidaan siis osoittaa, että vloggaaja on perillä vlogimaailman trendeistä ja on myös vuorovaikutuksessa katsojiensa kanssa.

Orientaatio-osa esiintyy useimmin yksinään, mutta siihen voi sisältyä myös muita rakenneosia, kuten mainostusosa (ks. luku 3.2.5). Tällaisissa tapauksissa muut osat ikään kuin toimittavat kahta funktiota: ne sisältyvät orientaatioon ja näin ollen johdattelevat katsojaa videon aiheeseen, mutta toimittavat myös omaa funktionaalista rooliaan, kuten esimerkissä (1). Esimerkissä todetaan suoraan, että video on toteutettu yhteistyössä tietyn yrityksen kanssa ja että videolla esiteltävät tuotteet ovat kaikki tämän yrityksen tuotteita. Silti koko esimerkki palvelee myös orientaation funktiota, koska saadut tuotteet liittyvät olennaisesti videon aiheeseen ja sen esittelyyn.

- (1) *ehkä eniten toivottu video koko mun juutube historian ajalta on iltarutiini (.) tää video on toteutettu yhteistyössä lidlin kanssa -- mä oon valinnu mun lempparit näistä tuotteista ja otanu ne osaksi mun iltarutiinia ja nää kaikki tuotteet on tosi hyvän hintasia eli hinta laatu suhteeltaan tosi hyviä*

Orientaatio-osalle tyypillistä on nykyiseen tai menneeseen aikaan suhteuttavien ajan adverbien esiintyminen. Ajan adverbeilla ilmaistaan vlogitekstin suhdetta aiempiin vlogiteksteihin sekä nykyhetkeen: eilen käsiteltiin aihetta x, tänään käsitellään aihetta y.

- (2) *morjesta. **tänään** mä haluun jakaa teidän kanssa mun yläasteaikaan liittyviä juttuja (M1)*
- (3) *morjesta. **muutama viikko sitten** me käsiteltiin vain yläaste juttuja ja **tänään** on vuorossa (.) lukio. (M5)*
- (4) *-- mä oon nyt ulkomaanmatkoil käyny tässä viime vuoden puolella niin jenkeistä kävin hamsteraamassa tämmösen kasan karkkiä ja sit mä oon toi- toin tän kreikasta nää on kaikki toivotavasti kirpeitä. ja **nyt** meidän täytyy maistella nää läpi (.) ja antaa omat arviot näistä (E3)*

Tekstin suhdetta aikapaikkaiseen kontekstiinsa korostaa se, että yleisimmin ajan ilmauksina käytetään deiktisiä ajan adverbeja, kuten *nyt* tai *tänään* (ks. VISK § 1423). Esimerkeissä (2) ja (3) adverbi *tänään* toimii merkitykseltään samanlaisena kuin esimerkiksi *tässä videossa*, joten sen funktio tekstissä on myös johdattaa katsojaa päivän aiheeseen. Samanlaista funktiota toteuttaa myös esimerkissä (4) adverbi *nyt*. Esimerkissä (3) deiktisen adverbin *tänään* lisäksi nykyhetken ja menneisyyden suhdetta korostetaan ajallisella ilmauksella *muutama viikko sitten*, joka luo kronologista jatkumoa eri vlogivideoiden välille. Tällaisella ilmauksella kyseisistä videoista tehdään ikään kuin sarja, jota voisi verrata esimerkiksi aikakauslehden juttusarjaan.

Videon aihetta esitellään yleisimmin käyttämällä rakennetta ”ajan adverbi + predikaatti + videon aihe” (esimerkiksi *tänään + on + lukio, nyt + maistella + nää*), kuten esimerkeistä (2), (3) ja

(4) käy ilmi. Predikaattina toimii tyypillisesti tekoa ilmaiseva transitiiviverbi (ks. VISK § 461), kuten *jakaa* tai *maistella*, mutta myös olemista ilmaisevat intransitiiviverbit (ks. VISK § 459) ovat mahdollisia. Aiheeseen johdatteluun on kuitenkin muitakin kielellisiä keinoja, mikä käy ilmi esimerkeistä (5) ja (6).

(5) **mun kanavalla on** paljon **karkinsyöntivideoita** mut **tää** lienee parhain niistä koska -- (E1)

(6) ehkä eniten **toivottu video** koko mun juutube historian ajalta **on iltarutiini** (.) [--] mut **nyt mennään** suoraan **videoon** (S1)

Esimerkissä (5) aihe esitetään viittaamalla aikaisempiin videoihin (*mun kanavalla on -- karkinsyöntivideoita*) ja vertaamalla sitä nykyhetken demonstratiivipronominilla *tää* (~tämä). Samanlaista aiheen esittelyä menneiden tapahtumien avulla toteutetaan myös esimerkissä (6): NUT-partisiipilla *toivottu video* ilmaistaan aiemman tapahtuman eli katsojien toiveen suhdetta nykyiseen tilanteeseen eli videon toteutukseen (ks. VISK § 522). Tässä esimerkissä viittaus aiemmin tapahtuneen ja nykyhetken yhteydestä videon aiheen kannalta ei ole niin selkeä kuin esimerkissä (5), mutta partisiipin avulla luotu menneen ja nykyhetken yhteys implikoi aiempien toiveiden yhteyttä kyseiseen videoon. Vaikka esimerkissä (6) käytetään myös ajan adverbia *nyt*, ei ”adverbi + predikaatti + videon aihe” -rakenne kerro tämän vlogitekstin topiikista, minkä vuoksi aihe täytyy selvittää nykyisen ja menneen ajan suhteen avulla.

Orientaatio-osalle tyypillisiä ovat myös paikan määreet, jos vlogitekstin topiikkina on jokin sellainen aktiviteetti, joka vaatii rekvisiittaa. Tämä ilmenee alla olevista esimerkeistä (7) ja (8).

(7) E: **täällä** ollaan teemun kanssa ja ↑miksi (.) kerro mulle tästä sun ainoasta joululahjatoiveesta minkä sä esitit tänä vuonna

T: no siis **tämä on** (.) **sähköpeli**- onks tätä ennen sun kanavalla näh- näkynykkään (E2)

(8) -- pelinä on bean boozled. **täällä** on tämmönen levy mitä pyöritetään ja se on vähän että (.) mihin kohtaan se jää, **täällä** on kahenlaisii karkkeja jokases värissä (.) toinen on hyvä toinen on [yökkää] (E1)

Paikkaa ilmaistaan lokatiivisilla proadverbeilla, kuten *täällä* ja *tässä*, ja ilmauksia käytetään deiktisesti kohdistamaan katsojan huomio käytettävään rekvisiittaan ja paikkaan, jossa vloggaajat kuvaushetkellä ovat (ks. VISK § 721, 722). Paikan proadverbeja käytetään siis johdonmukaisesti nostamaan esille videon kannalta olennaisia esineitä, kuten videolla maistettavia makeisia (esimerkki 8). Katsojan huomiota ei kiinnitetä samalla tavoin vaikkapa videolla nähtävään vesilasilliseen, jos sillä ei ole videon kannalta merkittävää funktiota. Huomiota rekvisiittaan voidaan kohdistaa myös demonstratiivipronominien avulla, kuten esimerkissä (7) (*tämä on* (.) *sähköpeli*), mutta tässä funktiossa pronominien käyttö ei ole niin yleistä kuin proadverbien. Esimerkin (7) *täällä ollaan* -ilmauksella

kiinnitetään katsojan huomio lokaatioon, mutta ilmauksen avulla vloggaaja kertoo katsojalle myös siitä, että uusi video on taas luvassa. *Täällä ollaan* -ilmauksella onkin tässä kontekstissa samanlainen merkitys kuin esimerkkien (2), (3) ja (4) ajan adverbeilla.

Orientaatiossa luodaan yhteisöllisyyttä ja vuorovaikutuksellisuutta aktiivisen passiivin avulla (ks. Pälli 2003). Vaikka passiivi on verbin persoonaton taivutusmuoto, esiintyy se aineistossa lähes aina monikon 1. persoonan funktiossa ja useimmin siihen on liittynyt persoonapronomini *me*: esimerkiksi *me puhutaan* (M4), *me ollaan*, *me tehdään* (M3). Tällainen persoonakongruenssin poikkeaminen on yleinen puhekielen piirre, ja sen avulla pyritään usein häivyttämään spesifisten ja ei-spesifisten persoonien rajaa (ks. VISK § 1272). Aineistossa tämä tarkoittaa sitä, että pronomilla *me* ei viitata tiettyihin persooneihin, vaan vloggaajaan ja katsojakuntaan ylipäänsä. Aktiivisen passiivin avulla vloggaaja saa myös sisällytettyä itsensä samaan joukkoon katsojiensa kanssa ja näin ollen luotua avoimempaa vuorovaikutusta itsensä ja katsojiensa välille. Toki on myös tapauksia, joissa *me*-pronominilla viitataan tiettyihin henkilöihin: tällaisia ovat esimerkiksi vloggaajien yhteisvideot (*me ollaan tällä hetkellä los angelesissa kaliforniassa* (M3); viittaus vloggaajaan ja hänen videolla esiintyvään kumppaniinsa).

Videoblogin orientaatio-osalle ovat tyypillisiä tarkasteluun, tutkimiseen tai kuvaamiseen liittyvät sananvalinnat. Tällaisia ilmauksia ovat esimerkiksi *käsitellä*, *käydä läpi* ja *puhua*, joilla voidaan Kielitoimiston sanakirjan mukaan viitata esimerkiksi tarkasteluun, havainnollistamiseen, tutkimiseen, pohtimiseen tai kuvaamiseen (KS s.v. *käsitellä*, *käydä*, *puhua*). Tällaiset sananvalinnat yhdistettynä aktiiviseen passiiviin nostavat myös videon katsojat aktiivisiksi toimijoiksi, jotka tutkivat ja tarkastelevat päivän aihetta yhdessä vloggaajan kanssa.

### 3.1.2 Päätös

Päätösosan funktiona on nimensä mukaisesti päättää vlogiteksti. Tämä rakenneosaa esiintyy vlogitekstin lopussa ja sillä pyritään ottamaan kontaktia katsojiin niin, että he palaisivat kanavalle uudestaan, kun uusia videoita julkaistaan. Päätösosaan sisältyy aina lopputervehdys sekä kiitokset videon katsoimisesta, ja vloggaajaa todennäköisesti pidettäisiinkin epäkohteliaana tai kiittämättömänä, jos hän ei sisällyttäisi hyvästejä ja kiitoksia vlogitekstiinsä. Kiitosten avulla katsojia myös kehoitetaan pysymään aktiivisina ja jättämään kommentteja: kehoituksilla vloggaaja pyrkii luomaan ilmapiiriä, jossa katsojat tuntevat mielipiteensä tärkeäksi ja huomionsa arvostetuksi. Kommenttien saaminen todennäköisesti myös motivoi vloggaajaa itseään tuottamaan lisää sisältöä – jos kukaan ei osoita katsovansa vlogivideoita, ei motivaatio videoiden tekemiseen todennäköisesti ole kovin korkea. Tämän vuoksi kommentointiin kehottavia ilmauksia on monessa päätösosassa useampia.

Kuten orientaatio-osalle, on päätöksellekin tyypillistä aktiivisen passiivin sisältävät ilmaukset. Tällainen persoonakongruenssin vastainen passiivi-ilmaus ilmenee yleisimmin lopputervehdyksen ja katsojien hyvästelyn yhteydessä. Jälleen passiivilla pyritään häivyttämään spesifistä persoonaa (ks. VISK § 1272) ja *me*-pronomini viittaa esiintyessään vloggaajaan ja katsojiin yleisesti eikä niinkään tiettyihin henkilöihin.

(9) **nähdään** taas (.) **tulevaisuudessa** (.) uusien karkkivideoiden myötä. toivottavasti parempaa ens kerralla. moi (E1)

(10) mutta (.) pidemmittä puheitta (.) erittäin hyvää viikonloppua(.) kiitos että katsoitte videon ja **me nähdään ensi viikolla**. moi ↑moi (M1)

Lähes jokaisessa vlogitekstissä toistuu ilmaus (*me*) **nähdään**, jolla viitataan jonkun henkilön kohtaamiseen tai tapaamiseen (KS s.v. *nähdä*). Ilmauksella luodaan vaikutelmaa siitä, että jokainen video olisi vloggaajan ja hänen katsojansa henkilökohtainen tapaaminen, ja erityisesti pronominilla *me* luodaan yhteisöllistä ilmapiiriä vloggaajan ja katsojan välille. Näkemiseen yhdistetään useasti tulevaan aikaan viittaavia sananvalintoja, kuten esimerkissä (9) sanalla *tulevaisuus*, tai nykyisen ja tulevan ajan suhdetta ilmaisevalla deiktisellä proadjektiivilla *ensi*, kuten esimerkissä (10) (ks. VISK § 1423; KS s.v. *ensi*, *tulevaisuus*). Tällaisella ilmauksella vloggaaja luo henkilökohtaisen suhteen hänen ja katsojan välille sekä sitouttaa katsojaa tulemaan takaisin myös tulevaisuudessa.

Koska päätösosan merkittävin funktio on saada katsojia kommentoimaan, käytetään kommentointikehotuksen yhteydessä hyvin ehdottomia ilmauksia. Yleisimmin kommentointiin kehoitetaan 2. persoonan imperatiivimuodun avulla, kuten alla olevissa esimerkeissä (11) ja (12). Kuitenkin on mahdollista, että kommentoinnille esitetään ehto *jos*-konjunktion avulla ja näin ollen lauseiden välille syntyy konditionaalinen suhde (ks. VISK § 1134): katsojan täytyy kommentoida, jos ehto kommentointiin täyttyy. Esimerkissä (11) ehtona on, että katsojalle tulee mieleen jotain aiheeseen liittyvää, ja esimerkissä (12) se, että katsoja opiskelee parhaillaan lukiossa. Näitä ehtoja tuskin esitetään täysin pakollisina, ja kommentointi on mahdollista, vaikka katsoja ei esimerkiksi opiskelisiakaan kommentointihetkellä lukiossa. Tällaisella ilmauksella vloggaaja kuitenkin pyrkinee laskemaan asiaan liittyvämmien kommenttien määrää ja lieventämään kommentoinnin ehdottomuutta. Lisäksi esimerkeissä (11) ja (12) käytetään ilmausta *ihmeessä* kommentointikehotuksen vahvistajana (KS s.v. *ihme*).

(11) **kertokaa ihmeessä** kommentteihin **jos** teille tuli mieleen jotain tämän kaltaisia juttuja mitkä saattais ilahduttaa meidän päivää ja helpottaa arkielämää. (M2)

(12) **jos** oot nyt lukiossa (.) niin **kerro ihmeessä** kommentteihin päteekö nää mun (.) vain lukiojutut edelleen -- (M5)

- (13) tää on loppu kiitos kaikille teille että katsoitte tän videon **muistakaa** tutustuu molempien herrojen kanaviin tuolt kuvauksesta [osoittaa alas] (.) se on (.) **vähintä mitä voitte tehdä** -- (E3)

Imperatiivilla voidaan vaatia tai kehottaa tekemään myös muita asioita, kuten esimerkissä (13) yhteistyökumppaneiden kanaviin tutustumista. Video, josta esimerkki (13) on poimittu, on toteutettu yhteistyössä kahden muun vloggaajan kanssa, ja nämä henkilöt myös esiintyvät videolla. Aineistoviideoista noin puolet on toteutettu yhteistyössä muiden vloggaajien kanssa, joten kehotus tutustua toisten vloggaajien kanaviin ei ole kovinkaan harvinainen. Yhteistyökontekstissa kehotukset esitetään usein vaativampina: esimerkissä (13) ei luoda konditionaalisuhdetta, kuten esimerkeissä (11) ja (12), ja suhtaudutaan katsojaan vaativammin sananvalintojen (*muistakaa*) ja retoristen keinojen (*vähintä mitä voitte tehdä*) avulla. *Muistaa*-verbillä viitataan jonkin asian mielessä säilyttämiseen tai mieleen palauttamiseen (KS s.v. *muistaa*), mikä tässä kontekstissa ilmaisee sitä, että katsojan on palautettava mieleensä se, että hänen täytyy vierailta yhteistyökumppaneiden sivuilla. Retoristen keinojen käyttäminen taas ei ole vlogiteksteissä yleistä, mutta tässä yhteydessä retorisisilla keinoilla vloggaaja painottaa omaa kehotustaan. Kommentointiin voidaan kehottaa myös esimerkiksi modaalisten ilmausten avulla, kuten alla olevassa esimerkissä (14).

- (14) käykää tutustumassa teemun kanavaan linkki kuvauksessa tepatus hänellä on lisää tämän-aiheisia -- videoita siellä ja (.) **ihmiset voi heittää** kommentteihin ehdotuksii et miten teemu pitäs haastaa tähän sähkötykseen (E2)

Esimerkissä (14) katsojia kehoitetaan kommentointiin modaalisen ilmauksen *ihmiset voi heittää kommentteihin ehdotuksii* avulla. Modaaliverbillä *voida* ilmaistaan esimerkissä deonttista modaalisuutta (ks. VISK § 1554): ihmisillä on mahdollisuus ja lupa ehdottaa uusia ideoita kommentoimalla. Esimerkissä (14) kehotusta ei esitetä samalla tavalla ehdottomana tai ehdollisena vaatimuksena kuin esimerkeissä (11), (12) ja (13). Kiinnostavaa on, että tässä esimerkissä kehotus osoitetaan katsojille, mutta katsojien persoona on kuitenkin häivytetty kehotuksesta ja subjekti *ihmiset* toimii funktioltaan ikään kuin nollapersoonan kaltaisesti: *kommentteihin voi heittää ehdotuksia* (ks. nollapersoonasta VISK § 1347). Vaikka kyseisellä ilmauksella *ihmiset voi heittää* on selvästi tekijä, viitataan *ihminen*-substantiivin monikolla muihin tai vieraisiin henkilöihin (KS s.v. *ihminen*). Tällainen katsojien asemoiminen vieraaksi on poikkeuksellista, koska vlogiteksti on tyypillisesti hyvin vuorovaikutuksellinen ja katsojat/lukijat osallistava teksti.

Vuorovaikutuksellisen luonteensa mukaisesti vlogitekstin päätösosaan sisältyy tyypillisesti myös katsojille esitetyt kiitokset. Kiitokset esitetään tyypillisesti *kiitos*-substantiivin avulla, jolloin *kiitos* esiintyy omana minilauseenaan ja sitä seuraa tarkennus siitä, minkä vuoksi katsojaa on kiitetty.

- (15) **kiitoksia erittäin paljon** että **katsoitte** tämän videon ja me nähdään (.) ensi viikolla uusien videoiden parissa. moi moi (M2)
- (16) **kiitoksii** (.) ku **tsiigailitte** tän päivän videon. ei voi muuta sanoo ku hattuu nostaa tolle - (E4)

Tarkennuksissa tyypillisimmin käytetään yksikön tai monikon 2. persoonaa, kuten esimerkeissä (15) ja (16), mikä luo jälleen vuorovaikutusta vloggaajan ja katsojan välille (vrt. esimerkiksi *kiitos videon katsomisesta*). Persoonamuotoista finiittiverbiä käyttämällä vloggaaja osoittaa tiedostavansa, että videota katsoo oikea, elävä henkilö, joka on käyttänyt henkilökohtaista aikaansa videon katsomiseen. Kiitosta voidaan vielä tehostaa esimerkiksi määrän suuruutta ilmaisevalla adverbilla ja intensiteettimääritteellä (ks. VISK § 664), kuten esimerkissä (15) *erittäin paljon*.

Vaikka päätösosalle on tyypillistä, että vloggaaja asettaa itsensä jonkinlaiseen auktoriteettiasemaan esimerkiksi käskylauseiden avulla, voi vloggaaja esittää myös omaa epävarmuuttaan ja ikään kuin antaa päätäntävällän katsojalle. Esimerkeissä (17) ja (18) tuodaan esille tällaista suhtautumista katsojia kohtaan asenneadverbilla *toivottavasti* (ks. VISK § 667).

- (17) **toivottavasti** tykkäsit tästä videosta (.) tsekkaa kaikki lisätiedot tuolta alta -- (S1)
- (18) **toivottavasti** joku näistä kohdista oli semmonen (.) mihin te **pystysitte** samaistumaan (.) kertokaa se ihmeessä kommentteihin -- (M1)

*Toivottavasti*-ilmauksen voisi esittää myös muodossa *toivon, että*: vloggaaja siis odottaa tai halua hartaasti, että hänen toiveensa katsojien viihtymisestä toteutuu (KS s.v. *toivoa, toivottavasti*). Lisäksi esimerkissä (18) vloggaaja tuo epävarmuuttaan vielä selkeämmin esille konditionaalimoduksen avulla (*pystyisitte*). *Toivottavasti*-ilmaus myös ikään kuin luo propositionaalista asennetta: adverbia seuraava lause toimii täydennyksenä *toivoa*-verbille ja kuvaa puhujan episteemisiä eli uskon tai luuloon liittyviä tajunnantiloja (ks. VISK § 1561).

### 3.1.3 Havainnollistaminen

Havainnollistamisosan tavoitteena on kuvailla tai antaa esimerkkejä jostain tilanteesta, tuotteesta, ihmisestä tai ihmisryhmästä. Nämä esimerkit voivat liittyä vloggaajan omaan elämään, mutta ne voivat olla myös yleisiä esimerkkejä jostain asiasta – havainnollistamisen tavoitteena ei siis varsinaisesti ole tuoda vloggaajan omaa ääntä kuuluviin. Havainnollistaminen on tyypillistä vlogivideoille, joiden aihepiiri liittyy jonkinlaiseen mielipiteiden kertomiseen, vinkkien antamiseen tai tehtävien suorittamiseen. Tällaisia videoita ovat esimerkiksi erilaiset tuotteiden testaamisvideot, muiden vloggaajien

kanssa toteutetut haastevideot, tiettyyn aihepiiriin (esimerkiksi lukio) liittyvät mielipidevideot tai kokkaus- tai meikkausvideot. Havainnollistamisosa voi esiintyä myös ei-kielellisesti, jos vloggaaja antaa näytellen tai muilla kehonkielen keinoilla esimerkin jostain tapahtumasta tai tilanteesta. Tällöin visuaalinen ero muihin rakenneosiin on tyypillisimmin viistosti sivulta kuvattu kuvakulma (ks. luku 4.1).

Havainnollistamisella voidaan pyrkiä myös tuomaan huumoria vlogitekstin sisältöön. Koska vlogitekstien yksi tärkeimmistä päämääristä on viihdyttää katsojaa, on huumori olennainen osa tekstiä. Humoristisuutta voidaan hakea esimerkiksi ikään kuin satirisoimalla jotain katsojalle samastuttavaa aihetta, kuten esimerkissä (19), tai tekemällä itsensä naurunalaiseksi, kuten esimerkissä (20). Huumori tuotetaan kuitenkin aina positiivisessa valossa, eikä sillä pyritä pilkkaamaan katsojaa, videon ulkopuolista henkilöä tai vloggaajaa itseään.

(19) [näyttelee, puhe nopeutettu] niin moi reiska (.) mä tiedän että (.) et ne mejän vanhojen tanssit on vasta kakstuhatta kaksnyt kaks mut mä vaan mietin et niinku (.) et et jos tota (.) et vaikka niinku jos me< me voitais olla pari (M5)

(20) E: family[pack  
V: [mno meitä on tässä tämmönen kolmen (.)  
E: kolmen kopla  
V: kolmen heteron (1.0) family (E3)

Esimerkissä (19) vloggaaja näyttelee parodisoitua kohtausta lukion vanhojen tanssien parien etsinnästä. Kohtausta implikoi, että vanhojen tanssien parin metsästys olisi jonkinlainen uroteko ja se tulisi aloittaa mahdollisimman ajoissa (*mä tiedän että (.) et ne mejän vanhojen tanssit on vasta kakstuhatta kaskyt kaks*). Kohtauksella pyritään huumorin keinoin samastuttamaan katsojaa vloggaajan kokemuksiin, ja vloggaaja todennäköisesti olettaa, että jokaisella lukion käyneellä työllä on vanhojen tansseista samanlainen kokemus kuin hänellä. Esimerkissä (20) vloggaajat luovat humoristista ilmapiiiriä rinnastamalla kolmen heteromiehen ystäväporukkansa sateenkaariperheeseen. Tällaiset humoristiset ilmaukset (*meitä on tässä tämmönen – – kolmen heteron family*) vaikuttavat lähinnä hyväntahtoiselta vitsailulta, jota vloggaajat voisivat keskenään harrastaa kameroiden ulkopuolellakin, eikä sillä todennäköisesti pyritä loukkaamaan ketään.

Havainnollistamisosa noudattaa pitkälti deskriptiivisen tekstityypin piirteitä. Deskriptiiviselle tekstityypille on tyypillistä adjektiivien sekä olemista tai havaitsemista ilmaisevien verbien esiintyminen: tekstissä usein kuvataan havaintoja, eikä aktiivista toimijaa ole (Werlich 1983: 47; Shore & Mäntynen 2006: 36). Alla olevissa esimerkeissä (21) ja (22) deskriptiivisyys ilmenee intransitiivisina verbeinä, kuten *olla* ja *näyttää*. Tällaiset intransitiivilauseet kuvaavat suuntautumaton ja mahdollisesti staattista toimintaa, joka ei varsinaisesti johda mihinkään tulokseen (VISK § 891).



- (21) -- ja sitte vielä tässä mikä tekee tästä seepran (.) **on** se (.) että siellä **on** suklaa (.) tollasta (.) suklaa tollasii straipei [*stripes*] laitettu siihen (M3)
- (22) aikuiset **on** aika käytännöllisiä (.) ja mukavuudenhaluisia (.) mieluummin kuin että **näyt-täis** hienolta tai **olis** muodikas (M4)

Deskriptiiviselle tekstille on ominaista kuvata tilassa olevia ilmiöitä eikä esimerkiksi narratiivisen tekstin tavoin aikasuhteita (Kauppinen & Laurinen 1987: 59). Tämä ilmenee esimerkeissä (21) ja (22) esimerkiksi kopulalauseina (*aikuiset on aika käytännöllisiä*) ja eksistentiaalilauseina (*siellä on suklaa (.) – – tollasii straipei*). Sekä kopulalauseet että eksistentiaalilauseet ovat aspektiltaan usein tilan kuvauksia, ja ne kuvaavat jonkin asian tai henkilön olemista jossakin tai jonkinlaisena (VISK § 891, 1502). Deskriptiivisyyttä ilmaisevat myös esimerkin (22) useat adjektiivit, kuten *käytännöllinen*, *hieno* tai *muodikas*, sekä statiivinen, havaittavaa tilaa ilmaiseva verbi *näyttää*, jolla tässä kontekstissa viitataan joltakin vaikuttamiseen tai jonkin näköisenä olemiseen (KS s.v. *näyttää*).

Deskriptiiviseen tekstityyppiin liittyy myös se, miten asioita rinnastetaan toisiinsa. Lauseiden välisiä rinnasteisia suhteita ilmaistaan pääasiassa rinnastuskonjunktioilla (VISK § 1121). Alla olevissa esimerkeissä (23) ja (24) esiintyy kahdenlaisia rinnastavia konjunktioita: additiivisia ja disjunktivisia. Esimerkissä (23) additiivinen konnektori *ja* ilmaisee, että rinnastettavilla osilla on jotain yhteistä ja että ne ovat keskenään yhtä päteviä (VISK § 1092): esimerkin tapauksessa kytketään pelin käyttöohjeita toisiinsa. Osien välille ei siis pyritä luomaan vastakohtaisuutta, vertailtavuutta tai kausaalisuutta.

- (23) **ja** ideana että se tässä on kaks viiva neljä pelaajaa **jaa** (.) sillonku se musa loppuu niin se joka painaa nopeiten (.) **niin** tää on niinku reagointipeli (E2)
- (24) [näyttää karkkia] **eli** nää on tämmösii (.) baitseja (*bites*) **eli** nää on vaan pätkitty van pie-nempiin osiin ja täällä on enemmän muitaki makuja ku mansikka. **eli** nää on ilmeisesti sama asia -- (E3)

Esimerkissä (24) disjunkttiivisen konnektorin *eli* avulla ilmaistaan vaihtoehtosuhdetta. *Eli*-konjunktio esiintyy yleisimmin synonyymien rinnastuksessa tai vaihtoehtoisen näkökulman merkitsijänä, kuten myös esimerkissä (24). (VISK § 1098.) Konnektorin avulla esitetään vaihtoehtoisia näkökulmia karkin kuvaamiseen ja ikään kuin siirrytään laajemmasta tarkastelusta yksityiskohtaisempaan: vloggaaja ensin näyttää karkkia, selittää mitä ne ovat ja sen jälkeen vielä kertoo toisin sanoin, minkälaisia karkit ovat. Disjunkttiivisen konnektorin tavoin toimii myös esimerkin (23) *niin*-partikkeli, jonka avulla selitetään pelin käyttöohjeet uudella tavalla (*niin tää on niinku reagointipeli*).

Aineistoni perusteella oman tekemisen selostaminen on videoblogille melko tyypillistä. Tällaista selostamista ilmenee alla olevassa esimerkissä (25), jossa vloggaaja kertoo katsojalle, mitä hänen iltarutiineihinsa tyypillisesti kuuluu.

- (25) **mä pesen** ihan joka iltana kasvot vaikka mä en ois käyttäny sinä päivänä meikkiä (.) **mä aloitan** poistamalla vedenkestävän ripsivärin (.) ja **mä käytän** siihen tämmöstä silmämeikinpoistoainetta ja pumpulia (S1)

Selostaminen tai kuvailu ilmaistaan yleisimmin yksikön 1. persoonaisen ja aikamuodoltaan preesensissä olevien dynaamisten verbien avulla, kuten esimerkissä (25) verbit *pesen*, *aloitan* ja *käytän*. Dynaamisuuden lisäksi nämä verbit ovat myös transittiivisiä eli niiden avulla kuvataan johonkin tulokseen pyrkivää, muutoshakuista tilannetta tai tekoa (ks. VISK § 445, 891). Persoonataivutuksen lisäksi tekijä korostuu persoonapronominin *mä* (~minä) avulla. Näin vloggaaja tuo esille, että rutiinit ovat hänen omia subjektiivisia kokemuksiaan (vrt. *mä pesen kasvot* ~ *kasvot pestään*) ja että kyse on nimenomaan kuvailusta eikä niinkään katsojalle suunnatuista ohjeista.

Havainnollistamisosassa esiintyvät usein myös adverbiaalikonjunktiot *jos* ja *kun*, kuten esimerkeistä (26) ja (27) on havaittavissa. Tämä on tyypillistä erityisesti videoille, joiden tavoitteena on kertoa vloggaajan mielipide jostakin asiasta tai antaa vinkkejä katsojalle. *Jos*- tai *kun*-alkuisia adverbiaalilauseita seuraa lähes aina funktioltaan ongelmana tai ratkaisuna toimiva rakenneosa (ks. luvut 3.2.1 ja 3.2.2).

- (26) **jos** jostain syystä piti mennä käymään opettajanhuoneessa (.) niin siinä alko ain hirveet kuumotukset -- (M1)
- (27) **mieti ku** meet treffeille **ku** oot pelannu vähän tätä peliä (E1)

Adverbiaalilause toimii yhdyslauseessa hallitsevan lauseen määrittäen (VISK § 1111), kuten yllä olevissa esimerkeissä: esimerkissä (26) adverbiaalilause määrittää sitä, miksi ”kuumotukset” alkoivat, ja esimerkissä (27) sitä, mitä vastaanottajan tulee miettiä. Konjunktoiden avulla havainnollistamiseen luodaan erilaisia semanttisia suhteita: esimerkissä (26) konditionaalinen suhde ja esimerkissä (27) temporaalinen suhde. Lisäksi esimerkissä (27) ensimmäinen *kun*-konjunktio luo ikään kuin eksklamatiivilauseen kaltaisen ilmauksen (ks. VISK § 1712), jolla vloggaaja ilmaisee suhtautumistaan kyseiseen aiheeseen (treffeille meneminen pelaamisen jälkeen).

### 3.1.4 Oma kokemus

Oma kokemus -osalla on pitkälti samanlainen funktio kuin havainnollistamisella, sillä myös oman kokemuksen avulla pyritään antamaan esimerkkejä tai havainnollistamaan käsiteltävää aihetta. Nämä rakenneosat usein limittyvät keskenään, ja niiden eroavaisuudet toisistaan ovat hyvinkin tulkinnanvaraisia. Omalla kokemuksella pyritään kuitenkin tuomaan esimerkin lisäksi vlogitekstiin myös vloggaajan henkilökohtaisia kokemuksia ja mahdollisesti persoonallisuutta, kun havainnollistamisen avulla vloggaaja antaa pelkän esimerkin, joka voi liittyä hänen elämäänsä tai olla liittymättä. Oman kokemuksen avulla voidaan myös pelkästään kertoa tarinaa (storytime- eli tarinankerrontavideot) antamatta sen kummempia esimerkkejä. Oma kokemus onkin yleisimmin narratiivista tekstiä, kun havainnollistamisessa ilmenee enemmän deskriptiivisen tekstin piirteitä. Omaa kokemusta ilmaistaan tyypillisesti ilmauksilla, joilla viitataan menneessä ajassa tapahtuneisiin tapahtumiin, kuten esimerkeissä (28) ja (29).

- (28) M: **tullee** joku lapsuuden mehu **mieleen**  
 T: mikäs mehu (.) joku yskällääke (.) ihan ton vaa- makunen  
 M: on tai joku lääke (.) joku semmonen (M3)
- (29) E: jumalauta ei voi olla totta (.) mä **en muistanu** että tää menee näin kovaa sen **unohtaa**  
 joka kerta  
 S: niin unohtaaki oikeesti (E4)

Menneeseen aikaan viittaavia ilmauksia ovat esimerkissä (29) *muistaa* ja *unohtaa*: muistamisella tarkoitetaan jonkun menneen asian mieleen palauttamista, unohtamisella taas jonkun tapahtuneen asian muistista kadottamista (KS s.v. *muistaa*, *unohtaa*). Oman kokemuksen aiheena on siis useimmin jokin puhujalle aiemmin tapahtunut asia, kuten esimerkissä (29) kokemus huvipuistolaitteen vauhdista. Esimerkissä (28) muisteleminen viitataan ilmauksella *tulla mieleen*. Tällä ilmauksella ei varsinaisesti viitata menneeseen aikaan, vaan ennemminkin puhujan sisäiseen ajatusmaailmaan (KS s.v. *mieli*), mutta yhteyttä menneeseen aikaan implikoi ilmaus *lapsuuden mehu*. Koska lapsuudella viitataan ihmisen ensimmäiseen ikäkauteen (KS s.v. *lapsuus*) ja vloggaaja on kyseisen videon kuvaushetkellä jo yli 20-vuotias, on selvää, että keskustelun aiheena on menneessä ajassa tapahtuneet kokemukset. Narratiiviselle tekstille tyypillistä on jäsentää asioita ja tapahtumia ajassa (Werlich 1983: 39). Tämä ilmenee oma kokemus -osassa menneisyyteen viittaamisen lisäksi tapahtumien kronologisella esittämisjärjestyksellä. Kronologisuus on havaittavissa esimerkeissä (30) ja (31).

- (30) ja **sit ku me lähettiin** siit näytöksestä pois me avattiin se ovi (.) niin sen oven edessä seiso miehiä (.) ja siinä oli vissiin yks nainen. ja (.) se yks mies kysy multa sellanen kalju mies että (.) et oliko toi liian pelottava ja **sit se nauro** meille siin jotain (S2)
- (31) kerran me tomaksen kanssa **oltiin** tuolla (.) taapertamassa keskustassa (.) ja meillä molemilla nilkkasukat ja tennarit talvella (.) ja **sit tulee** kaks mummoo vastaan (.) ja käy näin -- (M4)

Kronologista aikajärjestystä ilmaistaan esimerkeissä (30) ja (31) imperfektitempuksella sekä temporaalista suhdetta merkitsevillä konnektoreilla (ks. VISK § 1121). Esimerkissä (30) temporaalisia suhteita lauseiden välille luodaan partikkelilla *sit* (~sitten), joka täsmentää asioiden temporaalista esiintymisjärjestystä (VISK § 1122). *Sitten*-partikkelilla luodaan kronologisuutta tekstiin, joka on kirjoitettu pelkästään menneessä aikamuodossa. Esimerkissä (31) kronologisuutta ilmaistaan *sitten*-partikkelin lisäksi aikamuodon muutoksella: ensin tapahtumaa kuvataan imperfektissä (*oltiin*) ja myöhemmin preesensissä (*tulee*). Vaikka oma kokemus -osassa on narratiivisen tekstityypin piirteitä, se ei ole kokonaan narratiivinen tekstinosa, koska sillä on myös muun muassa deskriptiivisen tekstityypin piirteitä.

Omaa kokemusta ilmaistaan tyypillisesti 1. persoonassa taivutettujen verbien ja yksikön tai monikon 1. persoonaa ilmaisevien persoonapronominien avulla. Näiden piirteiden avulla tuodaan esille, että kyse on nimenomaan vloggaajan omasta kokemuksesta eikä esimerkiksi tuttavalta kuullusta tiedosta. Persoonan näkyvyyttä usein korostetaan *minä*- tai *me*-persoonapronomineilla, kuten alla olevista esimerkeistä (32) ja (33) käy ilmi.

- (32) yläaste oli **meille** just sitä aikaa kun feispuuk alko oleen cool juttu (.) **mä rekisteröidyin** feispuukkiin kasiluokalla (.) ja (.) se oli tietenki tottakai sellanen uus siisti juttu mitä en ollu koskaan ennen kokenut (M1)
- (33) E: arvaa mitä. vonkaputus tää laite sillonku se tuli (.) siinä oli sellanen tee vee mainos.  
S: noo  
E: **mä näyttelin** siinä,  
S: oikeestih ? [nauraa]  
E: joo joo (.) tää< tää on oikee [juttu  
S: [mut **sä oot** siis oikeesti käyny tossa  
E: oon oonhh (.) tottakai **mä jouduin** menee sen vielä sellasen sata kertaa ku se kuvattii niin mont kerta- joo joo (.) mut mun luokka tuli tänne mukaan ja sit **me oltiin** niinku siinä ja mä näyttelin siitä semmosen yhen kohan (E4)

1. persoonan pronominit toimivat puheaktipronomineina, joilla viitataan puhetilanteen osapuoliin (VISK § 716). Puheaktipronomineilla voidaan luoda vlogitekstiin illuusiota siitä, että vlogi olisi ikään kuin vloggaajan ja katsojan välinen keskustelu, jossa katsojan puheenvuoro toteutuu videon kommentteissa (esimerkki 32). Esimerkissä (33) keskustelu käydään kahden vloggaajan välillä, ja *mä*-

ja *sä*-pronomineilla viitataan videolla esiintyvän keskustelun osapuoliin (E ja S). Oman kokemuksen avulla luodaan siis myös vuorovaikutussuhdetta vloggaajan ja katsojan tai kahden vloggajan välille (ks. lisää luku 4).

Toisinaan oman kokemuksen avulla ilmaistaan myös mielipidettä. Tämä on havaittavissa alla olevasta esimerkistä (34), jossa vloggaaja kertoo suosikkihuvipuistolaitteestaan.

- (34) käytiin **mun** (.) yhdessä **vahvassa suosikissa** äsken nimittäin mustekala. se on semmonen hurja (.) mut et mä uskallan siihen semmonen hurja. (E4)

Mielipiteen kertominen oman kokemuksen yhteydessä eroaa mielipiderakennneosasta siten, että puhujan suhtautuminen tai asenne aihetta kohtaan ilmaistaan oman kokemuksen kautta, kun mielipideosassa puhujan mielipidettä voitaisiin perustella oman kokemuksen avulla. Mielipideosalle tyypilliset ilmaukset, kuten *minun mielestäni*, eivät ole oma kokemus -osalle tyypillisiä, vaan mielipide ilmaistaan kielellisesti erilaisin keinoin. Esimerkissä (34) vloggaaja kertoo kokemuksestaan Mustekala-huvipuistolaitteesta käymisestä ja ilmaisee sen olevan hänen erityisessä suosiossaan käyttämällä ilmausta *vahva suosikki* (KS s.v. *suosikki*). Lisäksi hän kuvaa kokemustaan ja laitetta itsessään kertomalla, että ”se on semmonen – – et mä uskallan siihen semmonen hurja”. Kyseinen ilmaus on funktioltaan enemmänkin arvio kuin mielipide, mutta ilmauksen loppuosasta (*et mä uskallan siihen semmonen hurja*) voi päätellä puhujan suhtautuvan laitteeseen myönteisesti. *Uskaltaa*-verbin käyttäminen viittaisi siihen, että vloggaaja ei normaalisti rohkene samankaltaisiin laitteisiin, mutta tämä laite oli hyvä juuri siitä syystä, että hän uskaltautui kokeilemaan sitä. Tämän voi päätellä siitä, että *uskaltaa* esiintyy useimmin myönteisissä yhteyksissä (KS s.v. *uskaltaa*).

## 3.2 Valinnaiset rakenneosat

### 3.2.1 Ongelma/tehtävä

Ongelmaosalla on kaksi melko samanlaista funktiota riippuen vlogivideon lajista ja aiheesta, ja tämän vuoksi nimitän tätä rakenneosaa kahdella nimellä (ongelma tai tehtävä). Rakenneosan funktio riippuu pitkälti videon aiheesta: mielipide- ja niksivideoissa osa esiintyy funktioltaan ongelmana, kun taas arvostelu- ja haastevideoissa tehtävänä. Näen ongelman ja tehtävän kuitenkin samana rakenneosana, koska ne kuvaavat samankaltaisia epäkohtia tai tilanteita ja niille tyypillisimmät kielelliset keinot vastaavat toisiaan. ”Ongelma/tehtävä”-osa toimittaa tekstissä usein samanlaista roolia kuin Hoeyn (2001: 123) ongelmanratkaisumallin tilanne tai ongelma, kun taas ”ratkaisu/suoritus”-osa esiintyy mallin reaktiona tai tuloksena (ks. lisää luku 3.2.2). Erityisesti tehtävfunktiossa ongelmaosa linkittyy

Hoeyn ongelmanratkaisumallissa mainittuun arviointiin (*evaluation*), joka mallissa esiintyy usein reaktion jälkeen (mts. 127–137, ks. myös Mäntynen 2003). Kutsun jatkossa tätä rakenneosaa ongelmaosaksi, mutta esittelen tässä alaluvussa sekä rakenneosan ongelmafunktiota että tehtäväfunktiota.

Mielipide- ja niksivideoissa esiintyvän ongelmaosan avulla tuodaan esille jonkinlainen ongelma, johon tulee saada ratkaisu. Tällainen esille tuotu ongelma voi olla esimerkiksi jonkinlainen epäkohta, jota vloggaaja tahtoo kommentoida tai arkipäiväinen päänvaiva, jonka helpottamiseksi vloggaaja tarjoaa helpon ratkaisun tai vinkin (esimerkki 35). Arvostelu- ja haastevideoissa rakenneosan funktiona on kuvata tehtävän tai kokeilutilanteen kulkua, ohjeistusta tai haastavuuden arviointia. Tehtävän funktiossa rakenneosa esiintyy lähinnä ohjailevana tai arvioivana osana, eikä niinkään ratkaisun vaativana epäkohtana.

- (35) **jos oot** matkalle **lähdössä** (.) tai ehkä ennemminkin matkalta tulossa kotiin ja sulla on ihan törkeästi tavaraa eikä ne meinaa mahtua sun matkalaukkuun // niin kannattaa mielummin pakata niin että rullaa kaikki vaatteet rullalle kuin että viikkais ne -- (M2)

Ongelmaosalle tyypillinen rakenne on *jos*-konjunktion ja preesensin yhdistelmä, kuten esimerkissä (35). *Jos*-konjunktion avulla lauseiden välille luodaan konditionaalinen suhde: ensimmäinen lause tai lauseet esittävät ehdon, jolla jälkimmäisen esittämä asiointi voi toteutua (VISK § 1134). Esimerkissä (35) siis ehto vaatteiden rullaamiselle viikkaamisen sijaan on se, että katsoja on lähdössä matkalle ja hänen tavaransa eivät mahdu matkalaukkuun. Ehtolauseessa esitetään tyypillisesti myös se epäkohta, johon vloggaaja tarjoaa ratkaisua, kuten esimerkissä (35) se, etteivät tavarat mahdu matkalaukkuun. Esimerkistä (35) on havaittavissa ongelma- ja ratkaisuosan (ks. luku 3.2.2) suhde: *jos*-konjunktion avulla luodaan lauseiden välille konditionaalinen suhde, mutta ehto esitetään ongelmaosassa ja asiointi ratkaisuosassa (esimerkissä rakenneosan vaihtuminen on merkitty vinoviivoilla). Koska ehtojen esittäminen on ongelmaosalle tyypillistä, sijaitsee ongelmaosa vlogitekstissä usein juuri ennen ratkaisuosaa.

”Jos + predikaatti” -rakenne muistuttaa pitkälti havainnollistamisosassa esiintyviä ilmauksia, mutta havainnollistamisosassa tyypillisin aikamuoto on imperfekti, kun taas ongelmaosassa preesens. Tämä kertoo siitä, että ongelmaosassa pyritään tuomaan esiin sillä hetkellä, lähimenneisyydessä tai tulevaisuudessa tapahtuva ongelma, johon tulee saada välitön ratkaisu. Havainnollistamisosassa imperfektin avulla annetaan vain esimerkki jostain tilanteesta, johon saatiin tai ei saatu ratkaisua. Havainnollistamisosaa taas seuraa usein ongelma- tai ratkaisuosa.

Ongelmaosassa esiintyy tyypillisesti myös negatiivisen konnotaation saavia sananvalintoja, kuten esimerkissä (36) *stressi*, *päänvaiva*, *kissatappelu* ja *riidellä* tai esimerkissä (37) *virhearvio*. Kaikki nämä sanat liittyvät Kielitoimiston sanakirjan mukaan jonkinlaiseen henkiseen räsitykseen,

ristiriidassa olemiseen tai normaalista poikkeavaan asiaan tai käytökseen (KS s.v. *stressi, päänsärky, tappelu, riidellä, virhearvio*). Vloggaajan negatiivisia muistoja vahvistetaan usein intensiteettipartikkeilla, kuten *erittäin*, ja määrän suuruutta ilmaisevilla adverbeilla, kuten *paljon* (ks. VISK § 656, 664). Negatiivisen konnotaation saavilla ilmauksilla vloggaaja pyrkii tuomaan esiin asian tai tapahtuman ongelmallisuutta, ja tällaiset kielelliset valinnat erottavat ongelmaosan esimerkiksi havainnollistamisosasta.

- (36) lukion kakkosen (.) vanhojen tanssit (.) aiheuttaa **erittäin paljon päänsärkyä** ja **stressiä** varsinkin se parin hankinta (.) nimittäin ainaki mejän koulussa tyttöjä enemmän ku poikia ja (.) jotenh (.) se parien metsästys **meni ihan kissatappeluksi** (.) ja (.) siitä jopa **riideltiin** että kuka on kenenkin pari (M5)
- (37) on muuten lämmin. mä aamulla **tein virhearvion** mä arvioin et tääl ois ollu vähä viilempi -- mut nyt mä **oon taas ylipukeutunu** ja mä oon hikoillu täällä niinku pieni sika mutta -- (E4)

Ongelmaosassa käsitellään tyypillisimmin tapahtumaa tai asiaa, jonka aiheuttajana vloggaaja ei itse ole – tällöin ongelman esittäminen antaa myös mahdollisuuden esitetyn tilanteen arvioinnille tai arvostelulle. Kuitenkin toisinaan vloggaajat tuovat esiin myös heistä itsestään aiheutuneita negatiivisia tilanteita, kuten esimerkissä (37), jossa vloggaaja kertoo tehneensä sään suhteen virhearvion ja pukeutuneensa liian lämpimästi. Tällaisille ilmauksille tyypillistä on kausalisuus (ks. VISK § 1128): vloggaaja kertoo tehneensä virheen ja sen, mitä virheestä on seurannut (*olen hikoillut, koska ylipukeuduin*). Esimerkissä (37) vloggaaja myös ikään kuin arvioi omaa suoriutumistaan: adverbilla *taas* ilmaistaan asiantilan toistuvuutta (ks. VISK § 651), joten vloggaaja ilmaisee tehneensä saman virheen aikaisemminkin ja näin ollen arvioi pukeutumisvalintansa aiempien kokemusten perusteella epäonnistuneeksi.

Ongelmaosassa luodaan usein myös vuorovaikutusta katsojan ja vloggaajan välille 2. persoonassa taivutettujen verbien ja kysymysten avulla. Tämä on havaittavissa alla olevasta esimerkistä (38) ja aiemmin esitetystä esimerkistä (35).

- (38) **tiiättekö sen tunteen** (.) ku näyttää jollekki vähän vanhemmalle ihmiselle (.) vaikka jotain hassua kuvaa puhelimesta -- niin joka kerta sen ihmisen (.) täytyy ottaa se puhelin omiin käsiin (.) ja se on niin **raivostuttavaa** (M4)

Esimerkissä (38) vloggaaja osoittaa kysymyksen katsojilleen 2. persoonassa taivutetun vaihtokysymyksen *tiiättekö* (~tiedättekö) avulla ja tuo esille sen, miten tilanne häntä suututtaa, aseneadjektiivilla *raivostuttava* (KS s.v. *raivostuttaa*). Kysymyksen esittämisessä lienee taustaoletus siitä, että katsoja vastaa kyllä. Näin ollen vloggaaja pyrkii luomaan samastumisen tunnetta kertomalla

tapahtumasta, jonka myös katsoja on joskus kokenut. Samastuminen herättäneekä katsojassa myös kiinnostuksen tietää vloggaajan mielipide ongelmasta, jonka katsoja on itsekin kohdannut. Lisäksi ilmaus *se tunne* viittaa internetissä liikkuvaan meemi-ilmaukseen *se tunne kun*, joka esimerkiksi Urbaanin sanakirjan (2011) mukaan kerää paljon huomiota ja tykkäyksiä sosiaalisessa mediassa.

Ongelmaosassa esiintyy usein narratiiviselle tekstille tyypillisiä piirteitä: tapahtumat tai asiat sijoitetaan kronologiselle aikasuoralle ja asioita jäsennetään ajassa esimerkiksi tilan sijaan (Werlich 1983: 39; Kauppinen & Laurinen 1987: 58). Tämä käy ilmi esimerkiksi alla olevasta esimerkistä (39).

- (39) ja **lähin** ihan innoissani johonki mä en muista johonki kauppaan tyyliin (.) mä **ajoin** niin (.) hitaasti (.) ku voi vaan ajaa paljon paljon hitaammin ku normi kävely et mä olin niinku **just** siinä ovella (.) nii **sit** joku mies **juoksee** ihan täysiä mu- niinku mua päin (.) silleen et se törmää muhun (.) siis **aivan täysiä** (S2)

Esimerkissä (39) narratiivisuus syntyy aikamuotojen vaihtelusta imperfektistä (*lähdin*, *ajoin*) preesensiin (*juoksee*) sekä ajan adverbien *sitten* ja *juuri* (~just) käytöstä. *Sitten* ja *juuri* ovat deiktisiä ajankohdan adverbeja, ja niiden avulla tapahtumia suhteutetaan puhehetkeen ja luodaan tekstiin kronologista sidosteisuutta (VISK § 649). Tarinallisuutta korostaa myös kyseisen videon tarinankerrontateema. Aineistoni perusteella narratiivisuuden yhteydessä ovat tyypillisiä myös erilaiset aste- tai intensiteettimääritteet (ks. VISK § 615), kuten *aivan*, tai esimerkiksi suureen tehoon, intensiteettiin tai voimaan viittaavat ilmaukset, kuten *täysillä* (KS s.v. *täysi*). Tällaisilla ilmauksilla vloggaaja pyrkinee tuomaan kertomukseensa jännitystä ja mielenkiintoa, jotta katsoja jaksaisi seurata mahdollisesti arkipäiväiseltä kuulostavaa kertomusta. Narratiivisen luonteensa vuoksi ongelmaosa liittyy vahvasti oma kokemus -osan kanssa. Ongelmaosalla pyritään kuitenkin kuvaamaan jotain erityistä ongelmaa, kun taas omalla kokemuksella kerrotaan vain tapahtumista ja tilanteista, joita vloggaajalle on sattunut. Osien kielellinen raja on hyvin häilyvä, mutta funktio kuitenkin erottaa ne toisistaan.

Ongelmaosan funktiona voi olla myös tehtävän tai suorituksen kuvaaminen. Tällöin rakenneosan aikana pyritään tyypillisimmin kielellistämään suorituksen aloittamista tai kuvaamaan suorituksen haastavuutta ennen itse suoritusta, kuten esimerkeissä (40) ja (41).

- (40) M: oi voi jätetäänks me pahin vikaks vai  
E: **jätetään pahin vikaks**  
E: räkä (.) tai mehukas päärynä  
M: mä en halua tietää miltä räkä maistuu  
E: nonii **annetaan mennä** (E1)
- (41) M: tää on joku piparminttu suklaa (.) ja sitten cookies and cream (.) uu --  
T: näissä **on kiva tää ulkomuoto** näytäppä  
M: erittäin hurmaava ulkomuoto (.) näyttää ihan sairaan kivalta [näyttää kameralle]  
T: noniin (.) täräytetäänpä maistiaiset (.) **ootko valmis** (M3)



Esimerkissä (40) vloggaaja E kuvaa suorituksen haastavuutta ilmoittamalla, että vloggaajat jättävät pahimman makuisen karkin maistamisen viimeiseksi. Superlatiivi *pahin* luo ennako-oletuksen siitä, että muutkin maistettavat karkit ovat pahoja, mikä kertoo vloggaajien suhtautumisesta karkkihaasteen haasteellisuuteen (KS s.v. *paha*). Myös E:n ilmaus *annetaan mennä* luo vaikutelmaa siitä, että suoritukseen tulisi valmistautua henkisesti tai fyysisesti. Tällä ilmauksella ilmaistaan myös suorituksen aloittamista, ja sitä voisi verrata orientaatio-osassa ilmenevään aktiiviseen passiiviin, jolla usein myös siirrytään orientaatiosta aiheen käsittelyyn. Myös esimerkissä (41) arvioidaan suorituksen haastavuutta ennen itse suoritusta ilmauksella *näissä [karkeissa] on kiva tää ulkomuoto*. Adjektiivi *kiva* kertoo vloggaajan suhtautumisesta karkkeihin miellyttävänä (KS s.v. *kiva*), mistä voi olettaa, että vloggaaja suhtautuu myös itse suoritukseen myönteisesti. Esimerkissä (41) suoritukseen siirtymistä kuvataan T:n esittämällä kysymyksellä *ootko valmis*, jolla tiedustellaan M:n suostuvaisuutta tai halukkuutta tehtävän aloittamiseen (KS s.v. *valmis*).

Myös esimerkeissä (42) ja (43) arvioidaan suorituksen haastavuutta. Nämä esimerkit kuitenkin eroavat aiemmista, sillä niissä ilmaistaan oman tai toisen vloggaajan suorituksen arvioimista ja ikään kuin luodaan kilpailuasetelmaa vloggaajien välille.

- (42) E: [pelaa] siis **tajuuksä mikä paine tässä on**  
 T: kädet tärisee ihan huolel  
 T: [nauraa] mikset sä pidä niit pohjassa  
 E: no ku mun sormet ei toimi (.) mun sormet ei toimi teemu (E2)
- (43) E: sun on pakko maistaa tota mätämunaa (.) oikeesti (.) mä **haluun nähä pystyksä siihen**  
 M: mä **otan haasteen vastaan**  
 E: ota (.) nyt etit sen [yskii] oikeesti **toi oli pahempi** ku se räkä (E1)

Esimerkissä (42) vloggaaja E puhuttelee T:tä verbillä, joka on taivutettu yksikön 2. persoonassa ja johon on kliittistynyt persoonapronomini *sä* (~sinä). Kysymys *tajuatko* ilmaisee sitä, että E haluaa tietää, tiedostaako T suorituksesta koituvan paineen (KS s.v. *tajuta*). Tästä voi päätellä, että E arvioi nimenomaan omaa suoritustaan haastavaksi, koska hän kysymyksellään olettaa, ettei T tiedosta suorituksen haastavuutta. Oman suorituksen arvioinnin voi todeta myös visuaalisesti: videota katsoessa katsoja näkee, että tehtävää suorittaa pelkästään E. Esimerkissä (43) vloggaajat luovat kilpailuasetelmaa toistensa välille. Ilmaus *haluun nähä pystyksä siihen* kertoo siitä, että E olettaa, ettei M olisi tarpeeksi taitava tai kykenevä tehtävän suorittamiseen (KS s.v. *pystyä*). Lisäksi E:n oman, vastaavanlaisen suorituksen haastavuutta kuvataan vertaamalla äsken syötyä karkkia aiempiin komparatiivin *pahempi kuin* (KS s.v. *paha*) avulla ja tehostamalla ilmausta intensiteettimääritteellä *oikeasti* (ks. VISK § 666). M jatkaa kilpailuasetelman luomista ilmauksella *otan haasteen vastaan*, jonka avulla hän kertoo vastaavansa esitettyyn kilpailukutsuun (KS s.v. *haaste*).

Tehtäväfunktiossa ”ongelma/tehtävä”-osa limittyy vahvasti yhteenveto-osan kanssa, jolle suorituksen arviointi on myös tyypillistä (ks. luku 3.2.3). ”Ongelma/tehtävä”-osassa kuitenkin suoritusta arvioidaan ennen tehtävän aloittamista, kun taas yhteenveto-osassa arviointi tapahtuu suorituksen jälkeen. Tämä johtuu siitä, että yhteenveto-osa on sijainniltaan sidottu päätösosaan, joka taas sijaitsee aina vlogitekstin lopussa.

”Ongelma/tehtävä”-osan määrittäminen on muita rakenneosia haastavampaa, sillä sen rakenne ja tyypilliset kielelliset piirteet varioivat rakenneosan funktiosta riippuen. Joissain tapauksissa ”ongelma/tehtävä”-osa on tunnistettavissa pelkästä kontekstista, mutta tyypillisesti tietyt kielelliset valinnat, kuten ongelmallisuuden liittyvät sananvalinnat, kertovat rakenneosan olevan ”ongelma/tehtävä”. Näiden samantyylisten kielellisten valintojen vuoksi määrittelen ongelman ja tehtävän samaksi rakenneosaksi, vaikka ne eroavatkin toisistaan funktioltaan ja toisinaan niitä ilmaistaan kielellisesti erilaisilla tavoilla.

### 3.2.2 Ratkaisu/suoritus

”Ratkaisu/suoritus”-osa on lähes aina sidoksissa ”ongelma/tehtävä”-osaan ja myös sen funktio riippuu siitä, millainen funktio sitä edeltävällä rakenneosalla on. Jos ongelmaosan funktiona on tuoda esille jonkinlainen epäkohta tai päänvaiva, on ratkaisuosan funktiona silloin esittää tähän epäkohtaan ratkaisu. Jos taas ongelmaosan avulla ilmaistaan tehtävän alkua tai arvioidaan sen haastavuutta, on ratkaisuosan funktiona kielellistää suorituksen kulkua. Ongelmaosan tavoin ratkaisuosan funktio vaihtelee vlogivideon aiheen ja vloggaajan tyylin mukaan. Toisinaan ratkaisuosa esiintyy myös esimerkiksi havainnollistamis- tai oma kokemus -osan läheisyydessä – tällöin ratkaisuosan funktiona on yleisimmin esittää havainnollistetun tilanteen lopputulos tai seuraukset (vrt. ongelmatilanteesta ratkaisuun). Kuten ongelmaosaa, kutsun myös ”ratkaisu/suoritus”-osaa jatkossa selkeyden vuoksi ratkaisuosaksi, mutta analysoin tässä alaluvussa myös sen suoritusfunktioita.

Ratkaisufunktiossa rakenneosa esiintyy usein käskevänä ja sille ovatkin tyypillisiä imperatiivimoduksiset verbit sekä erilaiset ohjeistamiseen ja käskemiseen liittyvät sananvalinnat, kuten *kannattaa* ja *vinkki* (KS s.v. *kannattaa*, *vinkki*). Imperatiivi ja muut ohjailevat ilmaukset ovat tyypillisiä instruktiiviselle tekstityypille (ks. Werlich 1983: 41), ja niitä esiintyy ratkaisuosassa melko säännöllisesti. Tämä kertoo ratkaisuosan direktiivisestä luonteesta (ks. direktiivisyydestä VISK § 1645). Ratkaisun esittämisen yhteydessä esiintyy usein erilaisia vloggaajan mielipidettä vahvistavia ilmauksia, kuten modaalipartikkeli *varmasti* (esimerkki 44) ja intensiteettimääritteen tavoin toimiva partikkeli *todellakin* (esimerkki 46). Vahvistavana ilmauksena voidaan tulkita myös esimerkin (46) englanninkielinen ilmaus *do it*, koska vloggaaja tietoisesti käyttää koodinvaihtoa kiinnittääkseen katsojan huomion ilmaukseen.

- (44) jos oot yksin kotona ja sulla on tosi yksinäinen fiilis // (.) **niin** kato kauhuleffa (.) sen jälkeen susta ei **varmasti** tunnu että oisit yksin (.) (M2)
- (45) tiiättekö sen tunteen ku pitää sellasta rihkamasormusta sormessa koko päivän ja siitä jää semmoset tummat rinkulat sormen ympärille (.) // **kannattaa** lakata sen sormuksen sisäpuoli (.) kirkaalla kynsilakalla (.) **niin** tätä ongelmaa ei ole **enää** (M2)
- (46) ja ihan **vinkkinä** niille jotka ei oo vielä tanssinu vanhojen tansseja (.) se pari (.) **todella-kin kannattaa** hankkia ajoissa tytöt hankkikaa se pari ajoissa koska pojat ei kuitenkaan sitä tee pojat vaan oottaa että niitä pyydetään joten (1.0) **do it** (M5)

Jos ongelmaosassa esitetään *jos*-konjunktion avulla ehtolause (ks. luku 3.2.1), ilmaistaan ratkaisuosalla tällöin asiaintilaa, joka vallitsee, jos ehto toteutuu. Tämä on havaittavissa esimerkeistä (44) ja (45), joissa ongelmaosan ja ratkaisuosan raja on merkitty vinoviivoilla (/). Vaikka esimerkissä (45) esiintyvällä *kun*-konjunktilla ilmaistaan usein temporaalista suhdetta, voidaan sen tässä kontekstissa tulkita ilmaisevan konditionaalista suhdetta, koska *kun*-konjunktilla alkava lause ei esitä tiettyä yksittäistä tapahtumaa (ks. VISK § 1137). Konditionaalisen suhteen muodostavia lauseita yhdistää usein lausumapartikkeli *niin*, kuten esimerkissä (44). *Niin*-partikkelilla voidaan myös yhdistää perättäisiä päälauseita, jolloin lauseille muodostuu kausaalisen kaltainen suhde. (VISK § 811.) Näin on esimerkissä (45), jossa *niin*-partikkelin avulla syntyy kausaalinen suhde kynsilakalla lakkaamisen ja ongelman poistumisen välille. Kausaalista suhteesta kertoo myös temporaalinen fokuspartikkeli *enää* (ks. VISK § 850). Vaikka harvat vlogiteksteissä esiintyvät ilmaukset noudattavat täysin yleis-kielen normeja ja sanajärjestystä, vaikuttaa ratkaisuosassa esiintyvän poikkeuksellisen paljon muun muassa lausumapartikkeleita. Tämä johtunee rakenneosan instruktiivisesta luonteesta, ja suorat käskylauseet voivat tuntua usean minuutin monologin omaisessa videossa töksähtäviltä, minkä vuoksi lausumapartikkeleilla voidaan pyrkiä luomaan sidosteisuutta.

Toisinaan ratkaisuosassa esiintyy myös narratiiviselle tekstille tyypillisiä piirteitä, kuten kronologista aikasuhteita ilmaisevia konnektoreita (ks. Kauppinen & Laurinen 1987: 58; VISK § 1121). Esimerkissä (47) temporaalista suhdetta luodaan konnektorilla *sen jälkeen*. Konnektori myös ikään kuin erottaa toisistaan ongelma- ja ratkaisuosan, jotka ovat temporaalisessa suhteessa toisiinsa (ratkaisu seuraa ongelmaa). Seuraavaan ongelmaosaan siirtymistä ilmaisee *mutta*-konjunktio, jonka avulla luodaan kontrastiivista suhdetta lauseiden välille eli esitetään lauseet toisilleen vastakkaisina (VISK § 1101). Koska ongelma ja ratkaisu voidaan nähdä funktioltaan toisilleen vastakkaisina, on *mutta*-konjunktio selvä ilmaus siirtymisestä rakenneosasta toiseen. Lisäksi *mutta* voi lausumapartikkelina kytkeä etäällä toisistaan olevia puheen osia toisiinsa (VISK § 1034), kuten esimerkissä (47) kytketään aiemmin esitettyä ongelmaosaa jälkimmäiseen.

- (47) mä ajoin niin (.) hitaasti (.) -- joku mies juoksee ihan täysiä mu- niinku mua päin (.) silleen et se törmää muhun (.) siis aivan täysiä -- (.) // mä lähin **sen jälkeen** terveyskeskukseen koska mul sattu tosi paljon käteen -- // **mut** ↑sit ku mä pääsin vihdoinki (.) terveyskeskuksen sinne (.) ää (0.5) niinkuu (.) vastaanotolle -- (S2)

Esimerkissä (47) ratkaisufunktio käy ilmi kontekstin kautta. Kyseisessä esimerkissä ongelmaksi muodostuu mies, joka on juossut vloggaajaa päin, ja tälle tilanteelle ratkaisuksi vloggaaja esittää terveyskeskukseen menemisen (rakenneosien rajat on merkitty vinoviivoilla). Ratkaisun jälkeen vloggaaja esittää uuden ongelman. Ratkaisuosan tunnistaminen on siis tässä tapauksessa kontekstisidonnaista, sillä esimerkissä ei esiinny tiettyjä kielellisiä piirteitä, joista ratkaisuosan voisi tunnistaa. Tällaiset kontekstisidonnaiset ratkaisuosat ovat tyypillisiä tarinankerrontavideoille, joissa vloggaaja usein esittää vain pitkän narratiivin. Tällaisissa tapauksissa sekä ratkaisu- että ongelmaosa limittyvät vahvasti oman kokemuksen kanssa, ja niiden eron voikin tunnistaa vain tekstin kontekstin kautta.

Koska suoritusfunktiossa ratkaisuosan tarkoituksena on kuvata tehtävän suoritusta, voi se esiintyä myös ei-kielellisesti. Tällöin vlogitekstin visuaaliset elementit ovat tärkeitä: jos katsoja ei näe vloggaajan suorittavan tehtävää, hänen voi olla vaikeaa päätellä suorituksen olevan käynnissä. Suorituksen aikana usein ilmaistaan kielellisesti suorituksen haastavuutta tai tuodaan esiin muita suoritukseen olennaisesti liittyviä asioita, kuten esimerkeissä (48) ja (49).

- (48) E&M: [syövät]  
 M: ↑tää on oksennus↑  
 E: [yskii] niin on tääki [yskii]  
 M: **pitääkö tää syyä** (.) mää en haluu maistaa tätä  
 E: **pitää** (.) **hyi tää on pahaa** (.) tää on oksennus (.) tää jää vaan(.) kummittelemaan tänne  
 M: ääh hyi että siis se maistuu vieläki suussa  
 E: joo on kyllä aika hyvin saatu oksennuksen maku  
 M: hyi että mulla tulee oksennusrefleksi (E1)
- (49) E: ehkä me skipataan ne harjotukset tää on nyt tuntematon biisi et kyllä täs saa käyttää sen harjotuksen  
 T: ei  
 E: ai ei okei suoraan asiaan  
 T: **emmä tullu liedosta asti tänne pelleilemään** [pelaa]  
 T: **tää on helppo**  
 E: no ei oo mulle ku pitää pitää pohjassa (E2)

Videolla, josta esimerkki (48) on poimittu, vloggaajat maistelevat karkkeja, jotka ovat ulkomuodoltaan samanlaisia, mutta maultaan joko hyviä tai pahoja. Esimerkissä (48) suoritus alkaa siis siitä, kun vloggaajat syövät karkit, jonka jälkeen he esittävät suorituksen aikana arviointia suorituksen haastavuudesta toteamalla karkkien maistuvan pahalta. Negatiivista kokemusta painotetaan useasti

toistuvalla interjektioilla *hyi* (KS s.v. *hyi*). Lisäksi vloggaaja M kyseenalaistaa tilanteen välttämättömyyttä kysymällä *pitääkö tää syyä*, johon E toteaa, että tehtävä täytyy suorittaa (KS s.v. *pitää*). Tällaisilla ilmauksilla vloggaajat sitouttavat toisiaan tehtävän suorittamiseen, vaikka se tuntuisikin haastavalta. Suoritusfunktiossa ratkaisuosalla pyritään todennäköisesti myös viihdyttämään katsojia, sillä vloggaajat usein reagoivat hyvin voimakkaasti kielellisesti (*hyi*-interjektion toistaminen) ja visuaalisesti (esimerkiksi irvisteleminen) tehtävän, kuten pahanmakuisten karkkien maisteleminen, suorittamiseen. Viihdearvosta kertoo myös se, että erilaiset haastevideot ovat Youtubessa erittäin suosittuja.

Suorituksen arviointia toteutetaan myös esimerkissä (49), jossa vloggaaja T toteaa suorituksesta, että ”*tää on helppo*”. Tällä ilmauksella T arvioi suorittamansa tehtävän vähän työtä tai taitoa vaativaksi (KS s.v. *helppo*). Kuitenkin E toteaa, että suoritus ei ole hänelle helppo (*no ei oo mulle*), mikä luo vastakkainasettelua vloggaajien välille. Koska esimerkissä (49) on kyse kilpailusta, luovat edellä mainitut ilmaukset myös eräänlaista kilpailuasetelmaa vloggaajien välille. Kilpailuasetelmaa luo myös lause *emmä tullu liedosta asti tänne pelleilemään*: T toteaa siis, että hän on siirtynyt toisesta lokaatiosta kuvauspaikalle, mikä oletettavasti on vienyt häneltä aikaa, eikä sen takia aio pilaila tehtävän suorittamisella (KS s.v. *pelleillä*). Lisäksi kyseisellä lausahduksella todennäköisesti pyritään myös viihdyttämään katsojaa, sillä myös T tuottaa sisältöä Youtubeen ja hänet tunnetaan myös nimellä *Liedon Hurja*.

Suorituksen arvioinnin osalta ”ratkaisu/suoritus”-osa muistuttaa ”ongelma/tehtävä”-osaa, mutta ratkaisuosassa suorituksen arviointi toteutetaan suorituksen aikana, kun taas ongelmaosassa suorituksen haastavuutta arvioidaan ennen suoritusta. Ongelma/tehtävä, ratkaisu/suoritus ja yhteenvedo muodostavatkin eräänlaisen arvioinnin jatkumon, sillä kaikille osille arviointi on tyypillistä, mutta arviointi tapahtuu suorituksen eri vaiheissa. Tämän vuoksi rakenneosat esiintyvätkin usein lähellä toisiaan (ks. rakenneosien järjestäytymisestä luku 3.3).

### 3.2.3 Yhteenvedo

Yhteenvedo-osan tärkeimpänä funktiona on koota videolla käsitellyt asiat ja vetää yhteen esimerkiksi vloggaajan mielipiteet tai tuotetestin tulokset. Yhteenvedo-osaa voisikin verrata funktioltaan esimerkiksi opinnäytetyön päätäntöön, jonka tarkoituksena on esittää tutkimuksen tulokset ja niistä tehdyt päätelmät sekä arvioida tutkimuksen onnistuneisuutta (ks. esim. Kniivilä, Lindblom-Ylänne & Mäntynen 2012: 74). Toki vlogitekstin yhteenvedo ei vastaa tyyliltään tai sisällöltään tieteellisen tekstin päätäntöä, mutta yhteneväisiä funktioita on kuitenkin löydettävissä. Yhteenvedo on samankaltainen päätösosan kanssa, mutta toisin kuin päätöksessä, ei yhteenvedo-osassa vielä varsinaisesti oteta kontaktia katsojaan tai velvoiteta katsojaa toimimaan tietyllä tavalla. Tämän vuoksi yhteenvedo-osa ei

esiinny yhtä usein kuin päätösosa ja se voi esiintyä myös päätösosaan sulautuneena itsenäisenä rakenneosana toimimisen sijaan.

Vaikka yhteenvedossa ei oteta katsojiin kontaktia, on kontaktin ottaminen mahdolliseen toiseen (paikalla olevaan tai poissaolevaan) vloggaajaan kuitenkin yleistä. Kahden tai useamman vloggaajan yhteisvideoilla yhteenvedoon liittyy usein toisen osallistujan kiittäminen osallistumisesta, kuten alla olevassa esimerkissä (50). Yhteisvideoille tyypillistä on jonkinlainen kilpailu tai arvostelu, joten yhteenvedo-osassa usein kerrotaan kilpailun tai arvostelun voittaja, kuten esimerkissä (51).

- (50) E: tää on nyt loppuhuipennus (.) suuri **kiitos teille molemmille** että olitte tässä videossa mukana --  
 J: ki- kiitos kun kutsuit (.) tai (.) käskit  
 E: käskit [nauraa] en käskeny (.) kysyin vaan haluaisitteko @no joo@ (E3)
- (51) tässä oli meidän kaikki (.) maistelutuotteet (.) ja täytyy kyllä nyt sanoa (.) että taisi käydä niin (.) että **ylivoimainen voittaja on** (M3)

Koska yhteisvideoiden topiikki liittyy yleensä jonkinlaiseen kilpailuun tai tuote-arvosteluun, voi yhteenvedon funktiona olla myös videolla tapahtuneen toiminnan arviointi. Alla olevassa esimerkissä (52) vloggaaja (E) toteaa hävinneensä ja arvioi suoritustaan ilmauksella *aika onneton suoritus*. Ilmaus *onneton suoritus* kuvaa esimerkiksi surkeaa, kehnoa, kurjaa tai epäonnistunutta suoritusta (KS s.v. *onneton*), ja intensiteettipartikkelilla *aika* vahvistetaan suorituksen epäonnistuneisuutta. Vloggaaja korostaa myös omaa häviämistään sävypartikkelilla *kyllä*. Samalla partikkelilla hän myös toteaa tietonsa todeksi ja vakuuttaa sen paikkansapitävyyttä (VISK § 1608).

- (52) E: no (.) mä hävisi< **mä hävisin nyt kyllä** tän tää oli **aika onneton suoritus** multa --  
 V: nii+i (.) **sä oisit pystyny** siihen (E5)

Yhteenvedo-osassa voidaan myös ilmaista vloggaajan motivaatiota videon tekemiseen. Motivaatio tuodaan esille menneeseen viittaavilla sananvalinnoilla, kuten alla olevissa esimerkeissä (53) ja (54) verbeillä *muistella* tai *kertoa*.

- (53) mut täs oli muutama mun (.) tällanen (.) tarina jotka ei ollu ehkä niin (.) kivoja mut toisaalta oli ihan huvittavia niitä **on kiva muistella** tälleen jälkeinpäin. tai no ei ehkä niin kiva mut silleen niit **on hauska kertoa** eteenpäin. (S2)
- (54) mä **ikävöin tosi paljon lukioaikoja** se oli ihan parasta aikaa ja (.) **oli hauska muistella** niitä tässä videon muodossa (.) -- (M5)

Muistelemisella viitataan menneiden asioiden pohtimiseen tai kertomiseen ja kertomisella taas jonkin asian kuvailemiseen tai selostamiseen (KS s.v. *muistella*, *kertoa*) – on siis selvää, että kyse on

menneiden tapahtumien kuvailusta. Kuten esimerkeissä (53) ja (54), motivaatio tuodaan esille rakenteella *olla* + adjektiivipredikaatti + A-infinitiivi, jossa infinitiiviverbi toimii lauseen subjektina (ks. VISK § 504). Tällaisella rakenteella tuodaan ilmi se, että asian muisteleminen tai siitä kertominen on jonkinlaista – esimerkkien tapauksessa *hauskaa* tai *kivaa*. Adjektiivit *hauska* ja *kiva* ovat asenneadjektiiveja, koska niillä kuvataan puhujan subjektiivista arviota kyseisestä asiasta (VISK § 605). Näin ollen vloggaaja tuo tällaisella ilmauksella esiin sen, että motivaatio videon tekemiseen on kummunnut hänen (myönteisestä) subjektiivisesta asenteestaan videon aihetta kohtaan. Lisäksi esimerkin (54) ilmaus *ikävöin tosi paljon lukioaikoja* kertoo jälleen vloggaajan asenteesta videon aihetta (lukion käyminen) kohtaan: verbillä *ikävöidä* viitataan ikävän tunteeseen ja jonkin asian tai ihmisen kaipaamiseen (KS s.v. *ikävöidä*), ja ilmausta vahvistetaan määrän suuruutta ilmaisevalla adverbilla ja intensiteettimääritteellä (ks. VISK § 664).

Yhteenvedolle tyypillisiä ovat imperfektitempuksiset verbit, kuten aiemmista esimerkeistä käy ilmi. Yhteenvedo esiintyy funktioltaan melko samanlaisena kuin oma kokemus (ks. luku 3.1.4), joten myös tyypilliset kielelliset piirteet, kuten tässä tapauksessa aikamuoto, ovat näillä osilla melko samanlaisia. Imperfektin avulla yhteenvedossa voidaan oman kokemuksen tavoin viitata menneeseen aikaan, kuten esimerkissä (54) lukio-opintoihin (*se oli ihan parasta aikaa*). Yleisempää kuitenkin on, että imperfektiä käytetään viittaamaan kyseisessä videossa käsiteltyyn aiheeseen, kuten alla olevissa esimerkeissä (55) ja (56). Tällöin videon topiikkiin viitataan yleisimmin imperfektin ja demonstratiivipronominin avulla.

(55) **tässä** oli mun (.) vain yläaste juttuja – (M1)

(56) -- **tää** video oli **tässä**. kertokaa ihmeessä kommentteihin -- (M3)

Demonstratiivipronominien *tää* (~tämä) ja *tässä* avulla vloggaaja ilmaisee puheen tarkoitteen kuuluvan puhujan huomiopiiriin (VISK § 720). Ilmausta voi verrata siihen, että vloggaaja kiinnittäisi katsojan huomion johonkin hänellä olevaan esineeseen – esimerkkien tapauksissa pronomineilla kiinnitetään huomio kuitenkin abstraktimpaan tarkoitteeseen eli kuluvaan videoon ja siinä käsiteltyyn aiheeseen. Demonstratiivipronominin toimivat myös kokoavana elementtinä ja niiden avulla kiinnitetään katsojan huomio siihen, että video on nyt päättymässä. Videon päättymistä ilmaistaan imperfektin ja proadverbin *tässä* avulla. *Tässä* viittaa usein puhujan lähellä tai huomiopiirissä olevaan paikkaan (ks. VISK § 728) ja imperfekti menneeseen aikaan: vloggaaja ikään kuin kertoo, että video oli *tässä*, hänen ja katsojan huomiopiirissä, mutta ei ole enää, koska se on päättymässä. *Tässä*-proadverbin voisi *tässä* tilanteessa tulkita myös temporaalista suhdetta ilmaisevaksi.

### 3.2.4 Mieli-pide

Mieli-pidejakson funktiona on esittää vloggaajan mieli-pide tietystä tuotteesta, asiasta tai tapahtumasta. Mieli-pidejakso esiintyy tyypillisimmin erilaisilla tuotetestausvideoilla, joilla testattavana on mahdollisesti yritys-yhteistyön kautta saatuja tuotteita. Mieli-piteen esittäminen ei kuitenkaan ole suoraan yhteydessä mainostamisosaan (ks. luku 3.2.5) tai yhteistyössä tehtyihin videoihin ylipäänsä. Mieli-pide-jaksoja voi esiintyä myös esimerkiksi erilaisilla niksi- tai tarinankerrontavideoilla. Vaikka videolla arvosteltaisiinkin yhteistyön kautta ilmaiseksi saatuja tuotteita, ei mieli-pideosan aikana kuitenkaan varsinaisesti vedota katsojaan, jotta hän ostaisi tuotteen. Erilaisten tuotetestausvideoiden pääasiallisenä tavoitteena vaikuttaaakin aineiston perusteella olevan katsojien viihdyttäminen tuotteiden kokeilemiseen liittyvien reaktioiden avulla eikä niinkään tuotteen mainostaminen.

Argumentoivalle tekstityypille ovat ominaisia asennetta tai argumentointia osoittavat ilmaukset (Shore & Mäntynen 2006: 37), kuten esimerkeissä (57) ja (58) ilmaus *minun mielestäni*. Ilmauksen yhteydessä käytetään usein vaikutelmaverbiä, joka ilmaisee aistivaikutelmaa tai yleistä, aistin suhteen neutraalimpaa vaikutelmaa (VISK § 488), kuten esimerkissä (57) verbi *näyttää*.

(57) mulla on oikeesti varmaan viidet farkut joissa on niinkun polvet rikki koska **mun mielestä** se näyttää hienolta -- (M4)

(58) mä vaan menin sanoo et voittekste niinku kattoo et tässon kaikki ookoo et **mun mielest** se kuuluu veronmaksajien oikeuksiin mutta (.) ei ilmeisesti (S2)

Erityisesti tuotetestausvideoiden mieli-pideosassa esitetään tyypillisesti tuotteen tai tapahtuman arviointia. Kuten olen aiemmissa luvuissa maininnut, on arviointi yleistä myös ongelma/tehtävä-, ratkaisu/suoritus- ja yhteenveto-osille. Näissä rakenneosissa ja mieli-pideosassa esiintyvän arvioinnin erottava tekijä on arvioinnin kohde: mieli-pideosassa arvioidaan materiaa (esimerkiksi makeiset) tai abstraktia kokemusta (esimerkiksi vierailu Linnanmäellä), muissa rakenneosissa taas suoritusta eli fyysistä toimintaa. Mieli-pideosassa esiintyvä arviointi on myös usein tarkemmin perusteltua, kuten esimerkissä (59), jossa arviota (*nää on hyviä*) perustellaan tuotteen positiivisen ominaisuuden avulla. Arviointi ilmaistaan yleisimmin kopulalauseella, kuten esimerkin (59) ilmauksesta *nää on hyviä* käy ilmi.

(59) M: vähä hyviä-  
T: **nää on hyviä** niin on (.) nää on vähän niinku laittas voimaustetta tiäkkö (.) nää on hyviä.  
M: [syö] **neljä kautta viis**  
T: joo (M3)



- (60) E: tää oli kyllä  
 S: **tää oli ihan superhauska**. oikeesti  
 E: just niinku aina ennenki  
 S: parasta ikinä (.) **kuus kautta viis** (S4)

Lauseessa pronomiinilla *nää* (~nämä) viitataan testattavaan tuotteeseen ja predikatiivina toimiva asenneadjektiivi *hyvä* kertoo vloggaajan myönteisestä suhtautumisesta tuotteeseen. Sen lisäksi, että tuotteesta todetaan sen olevan hyvä, arviointia tarkennetaan ilmauksella *nää on vähän ku laittas voimaustetta tiäkkö*. Tarkennuksen avulla vloggaaja perustelee keskustelun toiselle osapuolelle, miksi tuote on hyvä, ja samalla jakaa itsestään tiedon, että hän pitää mainitusta voimausteesta. Lisäksi vaihtoehtokysymyksellä *tiäkkö* (~tiedätkö) haetaan varmistusta esitetulle perustelulle (ks. VISK § 1678), jotta tuotteen arvostelua voidaan jatkaa sen avulla. Aineistoni perusteella arviointi esitetään lähes aina leksikaalisesti muodossa ”jotain kautta viisi”, kuten esimerkeissä (59) ja (60). Urbanin sanakirjan (2014) mukaan ilmauksella ”5/5” voidaan tarkoittaa joko asian erinomaisuutta tai sarkastisesti täyttä epäonnistuneisuutta, ja se lienee peräisin internetmeemeistä. Videoblogin kontekstissa en kuitenkaan usko ilmausta käytettävän sarkastisesti. Samanlaisilla ilmauksilla voidaan esittää arvioita tuotteiden lisäksi esimerkiksi tapahtumista, kuten esimerkissä (60) vloggaajien vierailusta Linnanmäellä.

Arviointia voidaan esittää myös mentaalisia toimintoja kuvaavien verbien avulla. Alla olevassa esimerkissä (61) vloggaaja arvioi käyttämäänsä tuotetta *tykätä*-verbillä, jolla ilmaistaan mieltymyksen tunteen kokemista (KS s.v. *tykätä*). Imperfektitempus kertoo siitä, että tuotetta on jo kokeiltu ja siitä on kokeiluhetkellä pidetty.

- (61) mä alotan poistamalla vedenkestävän ripsivärin (.) ja mä käytän siihen tämmöstä silmämeikinpoistoainetta ja pumpulia (.) mä käytin muuten cienin vedenkestävää ripsiväriä ja **tykkäsin** (S1)

Mielipidejaksossa esiintyy jonkin verran deskriptiiviselle tekstityypille yleisiä kielellisiä piirteitä. Deskriptiiviselle tekstille on tyypillistä havaittujen asiointilojen kuvaaminen sekä useat adjektiivit (Werlich 1983: 39), ja näitä piirteitä on havaittavissa myös esimerkissä (62).

- (62) mut pinterestis **ei oo mitään hauskaa** (.) pinterest on vähän niinkuin aikuisten tumblr (.) mut tumblrissa on paljon niinkun hauskoja juttuja mut pinterest siis (.) **se on tylsä** (M4)

Esimerkissä (62) arvioinnin kohdetta (Pinterest) kuvataan sekä kopulalauseen ja asenneadjektiivin *tylsä* avulla että eksistentiaalilauseen *pinterestis ei oo mitään hauskaa* avulla. Adjektiivi *tylsä* ja ilmaus *ei oo mitään hauskaa* kertovat vloggaajan negatiivisesta suhtautumisesta Pinterestiin: *tylsä*-adjektiivilla viitataan ikävystyttävään ja yksitoikkoiseen (KS s.v. *tylsä*), kun taas *ei oo mitään hauskaa* -ilmauksella esitetään *hauska*-adjektiivin ja kiellon avulla hauskuuden vastakohtaisuutta. Lisäksi

kieltohakuisella kvanttoripronominilla *mitään* ilmaistaan, että kieltö pätee koko tarkoitejoukkoon eli tässä tapauksessa hauskuuteen (VISK § 740): Pinterestissä ei vloggaajan mielestä ole yhtään hauskuutta. Joissain tapauksissa mielipidettä esitetään myös usein negatiivista asennetta ilmaisevien huudahdusten, kuten *hyi hitto!*, avulla.

### 3.2.5 Mainostaminen

Mainostamisosan avulla tuodaan esille vloggaajan ja jonkun toisen tahon, kuten yrityksen, välinen yhteistyö. Mainostaminen on tyypillisintä esimerkiksi tuote-esittelyn yhteydessä, ja mainostamisen avulla vloggaaja täyttää oman osansa yhteistyösopimuksesta: yhteistyön perustana voi olla esimerkiksi se, että vloggaaja saa ilmaisen tuotteen, jota vastaan hän sitoutuu esittelemään tuotetta ja yritystä videolla. Vlogitekstissä esiintyvää mainostamista voi pitkälti verrata blogikirjoituksissa ilmenevään yhteistyömainostamiseen. Aineistoni perusteella vlogiteksteissä mainostaminen ei kuitenkaan ole kovin yleistä, mistä kertoo muun muassa se, että aineiston 15 tekstistä vain kolme sisälsi mainostamisjakson. Mainostamisen suhteen videoblogi siis eroaa blogeista, joissa yhteistyökumppanien mainostaminen ja yhteistyösopimuksista kertominen on hyvin yleistä (Aller Media 2014). Erot mainostamisessa voivat johtua esimerkiksi julkaisualustan (Blogger ja Youtube) eroista.

Vlogimaailman luonteeseen kuuluvat erilaiset ”meet and greet” -tapahtumat, kuten joka vuosi järjestettävä vloggaajatapahtuma Tubecon, jonne fanit voivat ostaa lippuja tavatakseen suosikkivloggaajiaan (ks. Tubecon 2017). Näin ollen on yleistä, että videoblogissa mainostetaan tällaisia vloggaajien tapaamiseen tarkoitettuja tapahtumia itse yhteistyökumppanien mainostamisen lisäksi, kuten alla olevista esimerkeistä (63) ja (64) käy ilmi.

(63) mut kaikki te jotka ette oo vielä tullu käymään lintsillä tänääs- bongannu meitä (.) **voitte tulla tapaamaan** meit täällä (E4)

(64) meitä kolmee **voi** muuten **tulla moikkaamaan** kaheksastoista elokuuta helsingin tukkutorin lidliin (S1)

Meet and greet -tapahtumia mainostetaan tyypillisesti modaalisten ilmausten avulla, kuten esimerkissä (63) *voitte tulle tapaamaan* ja esimerkissä (64) *voi tulla moikkaamaan*. Esimerkeissä *voida*-verbi ilmaisee dynaamista modaalisuutta: katsojalla on mahdollisuus tavata vloggaajat, mutta tapaaminen on olosuhteista eli esimerkkien tapauksessa lokaatiosta ja ajankohdasta riippuvaa (ks. VISK § 1554, 1566). Toisaalta *voida*-verbin voisi tulkita ilmaisevan myös deonttista modaalisuutta, jolloin vloggaaja antaisi katsojilleen luvan tulla tapaamaan heitä (ks. VISK § 1554). Todennäköisempää on kuitenkin, että ilmauksella haetaan dynaamista modaalisuutta eikä vloggaaja aseta itseään auktoritee-

tiin rooliin, sillä aineiston perusteella vloggaajat vaikuttavat usein antavan katsojilleen paljon päätävävaltaa. Tämä käy ilmi myös esimerkiksi päätösosassa esiintyvistä kommentointipyyntöistä ja kiitoksista (ks. luku 3.1.2). Modaalisuuden vuoksi ilmaukset muistuttavatkin enemmän pyyntöä kuin käskyä tai väitettä, vaikka kyse onkin väitelauseesta, jolla ilmaistaan tyypillisesti väitteen puhefunktiota (ks. puhefunktioista luku 2.2.2). Modaalisten ilmausten lisäksi mainostososassa esiintyy tyypillisesti myös imperatiivimoduksisia verbejä, kuten alla olevissa esimerkeissä (65) ja (66).

- (65) **tsiigatkaa** tosta alta lisätietoja. mä kirjotan sinne kaikki aikataulut ja kaikki **tulkaa** messiin. (S4)
- (66) E: tännehan pääsee ilmaseks tänne huvipuistoon (.) että ei tarvi ostaa ranneketta et näkee  
S: **tulkaa** moikkaa  
E: meitä molempia. (E4)

Kehotuksia *tsiigatkaa* ja *tulkaa* voi verrata päätösosassa esitettäviin kommentointikehotuksiin. 2. persoonassa taivutetun verbin avulla vloggaaja myös ottaa kontaktia katsojiin ja esittää suoran käskyn tai kehotuksen. Sama on havaittavissa myös esimerkissä (63) (*voitte tulla tapaamaan*). Puhuttelun avulla luodaan vuorovaikutussuhdetta vloggaajan ja katsojien välille ja tehdään kehotuksesta henkilökohtaisempi. Yhteisöllisyyttä luodaan myös tietyillä sananvalinnoilla, kuten esimerkin (65) ilmauksella *tulkaa messiin*, jolla pyydetään katsojaa tulemaan joukkoon mukaan (KS s.v. *messiin*). Ilmauksella luodaan kuva, että on olemassa jokin yhteisö, johon vloggaaja itsekin kuuluu ja johon hän pyytää katsojaa liittymään. Lisäksi esimerkissä (66) vloggaaja pyrkii vaikuttamaan katsojaan perustelemalla, miksi tapaamiseen kannattaisi tulla (*tännehan pääsee ilmaseks tänne huvipuistoon*).

Yhteistyötä yritysten tai muiden tahojen kesken tuodaan esille myös leksikaalisten valintojen kautta. Yhteistyö voidaan esittää joko suorasti (*video on toteutettu yhteistyössä*) tai epäsuorasti (*meillä on syykin – – meitä voi tulla tapaamaan*).

- (67) tää video **on toteutettu yhteistyössä** lidlin kanssa ja kaikki tän videon kosmetiikkatuotteet kuuluu lidlin uuteen cien kosmetiikkasarjaan -- nää kaikki tuotteet on tosi hyvän hintasia eli hinta-laatusuhteeltaan tosi hyviä (S1)
- (68) **meillä on** tosiaan **syykin** et miks me ollaan eetun kanssa täällä ↑linnanmäellä koskaa (.) **meitä voi tulla tapaamaan** tänne -- (S4)

Esimerkissä (67) vloggaaja ilmaisee suoraan, että työtä on tehty jonkun tahon kanssa yhdessä ja että videolla esitettävät tuotteet on saatu yhteistyökumppanilta – vaikkakin tieto siitä, onko tuotteet saatu ilmaiseksi vai ei, jää piiloon. NUT-partisiipin passiivimuoto *on toteutettu* viittaisi siihen, että vloggaaja itse ei ole ollut yhteistyössä aktiivisen toimijan roolissa (ks. VISK § 521). Syy sille, miksi

vloggaaja pyrkii häivyttämään oman osallisuutensa yhteistyössä, ei ole selkeä: ehkä vlogimaailmassa yritysyhteistyötä ei vielä katsota hyvällä? Esimerkissä (68) yhteistyötä Linnanmäen kanssa ei ilmaista suoraan, mutta yhteistyön voi päätellä ilmauksesta *on tosiaan syykin et miks me ollaan – – täällä linnanmäellä*. Tällä ilmauksella vloggaaja toteaa, että heidän vierailunsa ei ollut sattumanvaraista, vaan se oli seurausta jostain toisesta tilanteesta (KS s.v. *syy*) – tässä tapauksessa siitä, että vloggaajat järjestävät myöhemmin meet and greet -tapahtuman Linnanmäellä. Koska jonkin yrityksen tiloissa tapahtuvat meet and greet -tapahtumat usein toteutetaan yhteistyössä kyseisen yrityksen kanssa, voi myös esimerkin (68) ilmauksesta päätellä, että vlogivideon taustalla on yritysyhteistyö. Kaikista aineistossa ilmenevistä mainostustilanteista on huomattavissa, että yritysyhteistyö tuodaan esille kiertäen eikä vloggaaja aseta näissä ilmauksissa itseään aktiiviseen rooliin.

### 3.3 Rakenneosien sijainti ja esiintymistiheys

Tässä alaluvussa tarkastelen vlogiteksteissä esiintyvien rakenneosien sijaintia, esiintymistiheyttä ja suhdetta muihin rakenneosiin. Tarkastelemalla tekstin rakenneosia ja niiden järjestäytymistä on mahdollista saada selville tekstilajin rakennepotentiaali. Koska määrittelen tässä tutkimuksessa videoblogin tekstilajin sen rakenteen perusteella, käytän rakenteen kuvaamiseen Hasanin (1985) rakennepotentiaalimallia. Analyysini perusteella vlogitekstissä voidaan nähdä esiintyvän yhdeksän erilaista rakenneosaa, joista neljä voidaan laskea välttämättömiksi ja viisi valinnaisiksi. Vlogitekstin välttämättömiä rakenneosia ovat orientaatio, päätös, havainnollistaminen ja oma kokemus, kun taas valinnaisia rakenneosia ovat ongelma, ratkaisu, mielipide, yhteenveto ja mainostaminen. Luvuissa 3.1 ja 3.2 olen esittänyt perustelut välttämättömyyden ja valinnaisuuden määrittelylle sekä esiteltyt jokaiselle rakenneosalle tyypillisimmät kielelliset piirteet.

Vlogitekstin rakenneosien välttämättömyyden ja valinnaisuuden määrittelemisen ei ole ongelmantonta, sillä aineiston perusteella vlogitekstin rakenne varioi hyvin paljon eri tekstien välillä. Tämän vuoksi olen päätenyt määrittelemään välttämättömiksi rakenneosiksi ne osat, jotka esiintyvät aineistossa vähintään kahdella kanavalla kaikissa vlogiteksteissä. Rakenteen eroavaisuuksille voi olla monia syitä, joista keskeisimpinä näen eroavaisuudet vloggaajien tyylin välillä ja videoiden aiheiden välillä. Aineistossani esiintyi monia erilaisia videoblogin alalajeja: analysoitavana oli muun muassa mielipide-, arvostelu-, haaste- ja niksivideoita (ks. videoblogin alalajeista luku 1.3.1). Aineistoni perusteella esimerkiksi arvosteluteemaisille videoille mielipiderakenneosa oli hyvin tyypillinen, kun taas haastevideoilla niitä ei esiintynyt lähes ollenkaan. On siis vaikeaa määrittää vlogitekstilille yleistä, jokaiseen tekstiin pätevää rakennetta, koska variaatio on aiheesta riippuen hyvin suurta. Kuitenkin

rakenneosat orientaatio ja päätös ovat aineiston perusteella keskeisiä kaikille vlogin alalajeille. Vaihtelu vloggaajien oman tyylin välillä on aineistoni perusteella myös suurta: joku vloggaaja lopettaa jokaisen videonsa samanlaisella lopputervehdyksellä, kun taas toinen voi päättää vloginsa esimerkiksi mainostamiseen. Erityisesti mielipide- ja oma kokemus -osien esiintyvyys on hyvin vaihtelevaa, koska toiset vloggaajat esittävät asian mieluummin oman kokemuksen kautta ja toiset mielipiteen kautta.

Vloggaajan tyyli vaikuttaa myös vlogitekstin struktuuriin. Aineistoni vlogitekstit olivat vloggaajasta riippuen hyvin tarkasti jäsenneiltyjä ja harjoiteltuja, ajatuksenvirran tai keskustelun omaisia tai mitä tahansa siltä väliltä. Tarkemmin jäsennellyistä ja harjoitelluista teksteistä rakenneosien erottaminen oli odotetusti helpompaa, kun taas keskustelunomaisten tekstien pilkkominen rakenneosiin oli hankalampaa. Myös jäsentelyn osalta vaihtelu oli aineistossa suurta, ja vloggaajan tyylin lisäksi jäsentelyyn vaikuttaa myös vlogitekstin aihe. Vaikka variaatio aineistossa olikin suurta, ei aineistossa siltikään ollut esimerkkejä kaikista videoblogin alalajeista, joten erilaisella aineistolla vlogitekstin rakenne voisi olla hyvinkin erilainen.

Tekstilajin rakennepotentiaalia selvittäessä on olennaista tarkastella myös rakenneosien esiintymistiheyttä ja sijaintia. Esiintymistiheydellä tarkoitetaan sitä, kuinka usein rakenneosat toistuvat yhdessä tekstissä, ja sijainnilla taas viitataan siihen, missä kohtaa tekstiä tietty rakenneosa tyypillisesti sijaitsee. Vlogitekstin rakenneosista staattisia ovat ainoastaan orientaatio ja päätös, jotka ovat välttämättömiä rakenneosia ja esiintyvät tekstissä vain kerran ja aina tietyllä paikalla (orientaatio tekstin alussa ja päätös tekstin lopussa). Näiltä osin vlogiteksti vaikuttaakin noudattavan aristoteelista tekstikäsitystä, jossa tekstillä nähdään olevan alku, keskikohta ja lopetus (ks. Heikkinen 2012). Sijainniltaan melko staattinen on myös valinnainen yhteenveto-osa, joka esiintyy tekstissä vain kerran ja tyypillisesti juuri ennen päätösosaa tai päätösosaan sulautuneena.

Loput välttämättömät (havainnollistaminen, oma kokemus) ja valinnaiset (ongelma, ratkaisu, mielipide, mainostaminen) osat esiintyvät tyypillisesti useamman kerran yhdessä tekstissä ja sijainniltaan hyvin eri paikoissa. Näin ollen onkin vaikeaa määrittää lopuille rakenneosille tiettyä esiintymistiheyttä tai -järjestystä prototyypisessä vlogitekstissä. Kuten aiemmin mainitsin, vaikuttaa videoblogin aihe paljon tekstin rakenteeseen. Tietty rakenneosa voidaankin yhdistää usein tiettyyn videoblogin alalajiin: esimerkiksi mielipideosa toistuu usein arviointivideoilla, mutta niksivideoilla ei lähes ollenkaan. Näiden havaintojen perusteella olen koonnut taulukkoon 2 edellä mainituille, dynaamisille rakenneosalle tyypillisimmät esiintymisasihepiirit. Koska orientaatio, päätös ja yhteenveto ovat sijainniltaan staattisia ja esiintyvät yhdessä tekstiesiintymässä vain kerran aihepiiristä riippumatta, en ole merkinnyt niitä alla olevaan taulukkoon.

Taulukko 2. Vlogitekstin dynaamisten rakenneosien tyypillisimmät esiintymisympäristöt.

Rakenneosa	Tyypillisin esiintymisympäristö
havainnollistaminen	niksivideot, tarinankerrontavideot
oma kokemus	tarinankerrontavideot, mielipidevideot
ongelma	haastevideot, niksivideot
ratkaisu	haastevideot, niksivideot
mielipide	arvosteluvideot, mielipidevideot
mainostaminen	yhteistyövideot, arvosteluvideot

Edellä mainitut rakenneosat esiintyvät vlogitekstissä yleensä useammin kuin kerran. Videoblogin tekstilajin rakenteen dynaamisuudesta huolimatta rakenneosien toistuvuus harvoin on sattumanvaraista, vaan ne toistuvat yleensä tietyssä järjestyksessä (esimerkiksi ongelma-ratkaisu-parin toistuminen useampaan kertaan). Esiintymisympäristölleen tyypillisimmät rakenneosat toistuvat useaan kertaan, kun taas esiintymisympäristölle harvinaisempi rakenneosa saattaa esiintyä, mutta vain kerran. Toistuvuudellekaan ei kuitenkaan ole mahdollista esittää minkäänlaista tyypillistä kaavaa, koska rakenneosien frekvenssi riippuu vlogitekstin tyylistä ja topiikista paljon.

Vaikka eri rakenneosat esiintyvät joissain aineiston vlogiteksteissä paljon ja toisissa ei lähes ollenkaan, on niiden sijainti jokseenkin vakiintunut. Usein rakenneosat noudattavat sijainniltaan kaavaa ongelma-ratkaisu-oma kokemus, jota voisi verrata Hoeyn (2001: 127) ongelmanratkaisumalliin (*tilanne-ongelma-reaktio-(arviointi)-tulos*). Sijainniltaan vähemmän vakiintuneita osia ovat havainnollistaminen ja mielipide. Havainnollistaminen esiintyy yleisimmin oman kokemuksen läheisyydessä, mutta sen sijainti vaihtelee usein, eivätkä nämä rakenneosat ole välttämättä välittömässä läheisyydessä (esim. ongelma-havainnollistaminen-ratkaisu-oma kokemus). Mielipideosa on rakenneosista ainoa, jolla ei vaikuta olevan minkäänlaista vakiintunutta sijaintia, vaan se esiintyy satunnaisesti eri rakenneosien läheisyydessä usein videon aiheesta riippuen: esimerkiksi tuotteiden testausvideoilla mielipide esiintyy tyypillisesti ongelmaosan läheisyydessä, kun taas mielipidevideoilla se esiintyy oman kokemuksen tai havainnollistamisen läheisyydessä. Mainostamisosa esiintyy tyypillisesti juuri ennen yhteenvetoa, mutta se voi esiintyä myös toisessa sijainnissa tai toisen rakenneosan, kuten orientaation, sisällä. Vlogitekstin ainoita staattisia rakenneosia ovat orientaatio, päätös ja yhteenveto.

Joissain aineiston teksteissä esiintyy myös rakenneosia toisten rakenneosien sisällä, kuten esimerkiksi mainostusosa orientaatio-osan sisällä tai mielipideosa havainnollistamisosan sisällä. Rakenneosien limittymistä tapahtuu aineistoteksteissä paljonkin, mutta rajoiltaan selkeitä sisäkkäisiä osia esiintyy aineistossa vähemmän. Niin sanottu sisäosa on aina valinnainen ja ulko-osa välttämätön, mikä kertoo siitä, että valinnaiset osat ovat välttämättömiä osia vapaampia liikkumaan ja muokkau-

tumaan. Sisäkkäisyyttä yleisempää ovat pienemmät funktionaaliset osat, joista rakenneosat koostuvat: esimerkiksi päätösosa koostuu tyypillisesti kiitoksesta, kommentointipyyntöstä ja lopputervehdyksestä. Näitä pienempiä osia voisi siirtoanalyysin näkökulmasta tarkastella askelina (ks. siirtoanalyysistä Bhatia 2004). Kuitenkin säännönmukaisista pienemmistä osista rakentuvat rakenneosia ovat lähinnä päätös ja orientaatio, jotka ovat osoittautuneet videoblogin rakenneosista staattisimmiksi ja vakiintuneimmiksi. Muiden, dynaamisempien rakenneosien sisältö ja esiintymismuoto varioivat enemmän.

Tekstilajin rakennepotentiaalia voidaan kuvata myös Hasanin (1985) kehittämän mallin avulla. Videoblogin rakennepotentiaalimalli näyttää seuraavalta:

orientaatio ^ (ongelma) \* (ratkaisu) \* havainnollistaminen \* (oma kokemus) \* (mielipide) \* (mainostaminen) ^ [( $\lt$ yhteenveto $\gt$ )^] päätös]

Vlogitekstin välttämättömiä osia ovat ne, jotka eivät ole kaarisulkeissa, ja valinnaiset rakenneosat on merkitty kaarisulkeilla. Karaattimerkki (^) osoittaa, että merkin oikealla puolella oleva osa ei voi edeltää merkin vasemmalla puolella olevaa osaa: esimerkiksi ongelma ei voi edeltää orientaatiota. Hakasulkeilla osoitetaan, että osat yhteenveto ja päätös esiintyvät aina yhdessä, jos valinnainen yhteenveto-osa tekstissä on. Kulmasulkeet osoittavat, että yhteenveto-osa voi esiintyä joko itsenäisenä rakenneosana tai sulautuneena päätösosaan. Rakenneosat esiintyvät lineaarisesti jotakuinkin rakennepotentiaalimallin osoittamassa järjestyksessä, mutta tähti (\*) kuitenkin kertoo, että merkin vasemmalla ja oikealla puolella olevat osat voivat vaihtaa paikkaa keskenään. Rakennepotentiaalimallista voi huomata, että videoblogin tekstilajissa on vain muutama sijainniltaan staattinen rakenneosia, joten vlogitekstin rakenne voi muuttua paljon vloggaajan tyylin ja videon aihepiirin mukaan.

### 3.4 Videoblogin rekisteri

Tekstilajin rekisteri on osapotentiaali, jota rajaa tekstilajin sosiaalinen ympäristö eli tilannekonteksti. Tilannekontekstin muodostaa kolme muuttujaa, jotka ovat ala, osallistujaroolit ja kielen ilmenemismuoto. (Shore 2012b: 160.) Tässä alaluvussa tarkastelen videoblogin tilannekontekstia ja sen rajamaa rekisteriä.

Tilannekontekstin ala viittaa siihen sosiaaliseen toimintaan, jonka osana teksti on ja joka on tunnistettavissa tekstilajin ympäristön kannalta merkittäväksi sosiaalisesti toimintamuodoksi (Halliday 1978: 143). Aineistoni perusteella videoblogille tyypillistä toimintaa on jonkinlainen vloggaajan omien kokemusten, reaktioiden tai arvioiden jakaminen katsojille. Lisäksi katsojilta odotetaan usein

osallistumista kokemusten jakamiseen kommentoinnin muodossa. Videoblogi on myös osa sosiaalista mediaa, jonka perustana on vuorovaikutuksellisuus (ks. esim. Hendricks & Noor Al-Deen 2011). Näin ollen videoblogin alana voisi pitää sisällöntuottajan (eli vloggaajan) kokemusten jakamista tai laajemmin sosiaalisen median vuorovaikutustoimintaa.

Toinen tilannekontekstia rakentavista muuttujista on osallistujaroolit, joilla tarkoitetaan niitä sosiaalisia rooleja, jotka ovat tilanteen kannalta merkittäviä (Halliday 1978: 143). Koska vlogitekstin kontekstissa vloggaaja(t) on yleensä ainoa aktiivinen toimija ja vlogitekstin tuottaja, tarkastelen osallistujaroolien analyysissä ainoastaan rooleja, joita vloggaaja saa. Yksi merkittävä vloggaajan rooli on auktoriteettirooli, joka esiintyy erityisesti katsojille suunnatussa puheessa ja tyypillisesti päätösoosan aikana. Auktoriteettirooli ilmenee tyypillisesti käskylauseilla, joilla esimerkiksi kehoitetaan kommentoimaan, tutustumaan yhteistyökumppaneihin tai palaamaan takaisin kanavalle uuden videon pariin myöhemmällä ajalla. Auktoriteettiroolin voi havaita esimerkiksi (69).

(69) tää on loppu kiitos kaikille teille että katsoitte tän videon **muistakaa tutustuu** molempien herrojen kanaviin tuolt kuvauksesta [osoittaa alas] -- (E3)

Auktoriteettiroolin lisäksi vloggaaja voi saada ikään kuin lempeämpiä rooleja, kuten ystävän tai mentorin roolin. Mentorin rooli ilmenee usein direktiivisyyden (ks. VISK § 1645) kautta, kuten esimerkissä (70). Mentorin roolissa vloggaaja ei varsinaisesti pyri käskemään tai velvoittamaan katsojaa mihinkään, vaan ennemminkin ohjeistamaan. Mentorin rooli kielellistyy tyypillisesti ohjeistamiseen liittyvien sananvalintojen, kuten *vinkki* ja *kannattaa*, kautta (KS s.v. *vinkki*, *kannattaa*). Mentorin roolia voidaan ilmaista myös esimerkiksi deonttisen modaalisuuden ja erityisesti nesessiivirakenteiden, kuten *on hyvä tehdä jotakin*, avulla (ks. VISK § 1554, 1583).

(70) ja ihan **vinkkinä** niille jotka ei oo vielä tanssinu vanhojen tansseja (.) se pari (.) todellakin **kannattaa** hankkia ajoissa (M5)

(71) **tiiättekö sen tunteen** (.) ku näyttää jollekki vähän vanhemmalle ihmiselle (.) vaikka jotain hasua kuvaa puhelimesta – (M4)

Ystävän rooli ilmenee usein puhuttelun kautta ja sillä pyritään luomaan samastumisen tunnetta, kuten esimerkissä (71) kysymyksellä *tiiättekö sen tunteen*. Vaihtoehtokysymyksellä *tiiättekö* vloggaaja todennäköisesti olettaa, että katsoja vastaa kysymykseen kyllä ja näin ollen pystyy samastumaan vloggaajan esille tuomaan ongelmaan. Lisäksi 2. persoonassa taivutettu verbi ilmaisee sitä, että kysymys on kohdistettu katsojille, mikä luo yhteisöllisyyden tunnetta, joka eittämättä on ystävyys-suhteissa tärkeää.



Vloggaaja voi saada myös eräänlaisen opettajan tai tiedonvälittäjän roolin. Tällainen rooli ilmenee tyypillisesti väitelauseiden ja erityisesti kopulalauseiden avulla, kuten esimerkissä (72). Väitelauseella, jossa ei esiinny modaalisia ilmauksia, vloggaaja väittää oman tietonsa oikeaksi ja todeksi ja tarjoaa katsojalle uutta tietoa. Koska tiedonvälittäjän roolissa vloggaaja ei kyseenalaista tietonsa paikkansapitävyyttä, hän luultavasti olettaa, ettei katsojakaan kyseenalaista tiedon oikeellisuutta.

(72) **aikuiset on aika käytännöllisiä** (.) ja **mukavuudenhaluisia** (.) mieluummin kuin että näyttäis hienolta tai olis muodikas (M4)

(73) E: family[pack  
V: [mno meitä on tässä tämmönen kolmen (.)  
E: kolmen kopla  
V: kolmen heteron (1.0) family (E3)

Koska videoblogin yksi merkittävimmistä tavoitteista on viihdyttää katsojaa, on myös viihdyttäjän rooli yleinen. Viihdyttäjän rooli tuodaan esille tyypillisesti jonkinlaisten humorististen ilmausten kautta, kuten esimerkissä (73), jossa vloggaaja vertaa humoristisesti ystäväporukkaansa sateenkaariperheeseen. Viihdyttäjän rooli ei kuitenkaan kielellisty varsinaisesti minkään tiettyjen kielellisten piirteiden tai puhefunktioiden kautta, vaan sen tulkinta on hyvin kontekstisidonnaista.

Alan ja osallistujaroolien tarkasteluun liittyy myös kielen ilmenemismuodon tarkastelu. Ilmenemismuodolla tarkoitetaan sitä, miten kieli toimii tilanteessa ja mikä on sen funktio suhteessa alan ja osallistujaroolien muuttujiin (Halliday 1978: 144). Koska videoblogin ala ei ole vakiintunut ja siinä muodostuu monenlaisia osallistujarooleja, on vaikeaa määritellä tietynlaista videoblogin tilannekontekstia rajaavaa ilmenemismuotoa. Aineiston perusteella vaikuttaa siltä, että videoblogeja yhdistää kuitenkin jonkinlainen subjektiivisuuden ja vuorovaikutuksellisuuden ilmaiseminen, mistä kertovat esimerkiksi toistuvat 1. tai 2. persoonassa taivutetut verbit, joiden avulla kerrotaan vloggaajan omasta kokemuksesta tai mielipiteestä tai puhutellaan katsojakuntaa, sekä aktiivinen passiivi yhdistettynä *me*-pronominiin (*me tehdään*). Vlogiteksteillä siis harvoin pyritään objektiivisuuteen tai neutraaliuuteen, vaan ne on tuotettu kuvastamaan yhden ihmisen subjektiivista näkemystä tietystä aiheesta. Kielelliset valinnat tuovat yhdessä alan ja osallistujaroolien kanssa ilmi subjektiivisuutta, vuorovaikutuksellisuutta ja vloggaajan omaa persoonaa, jotka toimivat tilannekontekstin keskeisimpinä ominaisuuksina. Tämä tarkoittaa siis sitä, että videoblogin tilannekontekstin puitteissa neutraalin objektiiviset ilmaukset, joita esimerkiksi tietokirjatekstien tekstilajin puitteissa voitaisiin käyttää, eivät ole mahdollisia tai todennäköisiä.

Koska videoblogin tekstilaji on vielä tuore ja hakee niin sanottua prototyyppistä muotoaan, on myös videoblogin rekisteri monilta ominaisuuksiltaan hyvin avoin. Kaikkia aineistovlogeja kuitenkin

yhdistää edellä mainittujen kielellisten valintojen lisäksi esimerkiksi tietty muoto, formaatti ja pituus. Aineistona käytetyt vlogit julkaistaan tyypillisesti Youtube-videopalvelussa ja niiden pituus vaihtelee noin viidestä minuutista noin viiteentoista minuuttiin, vaikka poikkeuksellisia melkein puolen tunnin vlogejakin on julkaistu. Onkin kiinnostavaa pohtia, voiko esimerkiksi julkaisualusta toimia yhtenä rekisterin rajaavana muuttujana: voiko video olla videoblogi, jos se on julkaistu muualla kuin You-tubessa (ks. lisää pohdintaa luku 5.2)?

## 4 VUOROVAIKUTUS VIDEOBLOGISSA

### 4.1 Vuorovaikutus vloggaajan ja katsojan välillä

Aineiston perusteella vuorovaikutus videoblogissa tapahtuu useimmin vloggaajan ja katsojan välillä. Tämä ei ole tuloksena yllättävä, sillä useimmat vloggaajat kuvaavat videoita katsojiaan varten eivätkä niinkään itseään varten. Vloggaajan ja katsojan välinen vuorovaikutus on kuitenkin melko yksipuolista, sillä keskustelu ei tapahdu reaaliajassa ja kommunikaation formaatti on erilainen: vloggaaja kommunikoi videon välityksellä ja katsojat kommenttikentän välityksellä. Koska kommentteja jokaiseen aineistovideoon on kirjoitettu lähes tuhat, on todennäköistä, ettei vloggaaja lue niitä kaikkia. On siis pitkälti sattuman kauppaa, saako katsoja vloggaajan ja katsojan välisessä vuorovaikutuksessa äänensä kuuluviin. Tämän vuoksi käsittelen tässä luvussa vain sitä, miten vloggaaja ottaa kontaktia katsojiinsa.

Videoblogin vuorovaikutusta tarkastellessa on tärkeää huomata myös se, että vloggaaja on samalla aikaa kuvan representoitu ja vuorovaikutuksellinen osallistuja. Vloggaaja ottaa videon avulla kontaktia katsojiin eli toimii vuorovaikutuksellisenä osallistujana, mutta vlogivideolla esiintyvä vloggaaja on vain representaatio siitä, mitä videon tekijä haluaa katsojilleen kertoa. Vloggaaja eli vlogivideon tuottaja siis kommunikoi katsojien kanssa kuvaamansa videon avulla.

Visuaalisesti vuorovaikutusta luodaan tyypillisimmin vaativan kuvan avulla (kuva 1). Tällöin representoitu osallistuja katsoo suoraan kameraan ja näin ollen ottaa suoran katsekontaktin katsojaan.



Kuva 1. Vaativa kuva (M4).

Kressin ja van Leeuwenin (2006: 116–118) mukaan vaativalla kuvalla representoitu osallistuja vaatii katsojaa suhteeseen kanssaan: näin on myös videoblogissa, jossa vaativalla kuvalla voidaan esimerkiksi vaatia katsojaa kommentoimaan, kehottaa jakamaan omia kokemuksiaan aiheesta tai tutustumaan yhteistyökumppaneiden kanaviin tai tuotteisiin. Vaativan kuvan avulla myös vuorovaikutukselliset osallistujat (eli katsojat ja vloggaaja itse) viestivät keskenään. Katsoja sisällytetään representoidun osallistujan maailmaan suoraan edestä kuvatun kuvakulman avulla. Kuitenkin silloin, kun videolla havainnollistetaan jotakin asiaa (ks. luku 3.1.3), muuttuu kuvakulma usein viistosti sivusta kuvatuksi. Tällä kerrotaan siitä, että katsoja on mukana vloggaajan senhetkisessä maailmassa, mutta ei videon ulkopuolella tapahtuneissa tapahtumissa, joita videolla havainnollistetaan (kuva 2).



Kuva 2. Havainnollistamisessa esiintyvä tarjoava kuva (M4).

Vlogivideoissa representoitu osallistuja on usein visuaalisesti henkilökohtaisella tai läheisellä sosiaalisella etäisyydellä katsojastaan (ks. kuva 1). Visuaalisesti tämä tarkoittaa sitä, että jos katsoja ja representoitu osallistuja olisivat samassa tilassa, he pystyisivät enemmän tai vähemmän koskettamaan toisiaan. Etäisyydessä kiinnostavaa on se, että Kressin ja van Leeuwenin (2006: 124) mukaan läheisellä etäisyydellä henkilökohtaisten asioiden jakaminen on normaalia ja henkilökohtaiselle etäisyydelle pääsevät vain ne henkilöt, jotka puhujalle ovat erittäin läheisiä – videoblogien katsojakunta on kuitenkin usein suuri joukko vloggaajalle täysin tuntemattomia ihmisiä. Läheisen etäisyyden avulla luodaan siis vaikutelmaa katsojista vloggaajan läheisinä ystävinä. Tämä on havaittavissa myös vlogivideoiden aiheista, jotka ovat usein hyvinkin henkilökohtaisia (esimerkiksi vloggaajan nuoruus,

parisuhde tai seksielämä). Illuusiota ystävyysuhteesta luodaan myös kielellisesti esimerkiksi aktiivisen passiivin ja *me*-persoonapronominin avulla (ks. esim. luku 3.1.1). Lisäksi vloggaajalla ja katsojakunnalla voi olla yhteisiä slangisanoja tai sisäpiirivitsejä, jotka kuuluvat kielellisesti henkilökohtaiselle etäisyydelle: esimerkiksi *eedspeaks*-kanavan matkustusvideoihin katsojat kommentoivat säännönmukaisesti ”Onko tuo Big Ben?”, koska vloggaaja on jollain matkailuvideollaan humoristisesti niin todennut. Myös muiden vloggaajien kanavilla esiintyy tiettyjä sanoja, jotka ovat ikään kuin vloggaajan tavaramerkkejä, ja katsojakunta voi jopa loukkaantua, jos vloggaaja ei näitä tavaramerkki-ilmauksia käytäkään.

Videoblogin osallistujien sosiaalista etäisyyttä analysoitaessa on kuitenkin otettava huomioon, että vlogivideoissa esitetty puhe ei ole täysin autenttista puhetta. Vaikka videoblogit ovat tyypillisesti hyvin keskustelunomaisia, on jokaisen videon taustalla kuitenkin jonkinlainen käsikirjoitus tai muistilista käsiteltävistä aiheista. Näin ollen niin sanotun keskustelun osapuolet voivat esimerkiksi välttää kiusallisia tilanteita helpommin kuin autenttisessa keskustelussa. Tällainen internetin kautta käyty keskustelu rajoittaa ei-kielellisten vihjeiden ilmaisemista ja ymmärtämistä – erityisesti silloin, kun katsojat viestivät kommenttien välityksellä vloggaajalle (tai toisille katsojille, ks. luku 4.3). Vlogivideot ovat vuorovaikutuksellisuudestaan huolimatta usein monologin oaisia, mikä omalta osaltaan vaikuttaa vloggaajan ja katsojien väliseen keskusteluun. Koska vloggaajan monologia (eli ikään kuin aloituspuheenvuoroa) ei pysty keskeyttämään tai kommentoimaan kesken puheen, on vaara kasvojen menettämisestä paljon pienempi kuin autenttisessa keskustelussa. Esimerkiksi Piirainen-Marsh (1995: 311) tarkoittaa kasvoilla yhteisön jäsenen käsitystä omasta asemastaan vuorovaikutuksessa – kasvojen uhkaaminen ja menettäminen vaikeuttavat siis sosiaalista kanssakäymistä ja voivat häpäistä yksilön muiden silmissä. Näin ollen vuorovaikutuksen monologisuus vähentää vuorovaikutuksellisesti ristiriitaisia tilanteita, joissa yksilön (vloggaajan tai katsojan) kasvoja uhataan.

Kielellisesti vuorovaikutusta on mahdollista tarkastella myös interpersoonaisen metafunktion avulla (ks. Halliday 1994). Interpersoonaiset merkitykset reaalistuvat puhujaroolien ja puhefunktioiden kautta. Katsojien ja vloggaajan välinen vuorovaikutus ilmenee yleisimmin vaativan puhujaroolin kautta – kuten visuaalisesti vaativan kuvan kautta. Vaativa rooli toteutuu usein käskyissä, kuten esimerkeissä (74) ja (75).

- (74) joten **tulkaa** ehdottomasti paikalle koska (.) täällä on niin siistiä toivottavasti sillon on myös kaunis ilma. koska **mikään ei oo** niin siistiä ku lintsillä oleminen (.) ja sillon ku on kaunis ilma. **tsiigatkaa** tosta alta lisätietoja. mä kirjoitan sinne kaikki aikataulut ja kaikki **tulkaa** messiin. (S4)

- (75) **käykää** kattoon molempien herrojen kanavat tuolt alhaalta ihan vaan niinku kii-  
toksenä siitä et **ne joutuu** kärsiin messis etenki jesse se on joutunu kestään hirveesti  
-- (E3)

Egginsin (2004: 147) mukaan käskyn puhefunktio kielellistyy tyypillisimmin imperatiivissa. Tämä on havaittavissa myös esimerkeistä (74) ja (75), joissa esiintyy useampia imperatiivimoduksisia verbejä (*tulkaa, tsiigatkaa, käykää*). Toisaalta esimerkeissä esiintyy myös väitelauseita (*mikään ei oo, ne joutuu*), joiden avulla Egginsin (mts. 147) mukaan kielellistetään tarjoavaa roolia toteuttavia väitteitä. Väitelauseilla vloggaaja ei kuitenkaan varsinaisesti ota kontaktia katsojaan, vaan ilmentää omaa suhtautumistaan asiointilaan, kuten esimerkissä (74) Linnanmäellä vierailemiseen (*mikään ei oo niin siistiä ku lintsillä oleminen*). Kieltoilmauksella *ei ole* (ks. VISK § 1615) ja kvanttoripronominilla *mikään* (ks. VISK § 757) vloggaaja tuo esille, että kaikista siistien asioiden joukossa olevista muuttujista yksikään ei ole niin siistiä kuin Linnanmäellä oleminen: vloggaaja siis ilmaisee myönteistä suhtautumistaan Linnanmäkeen. Tällainenkin suhtautumisen ilmaiseminen on toki vuorovaikutusta katsojan kanssa, sillä ilmaisemalla oman mielipiteensä vloggaaja antaa mahdollisuuden katsojalle olla samaa tai eri mieltä ja näin ollen jatkaa keskustelua.

Hallidayn (1994: 89) mukaan modaalisuuden avulla ilmaistaan tyypillisesti puhujan mielipidettä, asemoitumista tai suhtautumista vastaanottajaan tai keskustelun ulkopuoliseen henkilöön. Alla olevassa esimerkeissä (76) modaalisuuden avulla ilmaistaan vloggaajan suhtautumistaan katsojiinsa.

- (76) mä halusin ihan hirveesti kertoa (.) kolme sellast asiaa mitä mulle on niinku sattunu ja  
tapahtunu et ne on ollu jollain tavalla niinku tosi inhottavii fasioitah.h ja **ehkä myös vähän  
huvittaviakin** (S2)

Esimerkissä (76) vloggaaja tuo esille epävarmuuttaan episteemistä modaalisuutta ilmaisevalla ilmauksella *ehkä myös vähän huvittaviakin*. Partikkelilla *ehkä* vloggaaja tuo esille, että hänen mielestään on mahdollista, että hänen kertomansa asiat ovat katsojasta hauskoja (ks. VISK § 1603). Hän ei kuitenkaan ole varma asiointilasta ja jättää katsojalle päätäntävällän. Myös määrää ilmaiseva adverbini *vähän* kertoo siitä, että vloggaaja suhtautuu videonsa aiheen hauskuuteen epävarmasti: huumoria vlogivideoissa on vain niukasti, ja senkin vähän huumorin olemassaolo on epävarmaa. Esimerkissä (76) vaikuttaa siltä, että vloggaaja suhtautuu katsojiinsa jopa vähän pelokkaasti ja ilmaisee suhtautumistaan vahvasti modaalisten ilmausten avulla. Tästä voi kertoa myös asian ilmaisu nauraen (ks. naurun funktioista esim. Poyatos 1993; Haakana 1999).

Vloggaaja puhuttelee katsojiaan eli osoittaa puheensa tietyille henkilöille puhuttelusanojen (*ai-  
kuiset*, esimerkki 77) tai pronomien (*teidän*, esimerkki 78) avulla (ks. puhuttelusta Isosävi & Lap-

palainen 2015: 11). Puhuttelusanalla vloggaaja kohdistaa puheensa tietylle katsojalle tai katsojaryhmälle, kuten esimerkissä (77) katsojakuntaansa kuuluville aikuisille. *Aikuiset*-substantiivi puhuttelusanana antaa myös katsojalle mahdollisuuden halutessaan olla identifioitumatta ryhmään: vaikka aikuisella usein tarkoitetaan täysi-ikäistä henkilöä (KS s.v. *aikuinen*), kohdistuu puhuttelu todennäköisesti siihen ihmisjoukkoon, joita kyseiset *aikuisten jutut* koskevat. Tämän voi päätellä myös siitä, että vloggaaja ei itse sisällytä itseään aikuisten joukkoon, vaikka onkin täysi-ikäinen, ja puhuu *vanhemmista ihmisistä*. Pronominin *te* avulla (esimerkki 78) vloggaaja taas osoittaa puheensa koko katsojakunnalleen.

(77) me puhutaan (.) tänään (.) semmosista aikuisten jutuista -- (.) kaikki arvostus vanhempia ihmisiä kohtaan (.) **aikuiset pliis älkää suuttuko** (M4)

(78) nää jutut on mullistanu mun elämän ja sen takia mä halusin jakaa ne myös **teidän kanssa** (M2)

Esimerkissä (77) vloggaaja osoittaa puheensa aikuisille ja imperatiivin avulla pyytää heitä olemaan loukkaantumatta, koska videolla käsitellään todennäköisesti heidän elämäänsä kuuluvia aihepiirejä. Vaikka ilmaus on käskylauseen muodossa, on se tulkittavissa pyynnöksi *pliis*-partikkelin vuoksi. Vaattovaaran (2016: 114) mukaan *pliis* esiintyy pyynnöissä usein *kiitos*-partikkelia tuttavallisempaa ja epämuodollisempaa: *pliis*-partikkelin avulla vloggaja siis luo tuttavallisempaa ilmapiiriä hänen ja katsojan välille. Esimerkissä (78) vloggaaja ottaa kontaktia katsojiinsa käyttämällä monikon 2. persoonaa (*teidän kanssa*, vrt. *muiden/toisten kanssa*). Lisäksi *jakaa*-verbillä vloggaja ilmaisee haluavansa antaa osan omastaan (tässä tapauksessa kokemuksistaan) katsojille (KS s.v. *jakaa*) ja näin ollen luo sananvalinnallaan yhteisöllisyyden tunnetta.

Hallidayn ja Matthiessenin (2004: 117) mukaan vuorovaikutusta tarkastellessa on keskeistä kiinnittää huomiota myös tekstin persoonaan ja lauseen subjektiin. Esimerkissä (79) vloggaaja tuo persoonansa esille persoonapronominilla *mä* (~minä) ja samalla asettaa itsensä vastuulliseksi tiedon luotettavuudesta (ks. mts. 119).

(79) **mä oon huomannu** et juutubes on tosi paljon nykyään näitä storytime ↑videoita (.) ja **mä halusin** ihan hirveesti kertoa -- (S2)

Aineistoni perusteella on tyypillistä, että videoblogeissa vloggaaja tuo esille toimijuuttaan persoonapronominin avulla, vaikka tekijä kävisikin ilmi persoonassa taivutetuista verbeistä. Lisäksi vlogiteksteissä harvoin esiintyy passiivin luonteisia rakenteita, joiden avulla tekijä häivytetään takalalle – tällaisia rakenteita esiintyy lähinnä mainostamisen yhteydessä, jolloin vloggaaja pyrkinee

tietoisesti piilottamaan oman toimijuutensa yritysyhteistyössä. Toisaalta aktiivinen passiivi (ks. Pälli 2003) on vlogiteksteille yleinen ilmaisumuoto, mutta näissä ilmauksissa tekijä tuodaan esille *me*-persoonapronominin avulla. Tällainen niin sanottu passiivisten ilmausten välttely on yhteydessä siihen, että videoblogi on pitkälti tekijänsä kuva ja että vlogitekstien funktiona on ennen kaikkea välittää vloggaajan omia kokemuksia ja mielipiteitä (ks. luku 3.4).

Vuorovaikutus vloggaajan ja katsojan välillä on tärkeää, koska vlogivideoiden tyypillisin viestinnällinen funktio on jakaa vloggaajan omia kokemuksia ja viihdyttää katsojia (ks. luku 3.4). Aineistovideoiden perusteella vloggaajan kommunikointi näyttäytyy katsojan näkökulmasta hyvin vaativana, sillä vlogivideolle vaativa kuva ja vaativan roolin puhefunktiot (käsky, kysymys) ovat yleisiä. Kuitenkin vloggaaja tuo myös esille omaa epävarmuuttaan ja suhtautumistaan katsojia kohtaan erityisesti episteemistä modaalisuutta ilmaisevien ilmausten ja pyyntöjen avulla. Vloggaajan ja katsojan välisessä vuorovaikutuksessa puhuttelu on tärkeää, koska sen avulla katsoja voi tuntea, että vloggaaja osoittaa puheensa juuri hänelle ja että hän ikään kuin kuuluu vloggaajan ylläpitämään yhteisöön. Puhuttelu toteutetaan tyypillisesti 2. persoonan persoonapronominien avulla. Kressin ja van Leeuwenin (2006: 114) mukaan visuaaliset kokonaisuudet sisältävät kolmenlaisia suhteita. Näistä suhteista vloggaajan ja katsojan välinen vuorovaikutus edustaa representoidun ja vuorovaikutuksellisen osallistujan suhdetta.

## **4.2 Vuorovaikutus vloggaajien kesken**

Vuorovaikutus representoitujen osallistujien eli videolla esiintyvien vloggaajien kesken näyttäytyy katsojalle visuaalisesti tarjoavan kuvan kautta, kuten kuvassa 3. Tämä kertoo siitä, ettei katsoja ole sillä hetkellä mukana representoitujen osallistujien maailmassa ja että vloggaajat ovat vuorovaikutuksessa vain keskenään. Tarjoavan kuvan avulla vloggaajat asettavat itsensä tarkastelun kohteiksi (ks. Kress & van Leeuwen 2006: 119) ja tarjoavat katsojalle viihdettä esimerkiksi haastevideoissa reaktioidensa kautta.





Kuva 3. Tarjoava kuva vloggaajien keskinäisessä vuorovaikutuksessa (E1).

Visuaalisesti tarjoavan ja vaativan kuvan välillä voi kuitenkin esiintyä vaihtelua useita kertoja saman vuorovaikutustilanteen aikana. Vaikka tarjoava kuva on vloggaajien keskinäisen vuorovaikutuksen aikana yleisempi, voivat vloggaajat myös ikään kuin ottaa katsojan keskusteluun mukaan vaativan kuvan avulla, kuten kuvassa 4.



Kuva 4. Samanaikainen tarjoava ja vaativa kuva (S5).

Aineiston perusteella onkin tyypillistä, että representoidut osallistujat ovat vuorotellen vuorovaikutuksessa keskenään ja katsojan kanssa ja että kommunikaation suunta vaihtelee usein. Tyypillinen tilanne on, että representoidut osallistujat aloittavat vuorovaikutuksen keskenään, mutta ikään kuin jatkavat keskustelua katsojan kanssa. Tällainen tilanne voi alkaa esimerkiksi siitä, että vloggaaja esittää toiselle hakukysymyksen, ja vastaus kysymykseen kohdistetaan katsojalle sen sijaan, että vastaus esitettäisiin takaisin sen kysyneelle vloggaajalle. Myös esimerkiksi tarinankerrontatilanteissa on tyypillistä, että vloggaaja aloittaa kertomisen toiselle, videolla esiintyvälle vloggaajalle, mutta jatkaa pian kertomista katsojalle vaativan kuvan kautta. Tällaiset tilanteet johtavat usein siihen, että toinen representoitu osallistuja toteuttaa vaativaa kuvaa ja toinen tarjoavaa kuvaa (kuva 4).

Vloggaajien keskinäisessä vuorovaikutuksessa myös kielellisesti tarjoava rooli on tyypillisempi ja puhefunktioista tarjoukset ja väitteet ovat yleisiä. Egginsin (2004: 147) mukaan tarjous kielellistyy tyypillisimmin moduloidussa interrogatiivissa, mutta aineiston perusteella tämä ei ole niin tyypillistä, vaan tarjousta kielellistetään esimerkiksi ilmauksella *ole hyvä*. Sekä tarjouksen että väitteen puhefunktiot ovat havaittavissa esimerkissä (80).

- (80) E: se e- yks yritys **saa olla** harjotus et saa vähä hakee tuntumaa siihen biisiin  
 T: yks harjotus  
 E: yks harjotus **ole hyvä**  
 T: kiitos (E2)

Vloggaajien välisessä vuorovaikutuksessa deonttinen modaalisuus (ks. VISK § 1554) eli luvan tai pakon ilmaiseminen on yleisempää kuin vloggaajan ja katsojan välisessä vuorovaikutuksessa. Esimerkissä (80) deonttista modaalisuutta ilmaistaan modaaliverbillä *saada*. Deonttisen modaalisuuden yleisyys on yhteydessä videoblogin funktionaaliin rakennemuotoon: aineiston perusteella vloggaajien keskinäinen vuorovaikutus tapahtuu usein erityisesti ongelma- ja ratkaisuosien aikana, ja näiden osien yhtenä funktiona on kuvata tehtäväsuorituksen alkua tai kulkua. Deonttinen modaalisuus liittyy siis usein tehtäväsuorituksen ohjeistamiseen, eikä sillä niinkään kuvata puhujan suhtautumista toiseen osapuoleen, kuten Halliday (1994: 89) esittää.

Episteeminen modaalisuus (ks. VISK § 1556) on vloggaajien välisessä vuorovaikutuksessa harvinaisempaa kuin vloggaajan ja katsojan välisessä vuorovaikutuksessa: tämä kertoo siitä, että vloggaajien suhtautuminen toisiinsa ei ole niin epävarmaa kuin katsojiinsa ja pelko toisen vloggaajan loukkaamisesta tai eriävistä mielipiteistä ei ole yhtä suuri kuin pelko katsojan loukkaamisesta. Tämä johtunee siitä, että vloggaajat ovat mahdollisesti riippuvaisia videoidensa katsontakerroista ja näin ollen katsojiensa hyväksynnästä. Lisäksi yhteisvideoita tekevät vloggaajat ovat usein jo valmiiksi hyviä ystäviä keskenään, joten pelko väärinymmärretyksi tulemisesta on todennäköisesti pienempi.

Vaikka tiedon, uskon tai päätelmien ilmaiseminen ei olekaan vloggaajien välisessä vuorovaikutuksessa niin yleistä, on episteemistenkin modaali-ilmausten esiintyminen mahdollista. Näin on esimerkiksi esimerkissä (81).

- (81) V: **kyl mä uskon et nää on ihan hyvii** [oikeesti  
 E: [eiks nää oo niinku pillejä  
 E: kyl näist pystyy-  
 J: joo on nuo **oikeesti**  
 E: näit vois käyttää pillinä  
 V: @joo@  
 E: ole hyvä ota ensin (E3)

Esimerkissä (81) vloggaaja V arvioi tilanteen todennäköisyyttä eli sitä, ovatko maistettavat karkit hyviä vai eivät, modaaliverbillä *uskoa*. Hän myös vakuuttaa tietoaan varmaksi ja oikeaksi partikkeleilla *oikeesti* (~oikeasti) ja *kyllä* (ks. VISK § 1608), ja samanlaista vakuuttelua jatkaa lyhyen keskustelun jälkeen vloggaaja J. Vaikuttaa siltä, että vloggaajien välisessä vuorovaikutuksessa myöskään episteemisellä modaalisuudella ei ilmaista suhtautumista toisia osallistujia kohtaan, vaan enemmänkin suoritusta kohtaan: esimerkissä (81) vloggaajan V suhtautuminen suoritusta kohtaan on myönteinen, sillä hän kuvaa suoritukseen liittyviä karkkeja adjektiivilla *hyvä* (KS s.v. *hyvä*). Kuitenkin vloggaajan V puheenvuoron taustalla lienee taustaoletus siitä, että karkit ovat erittäin pahoja, koska *hyvä*-adjektiiviin liitetään myös astemääräte *ihan*, jonka avulla suhteutetaan jokin ominaisuus kontekstiinsa eli tässä esimerkissä suorituksen haastavuuteen (ks. VISK § 854). Taustaoletus lienee peräisin siitä, että kyseisellä videolla on tarkoitus maistaa mahdollisimman pahoja makeisia, jotta video olisi katsojalle visuaalisesti viihdyttävä vloggaajien reaktioiden takia.

Tarjoavan roolin lisäksi vloggaajat kommunikoivat keskenään myös vaativan roolin puhefunktioiden avulla, kuten esimerkissä (82) kysymyksen avulla. Hakukysymyksellä *mihis laitteisiin me sit mennään* E vaatii S:ltä informaatiota, johon S vastaa tarjoavan roolin väitteellä.

- (82) S: me ollaan lintsillä eetun kanssa. ja (.) huhhuh siis ensimmäinen kerta lintsillä tänä vuonna (.) tai tänä kesänä (.) ja niin siistiä. ja siis (.) voin sanoo että ↑ensimmäistä kertaa jännittää ihan sikan  
 E: **mihis laitteisiin me sit mennään**  
 S: me käytiin äske kummitusjunassa se oli eka laite? jaa nyt seuraavaks mennää  
 (.) vesilaitteeseen (S4)

Kysymyksen puhefunktiota tarkastellessa videoblogin kontekstissa vaikuttaa olevan olennaista, onko kyseessä hakukysymys vai vaihtoehtokysymys: hakukysymyksellä vaaditaan informaatiota, kun taas vaihtoehtokysymyksellä pelkkää kyllä/ei-vastausta (ks. VISK § 888). Silloin kun ky-

symyslause ilmaistaan hakukysymyksen avulla, on kyseessä kysymyksen puhefunktio, jonka tarkoituksena on vaatia informaatiota (esimerkki 82, vrt. vaihtoehtokysymys esimerkissä 83). Esimerkissä (82) on havaittavissa myös vuorovaikutuksen suunnan vaihtuminen vloggaajan ja katsojan välisestä vuorovaikutuksesta vloggaajien keskinäiseen vuorovaikutukseen. Vloggaaja S aloittaa vuorovaikutuksen eksistentiaalilauseella *me ollaan lintsillä eetun kanssa*, joka on suunnattu katsojalle. Tämän voi päätellä siitä, että S tuskin kertoisi pelkästään E:lle hänen olevansa Linnanmäellä E:n kanssa. S:n ensimmäinen puheenvuoro toimiikin ikään kuin taustoittavana puheenvuorona, jotta katsoja osaa yhdistää tulevan vloggaajien välisen vuorovaikutuksen kontekstiinsa. E:n puheenvuoro kääntää vuorovaikutuksen taas vloggaajien väliseksi, sillä hän viittaa *me*-pronominin avulla itseensä ja S:ään. Visuaalisesti katsoja näkee myös, että kysymys on osoitettu S:lle, sillä puheenvuoron aikana E näyttäytyy katsojalle tarjoavan kuvan kautta.

Kysymyslause, jolla tyypillisesti ilmaistaan kysymyksen puhefunktioita, voi kuitenkin ilmaista myös tarjoavaa roolia. Esimerkin (83) kysymys *haluutsä pyöräyttää* muistuttaa paljon tarjousta, sillä sen avulla ei vaadita informaatiota vaan enemmänkin tarjotaan esimerkiksi suoritusvuoroa. Vaikka Egginsin (2004) mukaan kysymyksen puhefunktio kielellistyy yleisimmin interrogatiivi- eli kysymyslauseissa, näyttäytyy videoblogin kontekstissa vaihtoehtokysymyksellä ilmaistu kysymyslause enemmänkin tarjouksena. Tämä johtuu siitä, että vaihtoehtokysymyksellä ei vaadita vastaukseksi informaatiota, vaan *kyllä*- tai *ei*-vastausta eli tarjouksen ottamista vastaan tai siitä kieltäytymistä (vrt. hakukysymys esimerkissä 82). Kysymyslauseelle onkin tyypillistä esiintyä kysymysfunktion lisäksi esimerkiksi tarjouksena, pyyntönä tai käskynä (ks. VISK § 886).

- (83) E: lähtökohtaisesti me ei tehdä mitään muuta ku maisteta näit kaikkii (.) mut lähettään siitä et pyöritetään aluks pari kertaa et saadaan vähän niinku jännitettyy (.) mitä sielt ekana tulee **haluutsä pyöräyttää**  
M: kai mä oon ready [pyörittää]

Vuorovaikutus vloggaajien kesken ei ole niin yleistä kuin vuorovaikutus vloggaajan ja katsojan välillä, mutta sillä on keskeinen rooli erityisesti vloggaajien toteuttamilla yhteisvideoilla, jotka aineiston perusteella ovat lähes yhtä suosittuja kuin yhden vloggaajan vlogivideot. Vloggaajien välinen vuorovaikutus näyttäytyy katsojalle tyypillisesti tarjoavan kuvan kautta, ja myös kielellisesti tarjoava rooli on yleisempää kuin vaativa rooli. Vloggaajat kommunikoivat keskenään tyypillisesti väitteen puhefunktion avulla, mutta myös kysymyksiä ja tarjouksia esiintyy. Kun vloggaajan ja katsojan välisessä vuorovaikutuksessa suhtautumista ilmaiseva episteeminen modaalisuus on tyypillisempää, on vloggaajien välisessä vuorovaikutuksessa deonttinen modaalisuus ominaisempaa. Modaalisuudella ei vloggaajien keskinäisessä keskustelussa ilmaista suhtautumista keskustelun toiseen osapuoleen, vaan

enemmänkin ohjeistetaan suoritusta (deonttinen modaalisuus) tai osoitetaan suhtautumista suorituksen haastavuuteen (episteeminen modaalisuus). Tämä johtuu siitä, että vloggaajien yhteisvideot ovat lähes poikkeuksetta haaste- tai arvosteluvideoita, kun taas vloggaajan yksin toteuttamat videot voivat näiden lisäksi olla esimerkiksi mielipide- tai tarinankerrontavideoita, joilla on tyypillisempää ilmaista asennetta tai suhtautumista tiettyyn henkilöön tai henkilöihin.

### 4.3 Muut vuorovaikutussuhteet videoblogissa

Muita aineistovlogeissa esiintyviä vuorovaikutussuhteita ovat vuorovaikutus katsojien kesken sekä vloggaajan vuorovaikutus yhteistyökumppaneiden kanssa. Aineistovideoiden tuhannet kommentit kertovat siitä, että katsojien välistä vuorovaikutusta tapahtuu jatkuvasti. Vloggaajan vuorovaikutus yhteistyökumppanien kanssa ei ole aineiston perusteella niin yleistä.

Katsojat ovat keskenään vuorovaikutuksessa aina kommenttikentän välityksellä. Usein kommunikointi tapahtuu representoidun osallistujan kautta: katsoja kommentoi jotakin vlogivideolla esitettyä teemaa tai tilannetta, ja toinen katsoja jatkaa vuorovaikutusta vastaamalla ensimmäiseen kommenttiin. Näin tapahtuu esimerkiksi kuvassa 5, jossa ensimmäinen kommentoija *Videot Takaperin* kommentoi representoidun osallistujan esittämää tilannetta kaupassa käymisestä koulupäivän aikana, jonka jälkeen kommentoijat *Virtaneh* ja *Iiduli* vastaavat ensimmäiseen kommenttiin kertomalla omia kokemuksiaan aiheesta. Lisäksi viimeinen kommentoija *Nooa Mäkinen* myötäilee aiempaa kommenttia. Tästä kommenttiketjusta voi havaita, että ensimmäinen kommentti on katsojan ja vloggaajan välistä vuorovaikutusta, mutta myöhemmät pelkästään katsojien välistä vuorovaikutusta.



Kuva 5. Katsojien välinen vuorovaikutus (M1).

Kress ja van Leeuwen (2006: 114) toteavat, että vuorovaikutuksen analyysissa on pääasiassa kyse siitä, miten vuorovaikutukselliset osallistujat kommunikoivat keskenään representoitujen osallistujien kautta. Katsojien välinen vuorovaikutus edustaa juuri tällaista tilannetta. Tilanne on sikäli poikkeuksellinen, että vuorovaikutukselliset osallistujat toimivat kaikki samanlaisessa katsojan roolissa, eikä kyse ole esimerkiksi tuottajan ja katsojan välisestä vuorovaikutuksesta. Katsoja on silti toiselle katsojalle usein näkymätön, kuten kuvan tuottaja olisi katsojalle tai katsoja tuottajalle. Katsojat tulkitsevat kuvaa ja puhetta oman elämänsä ja omien kokemustensa viitekehyksessä, ja tulkinnat harvoin ovat identtisiä, mikä voi aiheuttaa konfliktitilanteita kommenttikentässä (ks. Youtube-kommentoinnin konflikteista Lehti, Isosävi, Laippala & Luotolahti 2016).

Kommenttikentässä tapahtuvan vuorovaikutuksen analyysi on hankalaa, koska katsojat ovat anonyymeja ja ilmeettömiä toimijoita, jotka ilmaisevat itseään pelkästään kielellisesti. Visuaalinen analyysi katsojien välisestä vuorovaikutuksesta on siis mahdotonta. Lisäksi useissa tilanteissa monet kommentoijat eivät ole edes katsoneet videota, vaan pyrkivät tahallaan häiritsemään keskustelua ja luomaan konflikteja. Tällaisia kommentoijia kutsutaan usein trollaajiksi (KS s.v. *trollata*). Tämän vuoksi en ole tehnyt yksityiskohtaisempaa tekstianalyysia kommenttikentässä tapahtuvasta vuorovaikutuksesta, vaan tuon vain esille sen, että vuorovaikutusta kommenttikentässä tapahtuu ja se on pääosin videon katsojien välistä. Kressin ja van Leeuwenin (2006: 114) ”suhteiden kolmijaosta” katsojien välinen vuorovaikutus edustaa vuorovaikutuksellisten osallistujien välistä suhdetta.

Katsojien välisen vuorovaikutuksen lisäksi vlogiteksteissä esiintyy ajoittain myös vloggaajan ja yhteistyökumppanin välistä vuorovaikutusta. Tällainen vuorovaikutus ilmaistaan usein infiniittisten rakenteiden avulla, joilla häivytetään vloggaajan toimijuutta yhteistyösopimuksessa (ks. lisää luku 3.2.5). Tämä on havaittavissa esimerkissä (84).

- (84) tää video **on toteutettu yhteistyössä** lidlin kanssa ja kaikki tän videon kosmetiikkatuotteet kuuluu lidlin uuteen cien kosmetiikkasarjaan -- nää kaikki tuotteet on tosi hyvän hintasia eli hinta-laatusuhteeltaan tosi hyviä (S1)

Yhteistyösopimus tuodaan tyypillisesti esille tarjoavan roolin puhefunktioiden, kuten väitteiden, avulla. Yhteistyökumppania ei myöskään varsinaisesti puhutella, ellei vloggaaja puhuttele yhteistyökumppaneita kiittämällä heitä saamistaan tuotteista. Kuitenkin yhteistyösopimukset tuodaan visuaalisesti esille vaativan kuvan kautta, mikä kertoo siitä, että vloggaaja todennäköisesti olettaa yhteistyökumppanin katsovan videota. Vuorovaikutussuhdetta ei siis varsinaisesti luoda kielellisesti, mutta vloggaaja osoittaa visuaalisesti ottavansa kontaktia yhteistyökumppaniin vaativan kuvan kautta.

Videoblogissa merkittävimmät muut vuorovaikutussuhteet ovat siis vuorovaikutus katsojien välillä ja vuorovaikutus vloggaajan ja yhteistyökumppanin välillä. Näiden vuorovaikutussuhteiden analyysi on kuitenkin hankalampaa, koska vloggaajan ja yhteistyökumppanien vuorovaikutus perustuu lähinnä kiitosten esittämiselle ja katsojien välinen vuorovaikutus anonyymille kommentoinnille. Tämän vuoksi olen tässä luvussa tyytynyt vain huomioimaan kyseiset vuorovaikutussuhteet, mutta en analysoi niitä syvemmin, koska katsojat tai yhteistyökumppanit eivät ole vlogitekstin sisällä aktiivisia toimijoita eivätkä näin ollen kielellisillä ja visuaalisilla valinnoillaan luo vuorovaikutussuhteita.

## 5 PÄÄTÄNTÖ

### 5.1 Tutkielman arviointi ja tutkimustulokset

Tutkimuksen tavoitteena oli kartoittaa videoblogia ilmiönä sekä selvittää, millaiset piirteet videoblogille ovat tyypillisiä ja millaisia vuorovaikutussuhteita videoblogissa luodaan. Tutkimuksessani pyrin vastaamaan kahteen tutkimuskysymykseen: 1) *Millainen on videoblogin tekstilaji?* ja 2) *Millaisilla kielellisillä ja visuaalisilla keinoilla vlogiteksteissä rakennetaan vuorovaikutussuhteita?* Lisäksi esitin ensimmäisen tutkimuskysymyksen alla kaksi alakysymystä, joilla halusin selvittää, millaisista funktionaalista osista vlogiteksti tyypillisesti rakentuu ja millainen rekisteri vlogiteksteissä muodostuu. Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen olen vastannut luvussa 3 ja toiseen tutkimuskysymykseen luvussa 4.

Tarkastelin vlogin tekstilajia rakenteellisesta näkökulmasta ja määritin yhdeksän erilaista rakenneosaa niiden funktionaalisten päämäärien perusteella. Lisäksi analysoin näille rakenneosille tyypillisimmät kielelliset piirteet ja pohdin, mitä näillä kielellisillä valinnoilla tehdään ja millaisia merkityksiä niillä halutaan rakentaa. Rakenteen lisäksi analysoin myös videoblogin rekisteriä hallidaylaisesta näkökulmasta. Videoblogissa muodostuvia vuorovaikutussuhteita tarkastelin visuaalisesti Kressin ja van Leeuwenin (2006) visuaalisen kieliopin avulla sekä kielellisesti Hallidayn (1994) interpersonaisen metafunktion avulla. Vuorovaikutussuhteiden analyysissä pyrin tunnistamaan tyypillisimpiä visuaalisia ja kielellisiä keinoja, joilla vloggaaja ottaa kontaktia katsojiinsa tai toisiin vloggaajiin.

Aineistona käytin yhteensä 15 vlogivideota kolmelta Youtube-kanavalta. Koen, että aineistoa oli tutkimuksessani riittävästi, sillä pyrin tarkastelemaan videoblogia yleisestä näkökulmasta enkä paneutumaan tarkemmin esimerkiksi tiettyyn videoblogin alalajiin. Aineiston kanssa ongelmalliseksi koin kuitenkin videoblogin dynaamisuuden niin tekstilajina kuin sosiaalisen median formaattinakin: koska videoblogi hakee vielä muotoaan, on tämän kokoisella aineistolla mahdotonta muodostaa ikään kuin pätevää yleiskuvaa aiheesta. Lisäksi videoblogit, kuten oikeastaan kaikki sosiaalisen median tuotokset, ovat ennen kaikkea tekijänsä kuvia, ja jokainen vloggaaja on kielelliseltä tyyliltään ja ilmaisultaan sekä kiinnostuksen kohteiltaan hieman erilainen. Vaikka yksi tai useampi vlogikanava lisää olisi varmasti tuonut aineistoon vaihtelevuutta, koen kuitenkin saturaation täytyneen tälläkin aineistolla.

Analyysissäni olen määrittänyt videoblogille yhdeksän rakenneosaa, jotka ovat orientaatio, päätös, havainnollistaminen, oma kokemus, ongelma/tehtävä, ratkaisu/suoritus, yhteenveto, mielipide ja mainostaminen. Näistä rakenneosista välttämättömiä ovat orientaatio, päätös, havainnollistaminen ja



oma kokemus ja valinnaisia ongelma/tehtävä, ratkaisu/suoritus, yhteenveto, mielipide ja mainostaminen. Olen määrittänyt rakenneosien välttämättömyyden ja valinnaisuuden niiden esiintymisfrekvenssin mukaan: rakenneosa on välttämätön, jos se esiintyy vähintään kahden aineistokanavan kaikissa aineistovideoissa. Välttämättömyys ja valinnaisuus pohjautuvat Hasanin (1985; 1996) ajatukselle siitä, että kuuluakseen tiettyyn tekstilajiin tulee tietyssä tekstissä esiintyä kaikki tekstilajin välttämättömät rakenneosat. Valinnaiset rakenneosat taas mahdollistavat sen, että tiettyyn tekstilajiin kuuluvat tekstit voivat olla keskenään erilaisia. (Hasan 1996: 53–54.)

Rakenneosien määrittämisen ja niiden kielellisten piirteiden analysoimisen lisäksi pyrin määrittämään videoblogin rakennepotentiaalin. Tekstilajin rakennepotentiaali saadaan selville, kun tarkastellaan tekstin rakenneosia ja niiden järjestäytymistä (Hasan 1996: 53–54). Analyysini perusteella videoblogin tekstilajin staattisimpia rakenneosia ovat orientaatio ja päätös, jotka esiintyvät lähes kaikissa aineistovlogeissa ja aina samalla paikalla. Muut rakenneosat ovat paljon dynaamisempia ja niiden esiintymispaikka ja -frekvenssi riippuu hyvin paljon vloggaajan tyylistä ja vlogitekstin aiheesta. Vlogitekstissä vaikuttaa kuitenkin esiintyvän joitain tyypillisiä rakenteita, kuten esimerkiksi Hoeyn (2001) ongelmanratkaisumallia muistuttava rakenne ongelma-ratkaisu-oma kokemus. Jotkin rakenneosat myös esiintyvät tyypillisesti tietyn toisen rakenneosan läheisyydessä, kuten esimerkiksi yhteenveto-osa, joka esiintyy tyypillisesti päätösoosan läheisyydessä. Analyysini perusteella olen muodostanut videoblogin rakennepotentiaalimallin, joka näyttää seuraavalta:

orientaatio ^ (ongelma) \* (ratkaisu) \* havainnollistaminen \* (oma kokemus) \* (mielipide) \* (mainostaminen) ^ [( $\langle$ yhteenveto $\rangle$ )^] päätös]

Olen analysoinut myös videoblogin tilannekontekstia määrittävät muuttujat ja tilannekontekstin avulla määrittänyt videoblogin rekisterin. Hallidayn (1978) rekisterin käsite viittaa tekstin osapotentiaaliin, jota rajaa tilannekonteksti. Tilannekontekstin määrittäviä muuttujia ovat ala, osallistujaroolit ja kielen ilmenemismuoto (mts. 125). Videoblogin tilannekontekstissa alana eli sinä sosiaalisena toimintana, jonka osana teksti on, voidaan pitää vloggaajan omien kokemusten jakamista tai laajemmin sosiaalisessa mediassa tapahtuvaa vuorovaikutusta. Tilannekontekstin kannalta merkittäviä sosiaalisia rooleja eli osallistujaroleja videoblogissa ovat auktoriteetin, ystävän, mentorin, tiedonvälittäjän ja viihdyttäjän roolit. Nämä ovat kaikki rooleja, joita vloggaaja saa videoblogin kontekstissa – katsojan roolien analysointi ei ole niin merkittävää, sillä katsoja harvoin toimii aktiivisena toimijana videoblogin tilannekontekstin puitteissa. Kolmas tilannekontekstia määrittävä muuttuja on kielen ilmenemismuoto, jolla tarkoitetaan sitä, miten kieli toimii tilanteessa ja mikä on sen funktio suhteessa alan

ja osallistujaroolien muuttujiin (mts. 144). Videoblogille on vaikeaa määrittää tiettyä ilmenemismuotoa, koska videoblogin ala ei ole vakiintunut ja siinä muodostuu monenlaisia osallistujarooleja. Videoblogeja yhdistää kuitenkin jonkinlainen subjektiivisuuden ja vuorovaikutuksellisuuden ilmaiseminen. Kielelliset valinnat tuovat yhdessä alan ja osallistujaroolien kanssa ilmi subjektiivisuutta, vuorovaikutuksellisuutta ja vloggaajan omaa persoonaa, jotka toimivat tilannekontekstin keskeisimpinä muuttujina. Subjektiivisuus ja vuorovaikutuksellisuus siis rajaavat videoblogissa muodostuvaa rekisteriä, joka on monilta ominaisuuksiltaan hyvin avoin videoblogin tekstilajin tuoreuden ja dynaamisyyden vuoksi.

Aineistoni perusteella videoblogissa tyypillisimmin esiintyvät vuorovaikutussuhteet ovat vloggaajan ja katsojan tai kahden tai useamman vloggaajan välisiä. Muita vuorovaikutussuhteita ovat katsojien välinen vuorovaikutus sekä vloggaajan ja yhteistyökumppanin välinen vuorovaikutus. Vloggaaja ottaa kontaktia katsojaan pääasiassa vaativan kuvan (ks. Kress & van Leeuwen 2006) ja vaativan roolin puhefunktioiden (ks. Halliday 1994), kuten käskyn ja kysymyksen, avulla. Kielellisesti vaativa rooli ilmenee pääasiassa käsky- ja kysymyslauseina. Vloggaaja tuo myös esille omaa epävarmuuttaan ja suhtautumistaan katsojia kohtaan erityisesti episteemistä modaalisuutta ilmaisevien ilmausten ja pyyntöjen avulla. Vloggaajan ja katsojan välisessä vuorovaikutuksessa puhuttelu on tärkeää, ja puhuttelua ilmaistaan 2. persoonan persoonapronominien ja puhuttelusanojen (esimerkiksi *aikuiset*, M4) avulla. Samanlaisia huomioita vloggaajan ja katsojan välisestä vuorovaikutuksesta on tehnyt Frobenius (2014: 61–62), joka myös nostaa esille puhuttelun tärkeyden. Lisäksi Frobeniuksen (mts. 64) huomiot yhteisöllisyyden luomisesta *me*-pronominin avulla ovat samassa linjassa omien tulosteni kanssa.

Vloggaajien välinen vuorovaikutus näyttäytyy katsojalle tyypillisesti tarjoavan kuvan kautta, ja myös kielellisesti tarjoava rooli on yleisempi kuin vaativa rooli. Vloggaajat kommunikoivat keskenään tyypillisesti väitteen puhefunktion avulla, mutta myös kysymyksiä ja tarjouksia esiintyy. Modaalisten ilmausten avulla ei ilmennetä suhtautumista toisiin ihmisiin, vaan ohjeistetaan tehtävän suoritusta (deonttinen modaalisuus) tai tuodaan ilmi suhtautumista suorituksen haasteellisuuteen (episteeminen modaalisuus). Tämä johtuu siitä, että vloggaajien yhteisvideot ovat tyypillisesti haaste- tai arvosteluvideoita, joissa pääfokus on jonkinlaisessa tehtävässä, elintarvikkeessa tai esineessä.

Koen saaneeni tutkimuskysymyksiini kattavat vastaukset ja onnistuneeni tutkimustavoitteesani, joka oli selvittää, millaiset piirteet videoblogille ovat tyypillisiä ja millaisia vuorovaikutussuhteita videoblogissa luodaan. Tutkimuksellani pyrin kuvaamaan tietyn ilmiön, tässä tapauksessa videoblogin, tyypillisiä ominaisuuksia ja löytämään selityksiä näille ominaisuuksille sekä ilmiölle itselleen. Koen, että tutkimuksellani olen onnistunut myös kuvaamaan videoblogia ilmiönä ja määrittämään videoblogin käsitettä lingvistisestä näkökulmasta. Koen perustelleeni tulokseni ja päätelmäni

vakuuttavasti analyysin ja tekstiesimerkkien avulla, enkä en näe ongelmana sitä, että toinen tutkija toisenlaisella tutkimusasetelmalla voisi tulkita aineistoani eri tavalla.

Systeemis-funktionaalinen kieliteoria sekä visuaalinen kielioppi toimivat tutkimusmenetelmänä ja tutkimuksen teoreettisena viitekehyksenä hyvin. Tekstilajin tarkasteleminen funktionaalista näkökulmasta oli tarkoituksenmukaista, koska halusin ennen kaikkea selvittää, miksi ja miten videoblogin rakenneosat luovat erilaisia merkityksiä. Videoblogin tekstilajin määrittäminen Hasanin (1985; 1994) tavoin rakenteellisesta näkökulmasta oli hyvä ratkaisu, sillä sen avulla pystyin määrittämään jonkinlaista prototyyppistä vlogitekstin muotoa ja sen kautta tarkastelemaan videoblogia tarkemmin ilmiönä. Toisaalta uskon, että tekstilajin määrittäminen Swalesin (1990) ja Bhatian (2004) tavoin viestinnällisen päämäärän kautta olisi toiminut tutkimusnäkökulmana yhtä hyvin. Visuaalisten elementtien tarkastelussa visuaalinen kielioppi toimi hyvin SF-teorian rinnalla, sillä se perustuu lähes täysin hallidaylaiseen kielioppiin.

Tutkimusprosessin aikana olen saanut uutta tietoa systeemis-funktionaalista kieliteoriasta ja visuaalisesta kieliopista sekä tekstilajitutkimuksesta ylipäänsä. Olen oppinut paljon tekstinanalyysistä ja visuaalisesta analyysistä sekä tieteellisestä kirjoittamisesta. Tutkimuksen tekeminen on ennen kaikkea opettanut minua soveltamaan teoreettista tietoa käytäntöön sekä esittämään ja perustelevaan omia päätelmiäni havaintojeni perusteella.

## 5.2 Pohdinta ja jatkotutkimusmahdollisuudet

Videoblogin dynaamisuus ja eräänlainen muutoshakuisuus sekä vähäinen aiempi tutkimus jättävät tilaa monenlaisille pohdinnoille. Kuten kaikessa laadullisessa tutkimuksessa, on tämänkin tutkimuksen osalta välttämätöntä pohtia sitä, millainen tutkimustulos olisi saatu erilaisella aineistolla. Tässä tutkimuksessa olen keskittynyt tarkastelemaan kaikenlaisia erilaisia vlogivideoita, mutta kuten luvusta 1.3.1 käy ilmi, on videoblogin sisälle muodostunut monia erilaisia alalajeja. Olisi siis kiinnostavaa ja tärkeää selvittää, olisivatko tutkimustulokset samanlaiset, jos aineistona käytettäisiin pelkästään tiettyyn alalajiin kuuluvia videoblogeja.

Kuten olen luvussa 1.1 todennut, Youtube-sisällöntuottajia kutsutaan usein nimellä tubettaja, joka määrittää heitä enemmänkin tietyn julkaisualustan käyttäjiksi kuin tietynlaisen sisällön (esimerkiksi pelivideot tai videoblogit) tuottajiksi. Onkin siis olennaista pohtia, onko videoblogi riippuvainen julkaisualustastaan (Youtube) ja voiko mikä tahansa ja mihin tahansa ladattu video, joka noudattaa rakenteeltaan videoblogin tekstilajia, olla videoblogi. Mitkä elementit rakenteen lisäksi ylipäänsä määrittävät videoblogin, ja ovatko esimerkiksi tekijä, topiikki tai formaatti merkittäviä tekijöitä? Raja

videoblogin ja esimerkiksi opetusvideoiden välillä on häilyvä, sillä opetusvideoissa voi yhtä lailla esiintyä kaikki videoblogin tekstilajille välttämättömät rakenneosat. Voiko opetusvideota silti kutsua videoblogiksi? Rakenneosien lisäksi videoblogia toki määrittää myös sen tilannekonteksti, joka korostaa vlogien subjektiivisuutta ja vuorovaikutuksellisuutta (ks. luku 3.4). Lisäksi on aiheellista pohtia, miten yhden ja useamman vloggaajan tekemät videot eroavat toisistaan rakenteellisesti ja miksi ne ovat eroistaan huolimatta kaikki videoblogeja. Tällaiset kysymykset kertovat siitä, miten uusi formaatti videoblogi on ja miten sille ei ole ehtinyt vielä muodostua vakiintunutta rakennetta, ilmaismuotoa tai muita määrittäviä elementtejä.

Kun tekstilajia tarkastellaan sen rakenteen näkökulmasta, on tyypillistä kiinnittää huomiota prototyyppisyyteen ja staattisiin rakenteisiin. Tällainen näkökulma videoblogin tekstilajin tarkasteluun voi olla hieman ongelmallinen, sillä internettekstinä videoblogi on jatkuvasti jonkinlaisessa muutoksessa. On siis aiheellista pohtia, onko videoblogille edes mahdollista kehittyä prototyyppiä tai staattista rakennetta ja edustaako rakenteeltaan staattinen vlogiteksti enää niin sanotusti autenttista videoblogia. On todennäköistä, että Youtuben sisällöntuottajat pyrkivät koko ajan rikkomaan videoidensa aiheen tai rakenteen toistuvuutta ja näin luomaan sisältöönsä yllätyksellisyyttä, sillä katsojat harvoin pysyvät samalla kanavalla pitkään, jos jokaisen videon sisältö on samanlainen. Tästä kertoo myös se, että aineistokanaville muutama vuosi sitten ladatut videot ovat hyvin erilaisia kuin vuoden 2016 aikana julkaistut videot, joita olen käyttänyt aineistonani. On siis mahdollista, että taas muutaman vuoden päästä sen ajan videoblogit eivät vastaa ollenkaan rakennetta, jonka olen aineistoni perusteella videoblogin tekstilajille määrittänyt. Kuten Solinkin (2006: 78) toteaa, on tekstilajin täydellinen vakaus ja muuttumattomuus mahdotonta, sillä tekstilajit ovat sosiaalisen ja kulttuurisen yhteisön ylläpitämiä rakenteita. Elementtien vaihtelevuus ei kuitenkaan tarkoita sitä, että tekstiesiintymää ei voisi tunnistaa kuuluvaksi tiettyyn tekstilajiin.

Tutkimukseni tulokset antavat pohjan videoblogien lingvistiselle tutkimukselle. Koska videoblogeja on toistaiseksi tutkittu hyvin vähän, on jatkotutkimusmahdollisuuksia monenlaisia. Rakenteellisen tarkastelun näkökulmasta olisi tarpeellista tutkia jokaista videoblogin alalajia erikseen, jotta saataisiin selville alalajeille tyypillinen rakenne ja se, vastaavatko alalajien tyypilliset rakenteet videoblogin yleistä rakennetta. Vuorovaikutustutkimuksen näkökulmasta taas olisi mielenkiintoista tarkastella esimerkiksi videoblogien vaikutusta nuorison tai jonkun muun ihmisryhmän sosiolektiin, sillä videoblogien on todettu vaikuttavan niiden nuorten katsojien kielenkäyttöön ja ajatusmaailmaan (ks. Koivisto 2016). Koska kielellä rakennetaan myös identiteettiä (ks. esim. Dufva 2002), olisi kiinnostavaa tarkastella, vaikuttaako kielenkäytön omaksuminen videoblogeista myös katsojan kieli-

identiteettiin ja onko katsojan identiteetin rakentumisella ja vlogeihin samastumisella jonkinlaista yhteyttä. Kieli-identiteetin rakentumisen ja videoblogien katsomisen yhteyttä olisi tarpeellista tarkastella myös suomi toisena tai vieraana kielenä -näkökulmasta.

Jatkotutkimuksen kannalta mielenkiintoinen näkökulma olisi myös videoblogi opetuksessa. Empiiristen havaintojeni perusteella videoblogin kuvaamista esimerkiksi omien lukukokemusten pohjalta käytetään äidinkielen ja kirjallisuuden oppiaineessa opetusmenetelmänä yhä enemmän, joten olisi tarpeellista tutkia, millaisia oppimistuloksia videoblogilla opetusmenetelmänä saadaan aikaan. Tärkeää olisi tarkastella myös videoblogia opetusmenetelmänä suomi toisena tai vieraana kielenä -opetuksessa.

## LÄHTEET

- Aller Media 2014: *Suuri blogitutkimus*. – [http://www.aller.fi/wp-content/uploads/2014/11/Suuri\\_blogitutkimus\\_28.10.2014.pdf](http://www.aller.fi/wp-content/uploads/2014/11/Suuri_blogitutkimus_28.10.2014.pdf) 3.2.2017.
- Bahtin [Bakhtin] Mihail 1986: *Speech Genres and Other Late Essays*. Toim. Caryl Emerson & Michael Holquist. Austin: University of Texas Press.
- Bhatia, Vijay K. 1993: *Analysing genre: Language use in professional settings*. Lontoo: Longman.
- 2004: *Worlds of written discourse: A genre-based view*. Lontoo: Continuum.
- Borman, Johanna 2016: *Kieli ja vuorovaikutus suomalaisten Youtube-videoiden kommenttikentissä*. Pro gradu -tutkielma. Turun yliopiston kieli- ja käännöstieteiden laitos.
- Dufva, Hannele 2002: Dialogia suomalaisuudesta. – Sirkka Laihiala-Kankainen, Sari Pietikäinen & Hannele Dufva (toim.), *Moniääninen Suomi: kieli, kulttuuri ja identiteetti* s. 21–38. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, soveltavan kielentutkimuksen keskus.
- Eggins, Suzanne 2004: *An Introduction to Systemic Functional Linguistics*. Lontoo: Continuum.
- Eggins, Suzanne & Martin, J.R. 1997: Genres and registers of discourse. – Teun A. van Dijk (toim.), *Discourse as structure and process. Discourse studies: A multidisciplinary introduction volume 1* s. 230–256. Lontoo: Sage.
- Firth, J. R. 1957: *Papers in linguistics 1934–1951*. Lontoo: Oxford University Press.
- Frobenius, Maximiliane 2014: Audience design in monologues: How vloggers involve their viewers. – *Journal of Pragmatics* 72 s. 59–72.
- Garnett, Paula 2016: "Onneksi olen Emma ja minä olen laiha kaunis nainen". *Pronominivariaatio koodinvaihdon keinona pelivideoissa*. Kandidaatintutkielma. Jyväskylän yliopiston kielten laitos.
- Gillham, Bill 2000: *Case study research methods*. Lontoo: Continuum.
- Gratshev, Teemu & Kallatsa, Joska 2016: *Vlogit.fi*. – <http://vlogit.fi/> 18.11.2016.
- Guadagno, Rosanna E., Rempala, Daniel M., Murphy, Shannon & Okdie, Bradley M. 2013: What makes a video go viral? An analysis of emotional contagion and Internet memes. *Computers in Human Behavior* 29 (6) s. 2312–2319.
- Haakana, Markku 1999: *Laughing matters. A conversation analytical study of laughter in doctor-patient interaction*. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Hall, Edward 1966: *The Hidden Dimension*. New York: Doubleday.
- Halliday, M. A. K. 1978: *Language as social semiotic. The social interpretation of language and meaning*. Lontoo: Arnold.
- 1985: Part A. – M. A. K. Halliday & Ruqaiya Hasan (toim.), *Language, context and text: Aspects of language in a social-semiotic perspective* s. 1–52. Victoria: Deakin University Press.
- 1994: *An introduction to functional grammar*. 2. painos. Lontoo: Arnold.
- Halliday, M. A. K. & Matthiessen M. I. M. 2004: *An Introduction to Functional Grammar*. 3. painos. Lontoo: Arnold.
- Hasan, Ruqaiya 1985: Part B. – M. A. K. Halliday & Ruqaiya Hasan (toim.), *Language, context and text: Aspects of language in a social-semiotic perspective* s. 52–109. Victoria: Deakin University Press.
- 1996: Nursery tale as a genre. – Carmel Cloran, David Butt & Geoff Williams (toim.), *Ways of Saying: Ways of Meaning. Selected Papers of Ruqaiya Hasan* s. 51–72. Lontoo: Casell.
- Heikkinen, Vesa 2012: Teksti. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerna, Ulla Tiirilä & Mikko Lounela (toim.), *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 59–66. Helsinki: Gaudeamus.
- Heikkinen, Vesa & Voutilainen, Eero 2012: Genre – monitieteinen näkökulma. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerna, Ulla Tiirilä & Mikko Lounela (toim.), *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 17–47. Helsinki: Gaudeamus.
- Hendricks, John Allen & Noor Al-Deen, Hana S. 2011: *Social Media. Usage and Impact*. Plymouth: Lexington Books.
- Hoey, Michael 2001: *Textual interaction. An introduction to written discourse analysis*. Lontoo: Routledge.
- Honkanen, Suvi & Tiirilä, Ulla 2012: Jaksoanalyysi osana tekstilajitutkimusta. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerna, Ulla Tiirilä & Mikko Lounela (toim.), *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 208–227. Helsinki: Gaudeamus.
- Indiedays 2016: Tietoa palvelusta. – <http://www.indiedays.com/item/tietoja/tietoa-palvelusta> 14.5.2017.
- Isosävi, Johanna & Lappalainen, Hanna 2015: Johdanto. – Johanna Isosävi & Hanna Lappalainen (toim.), *Saako sinutella vai täytyykö teititellä? Tutkimuksia eurooppalaisten kielten puhuttelukäytännöistä* s. 9–33. Tietolipas 246. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.
- Kauppinen, Anneli & Laurinen, Leena 1988: *Tekstioppi. Johdatus ajattelun ja kielen yhteistyöhön*. Vaasa: Kirjayhtymä.
- KS = Kielitoimiston sanakirja. 2017. Helsinki: Kotimaisten kielten keskus. URN:NBN:fi:kotus-201433. Verkojulkaisu HTML. Päivitetty 28.2.2017 [viitattu 30.5.2017].
- Kniivilä, Sonja, Lindblom-Ylänne, Sari & Mäntynen, Anne 2012: *Tiede ja teksti. Tehoa ja taitoa tutkielman kirjoittamiseen*. Helsinki: Sanoma Pro.
- Koivisto, Aleksi 2016: *Tubettajat vaikuttavat nuorisoon – kuusi havaintoa!* – <http://aleksikoivisto.puheenvuoro.uusi-suomi.fi/225639-tubettajat-vaikuttavat-nuorisoon-viisi-havaintoa> 11.1.2017.

- Komppa, Johanna 2006: Tiedotteen rakenteen potentiaalit. – Anne Mäntynen, Susanna Shore & Anna Solin (toim.), *Genre – tekstilaji* s. 303–326. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Koponen, Johannes & Leppänen, Juha 2013: Älä klikkaa tätä otsikkoa. – Heidi Kurvinen (toim.), *Journalismikritiikin vuosikirja 2013* s. 131–139. Tampere: Tammerprint Oy.
- Kress, Gunther & van Leeuwen, Theo 1996: *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. Lontoo: Routledge.
- 2006: *Reading Images. The Grammar of Visual Design*. 2. painos. Lontoo: Routledge.
- Labov, William 1972: *Language in the inner city. Studies in the black English vernacular*. Oxford: Basil Blackwell.
- Lange, Patricia G. 2007: Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (1) s. 361–380.
- 2014: *Kids on Youtube. Technical Identities and Digital Literacies*. Walnut Creek: Left Coast Press.
- Larjavaara, Matti 2007: *Pragmasemantiikka*. Suomalaisen kirjallisuuden seuran toimituksia 1077. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.
- Lehti, Lotta, Isosävi, Johanna, Laippala, Veronika & Luotolahti, Matti 2016: *Linguistic analysis of online conflicts: A case study of flaming in the Smokahontas comment thread on YouTube*. – <http://widerscreen.fi/numerot/2016-1-2/linguistic-anaead-on-youtube/> 24.5.2016.
- Liu, Leslie S., Huh, Jina, Neogi, Tina, Inkpen, Kori & Pratt, Wanda 2013: Health vlogger-viewer interaction in chronic illness management. – *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* s. 49–58.
- Lomborg, Stine 2013: *Social Media, Social Genres: Making Sense of the Ordinary*. Routledge Studies in New Media and Cyberculture 16. New York: Routledge.
- Luukka, Minna-Riitta 2002: M.A.K. Halliday ja systeemis-funktionaalinen kielitiede. – Hannele Dufva & Mika Lähteenmäki (toim.), *Kielentutkimuksen klassikoita* s. 89–124. Soveltavan kielentutkimuksen teoriaa ja käytäntöä 4. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Malinowski, Bronislaw 1946: The problem of meaning in primitive languages. – C. K. Ogden & I. A. Richards (toim.), *The Meaning of Meaning. A study of the influence of language upon thought and of the science of symbolism* s. 296–336. 8. painos. New York: Harcourt, Brace and Company.
- Mikkonen, Inka 2010: ”Olen sitä mieltä, että...” Lukiolaisten yleisönosastotekstien rakenne ja argumentointi. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Miller, Carolyn R. & Shepherd, Dawn 2004: *Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog*. – Into the Blogosphere 26. [http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging\\_as\\_social\\_action.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action.html) 24.5.2017.
- Mäntynen, Anne 2003: *Miten kielestä kerrotaan. Kielijuttujen retoriikkaa*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 926. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- 2006: Näkökulmia tekstin ja tekstilajien rakenteeseen. – Anne Mäntynen, Susanna Shore & Anna Solin (toim.), *Genre – tekstilaji* s. 42–71. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Mäntynen, Anne & Shore, Susanna 2006: Tekstilajien risteyksessä. Mika Myllylän testamentti. – Anne Mäntynen, Susanna Shore & Anna Solin (toim.), *Genre – tekstilaji* s. 283–302. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Noppiari, Elina & Hautakangas, Mikko 2012: *Kovaa työtä olla minä. Muotibloggaajat mediamarkkinoilla*. Tampere: Tampereen yliopistopaino.
- Paltridge, Brian 1997: *Genre, frames and writing in research settings*. Pragmatics & Beyond New Series 45. Amsterdam: John Benjamins.
- Pietikäinen, Sari & Mäntynen, Anne 2009: *Kurssi kohti diskurssia*. Tampere: Vastapaino.
- Piirainen-Marsh, Arja 1995: *Face in second language conversation*. *Studia philologica Jyväskyläläisiä* 37. Jyväskylä: University of Jyväskylä.
- Pomerantz, Anita 1984: Agreeing and disagreeing with assessments: Some features of preferred/dispreferred turn shapes. – J. Maxwell Atkinson & John Heritage (toim.), *Structures of social action. Studies in Conversation Analysis* s. 57–101. Cambridge: Cambridge University Press.
- Poyatos, Fernando 1993: The many voices of laughter: A new audible-visual paralinguistic approach. – *Semiotica* 93 (1) s. 61–81.
- Pälli, Pekka 2003: *Ihmisyryhmä diskurssissa ja diskurssina*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Saukkonen, Pauli 2001: *Maaailman hahmottaminen teksteinä. Tekstirakenteen ja tekstilajien teoriaa ja analyysia*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Shore, Susanna 2012a: Kieli, kielenkäyttö ja kielenkäytön lajit systeemis-funktionaalisessa teoriassa. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerna, Ulla Tiirilä & Mikko Lounela (toim.), *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 131–157. Helsinki: Gaudeamus.
- 2012b: Systeemis-funktionaalinen teoria tekstien tutkimisessa. – Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerna, Ulla Tiirilä & Mikko Lounela (toim.), *Genreanalyysi – tekstilajitutkimuksen käsikirja* s. 158–185. Helsinki: Gaudeamus.
- Shore, Susanna & Mäntynen, Anne 2006: Johdanto. – Anne Mäntynen, Susanna Shore & Anna Solin (toim.), *Genre – tekstilaji* s. 9–41. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

- Suominen, Jaakko 2012a: 2007 – Facebookin nousu ja surmaajan lataukset. – Jaakko Suominen, Sari Östman, Petri Saarikoski & Riikka Turtiainen (toim.), *Sosiaalisen median lyhyt historia* s. 119–145. Helsinki: Gaudeamus.
- 2012b: 2012 – Mikä somelaisen tappaisi. – Jaakko Suominen, Sari Östman, Petri Saarikoski & Riikka Turtiainen (toim.), *Sosiaalisen median lyhyt historia* s. 244–286. Helsinki: Gaudeamus.
- Swales, John 1990: *Genre analysis: English in academic and research settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tiililä, Ulla 2007: *Tekstit viraston työssä. Tutkimus etuuspäätösten kielestä ja konteksteista*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 1108. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Tolson, Andrew 2010: A new authenticity? Communicative practices on YouTube. – *Critical Discourse Studies* 7 (4) s. 277–289.
- Tubecon 2017: *Mikä Tubecon?* – <https://tubecon.fi/mika-tubecon/> 30.6.2017.
- Typistö, Juhon 2016: *Näin hyvin Suomi-tubettaja tienaa: Hanki yli 100 000 tilaajaa, voit saada yhdestä sponsoroidusta videosta tuhansia euroja.* – <http://www.hs.fi/nyt/art-2000002918969.html> 27.4.2017.
- Urbaani sanakirja 2011: *Se tunne kun.* – <https://www.urbaanisanakirja.com/word/55/100863/> 11.3.2017.
- 2014: 5/5. – <https://www.urbaanisanakirja.com/word/55/100863/> 11.3.2017.
- Vaattovaara, Johanna 2016: *Vieraat ja vaaralliset.* – Irina Piippo, Johanna Vaattovaara & Eero Voutilainen (toim.), *Kielen taju. Vuorovaikutus, asenteet ja ideologiat* s. 106–123. Helsinki: Art House.
- Ventola, Eija 2006: Genre systeemien-funktionaalisisissa kielitieteessä. – Anne Mäntynen, Susanna Shore & Anna Solin (toim.), *Genre – tekstilaji* s. 96–121. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Vidstatsx = *YouTube Top 100 Most Subscribed Channels List - Top by Subscribers.* – <https://vidstatsx.com/youtube-top-100-most-viewed-people-vlogs> 18.11.2016.
- VISK = Auli Hakulinen, Maria Vilkkunen, Riitta Korhonen, Vesa Koivisto, Tarja Riitta Heinonen ja Irja Alho 2004: *Iso suomen kielipöytä*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. Verkkooversio, viitattu 30.5.2017. Saatavissa: <http://scripta.kotus.fi/visk> URN:ISBN:978-952-5446-35-7
- Weber, Sandra & Mitchell, Claudia 2008: *Imaging, Keyboarding, and Posting Identities: Young People and New Media Technologies.* – David Buckingham (toim.), *Youth, Identity and Digital Media* s. 25–48. Cambridge: The MIT Press.
- Werlich, Egon 1983: *A Text Grammar of English*. Heidelberg: Quelle & Meyer.
- Werner, Erich Alan 2012: *Rants, Reactions, and other Rhetorics: Genres of the YouTube Vlog*. Väitöskirja. University of North Carolina, Department of English and Comparative Literature.
- YT a = Youtube: *Tietoja Youtubesta.* – <https://www.youtube.com/yt/about/fi/index.html> 23.11.2016.
- YT b = Youtube: *Tilastotiedot.* – <https://www.youtube.com/yt/press/fi/statistics.html> 11.1.2017.
- YT c = Youtube: *What is fair use?* – <https://www.youtube.com/yt/copyright/fair-use.html> 11.1.2017.

## Aineistolähteet

- M1 = mmiisas 2016: *VAIN YLÄASTE JUTUT.* – <https://www.youtube.com/watch?v=0-nLrgTgGxQ> 18.2.2017.
- M2 = mmiisas 2016: *SUPERNIKSIT.* – [https://www.youtube.com/watch?v=QjQVb\\_Zu0\\_8](https://www.youtube.com/watch?v=QjQVb_Zu0_8) 18.2.2017
- M3 = mmiisas 2016: *TESTISSÄ JENKKIHERKUT feat. TJCG.* – <https://www.youtube.com/watch?v=RQ1VSLcEfPA> 18.2.2017.
- M4 = mmiisas 2016: *VAIN AIKUISTEN JUTUT.* – [https://www.youtube.com/watch?v=wAurGe4S4\\_U](https://www.youtube.com/watch?v=wAurGe4S4_U) 18.2.2017.
- M5 = mmiisas 2016: *VAIN LUKIO JUTUT.* – <https://www.youtube.com/watch?v=0XCU20PQahI> 18.2.2017.
- E1 = eeddspeaks 2016: *OKSENNUSKARKKEJA ft. mmiisas – Bean Boozled haaste.* – <https://www.youtube.com/watch?v=79F0FuxmLJY> 18.2.2017.
- E2 = eeddspeaks 2016: *SÄHKÖPELI HAASTE! ft. Tepatus.* – <https://www.youtube.com/watch?v=Pw9J2HN8z4U> 18.2.2017.
- E3 = eeddspeaks 2016: *Kirpeitä karkkeja maailmalta! ft. Vinkare & Jesse.* – [https://www.youtube.com/watch?v=\\_8A5OV-8GrU](https://www.youtube.com/watch?v=_8A5OV-8GrU) 18.2.2017.
- E4 = eeddspeaks 2016: *Pelkuri ja SOIKKU huvipuistossa.* – <https://www.youtube.com/watch?v=LJY8I4aXZdY> 18.2.2017.
- E5 = eeddspeaks 2016: *Ällötystä peltipurkeissa ft. VINKARE!* – [https://www.youtube.com/watch?v=JDU23cAH\\_ZY](https://www.youtube.com/watch?v=JDU23cAH_ZY) 18.2.2017.
- S1 = Soikkuu 2016: *ILTARUTIINIT.* – <https://www.youtube.com/watch?v=EhBI8rQ1qf4> 18.2.2017.
- S2 = Soikkuu 2016: *STORYTIME: kannibaali pyysi drinksuille.* – <https://www.youtube.com/watch?v=NfHNvjIXQX0> 18.2.2017.
- S3 = Soikkuu 2016: *Musta tulee koripalloilija!* – <https://www.youtube.com/watch?v=jyw4POEvQtM> 18.2.2017.
- S4 = Soikkuu 2016: *KESÄN EKAT LINTSIT feat eeddspeaks.* – <https://www.youtube.com/watch?v=aax0-swN2I4> 18.2.2017.
- S5 = Soikkuu 2016: *TRY NOT TO LAUGH – PYYKKIPOJILLA.* – <https://www.youtube.com/watch?v=DlncXe6k5dk> 18.2.2017.