

Siiri-Maria Aikio

VIDEOESSEE JOURNALISMIN RAJAPINNALLA

Vertaileva laadullinen sisällönanalyysi perinteisen journalistisen videon ja Youtube-videoeseen välillä

Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta

Kandidaatintutkielma

Marraskuu 2024

TIIVISTELMÄ

Siiri-Maria Aikio: Videoessee journalismin rajapinnalla – Vertaileva laadullinen sisällönanalyysi perinteisen journalistisen videon ja Youtube-videoesseen välillä
Kandidaatintutkielma
Tampereen yliopisto
Viestinnän monitieteinen kandidaattiohjelma, journalistiikan opintosuunta
Marraskuu 2024

Tässä tutkielmassa tarkastelen Youtube-videoesseeä journalismin rajapinnalla liikkuvana sisältönä. Vertailen toisiinsa journalistisen median tuottamaa, perinteisen journalismin piirteitä noudattavaa Youtube-videota sekä itsenäisen sisällöntuottajan tuottamaa Youtube-videoesseeä, jotka käsittelevät samaa aihetta. Tutkielman tavoitteena on selvittää, millaisia yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia näiden kahden videon käyttämissä videoilmaisuuden keinoissa on. Pohdin, miten videoessee hyödyntää journalismin keinoja, ja voiko videoesseeä laskea journalismiksi.

Empiiriseen aineistooni kuuluu kaksi videota, joissa aiheena ovat koronarokotteet ja rokotevastaisuus. Perinteisempi journalistinen video on yhdysvaltalaisen, internetissä toimivan journalistisen median, Voxin julkaisema. Videoessee taas on Philosophy Tube -nimisen Youtube-kanavan tuotos. Vertailen näitä kahta videota laadullisen sisällönanalyysin keinoin. Keskityn analyysissäni videoiden rakenteeseen, päähenkilön rooliin, lähteiden käyttöön ja vaikuttamisen keinoihin.

Tuloksissa videoiden keskeisenä yhtäläisyytenä korostuu runsas lähteiden käyttö ja halu näyttäytyä faktapohjaisena. Arvioin tämän johtuvan siitä, että sekä journalismi että essee ovat tekstityyppisiä, jotka tavoitteidensa saavuttamiseksi pyrkivät herättämään katsojassa luottamusta faktapohjaisuuteensa. Videoita yhdistävät myös monenlaiset keinot ylläpitää katsojan mielenkiintoa, muun muassa pitämällä video nopeatempoisena ja luomalla siihen sisällön vaihtelua. Esitän tämän johtuvan siitä, että nykypäivän notkeilla mediamarkkinoilla kaikki sisältö kilpailee keskenään katsojien huomiosta.

Videoiden väliseksi keskeiseksi eroavaisuudeksi nousee se, että videoessee noudattaa esseetyyliä ja journalistinen video journalistisen tekstin tyyliä. Videoessee on pohjimmiltaan sisällöntuottajan henkilökohtainen kannanotto aiheeseen. Se myös pyrkii muodostamaan sisällöntuottajan ja katsojan välille henkilökohtaisen suhteen, mikä on tunnusomaista internet-ajan parasosiaalisille suhteille. Journalistinen video sen sijaan häivyttää yksittäisen toimittajan roolia videosta. Se ei myöskään sisällä suoraa kannanottoa aiheeseensa. Lisäksi videoessee hyödyntää huomattavasti enemmän huumoria. Näiden erojen perusteella päädyn kantaan, että analysoimaani videoesseeä ei mielestäni voi nimittää journalismiksi.

Avainsanat: journalismin rajapintasisällöt, journalismin periferiset toimijat, videoessee, Youtube, audiovisuaalinen journalismi, internet-journalismi, notkeat mediamarkkinat, alustaistuminen

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin Originality Check -ohjelmalla.

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO	1
2	TEOREETTINEN VIITEKEHYS	4
	2.1 Notkeat mediamarkkinat ja alustaistuminen	4
	2.2 Journalismin ja ajankohtaisaiheiden asema Youtubessa	6
	2.3 Rajapinnat – Milloin Youtube-sisältö on journalismia?	7
	2.4 Videoessee Youtube-genrenä	9
3	AINEISTO JA MENETELMÄ	12
	3.1 Empiirinen aineisto	12
	3.2 Laadullinen sisällönanalyysi tutkimusmenetelmänä	15
4	ANALYYSI JA TUTKIMUSTULOKSET	19
	4.1 Videoiden samankaltaisuudet	19
	4.2 Videoiden väliset erot	26
	4.3 Tutkimustulosten yhteenveto	41
5	POHDINTA	45
	LÄHTEET	48

1 JOHDANTO

Pian 20 vuotta vanha videopalvelu Youtube sisältää nykyään laajan verkoston todella monenlaista sisältöä, ja myös journalismi on löytänyt paikkansa alustalta. Erilaisten sosiaalisten medioiden rooli ja vaikutus journalismiin on nykyään suuri. Alustojen vaikutuksesta journalismiin eli *alustaistumisesta* on käyty journalismin tutkimuksessa laajempaa keskustelua jo pitkään (Poell ym 2020; Steensen ym. 2019). Sen lisäksi, että monet journalistiset mediat julkaisevat videosisältöä Youtubessa, alustalla toimii myös laaja verkosto sisällöntuottajia, joiden sisältö sivuaa joillain tavoin journalismia. Sosiaalisen median alustoilla journalismi, viihde, ja monenlaiset videotyypit ja -genret sekoittuvat keskenään. Tarkkoja rajoja ja raameja ei ole, ja kaikki sisältö kilpailee keskenään yleisön huomiosta. Tästä keskinäisen kilpailun ympäristöstä käytän tutkielmassani käsitettä *notkeat mediamarkkinat*. (Krebs ym. 2021) Tällaisessa mediamaailmassa on mahdollista tehdä ajankohtaisista ja yhteiskunnallisista aiheista sisältöä, joka hyödyntää journalistisia keinoja, mutta myös poikkeaa journalismin tutuista malleista ja käytännöistä. Voidaan ilmaista, että tällainen sisältö liikkuu journalismin rajapinnoilla.

Tässä kandidaatintutkielmassa tutkin journalismin rajapinnoilla toimivien sisällöntuottajien suhdetta journalismiin. Minua kiinnostaa se, miten paljon videot muistuttavat rakenteeltaan ja tyylyltään journalismia. Tätä lähdän selvittämään vertailemalla yhtä tällaista itsenäisen sisällöntuottajan tuottamaa videota samasta aiheesta tehtyyn journalistiseen videoon, jonka on tuottanut perinteinen journalistinen media.

YouTubesta löytyy useita videogenrejä, joilla on yhtäläisyyksiä journalististen juttutyyppeiden ja perinteisten dokumenttielokuvien kanssa. Esimerkin tästä nosti esille lida Putkonen, kun hän kirjoitti Journalisti-lehdessä otsikolla ”Youtubessa tehdään parempia reportaaseja kuin valtamediassa” (Putkonen 2022). Hän näkee suosituissa YouTube-videoformaateissa, joissa sisällöntuottaja esimerkiksi kokeilee jotain uutta tai vierailee uudessa paikassa, yhteyksiä journalistisiin reportaaseihin.

Videogeneri, jonka journalistisiin piirteisiin tässä tutkimuksessa paneudun, on *videoessee*. Videoesseeit ovat nykypäivänä todella suosittu videotyyppi Youtubessa. Niissä sisällöntuottaja saattaa vaikkapa esittää argumentin yhteiskunnallisesta ajankohtaisaiheesta, analysoida yleisölle tuttua mediatuotetta tai sukeltaa jonkin sosiaalisen median ilmiön historiaan. Usein tarkoituksena on tarttua johonkin ajankohtaiseen, pinnalla olevaan aiheeseen ja tutustua syvemmin sen historiaan, yhteiskunnalliseen kontekstiin tai tulevaisuuteen. Genressä yhdistyvät tyyppillisen kirjoitetun esseiden tyyli rakenteineen ja lähdeviittauksineen, Youtuben luomat vaatimukset alustana sekä usein erityisesti nuorille aikuisille suunnatut aihepiirit. (Nguyen 2022)

YouTube-kommenteissa ja muussa videoesseeisiin liittyvässä sosiaalisen median keskustelussa näkee silloin tällöin, että videoesseeitä kutsutaan journalistisiksi tuotoksiksi ja niiden tekijöiden työtä tutkivaksi journalismiksi. Mielenkiintoista tästä tekee, että usein sisällöntuottajat eivät itse nimitä itseään journalisteiksi. Yleisö antaa nimikkeen heille. Journalismin tutkimuksessa heidän kaltaisensa toimijat on nähty rajapintojen toimijoina (Hanusch ja Löhmann 2023) tai toisinaan jopa journalismin kentän tunkeilijoina (Eldridge 2019). Journalistit pyrkivät usein vahvasti erottamaan itsensä näistä kentän uusista tulijoista. (Banjac ja Hanusch 2020)

Youtuben vaikutuksissa journalismiin voi nähdä huolestuttavia uhkakuvia, joissa ajankohtaisista ja yhteiskunnallisesti tärkeistä asioista puhuvissa tuotoksissa on enemmän painoarvoa alustan säännöllä kuin sisällön laadulla ja totuudenmukaisuudella. Toisaalta voi nähdä myös mahdollisuuksia synnyttää uusia, toimivia journalismin muotoja. Niiden kautta voidaan mahdollisesti saavuttaa uusia yleisöjä pitkin niitä väyliä, joiden kautta heille on luontevaa sisäistää tietoa. Tutkielmani tavoitteena on tutkia, miten itsenäisen sisällöntuottajan tuottama Youtube-videoessee vertautuu samasta aiheesta tehtyyn perinteisempään journalismiin.

Tutkielman tavoitteet voi tiivistää seuraaviksi tutkimuskysymyksiksi:

1. Miten itsenäisen sisällöntuottajan tuottamassa videoesseeissä hyödynnetään journalismin keinoja?
2. Mitä samankaltaisuuksia perinteisen journalistisen median julkaiseman journalistisen videon ja samasta aiheesta kertovan, itsenäisen sisällöntuottajan julkaiseman videoeseen videoilmaisussa voidaan havaita?
3. Mitä eroavaisuuksia perinteisen journalistisen median julkaiseman journalistisen videon ja samasta aiheesta kertovan, itsenäisen sisällöntuottajan julkaiseman videoeseen videoilmaisussa voidaan havaita?

Seuraavassa luvussa käsittelen tutkimuksen teoreettista viitekehystä, määrittelen keskeiset käsitteet ja avaan aiempaa, aiheeseen liittyvää tutkimusta. Kolmannessa luvussa esittelen tutkimuksen empiirisen aineiston, johon kuuluu yksi perinteinen journalistinen video ja yksi itsenäisen sisällöntuottajan videoessee. Lisäksi esittelen kolmannessa luvussa tutkimusmenetelmäni, laadullisen sisällönanalyysin. Neljännessä luvussa analysoin empiiristä aineistoa laadullisen sisällönanalyysin keinoin. Tutkin erillisissä alaluvuissa videoiden välisiä samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia, ja lopuksi vedän tutkimustuloksia yhteen. Viidennessä luvussa reflektoin kandidaatintutkielmaani ja laajennan katsettani tulevaisuuteen. Pohdin, miten tutkielma sujui, mitä yleistyksiä tutkimustulosteni pohjalta voi tehdä, miten tutkimukseni aihepiiriä voisi tulevaisuudessa tutkia, ja kuka voisi hyötyä tutkielmani tuloksista.

2 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

Tässä luvussa teen katsauksen tutkimukseni aihealueesta aiemmin tehtyyn tutkimukseen ja esittelen työni kannalta oleelliset käsitteet, joita ovat notkeat mediamarkkinat, alustaistuminen ja videoessee. Keskeisiä aiheita ovat notkeat mediamarkkinat ja alustaistuminen, journalismin asema Youtubessa sekä rajanveto journalismin ja muun ajankohtaisaiheita käsittelevän internet-sisällön välillä.

2.1 Notkeat mediamarkkinat ja alustaistuminen

Internetissä hyvin monenlainen sisältö kilpailee ihmisten huomiosta samassa sisältövirrassa. Siinä rinnastuvat journalistinen sisältö, itsenäisten sisällöntuottajien tuottama sisältö, yritysten tuottama markkinointisisältö ja monenlainen muu sisältö erilaisine motiiveineen. Krebs ym. (2021) kuvailevat tätä kilpailutilannetta käsitteellä ”*liquid media market*”. Koska he viittaavat käsitteellä Zygmunt Baumanin teokseen *Liquid Modernity*, joka on suomennettu nimellä *Notkea moderni*, käytän tässä tutkielmassa käsitteestä suomenkielistä käännöstä ”notkeat mediamarkkinat”.

Notkeilla mediamarkkinoilla journalistinen sisältö kilpailee kaikenlaisen sisällön kanssa. Jos ennen uutismedioiden tuli saada yleisö lukemaan heidän sanomalehteään toisen lehden sijaan tai kääntämään television heidän uutiskanavalleen, nykyään on mietittävä, miten he saavat huomion yleisöltä, joka voisi sen sijaan saada samasta aiheesta informaatiota vaikkapa viihdyttävältä sisällöntuottajalta. Krebs ym. (2021) huomauttavat, että esimerkiksi taiteen puolella mediamaailman notkeutuminen voidaan nähdä demokratisoitumisena, jossa portinvartijat menettävät asemansa ja pienet taiteilijat saavat mahdollisuuden päästä näkyville, mutta journalismille muutokset ovat huolestuttavampia. Mediamarkkinoiden notkeutuminen johtaa rajojen hämärtymiseen journalistisen ja ei-journalistisen sisällön, viihteen ja informaation sekä kaupallisen ja toimituksellisen sisällön välillä (Krebs ym. 2021, 28–29).

Krebsin ym. (2021) tutkiessa uutismedioiden uusia kilpailijoita verkossa selvisi, että Google-hakutuloksissa journalistiset lähteet saavat kaikista eniten näkyvyyttä, ja niiden perässä tulevat yritysten verkkosivustot ja voittoa tavoittelemattomat lähteet. Sen

sijaan Youtube-hakutuloksissa uutismedioiden tuottaman sisällön asema on huomattavasti pienempi. Yritysten tuottama sisältö on suuremmassa asemassa, ja selvästi merkittävin osa tuloksista on amatöörien tuottamia videoita. Youtubessa perinteisen journalismin näkyvyys on siis huomattavasti pienempi.

Journalististen Youtube-sisällöntuottajien ja perinteisten medioiden tuottaman journalismin suhdetta voidaan tutkia sekä kilpailun että toisiaan täydentämisen näkökulmasta. Diginatiivien sukupolvi löytää jo pääosan uutisistaan verkon kautta, jossa sisällöntuottajat voivat viedä huomiota perinteisemmältä journalismilta. Toisaalta ne täyttävät mediamaailmassa erilaisia tehtäviä, ja perinteinen journalismi voi myös hyödyntää uusien alustojen ja uudenlaisen sisällöntuotannon keinoja toiminnassaan. (Lichtenstein ym. 2021)

Notkeiden mediamarkkinoiden ohella olennainen osa nykyistä internetin mediamaisemaa on alustaistuminen. Alustaistuminen viittaa kulttuurintutkimuksessa siihen, miten kulttuurilliset käytännöt ja mielikuvat järjestäytyvät alustojen toimintalogiikan mukaisesti. Todella monenlainen toiminta internetissä keskittyy muutamien suurten yritysten luomille sosiaalisen median alustoille, ja näin näiden yritysten valinnat alustojensa suhteen vaikuttavat massiivisesti moniin eri yhteiskunnan osa-alueisiin. (Poell ym. 2019) Myös journalismi on alustaistunut voimakkaasti. Jo 2000-luvun ensimmäisenä vuosikymmenenä, kun nykyiset sosiaalisen median jättiläiset saivat alkunsa ja älypuhelimiiin ilmestyivät sovelluskaupat, mediatatolot halusivat mukaan tälle uudelle median osa-alueelle. Tavoitteena oli pysyä mukana mediamaailman kehityksessä ja saada näkyvyyttä uusilla alustoilla. Samalla mediat luovuttivat kolmannen osapuolen alustoille paljon valtaa. Yleisö saattoi nyt kuluttaa journalistista sisältöä kolmannen osapuolen omistamilla alustoilla, ja näiden alustojen algoritmit ja toimintalogiikat saivat päättää, miten sisältöä levitettiin ja kenelle sitä näytettiin. (Steensen ym. 2020, 41–43) Samat ilmiöt ovat näkyvillä yhä edelleen. Niinpä Youtubestakin löytyy runsaasti perinteisten mediatalojen tuottamaa journalistista sisältöä, ja mediatatolot päätyvät sisältöä tehdessään harkitsemaan, millainen video

menestyy hyvin Youtubessa. Mediatilat siis toimivat sisällöntuotannossaan alustan ehdoilla.

2.2 Journalismin ja ajankohtaisaiheiden asema Youtubessa

Alustaistumisen käsite auttaa meitä ymmärtämään, että Youtuben piirteet alustana vaikuttavat sisältöön, jota sinne tuotetaan. Notkeiden mediamarkkinoiden mukaisesti myös Youtubessa kaikenlainen sisältö kilpailee keskenään. Ajankohtaisaiheita käsittelevistä videoista tässä huomiokilpailussa parhaiten menestyvät usein puolueelliset ja objektiivisuuden kriteereistä lipsuvat videot (Peer ja Ksiazek 2011). Youtube pyrkii hallinnoimaan tilannetta automaattisella moderoinnilla, joka voi käsitellä kiistanalaisia yhteiskunnallisia aiheita käsitteleviä videoita sensuroivasti, vaikka ne olisivatkin objektiivisia ja informaatiopohjaisia (Natta ym. 2023). Nämä kaksi piirrettä luovat journalismille haastavan aseman alustalla. Sisällöntuottajille ja journalisteille voi syntyä motivaatio tuottaa yksinkertaistavaa, mielipiteellistä ja viihteellistä sisältöä sekä välttää kiistanalaisia, haastavia, yhteiskunnalliselle keskustelulle keskeisiä aiheita.

Youtubea ajankohtaissisältöjen alustana on tutkittu jo sen alkuvuosista lähtien. Peerin ja Ksiazekin (2011) mukaan Youtuben uutisvideoiden ja perinteisen tv- ja radiouutisoinnin tekniset standardit muistuttavat pitkälti toisiaan. Sen sijaan sisällössä ne erosivat perinteisistä standardeista enemmän. Havaittiin esimerkiksi, että Youtuben uutisvideoista alle kolmasosa hyödynsi ulkopuolisia lähteitä ja kaksi kolmasosaa ajoi jotakin agendaa. Merkittävästi suurempi osa luokiteltiin objektiivisuuden näkökulmasta epäreiluiksi kuin reiluiksi. Huolestuttavana trendinä tuloksissa voidaan nähdä, että juuri näistä perinteisen journalismin sisällön kriteereistä – lähteiden käytöstä, agendojen välttämisestä ja objektiivisuudesta – poikkeaminen vaikutti korreloivan suurempien katsojamäärien kanssa. Puolueellisemmat videot siis houkuttelivat enemmän katsojia. Youtubessa sisällöntuottajat tienavat rahaa videoidensa saamien katselukertojen ja katseluajan mukaan, joten puolueellisuus saattaa olla rahallisesti kannattava taktiikka journalistista Youtube-sisältöä tuottavalle henkilölle.

Youtubella on julkaisualustana omia sääntöjä ja algoritmeja, jotka vaikuttavat siihen, mikä sisältö saa näkyvyyttä ja millaisella sisällöllä alustalla voi tienata rahaa. Van Natta ym. (2023) ovat tutkineet Youtube-sisällöntuottajia, jotka tuottavat journalistista sisältöä ajankohtaisaiheista tai kommentoivat poliittisia aiheita. Nämä sisällöntuottajat kokevat, että erityisesti muutamien viime vuosien aikana tehtyjen Youtuben alustamuutoksien takia politiikkaa käsittelevän sisällön julkaisemisessa alustalla on suuria haasteita. Mikäli automaattiset sisältöalgoritmit arvioivat videon sisältävän esimerkiksi vihapuhetta tai disinformaatiota, videosta voidaan vetää pois mainokset, jolloin sisällöntuottajan elanto vaarantuu, tai video voidaan poistaa alustalta kokonaan. Pahimmillaan useista sopimattomiksi arvioiduista videoista voi seurata jopa koko Youtube-kanavan poistuminen. Sisällöntuottajien mukaan nämä algoritmit eivät tunnista sisältöä riittävän tarkasti – esimerkiksi seksuaali- ja sukupuolivähemmistöihin liittyvien aiheiden käsittely positiivisessa valossa voidaan tulkita vihapuheeksi näitä ryhmiä vastaan, tai journalistisen videon julkaiseminen kiistanalaisen poliitikon puheesta voidaan tulkita disinformaation levittämiseksi. Yhdysvaltojen ulkopolitiikan, sotien, aselainsäädännön tai Iranin, Palestiinan tai Venezuelan tilanteiden käsittely videoissa johtaa sisällöntuottajien mukaan usein videoiden mainosten poistamiseen. Tämä merkitsee suuria haasteita journalistisille ja journalismin rajapinnoilla liikkuville sisällöntuottajille. Vaikutukset ovat erityisen suuret itsenäisille sisällöntuottajille, joille Youtube-mainonnasta tienatut tulot ovat merkittävä osa heidän kokonaistuloistaan. Suurille mediataloille, jotka saavat tuloja monia eri reittejä, vaikutukset eivät ole yhtä kriittisiä.

2.3 Rajapinnat – Milloin Youtube-sisältö on journalismia?

Lähivuosina tutkimusmaailma on alkanut tarkastella lähemmin journalismin rajapinnalla sijaitsevia sisältöjä Youtubessa. Sisällöntuottajilla, yleisöllä ja perinteisen journalismin toimijoilla on erilaisia käsityksiä siitä, missä journalismin raja kulkee. Lichtenstein, Herbers ja Bause (2021) selvittivät, että suurin osa journalistisista Youtube-sisällöntuottajista mieltää itsensä ainakin osittain journalistin rooliin. Tätä roolia he

perustelivat muun muassa koulutustaustallaan tai aiemmalla työkokemuksellaan. He myös rinnastivat perinteiseen journalismiin työtapojaan sekä videoidensa tarkoituksia, kuten selvitystyötä ja faktantarkistusta. Toisaalta osa sisällöntuottajista epäröi itsensä yhdistämistä ”journalisti”-nimikkeeseen ja kutsui mieluummin itseään esimerkiksi sisällöntuottajiksi, youtubettajiksi, bloggaajiksi tai koomikoiksi. He nimittivät syyksi tälle sen, että heiltä puuttuu perinteisessä mediassa työskentelevien journalistien tietotaito tai journalistinen koulutus.

Tutkimuksessa selvisi myös, että journalististen Youtube-sisällöntuottajien työtä motivoi vahvasti halu auttaa katsojiaan ymmärtämään uutisia ja muodostamaan omia mielipiteitään ajankohtaisista aiheista. He halusivat rohkaista ja antaa valmiuksia yhteiskunnalliseen osallistumiseen. Jotkut sisällöntuottajista kertoivat avoimesti, että heidän videoidensa tarkoitus on tuoda esille heidän omia mielipiteitään ajankohtaisaiheista. Videot ovat siis osalle sisällöntuottajista myös kannanottoja. (Lichtenstein ym. 2021)

Yleisön näkemystä siihen, missä journalismin ja ei-journalismin rajat sosiaalisen median sisällössä menevät, ovat tutkineet Banjac ja Hanusch (2022). Heidän mukaansa suurimmalla osalla yleisöstä on syvään juurtunut varsin normatiivinen kuva journalismista. ”Aitoja journalisteja” ovat yleisön mukaan ne, jotka työskentelevät mediataloissa ja joilla on journalistin koulutus. Useimmat ovat sitä mieltä, että tyypillinen sisällöntuottajan työ vaatii vähemmän taustatyötä, asiantuntemusta ja syventymistä aiheisiin ja on riippuvaisempaa kaupallisista yhteistöistä. He ajattelevat, että se on näistä syistä vähemmän luotettavaa. Toisaalta osa yleisöstä on avoimia rinnastamaan blogikirjoittajien ja Youtube-sisällöntuottajien työn journalismiin. Näiden sisällöntuottajien työ nähdään journalismia lähestyvänä etenkin silloin, kun he tuottavat pidempiä tekstejä ja syvempää analyysia. Instagram-sisällöntuottajien työn yleisö näkee olevan kauempana journalismista.

Banjac ja Hanusch (2022) toteavat, että journalismin rajojen määrittelyssä – sen määrittelyssä, mitä journalismi ylipäätään on – yleisöllä on olennainen rooli. Yleisö katsoo journalismia kriittisesti ja haluaa saada journalismin kentässä aikaan muutosta.

He ovat osa keskustelua siitä, mikä tekee journalismista journalismia. Vaikka yleisö Banjacin ja Hanuschin tutkimustulostensa mukaan pääosin määrittelee journalismin varsin normatiivisesti ja vetää rajan sisällöntuotannon ja journalismin välille, ovat yleisön odotukset molempien ammattiryhmien työtä kohtaan monella tapaa yhteneväiset. Yleisö peräänkuuluttaa sisällöntuottajilta autenttisuutta, läpinäkyvyyttä, vuorovaikutusta yleisönsä kanssa ja laatusisältöä. ”Laatusisällön” he määrittelevät hyvin tuotetuksi, konsistentiksi, merkitykselliseksi ja mahdollisesti myös hidastahtisemmaksi kuin nykypäivän valtavaa vauhtia liikkuva mediamaailma. Samankaltaisia odotuksia nykypäivän yleisöllä on myös journalismille.

Journalismin tutkimuksessa uusia, journalismin rajapinnoilla liikkuvia toimijoita on hahmotettu monella tapaa. Välillä heitä on kutsuttu *journalismin periferisiksi toimijoiksi* (Hanusch ja Löhmann 2023) tai perinteisen journalismin ja tyyppillisen yleisön ”välissä olijoiiksi” (*in-betweeners*) (Ahva 2017). Nämä käsitteet ovat varsin neutraaleja ja pyrkivät hahmottamaan näiden toimijoiden asemaa journalismin kentällä. Toisaalta heitä on luonnehdittu journalismin kentän *tunkeilijoiksi (interlopers)* (Eldridge 2019), mikä herättää selvästi negatiivisempia mielikuvia. Journalistit itse ovat suhtautuneet rajapintojen toimijoihin varauksella, mutta vaikuttaa, että vuosien varrella suhtautuminen on muuttunut hyväksyvämmäksi. Nykypäivänä journalistit vaikuttavat tiedostavan periferian toimijoiden työn arvon, ja näkevät, että nämä voivat tuoda esiin erilaisia perspektiivejä kuin journalismi. Samalla journalistit kuitenkin pyrkivät yhä vetämään vahvan rajauksen heidän työnsä ja periferian toimijoiden työn välille – ammattiryhmät mielletään erillisiksi. (Chua ja Duffy 2019)

2.4 Videoessee Youtube-genrenä

Tässä alaluvussa määrittelen lyhyesti videoeseen käsitteen. Videoessee ovat nykypäivän Youtube-yleisölle selvästi erillisenä tunnistettu genre, mutta niitä ei ole juurikaan tutkittu akateemisessa maailmassa. Niinpä nojaan tässä alaluvussa videoesseeä määrittellessäni tavallista enemmän populaarilähteisiin.

Videoessee on essee videomuodossa. Se analysoi jotakin valitsemaansa aihetta, teemaa, henkilöä tai teesiä. Tavoitteena on yleensä argumentoida jonkin kannan puolesta, opettaa katsojalle jotain, tai tarjota kritiikkiä jostakin aiheesta. Nämä tavoitteet usein toimivat myös rinnakkain saman videon sisällä. (DeGuzman 2024) Videoissa yhdistyvät viihdearvo sekä informatiivisuus ja analyttisyys. Genren nostivat suosioon media-analyysi sekä poliittinen ja akateeminen sisältö, mutta nykypäivänä videoesseitä löytyy valtavasta määrästä eri aihepiirejä. Videoessee saattaa kritisoida sosiaalisen median ilmiötä, analysoida videopelin tarinaa, esittää argumentin nyky-yhteiskunnasta tai sukeltaa pitkälle jonkin ilmiön historiaan. Usein videoesseitä tuottavat sisällöntuottajat erikoistuvat mielenkiintojensa tai asiantuntemuksensa mukaan johonkin tiettyyn aihealueeseen, oli se sitten politiikka, elokuvat tai vaikkapa muodin historia. Muutamat Youtuben tunnetuimmista videoesseeisteistä ovat poliittisesti vasemmistoon kallellaan olevia sisällöntuottajia, jotka käsittelevät videoissaan politiikka- ja kulttuuriaiheita. Tätä häilyvästi määriteltyä sisällöntuottajien ryhmää yleisö nimittää usein termillä ”breadtube”. Osa katsojista liittääkin videoessee-termin vahvasti juuri näiden sisällöntuottajien videoihin. Abigail Thorn, joka on tuottanut toisen tässä tutkielmassa analysoimistani videoista, on yksi usein tähän ryhmään liitetystä sisällöntuottajista. (Nguyen 2022)

Videoesseeet ovat yleensä vähintään kymmenen minuutin pituisia, ja voivat yltää jopa useiden tuntien mittaan. Niiden suosion valtavaan nousuun vaikuttikin voimakkaasti se, kun Youtube alkoi 2010-luvulla suosia algoritmissaan pitkää videoiden keskimääräistä katseluaikaa, ei pelkästään runsasta videon katselukertojen määrää. Tiktokin ja muiden lyhytvideoalustojen nousun aikakaudellakin Youtubessa on siis onnistunut nousemaan vahvaan asemaan genre, jossa videot voivat olla keskivertoelokuvan pituisia tai pidempiä. (Nguyen 2022) Tämä luo videoesseele uniikin aseman internetin videomarkkinoilla. Kun toisten sisällöntuottajien täytyy pohtia, miten mahduttaisivat videon olennaisen viestin mahdollisimman lyhyeen aikaan, voi videoesseeisti todella syventyä aiheeseensa. Tämä avaa suurta potentiaalia yhteiskunnallisten aiheiden käsittelylle. Tämä syvempi analyysi, joka videoesseeille on tyypillistä, mahdollistaa niiden

vertailun analysoivaan, syväluotaavaan journalismiin. Juuri tuota vertailua ryhdyinkin tutkielmassani tekemään.

3 AINEISTO JA MENETELMÄ

Tässä luvussa esittelen tutkimuksessa käyttämäni empiirisen aineiston ja perustelut, joiden pohjalta se valikoitui. Sen jälkeen esittelen lyhyesti tutkimusmenetelmäni, laadullisen sisällönanalyysin, ja kerron tutkielman toteutustavasta.

3.1 Empiirinen aineisto

Aineisto, jota tutkimuksessani tarkastelen, koostuu kahdesta samaa aihetta käsittelevästä Youtube-videopalvelussa julkaistusta videosta. Ensimmäinen video on tunnetun journalistisen median julkaisema videoreportaasi. Video on yhdysvaltalaisen verkkomedia Voxin 23. helmikuuta 2022 julkaisema ”How American conservatives turned against the vaccine” (”Kuinka amerikkalaiset konservatiivit kääntyivät rokotetta vastaan”). Se käsittelee koronarokotevastaisuuden ilmiötä Yhdysvalloissa. Se on tutkimuksessani tietynlainen internet-videojournalismin lähtökohta. Videolle on 28.11.2024 mennessä kertynyt yli 1,6 miljoonaa näyttökertaa, ja Voxin Youtube-kanavalla on 12,4 miljoonaa tilaajaa.

Vuonna 2014 perustettu media Vox brändää itsensä selittävän journalismin lähteeksi. Se on puhtaasti verkossa toimiva media, joka Youtube-videoiden tuottamisen lisäksi julkaisee verkkosivuillaan tekstijuttuja ja tuottaa useita podcasteja. Yhdysvaltojen poliittisesti jakautuneella mediakentällä Vox tunnetaan vasemmistoon päin kallellaan olevana, liberaalina mediana. Vox ei käytä brändäyksessään poliittisiin suuntauksiin suoraan viittaavia sanoja, mutta sen verkkosivujen ”About us”-sivulta on mahdollista poimia ilmauksia, jotka vaikuttavat viittaavaan liberaaleihin arvoihin. Voxin työtä ohjaavaksi periaatteeksi esimerkiksi listataan se, että identiteettiin liittyvät aiheet ovat keskeisiä lähes jokaisessa jutussa. (Vox.com, ei päiväystä)

Voxin videon rinnalle otan analysoitavaksi itsenäisen sisällöntuottajan julkaiseman videoeseen, joka käsittelee samaa aihetta. Tarkasteltavaksi valikoitui brittiläisen videoesseeisti Abigail Thornin omistamalla Philosophy Tube -kanavalla 25. helmikuuta 2022 julkaistu ”Vaccines & Freedom” (”Rokotteet ja vapaus”). Se käsittelee rokotevastaisuutta ilmiönä sekä rokotteisiin liittyviä eettisiä valinnanvapauden

kysymyksiä erityisesti koronarokotteiden näkökulmasta. Thornin vuonna 2013 luoma Philosophy Tube -kanava käsittelee yhteiskunnallisia aiheita filosofian kautta ja usein poliittisesti vasemmistolaisesta näkökulmasta. Valitsemalleni videolle on 28.11.2024 mennessä kertynyt yli 1,4 miljoonaa näyttökertaa, ja Philosophy Tube -kanavalla on 1,6 miljoonaa tilaajaa.

Koska molemmat videot tulevat lähteistä, jotka tunnetaan poliittisesti vasemmistolaisena, voi olettaa, että niiden tekijöiden arvoperustassa ja maailmankuvassa on tiettyjä samankaltaisuuksia. Uskon tämän olevan tutkielmani kannalta hyödyllinen yhtäläisyys. Jos videot argumentoisivat rokotteista täysin päinvastaisia asioita, tutkielmassa olisi erittäin helppo päätyä analysoimaan näiden vastakkaisuuksien tuomia kontrasteja. Videoiden samankaltainen maailmankuva auttaa keskittämään analyysin videoilmaisuun keinoihin ja nyansseihin.

Valitsin analysoitavaksi englanninkieliset videot, koska videoessee genrenä ei ole saanut kovin vahvaa asemaa suomenkielisessä Youtubessa. Suomenkielisten Youtubevideoiden katsojakunta on merkittävästi pienempi kuin englanninkielisten, ja oman arvioni mukaan tämä on vaikuttanut siihen, että suomenkielisessä Youtubessa ei ole yhtä laajaa valikoimaa menestyviä videogenrejä. En siis usko, että olisin löytänyt analysoitavaksi sopivaa suomenkielistä Youtubevideota. Näen kuitenkin erittäin mahdollisena, että videoessee nostaa lähivuosina suosiotaan suomenkielisessä Youtubessa. Genre on nauttinut valtavaa suosiota lähivuosina, ja epäilemättä englanninkielisten videoesseeiden katsojakunnasta löytyy myös suomalaisia. Buumin laajentuminen suomenkieliseen sisältöön vaatisi vain muutaman menestyksekkään kokeilijan.

Koska valitsemani videoessee on englanninkielinen, halusin valita myös vertailtavaksi journalistiseksi jutuksi englanninkielisen jutun. Koen, että muuten suomenkielisten ja englanninkielisten mediamarkkinoiden suuret kulttuuri- ja kontekstierot olisivat tulleet analyysin tielle. Toinen videoista on brittiläisen videoesseeistin tuottama, toinen yhdysvaltalaisen median julkaisema. En kuitenkaan nähnyt tätä taustalla olevien valtioiden eroa kynnyskysymyksenä. Internetin englanninkieliset mediamarkkinat ovat

hyvin globaalit, ja valtioterot tasoittuvat tässä globaalissa kontekstissa arvioni mukaan tarpeeksi tehdäkseen vertailusta mielekäästä.

Perinteisen journalistisen median julkaisema video toimii tutkimuksessa vertailukohteena. Siitä voin tunnistaa videokerronnan ja journalismin keinoja, joita suurissa mediataloissa työskentelevät ammattitoimittajat hyödyntävät työssään. Tutkimuksessani etsin samaa aihetta käsittelevästä videoesseeestä samankaltaisia piirteitä nähdäkseni, miten videoessee hyödyntää journalistisia keinoja. Vastaavasti tutkin myös sitä, miten videoeseen käyttämät keinot poikkeavat perinteisemmästä journalistisesta videosta. Tavoitteenani on samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia paikantamalla selvittää, millä tavoin videoessee genrenä liikkuu journalismin rajapinnalla. Onko sillä huomattavan paljon journalistisia piirteitä, vai onko esseistin ote lopulta kaukana journalismista? Samalla voidaan toki pohtia myös, ottaako journalismi vaikutteita itsenäisten sisällöntuottajien luomasta sisällöstä.

Perinteisen journalistisen median julkaisemaa videota valitessani minulle oli tärkeää, että video tulee tunnetulta medialta, joka tunnetaan ennen kaikkea journalistisena toimijana. Tällaisilla toimijoilla on selkeät motiivit toimia journalismin periaatteiden ja journalistisen ammattietiikan mukaisesti, ja niitä seuraavat niin suuren yleisön silmät, että poikkeamat näistä asioista tulevat todennäköisesti esille. Tällaisella medialla voidaan olettaa olevan vakiintuneet journalistiset käytännöt, joiden tulokset näkyvät myös videotuotoksissa itsessään. Otin kriteeriksi myös sen, että analysoimani videon tulee olla vähintään kymmenen minuuttia pitkä. Esimerkiksi lyhyttä uutispätkää olisi hyvin vaikea vertailla sisällöltään videoeseen kanssa, sillä videoesseeet ovat yleensä melko pitkiä. Videoesseeet yleensä myös käsittelevät ajattomampia aiheita eivätkä päivän uutisia, joten valitsin journalistiselta puolelta vertailtavaksi ilmiöjutun, en uutista.

Videoesseeitä valitessani pyrin valitsemaan sisällöntuottajan, joka on genrensä sisällä merkittävä toimija, sekä videon, jolla on suhteellisen suuri määrä näyttökertoja. Suositut videoesseeet onnistuvat keräämään miljoonia näyttökertoja pituudestaan ja asiapainotteisuudesta huolimatta. Koen genren analyysin kannalta mielenkiintoisena

nähdä, millaisia piirteitä suosittu tekijät ja paljon huomiota saavuttaneet videot pitävät sisällään.

3.2 Laadullinen sisällönanalyysi tutkimusmenetelmänä

Käytän tutkimuksessani videoiden analysoinnin menetelmänä laadullista sisällönanalyysia. Tuomi ja Sarajärvi määrittelevät teoksessaan *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi* (2018) laadullisen tutkimuksen tyypiltään empiiriseksi tutkimukseksi, jossa tutkija tarkastelee havaintoaineistoa ja argumentoi empiirisen analyysin keinoin. Laadullinen sisällönanalyysi on laadullisen analyysin muoto, joka analysoi kirjoitettuja, kuultuja ja nähtyjä sisältöjä. Tuomi ja Sarajärvi tiivistävät, että sisällönanalyysilla ”pyritään saamaan tutkittavasta ilmiöstä kuvaus tiivistetyssä ja yleisessä muodossa”. (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 117) Valittu empiirinen aineisto luo katsauksen tutkittavaan ilmiöön, ja aineiston analyysi muodostaa sanallisen, helposti ymmärrettävän kuvauksen tästä ilmiöstä. Hajanaisesta aineistosta luodaan yhtenäistä informaatiota. (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 122)

Tuomi ja Sarajärvi (2018) erittelevät laadullisen sisällönanalyysin etenemistä rakenteella, johon kuuluu neljä vaihetta. Ensimmäisessä vaiheessa tutkijan on päätettävä, mikä häntä aineistossa kiinnostaa. Yhteen tutkimukseen on valittava tarkkaan rajattu ilmiö, jota tutkitaan. Seuraavaksi edetään vaiheeseen, jota kutsutaan koodaamiseksi. Siinä aineistosta erotellaan omaan rajaukseen liittyvät kohdat, kootaan ne yhteen, ja jätetään kaikki muu kyseisen tutkimuksen ulkopuolelle. Kolmannessa vaiheessa tehdään varsinaista analyysia, kuten luokittelua, teemoittelua tai tyypittelyä. Luokittelussa voidaan esimerkiksi laskea, kuinka usein jokainen luokka esiintyy aineistossa, joten sitä voidaan pitää jopa kvantitatiivisena analyysinä. Teemoittelu painottuu sisältöön – siihen, mitä aineisto sanoo. Tyypittely ryhmittelee aineiston tutkijan määrittelemiksi tyypeiksi. Se yhdistää aineistosta löytyneitä asioita eräänlaisiksi yleistyksiksi, jotka auttavat hahmottamaan aineiston trendejä. Analyysin jälkeen seuraa

yhteenvedon, eli varsinaisen tutkimustekstin kirjoittaminen. (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 104–107)

Juuti ja Puusa (2020) huomauttavat, että laadullisen aineiston analyysia tehdään kahteen suuntaan. Kun aineisto on kerätty, tutkija lukee aineistoa uudelleen ja uudelleen syventäen käsitystään sen sisällöstä ja tavoista kategorisoida sitä. Samalla hän myös lukee aiheeseen liittyvää teoriaa ja tutkimusta. Syvenevä ymmärrys aineiston yksityiskohdista ja merkityksistä yhdistyy laajenevaan käsitykseen tutkimustraditiosta ja erilaisista näkökulmista ilmiöön. Nämä yhdessä auttavat luomaan selkeän kuvan tutkittavasta ilmiöstä.

Alasuutari (2011) kiinnittää huomiota siihen, että olennainen osa laadullista tutkimusta on havaintojen pelkistäminen. Laadullisessa tutkimuksessa huomio kiinnittyy vain siihen, mikä on tutkimuskysymysten ja tutkittavan ilmiön kannalta keskeistä. Empiirinen aineisto pelkistyy näin hallittavamman kokoiseksi määräksi havaintoja. Tämän jälkeen aineistoa pelkistetään ennestään yhdistämällä havaintoja. (Alasuutari 2018, 40) Kokoamalla laadullisesta tutkimuksesta kirjoitettua kirjallisuutta yhteen voidaan muodostaa näkemys, että tätä Alasuutarin havaitsemaa havaintojen yhdistelyä edustavat Tuomen ja Sarajärven mainitsemat analyysin tekniikat: luokittelu, teemoittelu ja tyypittely.

Fazeli, Sabetti ja Ferrari (2023) esittelevät metodin videosisällön laadulliseen sisällönanalyysiin. Nykyinen mediaympäristö on hyvin videokeskeinen, mutta he huomioivat, että ohjenuoria videosisällön tieteelliseen analyysiin on harvanlaisesti. Heidän muodostamassaan metodissa videon sisällönanalyysi jaetaan kuuteen vaiheeseen. Ensimmäisessä vaiheessa videota katsotaan useita kertoja keskittyen eri katselukerroilla sen eri piirteisiin. Seuraavaksi litteroidaan videon puhedata. Sitten valitaan analyysiyksiköt, eli analysoidaanko videota kokonaisena vai pienempi, muutaman minuutin osio kerrallaan. Sen jälkeen aloitetaan datan luokittelu ja koodaaminen, johon metodissa käytetään matriiseja kuten visuaaliset piirteet ja henkilöhahmojen piirteet. Saatua dataa järjestellään yhä tarkempiin ryhmiin ja kategorioihin ja abstrahoidaan, kunnes videon piirteet on riittävässä määrin identifioitu

ja määritelty. Viimeisessä vaiheessa raportoidaan analyysin tulokset. (Fazeli ym. 2023) Samankaltaisia kategorioita ehdotti jo Fields (1988) kirjoittaessaan televisiouutisten laadullisesta sisällönanalyysistä.

Videon laadullinen sisällönanalyysi on menetelmänä varsin haastava, sillä videossa analysoitava materiaali on samaan aikaan visuaalista, liikkuvaa, äänellistä, tekstillistä ja kaikkien näiden yhteisvaikutusta. Kymmenen sekunnin videossakin on runsaasti analysoitavaa materiaalia. Journalistinen video, jota analysoin, on yli 14 minuuttia pitkä, ja videoessee, jota analysoin, on yli 42 minuuttia pitkä. Keskityn analyysissäni erityisesti videoiden puheeseen. Tämän ratkaisun tein siksi, että koin sen videoiden sisällön kannalta olennaisimmaksi ilmaisun muodoksi. Sekä journalistinen video että videoessee ovat perineet käytäntönsä ja rakenteensa tekstimuotoisista tuotoksista – journalistisesta tekstistä ja perinteisestä esseestä. Kandidaatintutkielman puitteissa puheen analyysi myös tuntui järkevältä ajalliselta ratkaisulta, sillä jatkuvan videoiden katsomisen sijaan pystyin säästämään aikaa analysoimalla osan ajasta litteroituja versioita videoiden puheesta. Kun siirrytään videomuotoon, kuvallisuus ja liike tuovat kuitenkin tuotokseen uusia ulottuvuuksia. Siksi otan analyysissä tarvittaessa tueksi myös videolla visuaalisesti tapahtuvat asiat. Sisällytän tutkielmaani myös hieman yleistä analyysia videoiden visuaalisesta ilmeestä, kuten puvustuksesta, lavastuksesta ja valaistuksesta. Videoiden äänimaailman analyysiä tässä tutkielmassa ei juurikaan ole, sillä en näiden videoiden tapauksessa nähnyt äänimaailmassa sisällön kannalta erityisen mielenkiintoisia samankaltaisuuksia tai eroavaisuuksia.

Minun on väistämättä keskityttävä vain tiettyihin osa-alueisiin ja piirteisiin videoissa. Analyysia sujuvoittaakseni ja sen fokusta rajatakseni olen muodostanut neljä analyysin kategoriaa. Olen tutkimusprosessin aikana koodannut aineistoa näiden kategorioiden mukaan.

Aineiston koodaamiseen hyödyntämäni analyysin kategoriat ovat seuraavat:

1. **Videon rakenne.** Miten video etenee osiosta toiseen? Millaisen tarinan kaaren se rakentaa?

2. **Videon päähenkilö.** Onko videossa selkeää päähenkilöä? Kuka hän on ja millainen hänen roolinsa videossa on? Tuoko päähenkilö esille henkilökohtaista näkökulmaansa ja/tai mielipiteitään? Miten video kutsuu katsojaa suhtautumaan päähenkilöön?
3. **Lähteet, joihin video viittaa.** Hyödyntääkö video haastatteluja, tieteellisiä lähteitä, dataa, mediaa, videon tekijän omaa tutkimustyötä, tai muunlaisia lähteitä?
4. **Vaikuttamisen tavat, joita video hyödyntää.** Millaisin keinoin video pyrkii vaikuttamaan katsojaan? Ovatko vaikuttamisyrietykset avoimesti näkyvillä? Ajaako video selkeästi jotakin tiettyä näkökulmaa aiheeseensa?

Hyödynsin kategorioita kehittäessäni Fazelin ym. (2023) katsausta visuaalisen analyysin teorioihin ja heidän kehittämänsä visuaalis-verbaalisen videoanalyysimetodin osa-alueita. Varsinainen neljän kategorian lista on kuitenkin omaa sovellustani. Otin kategorioiden muodostuksessa huomioon taustatietoni journalismin ja videoesseiden piirteistä. Arvioin, että näiden kategorioiden avulla voisin hyvin tuoda esiin genrejen yhteneviä ja eroavia piirteitä. Ne on suunniteltu myös ottaen huomioon kandidaatintutkielman puitteet ja aikarajat. Pyrin valitsemaan selkeät, helposti ymmärrettävät kategoriat, joiden analyysi ja vertailu ei olisi liian monimutkaista.

Seuraavassa luvussa esittelen analyysini tuloksia vertailemalla videoiden samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia omissa alaluvuissaan.

4 ANALYYSI JA TUTKIMUSTULOKSET

Tässä luvussa vertaan videoita toisiinsa ja etsin niistä sekä yhtäläisyyksiä että videoita määritteleviä eroavaisuuksia. Analyysi jakautuu kolmeen alalukuun. Ensimmäisessä analysoin videoiden samankaltaisuuksia, ja toisessa niiden välisiä eroja. Luvun päättää tutkimustulokset yhteen vetävä alaluku, jossa heijastelen tuloksia ja analysoin niitä teoreettisen viitekehyksen puitteissa.

4.1 Videoiden samankaltaisuudet

Analysoimieni videoiden rakenteissa on paljon samankaltaisia piirteitä. Koska molemmat videot ovat informaatiopainotteisia, niihin kuuluu paljon sisältöä, jossa toimittaja tai sisällöntuottaja puhuu pitkään. Molemmissa on hyödynnetty keinoja, jotka katkovat pitkiä puheosuuksia ja monipuolistavat rakennetta. Journalistisessa videossa esimerkki tällaisesta vaihtelusta alkaa kohdasta 00:02:54, kun koronainfektioon menehtyneen radiojuontaja Phil Valentin radio-ohjelmasta otetut audioklipit tauottavat hänen veljensä, Mark Valentin haastattelumateriaalia.

Journalistinen video hyödyntää myös paljon uutismateriaalia. Otteita uutislähetysistä käytetään kontekstoimaan korona-ajan ilmapiiriä ja näyttämään, miten aihetta käsiteltiin. Uutismateriaali on leikattu videoon hyvin nopeatahtisesti, ja välillä yksittäisistä uutislähetysistä kuullaan vain pari sanaa. Tämä tiivistää videon tahtia ja pituutta. Lisäksi se tuo nopeasti esille viestejä, joita mediassa on tiettyä ajanjaksona esitelty. Uutismateriaalilla myös tuodaan esille esimerkkejä siitä, miten eri tavoilla demokraatti- ja republikaanipuoluiden kannattajien luottamat uutismediat ovat käsitelleet koronapandemiaa. Esimerkiksi tässä kohdassa republikaanien suosimalta Fox News -kanavalta tulleet ristiriitaiset viestit on sijoitettu videoon peräkanana ja limittäin toistensa kanssa, jolloin ne luovat videoon hämmentävän, ristiriitaisen, hektisen tunnelman.

Vox: "How American conservatives turned against the vaccine" (tästä eteenpäin "video 1"), 00:05:24, käännettynä suomen kielelle:

[päällekkäin sekoitettua uutisaudiota Fox News -kanavalta]

“Se on hieno rokote. Se on turvallinen rokote.”

“Se voi pitää sinut poissa sairaalasta.”

“Kuinka monta ihmistä on kuollut tai saanut vamman koronarokotteiden takia? Tietääkö kukaan vastausta?”

”Jos lääkärisi sanoo sen sopivan sinulle, ota se. Se pelastaa henkesi.”

[...]

”Nämä mRNA-koronarokotteet täytyy vetää markkinoilta heti. Kenenkään ei pitäisi ottaa niitä. Kenenkään ei pitäisi ottaa tehosterokotetta. Kenenkään ei pitäisi ottaa toista tehosterokotetta...”

Videoesseessä sisällöntuottajan pitkien, informaatiopituisten puheiden pätkittämiseen käytetään erityisesti huumoria. Tässä esimerkissä on juuri selitetty melko pitkästi tutkimuksen menetelmästä ja siihen kuuluneesta ihmisryhmien tyypittelystä, ja kevennykseksi heitetään astrologiaan liittyvä vitsi.

**Philosophy Tube: ”Vaccines & Freedom” (tästä eteenpäin ”video 2”),
00:04:45, käännettynä suomen kielelle:**

Poliittisissa näkemyksissä oli myös eroja. Emilyt ovat yleisesti ottaen vasemmistolaisia, korporaatiovastaisia ja Palestiina-myönteisiä. Larryt ovat Brexitiä tukevia konservatiiveja. Steve nojaa oikealle talousasioissa, mutta vasemmalle yhteiskunnallisissa ongelmissa, ja Carol on, eh, hän on vähän joka puolella.

“Oh my god, minä olen niin Emily, mutta nouseva merkkini on Steve!”

Tämä pitkien puheosuuksien väliin sijoitettu materiaali auttaa journalistisessa videossa kontekstoimaan annettua tietoa, vahvistamaan sitä alkuperäislähteistä, vahvistamaan

sen todellisuutta ja sijoittamaan katsojan tapahtumien paikkaan ja aikaan. Videoesseeissä käytetty huumori taas auttaa keventämään tunnelmaa ja tekemään videon katselusta informatiivisen lisäksi humoristisen ja viihdyttävän kokemuksen.

Lisäksi uskon, että yksi isoimmista syistä tähän materiaalin pätkimiseen liittyy internet-videomaailman luonteeseen ja notkeisiin mediamarkkinoihin. Rakenteen pätkiminen tekee videosta nopeatahtisemman ja auttaa pitämään katsojan mielenkiintoa yllä. Tämä on tärkeää notkeilla mediamarkkinoilla, joilla video kilpailee katsojan huomiosta valtavan sisältömäärän kanssa. Jos katsoja tylsistyy yksitoikkoiseen videoon, hänen on todella helppo vaihtaa mihin tahansa muuhun sisältöön. Niinpä internet-videoiden tuottajat käyttävät tekniikoita, joiden tarkoitus on pitää katsojan huomio kiinni videon tapahtumissa.

Molemmat videot kääntävät lopussa katseensa tulevaisuuteen. Tämä on tyypillistä journalistisissa jutuissa, sillä journalismi on usein tulevaisuuskeskeistä. Katsaus tulevaisuuteen kuuluu myös essee- ja tutkimuskirjallisuustyyliin. Näissä tekstimuodoissa on tyypillistä sijoittaa loppuun esimerkiksi ehdotuksia tulevaisuuden tutkimusaiheiksi tai ehdottaa jonkinlaisia konkreettisia toimia tekstin esittelemän ongelman ratkaisemiseksi. Videoiden lopussa on kuitenkin erilaiset näkökulmat, joihin palaan alaluvussa 4.2.

Tässä tutkielmassa kutsun videon päähenkilöksi sitä henkilöä, joka on videossa eniten näkyvillä ja äänessä, tai on sen tärkeimmässä roolissa. Molemmissa videoissa päähenkilö on tiiviisti videon tuotannossa mukana ollut henkilö. Analysoimani journalistisen videon päähenkilö on toimittaja, joka on siinä äänessä ja näkyvillä. Lopputeksteissä videolla esiintyvä toimittaja Joss Fong listataan nimikkeellä "producer and editor", eli hänelle listataan tuottajan ja toimittajan rooli, tosin sana "editor" voi viitata myös editoijaan. Videoeseen päähenkilö taas on sisällöntuottaja, joka on luonut sen.

Videoesseeissä se, että videon tuottaja on sen päähenkilö, on genren normi. Niitä tuottavat Youtube-kanavat ovat usein hyvin henkilökeskeisiä, ja Philosophy Tube -kanava on esimerkki tästä. Kanavan videoita tuottava Abigail Thorn näkyy kanavan

profiilikuvassa, on esillä koko videon ajan, on ensimmäinen nimi lopputeksteissä ja esittelee itsensä videon alussa.

Journalististen videoiden päähenkilöt sen sijaan vaihtelevat, ja esimerkiksi henkilöjutun päähenkilö on usein nimenomaan haastateltava. Analysoimassani videossa ketään yksittäistä haastateltavaa ei kuitenkaan nosteta niin isoon rooliin, että häntä voisi kutsua päähenkilöksi. Heidän haastattelunsa ja tarinansa vievät videosta vain lyhyitä osia kerrallaan, mikään niistä ei kanna koko videon läpi. Kaikkien haastatteluosuuksien ja niiden välisten juontojen läpi toimittaja on yhdistävä tekijä, joten mielestäni on perusteltua kutsua häntä videon päähenkilöksi, vaikka toimittajalle tyypilliseen tapaan hän onkin jossain määrin ulkopuolisessa ja tarkastelevassa roolissa. Video myös on useamman toimittajan työn tulos, eikä päähenkilönä näkyvän toimittajan nimeä edes nosteta videossa esille kuin vasta lopputeksteissä muiden tekijöiden ohella. Silti hän on hyvin erilaisessa roolissa kuin muut tekijät, sillä hänen kasvonsa ja äänensä ovat videon kasvot ja ääni.

Vaikka päähenkilöiden vahva rooli videon tuotannossa on jokseenkin samankaltainen, heidän esiintymisensä videoissa on varsin erilaista. Niinpä käsittelen päähenkilöitä enemmän luvussa 4.2.

Molemmissa videoissa käytetään runsaasti lähdeviittauksia etenkin tutkimustietoon. Tämä kertoo katsojalle, että video pohjautuu tieteelliseen tietoon, ja herättää näin luottamusta. Journalismille ja esseetekstille on yhteistä se, että molemmissa faktapohjaisuus ja objektiivinen tieto ovat hyvin olennaisia asioita. Vaikka essee ottaa usein kantaa, se ei ole pelkkä mielipidekirjoitus, vaan tieteellinen teksti. Journalismin koko perusajatus taas on välittää tietoa mahdollisimman objektiivisesti, ottamatta kantaa muualla kuin tietyissä juttutyypeissä. Faktapohjaisuus ja objektiivisuus ovat mielikuvia, joita molemmat genret haluavat herättää. Katsojan luottamusta pyritään saamaan viittaamalla tieteellisiin lähteisiin ja tutkimustietoon sekä listaamalla lähteet huolellisesti.

Vaikka videoessee viittaa useisiin tutkimuslähteisiin, sen päähuomio on yksittäisessä tutkimusprojektissa, jonka toteuttamisessa sisällöntuottaja itse on ollut mukana. Videossa kuvaillaan, miten tutkimus eteni, mitkä tahot siihen osallistuivat ja mitä kautta haastateltavat löydettiin. Tutkimusprojektissa on haastateltu vapaaehtoisesti rokottamattomia ihmisiä heidän näkökulmistaan. Nämä tutkimustulokset kantavat koko videon narratiivia, ja videossa kuullaan toistuvasti suoria lainauksia tutkimuksessa haastatelluilta henkilöiltä. Ne toimivat käytännön esimerkkeinä siitä, miten rokottamattomat ihmiset ajattelevat. Kokemusasiantuntijoiden haastattelut toimivat tyypillisesti samankaltaiseen tapaan journalistisissa jutuissa. Analysoimassani journalistisessa videossa esiintyy viisi haastateltavaa. Kokemusasiantuntijat tuovat käytännön esimerkkejä rokotevastaisuudesta. Heidän kauttaan katsoja kuulee, miten rokotevastaiset ihmiset ajattelevat ja miten rokotevastaisuus koskettaa heidän läheisiään. Haastateltavana on yksi entinen rokotevastainen henkilö, joka muutti mielensä, kun sairastui vakavaan koronainfektiin, sekä kaksi koronainfektiin kuolleiden rokotevastaisten ihmisten läheistä.

Journalistisen videon haastateltavista kaksi on asiantuntijahaastateltavia, alan tutkijoita. He tuovat uskottavuutta nimenomaan videon tiede- ja faktaväitteisiin. Sen lisäksi, että toimittaja tulkitsee videossa datatietoa ja tilastoja, kuulemme myös tutkijoita itsejään. Videoessee ei haastatella tutkijoita, mutta siinä viitataan siihen, että sisällöntuottaja on itse ollut mukana toteuttamassa tutkimushanketta aiheesta, mikä tuo samankaltaista uskottavuutta. Videoessee käsittelee yksittäisiä tutkimuksia tarkemmin kuin journalistinen video, ja sisällöntuottaja lukee otteita tutkimuskirjallisuudesta. Voidaan ajatella, että asiantuntijat pääsevät ääneen hänen kauttaan.

Media hyödyntää monenlaisia keinoja vaikuttaakseen yleisöönsä. Journalismissa on keskeistä herättää yleisössä luottamuksen tunnetta. Journalistinen sisältö voi saavuttaa tiedon levittämisen ja tapahtumien raportoinnin tavoitteet vain, jos yleisö luottaa sen todenmukaisuuteen. Analysoimassani Voxin journalistisessa videossa on vahva rooli datalla ja tutkimustiedolla. Kuten olen huomoinut, video käyttää visuaalisia kuvaajia esittelemään tutkimustietoa, viittaa useaan otteeseen tutkimuslähteisiin ja sisältää

tutkijoiden haastatteluja. Muun muassa näillä keinoilla journalistinen juttu voi herättää katsojassa luottamusta tiedon faktapohjaisuuteen.

Myös videoesseele on tärkeää herättää käyttäjässä luottamusta sen tiedon faktapohjaisuuteen. Faktapohjainen argumentointi on olennainen osa esseen kirjoittamista. Essee on myös kantaaottava kirjallisuuden laji, ja suostutellakseen katsojia hyväksymään argumenttinsa videoesseeistään on voitettava heidän luottamuksensa. Niinpä kuten journalistinen video, myös analysoimani Philosophy Tuben videoessee käyttää luottamuksen herättämiseen lähdeviittauksia ja tutkimustietoon viittaamista.

Molemmissa videoissa viittaukset menneisyyteen rakentavat narratiivia. Journalistisessa videossa vertaillaan tilastoja eri vuosilta ja tutkitaan rokotevastaisuuden ilmiötä myös ennen koronapandemiaa. Tällä vertailulla saadaan esille tämänhetkisen tilanteen uniikit ongelmat. Tämä vastaa journalistiselle jutulle tyypilliseen kysymykseen: mitä tapahtuu juuri nyt ja mikä on muuttunut? Miksi tämä on ajankohtaista?

Videoessee vie katsojan vielä kauemmas historiaan. Siinä kuullaan esimerkkejä samankaltaisista terveydenhuollon ja rokotevastaisuuden ilmiöistä historiassa. Toisaalta tuodaan esille myös tuoreempi esimerkki HPV-rokotteista. Kun näitä tapauksia vertaillaan nykypäivän koronarokotteita vastustavaan liikkeeseen, luodaan katsojalle käsitys tietynlaisten ongelmien jatkuvuudesta terveydenhuollossa ja ihmisten suhtautumisessa siihen. Lisäksi sisällöntuottaja argumentoi rokotteiden puolesta viittaamalla niiden pitkään historiaan. Hän selittää, että rokotteiden toimivuudesta on jo runsaasti tietoa, eikä tässä rokotteessa ole mitään kovin erityistä muihin rokotteisiin verrattuna.

Journalistinen video hyödyntää paljon vertailua. Se vertaa toisiinsa poliittisesti vasemmalle ja oikealle kallistuneiden amerikkalaisten uutislähteiden koronauutisointia sisällyttämällä videoon uutisklippejä molemmilta puolilta ja asettamalla ne peräkkäin. Samoin se vertaa toisiinsa presidenttiehdokkaiden, Donald Trumpin ja Joe Bidenin reaktioita koronavirukseen vaalivuonna 2020. Näillä vertailuilla tuodaan näkyville ero

siinä, millaista viestiä eri ihmisiä ympäröivä mediaympäristö on koronasta välittänyt, ja mitä heille merkittävät vaikuttajat ovat sanoneet. Tulee näkyville yksi teoria siitä, miksi Yhdysvaltain oikeistopuolue republikaaneja kannattavat ihmiset ovat olleet rokotevastaisempia kuin demokraattipuolueen kannattajat.

Videoessee hyödyntää vertailua laajemmassa näkökulmassa. Siinä verrataan rokotevastaisuuden ilmiötä toisiin yhteiskunnallisiin ilmiöihin. Sisällöntuottaja esimerkiksi sanoo, että ihmisten on vaikea käsittää koronavirusta levittämällä tekemämme vahinko muille, koska se on useimmiten näkymätöntä vahinkoa – viruksen tapauskohtaisia leviämisreittejä on yleensä mahdotonta tietää. Hän toteaa, että samankaltainen ongelma koskee ilmastonmuutosta, koska myöskään ilmastolle aiheutettu vahinko ei yleensä näy ihmisille konkreettisina syy-seuraussuhteina. Rokotevastaisuuden yhteiskunnallisia syitä verrataan näin toiseen laajaan teemaan aikamme yhteiskunnassa.

Molemmat videot sisältävät kokemusasiantuntijoiden haastatteluja. Journalistisessa videossa kuullaan tarinoita henkilöistä, jotka ovat muuttaneet mieltään koronarokotusten suhteen, rokotevastaisista rokotemyönteisiksi. Varoittavina esimerkkeinä kuullaan myös henkilöistä, jotka ovat kuolleet koronainfektiin. tarinat kontekstoivat aiheen teoriasta reaali maailmaan, oikeiden ihmisten kohtaloihin. Ne tuovat videoon tarinallisuutta ja vetoavat tunteisiin.

Videoesseeissä keskeisessä asemassa ovat haastateltavat tutkimuksesta, johon video pohjautuu. Sisällöntuottaja keskustelee haastateltavien kanssa kuin esseisti lähteidensä kanssa. Hän liittää heidän puheensa esseensä laajempaan kontekstiin. Välillä heidän sanomansa asiat tukevat esseiden sanomaa, välillä esseisti taas argumentoi heidän väitteitensä vastaan. Esseisti puhuu heille välillä empaattisesti, välillä tyrmää heidän valheellisia väitteitään. Heidän tarinansa, näkemyksensä ja argumenttinsa luovat videoon mielenkiintoisuutta, moniäänisyyttä ja konfliktia. Yhtä lailla kuin journalistisen videon haastateltavilla, heillä on olennainen rooli videon narratiivissa ja tunteisiin vetoavuudessa.

Videoessee esittää perustelun sille, miksi rokottautumattomuus vaikuttaa myös muihin ihmisiin, ja ei siksi ole pelkkä kehollisen autonomian kysymys. Sisällöntuottaja käyttää haastateltavien omaa logiikkaa siitä, että kaikki saavat tehdä niin kuin haluavat, kunhan eivät vahingoita muita, argumentiksi heitä vastaan. Journalistisessa videossa haastatellaan koronainfektioon kuolleiden ihmisten läheisiä ja näytetään tilastoja koronaviruksen aiheuttamista kuolemista. Näiden piirteiden vaikutusta voi tulkita niin, että näin tämäkin video osoittaa, kuinka rokottautumattomuus vaikuttaa muihin ihmisiin.

4.2 Videoiden väliset erot

Journalistisen videon ja videoeseen rakenteissa on yhdistäviä piirteitä, mutta niissä on myös selkeitä eroja. Suurimmat erot vaikuttavat tulevan siitä, että videot mukailevat erityyppisiä sisältögenrejä. Journalistinen video noudattaa journalistisen jutun rakennetta, kun taas videoeseen rakenteen lähtökohta on kirjoitetussa esseessä. Tämän eron voi huomata jo videoiden ensisekunteja katsoessaan. Journalistisessa videossa on journalismille tyypillinen ”koukku”, jollaisen usein löytää myös teksti- tai audiojutun alusta. Se menee suoraan aiheeseen ja pyrkii herättämään kiinnostavalla faktalla katsojan huomion, jotta tämä jatkaisi katselua.

Video 1, 00:00:01:

Pandemian kolmas vuosi on alkamassa, ja Yhdysvalloissa kuukausittaisten kuolonuhrien määrä viimeisen kahden vuoden ajalta näyttää tältä. *[Toimittaja piirtää visuaalisen kuvaajan.]* Yhteensä yli 900 000 ihmistä on kuollut.

Videoeseen tyyli on henkilökohtaisempi ja humoristisempi, mikä nähdään sen alkusekunneilla, kun video alkaa sisällöntuottajan henkilökohtaiseen elämään liittyvällä vitsillä. Vitsin kontekstina mainittakoon se, että edellisen videonsa jälkeen sisällöntuottaja Abigail Thorn oli käynyt plastiikkakirurgisessa toimenpiteessä, joten

Youtube-kanavan vakituisten katsojien voidaan olettaa huomaavan, että hän näyttää erilaiselta.

Video 2, 00:00:00:

[*Huokaus.*] Tuntuu kuin minulla olisi ollut tämä maski päällä niin kauan, että osat kasvoistani olisivat muuttaneet hieman muotoaan. [*Sisällöntuottaja ottaa kasvomaskin pois kasvoiltaan, ääniefekti.*] Ah. Näin on parempi.

Videoessee noudattaa rakenteessaan esseemäisiä piirteitä. Jo videon alussa esseisti selittää akateemisen tekstin metatekstiä muistuttavalla tavalla, mikä videon aihe on ja mitä siinä tutkitaan. Kaikkia osioita ei kuitenkaan kuvailla. Tämä kertonee siitä, että internet-videoissa katsojan mielenkiintoa ylläpitää yllätyksellisyys. Se, että katsojat katsovat videon loppuun asti, auttaa sisällöntuottajaa tienaamaan videon katseluajan perusteella rahaa. Kaikkea ei siis kannata paljastaa alussa.

Video 2, 00:01:04:

Tajusimme, että ihmisistä, jotka ovat kieltäytyneet rokotteen ottamisesta, usein puhutaan, mutta heille itselleen harvoin puhutaan. Niinpä tilasimme tutkimuksen, jossa haastateltaisiin heitä ja kuultaisiin, mitä he todella haluavat sanoa. [...] Niinpä tänään haluan katsoa rehellisesti sitä, mitä he sanoivat; filosofisia argumentteja, joita he käyttivät; asioita, joista he olivat väärässä; ja asioita, joista he olivat oikeassa.

Toinen esseemäinen piirre videoeseen rakenteessa on se, että videossa on osio, jossa sisällöntuottaja käsittelee tutkimuksen rajoituksia. Tämä on esseissä ja tutkimuskirjallisuudessa olennainen reflektion osa. Journalistisessa videossa tällaisia rajoitteita mainitaan silloin tällöin, mutta siitä ei ole videossa omaa osiotaan.

Videoessee hyödyntää rakenteessaan toistoa tavalla, jota ei journalistisessa videossa ole havaittavissa. Pitkässä videoesseeessä toisto auttaa muistuttamaan katsojaa säännöllisin

väliajoin olennaisista pointeista. Se myös korostaa, että videossa on jokin selkeä viesti, jonka katsojan halutaan muistavan. Tämä vaikuttaisi viittaavan siihen, että videoesseeillä on avoimemmin vaikuttamaan pyrkivä tarkoitus. Tässä videossa yksi viesti, joka tuodaan esille useita kertoja, on se, että vapaaehtoisesti rokottamattomien ihmisten suostuttelemiseksi ei riitä vain todisteiden ja faktojen listaaminen. Niiden ohelle tarvitaan videoeseen mukaan muita argumentoinnin ja vuorovaikutuksen keinoja.

Myös videoiden lopetuksissa nähdään journalistisen tyylin ja esseetyylin eroja. Journalistinen video kääntää katseen tulevaisuuteen spekuloidakseen tulevaisuuden skenaarioita. Viimeisessä haastatteluklipissä toimittaja kysyy tutkijalta tämän huolia koronapandemian aikaiseen polarisaatioon liittyen, ja esittää sen jälkeen seuraavanlaisen loppukaneetin:

Video 1, 00:14:04:

Ja toden totta, kun tutkijat UC San Diegossa seurasivat ihmisten asennoitumista rokotteisiin maaliskuusta elokuuhun vuonna 2021, he panivat merkille, että paitsi että tutkimukseen osallistuneet republikaanit todennäköisemmin kääntyivät koronarokotetta vastaan vuoden edetessä, heidän asenteensa muuttuivat negatiivisemmiksi myös rokotteita kohtaan ylipäätään. Lisäksi harvemmat heistä aikoivat ottaa influenssarokotteen seuraavana vuonna. Tämä tarkoittaa, että pandemia-ajan polarisaation terveysvaikutukset voivat laajentua pitkälle COVID-19-pandemian yli.

Videoeseen loppu on kantaottava ja sisältää katsojille konkreettisia ohjeita toimintaan. Sisällöntuottaja antaa ohjeita sekä rokottamattomien ihmisten läheisille, jotka haluavat suostutella näitä rokottautumaan, että rokottamattomille ihmisille itselleen.

Video 2, 00:38:24:

Olisi parempi kaikille, jos heistä tuntuisi, että he voivat muuttaa mieltään ja hankkia rokotteen nyt ilman, että heitä saatetaan häpeään, koska he

ovat ”liian myöhässä”. [...] Arvelisin, että he todennäköisesti valitsevat jommankumman kahdesta vaihtoehdosta. Joko he rokottautuvat, tai he eristäytyvät lisää ja mahdollisesti radikalisoituvat poliittisesti. Kansanterveyden näkökulmasta on selvää, kumpi lopputulos olisi parempi.

Jos otit osaa tutkimukseemme, haluaisin aidosti kiittää sinua. [...] Toivon myös, ettet pety minuun, kun sanon, että jos et ole jo hankkinut rokotetta... Nyt olisi mainio hetki.

Kahden videon loppujen eroavaisuuksista voidaan nähdä, että journalistisen videon tarkoitus on olla objektiivinen ja antaa lukijalle faktat oman päätöksentekonsa evääksi, mutta videoessee toimii myös sisällöntuottajan oman mielipiteen välittämisen välineenä. Hän ottaa suuremmin kantaa kuin toimittaja.

Kuten alaluvussa 4.1 selitin, journalistisen videon päähenkilö on toimittaja ja videoeseen päähenkilö sisällöntuottaja. Keskeisin ero päähenkilöiden rooleissa näissä kahdessa videossa on henkilökohtaisuus. Tällä tarkoitan sitä, kuinka suuri rooli päähenkilöllä yksittäisenä henkilönä on videossa, kuinka paljon häntä yksilönä ja hänen mielipiteitään tuodaan esille, ja kuinka paljon katsojaa kutsutaan samaistumaan häneen. Juuri tämä samaistuminen ja henkilökohtaisuus on pohjana parasosiaaliselle suhteelle katsojan ja mediapersoonan välillä. Parasosiaalinen suhde on yksipuolinen kiintymyssuhde, jossa katsoja kiintyy seuraamaansa mediapersoonaan ja kokee heidän välilleen henkilökohtaisen suhteen, vaikka mediapersoona ei tiedä katsojasta juuri mitään (Lou 2022, 5). Parasosiaaliin suhteisiin on tuonut uusia ulottuvuuksia sosiaalinen media, jossa sisällöntuottajat voivat olla suorassa vuorovaikutuksensa katsojien kanssa. Tämän voivan nähdä jossain määrin murtavan suhteen parasosiaalisuutta. Vaikka suhde edelleen perustuu siihen, että katsoja tietää sisällöntuottajasta paljon enemmän kuin sisällöntuottaja yksittäisistä katsojista, suhde voi silti olla jossain määrin vuorovaikutuksellinen ja kaksipuolinen. (Lou 2022)

Kun journalistinen video alkaa, toimittaja on vain irrallinen ääni, johon ei voida liittää kasvoja tai nimeä. Kuvamateriaalissa näkyy käsipari, joka piirtää kaaviota Yhdysvaltojen

koronapandemian kuolonuhreista. Katsoja saattaa olettaa, että kyseessä ovat toimittajan kädet, mutta varmuutta asiasta ei ole. Toimittaja näkyy videossa kasvoilta ensimmäistä kertaa kohdassa 00:01:00, kun ensimmäinen haastattelu alkaa. Tällöin hänet nähdään tekemässä videohaastattelua etäyhteyden välityksellä, web-kameran kuvassa. Materiaalia, jossa nähdään vain toimittaja itse puhumassa juontoa, nähdään ensimmäisen kerran vasta kohdassa 00:05:13. Video tuntuu häivyttävän yksittäisen toimittajan roolia sen tuotannosta ja keskittyvän sen sijaan muun muassa haastateltaviin ja toimittajan esittelemiin tilastoihin. Tämä luo katsojalle objektiivisuuden kuvan, jossa tämä ei ajattele kuulevansa yhden toimittajan mielipiteitä, vaan jotain faktapohjaisempaa ja uutisellisempaa. Tätä vastoin videoesseeessä on läpi videon paljon materiaalia, jossa nähdään sisällöntuottaja puhumassa suoraan kameralle. Jo videon ensimmäinen kohta on tällainen. Tämä luo heti kuvaa siitä, että hänen roolinsa videossa on olennainen ja kuulemme hänen näkemystään asioista. Sisällöntuottaja myös esittelee itsensä videon alussa. Se korostaa hänen rooliaan videon luojana.

Mielenkiintoista on myös se, että videoessee alkaa vitsillä, jossa sisällöntuottaja viittaa leikkaukseen, jossa on käynyt. Tämän voi tulkita tarkoitetuksi erityisesti ihmisille, jotka ovat katsoneet useita hänen videoistaan ja näin ollen tunnistavat hänen kasvonsa. Ainakin osan katsojakunnasta oletetaan siis katsovan saman kanavan videoita toistuvasti ja olevan kiinnostunut sisällöntuottajasta henkilönä. Viittauksia hänen henkilökohtaiseen elämäänsä ja tarinoita hänen kokemuksistaan kuullaan videossa useita kertoja tämän jälkeenkin. Kuten parasosiaaliseen suhteeseen kuuluu, katsojan oletetaan välittävän juuri tästä henkilöstä.

Videoesseeessä katsojaa kutsutaan toistuvasti samaistumaan sisällöntuottajan kokemuksiin. Esimerkiksi videon alussa luodaan yhdessä oppimisen ja löytämisen tunnelmaa, kun sisällöntuottaja itsekin innostuu löytämästään tiedosta. Videossa on myös useita popkulttuuriviittauksia, jotka ovat huumorin lisäksi myös samaistumisen keino. Mikäli katsoja tunnistaa viittauksen, hänelle voi syntyä olo, että hänellä ja sisällöntuottajalla on jotakin yhteistä.

Sisällöntuottaja toimii eri kohtauksissa samaistuttavana hahmona sekä rokotuksen ottaneille ihmisille että rokottamattomille. Kun päähenkilö kertoo ottaneensa rokotuksen ihan vain siksi, että luottaa terveysalan ammattilaisiin ja tehneensä siitä taustatutkimusta vasta jälkepäin, rokotemyönteinen katsoja voi verrata itseään häneen ja samaistua. Tätä kautta hän voi oivaltaa, mistä rokotevastaisten ihmisten ajatukset ehkä nousevat.

Video 2, 00:18:48:

Minun täytyy myöntää, heillä [*rokottamattomilla ihmisillä*] on tavallaan pointti. Kaikki tiedeasiat, joista kerroin viime osiossa, ovat totta, mutta tein tuon selvitystyön vasta rokottautumisen jälkeen. Olen ottanut kolme rokoteannosta tähän mennessä, ja minussa ei ole mitään vikaa – ainakaan mitään rokotteen aiheuttamaa – joten näyttää, että olin oikeassa. Mutta en voi esittää, että kyseessä olisi ollut rationaalinen Sherlock Holmes - päätös. Kyllä minä oikeasti vain menin ohjeiden mukaan.

Myöhemmin sisällöntuottaja vertaa haasteitaan Britannian terveydenhuollon parissa transihmisenä rokottamattomien haastateltavien huoliin terveydenhuoltojärjestelmästä. Tämä lisää samaistumispintaa ja empatiaa hänen ja rokottamattomien ihmisten välille. Samalla rokottamattomien huolten vertaaminen muihin terveydenhuoltoon liittyviin huoliin voi lisätä empatiaa ja ymmärrystä niissä katsojissa, jotka ovat rokotettuja.

Video 2, 00:25:36:

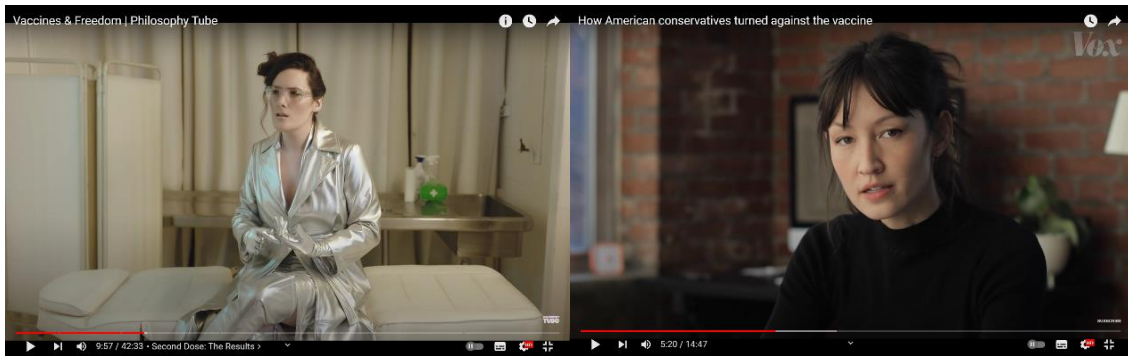
Yleensä jos joku sanoo minulle ”minun kehoni, minun päätökseni”, olen että ”Kyllä hitossa! Käytä sitä estrogeenia! Tee se abortti! Tee, mitä sinun täytyy tehdä.” Brittiläisenä transnaisena, jonka täytyy asioida NHS:llä, kehollinen itsemääräämisoikeus on hyvin lähellä sydäntäni – joidenkin muiden elinten lisäksi. Niinpä koin sympatiaa, kun jotkut haastateltavistamme sanoivat, ettei kyse ollut valtioon luottamisesta. Tämä oli vain heidän valintansa.

Journalistisessa jutussa ei näy juurikaan merkkejä siitä, että katsojan olisi tarkoitus samaistua toimittajaan. Hänen roolinsa on olla kysyjä ja selvittäjä. Hän kysyy haastateltavilta kysymyksiä, jotta empatiaa ja tunteita herättäviä tarinoita kuultaisiin kokemusasiantuntijoilta ja faktatietoa asiantuntijahaastateltavilta. Kun nämä sanovat jotakin kiinnostavaa, toimittajan rooli on sukeltaa syvemmälle taustatietoon. Hän esiintyy pääosin objektiivisena hahmona, joka ottaa monet puolet huomioon ja kertoo faktatietoa. Hän saa tietonsa haastateltavilta ja tutkimuksista. Hän saattaa kyllä esittää vaikkapa spekulatiota tilastojen perusteella, muttei väitä sitä faktatiedoksi.

Koska sisällöntuottaja on ollut mukana esittelemänsä tutkimuksen järjestäneessä ryhmässä, hän puhuu tutkimuksesta paljon monikon ensimmäisessä persoonassa. Hän ylipäänsä puhuu paljon itsestään, omista kokemuksistaan ja näkemyksistään. Tämä tuo hänet henkilönä vahvemmin osaksi narratiivia. Journalistisessa videossa toimittaja sen sijaan katsoo aihetta ja tutkimustyötä ulkopuolelta, eikä juuri viittaa itseensä. Esimerkkejä ensimmäisessä persoonassa puhumisesta löytyy eniten viittauksina eräänlaiseen yleiseen me-persoonaan, johon kuuluu myös katsoja. Muutaman kerran toimittaja kuitenkin puhuu ensimmäisessä persoonassa myös haastatteluiden aikana vuorovaikutustilanteissa, ja lisäksi hän puhuu juonnossa ensimmäisessä persoonassa kuvaillessaan toimitustyötä.

Päähenkilöt esiintyvät videoissa ulkonäöllisesti hyvin eri tavalla. Videoesseeissä sisällöntuottaja nähdään näyttävästi laittautuneena, värikkäissä ja huomioita herättävissä asuissa ja taiteellisesti lavastetuissa ympäristöissä (kuva 1). Näyttävä visuaalinen tyyli aiheeseen liittyvine puvustuksineen ja värikkäine valaistuksineen on yleinen näky Philosophy Tuben Youtube-videoissa, ja sitä näkee useilla muillakin videoesseeitä tuottavilla kanavilla. Journalistisen videon visuaalinen tyyli taas on riisutumpi ja värimaailmaltaan neutraalimpi. Kirkkaita värejä nähdään lähinnä kaavioissa. Ympäristöt, joissa toimittajaa kuvataan, ovat hyvin neutraaleja, eikä niiden ole tarkoitus herättää katsojan huomiota. Toimittaja on pukeutunut yksinkertaisiin asuihin ja vain hänen ylävartaloaan ja käsiään kuvataan (kuva 2). Vaikuttaa, että videoessee toimii sisällöntuottajalle taiteen ja itseilmaisun muotona, kun taas

journalistisessa videossa toimittaja halutaan häivyttää neutraalin viestin välittäjän rooliin, eikä hänen persoonaansa juuri tuoda esille.



Kuva 1. Näyttökaappaus videoesseestä. Sisällöntuottaja istuu sairaalaa muistuttavan taustan edessä, ja hänellä on yllään kiiltävän hopeinen asu ja suojalasit.

Kuva 2. Näyttökaappaus journalistisesta videosta. Toimittaja istuu neutraalin tiiliseinän edessä, hänen hiuksensa on vedetty taakse yksinkertaiseen kampaukseen ja hänellä on yllään musta paita. Valaistus näyttää luonnonvalolta.

On mahdollista spekuloida, mitkä näiden erilaisten päähenkilöiden roolien tarkoitukset videoissa ovat. Journalistinen sisältö pyrkii noudattamaan perinteisiä journalismin standardeja, kuten objektiivisuutta ja selkeää eroa faktan ja fiktion välillä. Se, että toimittajaa ei nähdä yksilöitynä hahmona, joka ilmaisee mielipiteitään, vaan faktoja välittävänä ja asioita tutkivana ammattilaisena, auttaa katsojaa luottamaan videoon. Syntyy vaikutelma, että journalistisia periaatteita on noudatettu, eikä kyseessä ole toimittajan kannanotto. Samalla joissain kohtauksissa toimittajaa kuitenkin tuodaan hiukan lähemmäksi katsojaa, kun hän puhuu toimitusprosessista minä-muodossa. Tämä on osa tasapainoilua, joka usein on journalismissa läsnä. Toisaalta halutaan osoittaa objektiivisuutta, toisaalta usein katsojia kuitenkin kiinnostaa ja koukuttaa juuri henkilökohtaisuus ja tunneläheisyys.

Videoesseessä taas henkilökohtaisuus on olennainen osa koko sisällön vetovoimaa. Katsojat kiintyvät sisällöntuottajiin henkilöinä ja muodostavat heihin parasosiaalisia suhteita (Lou 2022, 5). Humoristinen sävy, tunteisiin vetoaminen, henkilökohtaiset tarinat, kannanotot, itsensä sisällyttäminen narratiiviin – tämä kaikki on osa tuon läheisen suhteen rakentamista katsojan ja sisällöntuottajan välille. Se saa katsojat palaamaan kanavalle video toisensa jälkeen. Videoeseen alussa ja lopussa Abigail Thorn

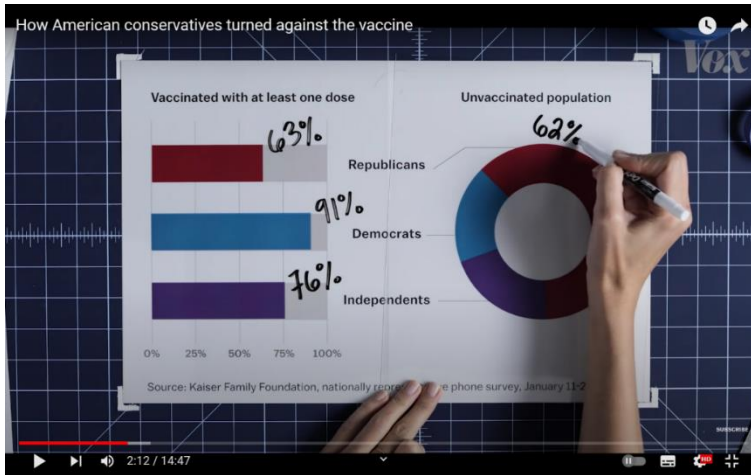
markkinoi kanavansa Patreon-sivustoa, jonka kautta katsojat voivat ryhtyä kuukausilahjoittajiksi tukeakseen hänen videoidensa tuotantoa. Philosophy Tubella onkin tällä hetkellä Patreon-alustalla tuhansia tilaajia. Osasyyn tähän lienee se, että katsojat ovat kiintyneitä sisällöntuottajaan henkilönä, ja haluavat nähdä lisää sisältöä nimenomaan häneltä.

Molemmat videot hyödyntävät runsaasti tutkimuslähteitä, mutta lähdeviittaukset tehdään eri tavalla. Tämän voi jälleen nähdä tuloksena journalismin ja esseiden välisistä genre-eroista. Journalistisessa videossa lähdeviittaukset tutkimuksiin on tehty journalistiselle tekstille varsin tyyppilliseen tapaan, sisällytettynä ”leipätekstiin” eli toimittajan puheeseen videossa. Tutkimuksiin viitataan niitä referoimalla.

Video 1, 00:04:22:

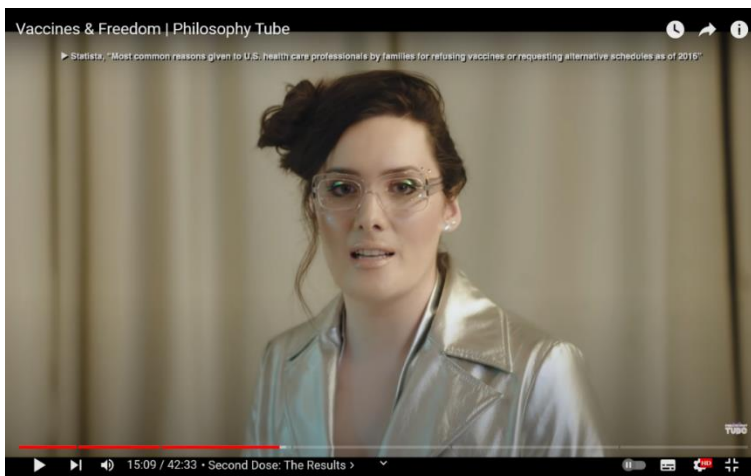
Samankaltaiset prosenttiosuudet demokraateista ja republikaaneista sanoivat toukokuussa 2020 toteutetun mielipidemittauksen mukaan, että he ottavat influenssarokotuksen joka vuosi. Vuonna 2019 Pew Research Center selvitti, että lähes identtiset osuudet republikaaneista ja demokraateista sanoivat, että MPR-rokotteen antamisesta lapsille on enemmän hyötyä kuin haittaa.

Journalistinen video hyödyntää runsaasti eri tutkimuksista ja kyselyistä poimittua dataa. Kaiken datan välittäminen videon katsojalle puheen kautta kävisi katsojalle raskaaksi ja veisi paljon aikaa. Videossa esitellään runsaasti graafisia kuvaajia, ja toimintaa ja visuaalista mielenkiintoisuutta tuodaan sillä, että toimittaja täydentää kuvaajia piirtämällä ja kirjoittamalla niihin lisäyksiä juonnon edetessä. Esimerkki tästä näkyy kuvassa 3, jossa diagrammeihin kirjoitetaan prosenttilukuja tussilla.



Kuva 3. Näyttökaappaus journalistisesta videosta. Näkyvillä on pylväs- ja ympyrädiagrammit rokottamattoman väestön jakautumisesta puolueen mukaan. Toimittaja kirjoittaa kuvaajiin prosenttimääriä tussilla.

Videoeseen lähdeviittauksista tieteellisiin lähteisiin suurin osa on toteutettu videon yläreunassa näkyvin tekstiviittauksin (kuva 4). Viite näkyy näytöllä sen aikaa, kun lähdetä referoidaan, mutta lähteestä ei sanota mitään ääneen. Tämä vähentää tarvetta listata jatkuvasti ääneen lähteitä ja luo selkeän, johdonmukaisen tavan viitata lähteisiin siinä kohtaa, kun ne ovat relevantteja. Katsoja voi tarkistaa käytetyn lähteen helposti lukemalla näytöllä olevan tekstin, mutta mikäli tarkat lähteet eivät ole hänelle relevantteja tai kiinnostavia, hänen ei tarvitse kiinnittää niihin huomiota. Tapaa voisi verrata esseen tai tutkimuskirjallisuuden lähdeviitteisiin, jotka sijoitetaan referoidun tekstin perään sulkujen sisään tai numeroviittauksella. Molemmat liittävät selkeästi lauseen ja lähteen toisiinsa, mutta eivät kuitenkaan varsinaisesti sisälly lauseeseen.



Kuva 4. Näyttökaappaus videoesseestä. Videon yläreunassa näkyy tekstimuotoinen lähdeviittaus.

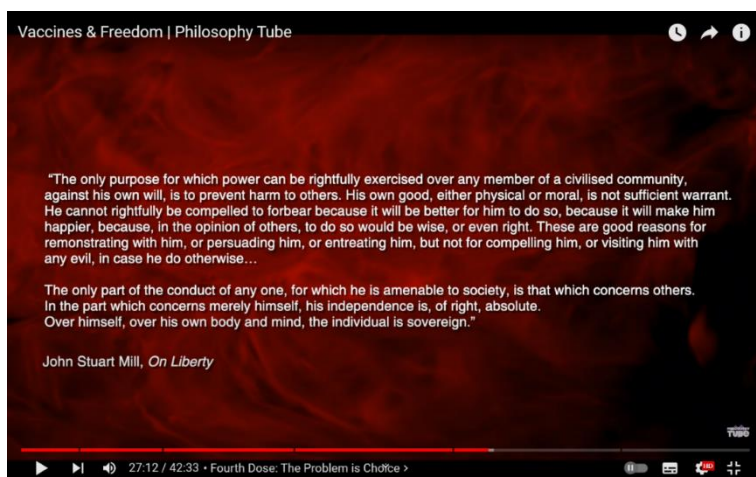
Yksittäisten lähdeviittausten lisäksi esseen ja tutkimuskirjallisuuden tyyliin kuuluu myös tekstin loppuun sijoitettava lähdeluettelo. Tässä videoesseeissä lähdeluettelon liittäminen videoon on toteutettu sisällyttämällä Youtube-videon tekstikuvaukseen linkki täyteen lähdeluetteloon. Lähdeluettelo on erillinen Google Docs -tekstiedosto. Lähdeluetteloon viitataan videon alussa, kun sisällöntuottaja kertoo tuottaneensa videon täysin itsenäisesti ja selittää, mistä hänen käyttämänsä lähteet voi tarkistaa. Näin katsojalle on alusta saakka tiedossa lähdeluettelon olemassaolo ja sijainti. Tämä herättää luottamusta videon tieteellisyyteen ja antaa skeptisemmille katsojille mahdollisuuden tarkistaa videon kaikki lähteet itse.

Kuten mainitsin jo alaluvussa 4.1, molemmissa videoissa käytetään lähteinä kokemusasiantuntijoita. Yksi merkittävä ero kuitenkin on. Journalistisessa videossa kaikki haastateltavat ovat esillä omilla kasvoillaan ja koko nimillään. Tämä on yleensä journalismissa standardi, josta poiketaan vain erityistapauksissa. Haastateltavat, jotka ovat valmiita puhumaan aiheesta julkisesti ja näkyvästi, tuovat jutulle uskottavuutta. Videossa haastattelut on toteutettu etäyhteyksien välityksellä luultavasti koronarajoitusten ja muiden käytännön syiden takia, joten haastateltavat tuodaan esille videohaastattelujen tallenteiden avulla.

Videoesseeissä haastateltavat sen sijaan pysyvät anonyymeinä. He esiintyvät anonyymeinä tutkimuksessa, johon video pohjautuu, mikä on tyypillistä tutkimuskirjallisuudessa. Heiltä kuitenkin luetaan videossa suoria lainauksia. Koska heidän anonyymiteettiaan suojellaan, videossa heidän sanojansa lukevat ääninäyttelijät. Videossa ei missään vaiheessa haastatella ketään omalla nimellään esiintyvää henkilöä. Videoessee genrenä sallii tällaisen lähestymistavan, koska keskiössä on esseistin oma ääni ja tulkinta. Lähteet ovat esillä ennen kaikkea tukemassa hänen viestiään. Videoesseeiltä ei myöskään lähtökohtaisesti odoteta haastatteluja tai ylipäättään muiden henkilöiden esiintymistä videolla. Pitkiä uutisia tai reportaaseja, joissa ainoa jutussa esiintyvä henkilö on toimittaja, näkee harvoin, kun taas videoesseeissä vain yhden henkilön näkyminen on yleistä.

Videoessee viittaa lähteinään tutkijoiden ja tutkimuksen haastateltavien lisäksi myös filosofiin. Sisällöntuottaja lukee kahdesti otteita filosofien kirjoittamista teoksista, ensin John Stuart Millin klassikkoteoksesta *Vapaudesta* ja myöhemmin tuoreemmasta Margaret P. Battinin ym. teoksesta *The Patient As Victim and Vector*. Philosophy Tuben tuottaja Abigail Thorn on itse opiskellut filosofian tutkinnon, ja hänen Youtube-kanavansa pohjautuu filosofian käsittelyyn erilaisissa moderneissa konteksteissa. Usein videoesseeistit brändäävät sisältöään oman erikoisosaamisensa mukaan, ja tämä on Philosophy Tuben erikoistumisaluetta.

Videoesseeissä suurin osa lähteiden käytöstä on omin sanoin referointia, mutta muutama otteeseen luetaan myös suoria lainauksia lähteistä. Sen perusteella, ettei suoraan lainattuja kappaleita ole videossa paljon, voidaan olettaa niiden olevan tarkoin valittuja. Kohtauksissa, joissa sisällöntuottaja lukee ääneen lainauksia, hänen rooliaan häivytetään. Kun omin sanoin puhuessaan hän näkyy jatkuvasti visuaalisesti videokuvassa, suoraa lainausta lukiessaan hän on näkymättömissä. Lainaus näkyy videossa kirjoitettuna tekstinä, ja taustalla on vain yksinkertaista taustakuvaa (kuva 5). Tämä auttaa lukijaa pysymään mukana luetussa tekstissä. Samalla ratkaisu tekee hyvin selväksi, etteivät sanat ole sisällöntuottajan omia. Näemme tekstin lainausmerkeissä ja kirjoittajan nimen sen alla. Videoeseen tyyli vertautuu tässäkin hyvin kirjoitettuun esseeseen. Suora lainaus erotetaan molemmissa muusta tekstistä selkeästi. Samankaltaisesti eriytetään muusta videosta myös lainaukset tutkimuksen haastateltavilta. Lainaukset nostetaan tekstiksi näytölle ja sen viereen laitetaan haastateltavaa kuvaava piirroshahmo. Lisäksi nämä lainaukset erottaa myös kuullen helposti, sillä haastateltavia esittävät erilliset ääninäyttelijät. Nämä kontrastit myös omalla tavallaan korostavat sisällöntuottajan omaa ääntä ja omia argumentteja.



Kuva 5. Näyttökaappaus videoesseestä. Suora lainaus John Stuart Millin teoksesta ”Vapaudesta” esitetään tekstinä yksinkertaisen taustakuvan päällä.

Journalistisessa videossa toimittaja ei suoraan sano katsojille, mitä heidän pitäisi tehdä. Toimittajan suora kannanotto ei yleensä kuuluukaan journalistiseen tyyliin reportaasityylisessä jutussa. Videon lopussa kuitenkin kysytään tutkijalta, miltä hänen mielestään rokotevastaisuus-ilmion tulevaisuus näyttää. Tämän vastaus sisältää ajatuksia siitä, miten tulevaisuudessa olisi syytä toimia kansakunnan terveyden edistämiseksi. Jutun loppukaneetiksi kuullaan siis asiantuntijan kannanotto.

Videoessee sisältää suoria kannanottoja sisällöntuottajalta, mikä on esseetyylille tyypillinen piirre. Hän antaa neuvoja katsojille, jotka haluavat suostutella rokotevastaisia tuttaviaan ottamaan rokotteen. He saavat käytännön vinkkejä siihen, mikä tutkimusten perusteella toimii rokotevastaiten ihmisten mielipiteiden kääntämiseen ja mikä ei. Tämä on helppo nähdä kannanottona, jossa sisällöntuottaja rohkaisee suostuttelemaan ihmisiä rokotteen ottamiseen. Käsitystä vahvistaa videoesseen loppu. Sisällöntuottaja ilmaisee lämpimästi kiitoksensa tutkimuksen haastateltaville. Sen jälkeen hän ilmaisee vielä lempeään sävyyn kantansa rokotteista: hänen mielestään rokottamattomien ihmisten olisi hyvä ottaa rokote, eikä vielä ole liian myöhäistä ottaa sitä.

Videoessee sisältää myös muistutuksia siitä todellisuudesta, että koronavirus voi tappaa. Nämä ovat varsin pysäyttäviä ja tunteisiin vetoavia, ja osuvat suoraan ihmisten kuoleman pelkoon.

Video 2, 00:06:43:

Toinen rajoitus on se, että puhuimme vain ihmisille, jotka ovat elossa. Ilmiselvistä syistä emme puhuneet kaikille niille ihmisille, jotka päättivät olla rokottautumatta ja sitten kuolivat koronavirukseen, vaikka se olisikin ollut mielenkiintoinen tutkimus.

[...]

Mitä tämä kertoo tuloksistamme on, että kaikilla haastateltavimmalle on yksi tärkeä, yhteinen piirre. He ovat kaikki olleet onnekkaita. Ainakin toistaiseksi.

Videoesseeessä hyödynnetään paljon yksinkertaistamista. Spesifit, koronarokotevastaisuuteen liittyvät asiat esitetään yksinkertaistettujen esimerkkien ja vertauskuvien kautta. Niiden kautta katsojan on helpompi asettaa itsensä esimerkkitilanteeseen, pohtia moraalikysymyksiä tai sisäistää videon viesti. Tässä esimerkissä hän selittää rokotteiden toimintatapaa yksinkertaistetusti ja inhimillistetysti.

Video 2, 00:14:09:

On vähän kuin näyttäisit kehollesi kuvan viruksesta ja olisit, että ”varo tätä ämmää”, ja kehosi olisi, että ”okei, selvä, muistan tuon”.

Journalistinen video pyrkii selventämään asioita esimerkiksi visuaalisilla kuvaajilla ja oikean elämän esimerkeillä, mutta vastaavia perinpohjaisesti aihetta selittäviä, yksinkertaistettuja selityksiä siitä ei löydy. Yksinkertaistaminen voidaankin nähdä merkinä siitä, että videoessee pyrkii suuremmin vaikuttamaan, kun taas journalistinen video keskittyy videoesseeä enemmän objektiivisuuteen. Yksinkertainen, humoristinenkin esimerkki on usein tehokas tapa saada argumentti perille, mutta se ei välttämättä istu tiedejournalismin sävyyn. Se voisi journalistisessa videossa tuntua liian kevyeltä ja faktoja venyttävältä.

Videoessee hyödyntää viihteellisiä tyylikeinoja, jotka keventävät sen tunnelmaa. Se sisältää runsaasti huumoria, joka luo sisällöntuottajan ja katsojan välille rennon tunnelman ja keventää pitkän, tiedontäyteen videon katselukokemusta. Lisäksi videoesseeessä on runsaasti viittauksia nykyiseen ja lähivuosisikymmenten popkulttuuriin. Nämä auttavat rinnastamaan raskasta, tiedepainotteista aihesisältöä tuttuihin, viihteellisiin aiheisiin. Ne vetoavat hyvin nuoreen yleisöön, jotka tunnistavat popkulttuuriviittauksia ja voivat niiden kautta kokea yhteyttä sisällöntuottajaan ja sisältöön. Ne myös rakentavat samaistumispintaa videon aiheisiin ja haastateltaviin. Huumori ja popkulttuuriviittaukset luovat videoon tunnelman, jossa ”jutellaan ja vitsaillaan kaverin kanssa”.

Video 2, 00:01:36:

Tunnen oloni vähän niin kuin John Oliveriksi. Niin kuin ”Me halusimme selvittää, mitä rokottamattomat ihmiset todella ajattelevat, joten teimme juuri niin!”

Video 2, 00:28:32:

Tuberkuloosi on kuin tarttuvien tautien Lord Frieza. Me vähän niin kuin päihitimme sen jonkin aikaa sitten, mutta se ei koskaan täysin mennyt pois. Sen aiheuttava bakteeri tarttuu herkästi. Uudet kannat voivat levitä hyvin helposti, ja leviävätkin. Ja kuten Frieza, aina kun luulemme päihittäneemme tuberkuloosin, se muuttaa muotoaan.

Näissä esimerkeissä sisällöntuottaja vertaa itseään keskusteluohjelman juontajaan ja tuberkuloosia tautina anime- ja mangasarjan konnahahmoon. Vertaukset ovat humoristisia, ja lisäksi jälkimmäinen myös auttaa katsojaa helposti ymmärtämään tuberkuloosin piirteitä. Se on toinen esimerkki yksinkertaistamisesta vaikuttamisen keinona.

4.3 Tutkimustulosten yhteenveto

Alaluvuissa 4.1 ja 4.2 olen vastannut tutkimuskysymyksiini analysoimalla, mitä samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia valitsemieni videoiden videokerronnassa on. Tässä alaluvussa käyn läpi yhteenvedon saamistani tuloksista.

Molemmat videot käyttävät runsaasti lähteitä ja tuovat lähdeviittaukset selkeästi esille. Tämä rakentaa kuvaa siitä, että videot ovat faktatietoon perustuvia, mikä on olennaista sekä esseessä että journalistisessa tuotoksessa. Kummassakin tapauksessa kyseessä on tietoteksti, jonka tarkoitus on soveltaa faktatietoa omanlaiseen tyyliinsä. Kumpikin video myös hyödyntää kokemusasiantuntijoiden tarinoita. He toimivat elävinä esimerkkeinä ilmiöistä, joihin videot pureutuvat. Runsas lähteiden käyttö ja huolellinen lähdeviitekäytäntö tekevät videoista varsin informaatiopitoisia. Niillä on runsaasti potentiaalia lisätä katsojan ymmärrystä aihepiiristä.

Molemmat videot hyödyntävät paljon vertailua, esimerkiksi vertailua eri uutislähteiden koronauutisoinnin välillä, koronapandemian vertailua historiallisiin epidemioihin ja rokotevastaisuuden ilmiön vertailua muihin yhteiskunnallisiin ilmiöihin. Molemmat myös hyödyntävät historiaa jollain tapaa, tosin journalistinen video vertaa nykypäivän tapahtumia muutamiin lähivuosiin korostaakseen ajankohtaisuutta, kun taas videoessee tutkiskelee jopa yli sadan vuoden takaisia tapahtumia löytääkseen vertailukohtia hyvin erilaisestakin maailmantilanteesta. Näillä keinoin videot auttavat katsojaa ymmärtämään videoiden aihepiiriä ja sen laajempaa kontekstia.

Videot käyttävät monenlaisia keinoja pitääkseen yllä katsojan mielenkiintoa. Pitkiä, yksitoikkoisia puheenvuoroja vältetään erilaisin keinoin, muun muassa keventämällä tunnelmaa huumorilla ja vaihtelemalla erilaisen materiaalin välillä. Tavoite pitää katsojan huomiosta kiinni on todella relevantti notkeilla mediamarkkinoilla, joilla niin videoesseeet kuin journalistiset videotkin kilpailevat huomiosta kaikenlaisen internet-sisällön kanssa. Molemmat ovat melko pitkiä videoita, joten jos katsojan halutaan katsovan video loppuun, hänen huomiostaan täytyy pitää kiinni jatkuvasti. Monenlaisessa verkkosisällössä voidaan hyödyntää samankaltaisia keinoja katsojan

mielenkiinnon ylläpitämiseen, mikä luo verkkovideoiden rakenteisiin samankaltaisia piirteitä – alun kiinnostava koukku, nopeat leikkaukset, jännityksen ylläpitäminen nostamalla esiin kysymyksiä, joihin ei heti vastata, ja niin edespäin.

Merkittävimpiä eroja kahden videon ilmaisukeinoihin ja rakenteeseen tuo se, että videoessee noudattaa esseetyyliä, kun taas journalistinen video noudattaa journalistista tyyliä. Essee on enimmäkseen esseistin omaa tekstiä, mutta keskustelee käyttämiensä lähteiden kanssa tavalla, joka tukee sen sanomaa. Se on kantaaottava ja ilmaisee tekijänsä mielipiteitä käsittelemästään aiheesta. Journalismi hyödyntää runsaasti haastatteluja ja kannanottoja tulee haastateltavilta, mutta toimittajan omaa kantaa aiheeseen ei tuoda esille.

Videoesseeissä sisällöntuottajan ja katsojan välinen suhde on henkilökohtainen, mikä on tunnusomaista internet-ajan parasosiaalisille suhteille. Henkilökohtainen suhde auttaa sisällöntuottajaa saamaan pitkäaikaisia, omistautuneita yleisön jäseniä seuraamaan sisältöään. Journalistin ja yleisön välinen suhde taas on etäisempi, koska journalismissa objektiivisuuden mielikuvaa rakennetaan häivyttämällä yksittäistä journalistia ja hänen mielipiteitään pois journalistisesta tuotoksesta. Mielestäni on tärkeää, että yleisö tiedostaisi tämän eron ja ottaisi sen huomioon sisältöä katsoessaan. Henkilökohtaisuus ei tee videoesseeistä automaattisesti epäluotettavaa, mutta mikäli sisällöntuottaja käyttää videota alustana oman kantansa ilmaisemiseen, on katsojan hyvä tiedostaa tämä vaikuttamispyrkimys.

On myös hyvä tiedostaa, että sisällöntuottajalla on usein taloudellinen motivaatio rakentaa läheistä suhdetta katsojiinsa. Läheinen parasosiaalinen suhde voi motivoida katsojaa esimerkiksi lahjoittamaan sisällöntuottajalle rahoitusta Patreonin kaltaisella alustalla, mitä myös Philosophy Tuben Abigail Thorn analysoimassani videossa pyytää.

Videoessee hyödyntää popkulttuuria ja huumoria huomattavan paljon, kun taas journalistisessa videossa niitä ei juuri käytetä. Videoessee myös esittää argumenttejaan yksinkertaistettujen vertauksien muodossa. Videoon rakentuu näin rennompaa tunnelmaa,

jossa katsoja kokee juttelevansa kaverin kanssa, kun taas journalistisesta videosta muodostuu vakavampi ja objektiivisempi vaikutelma.

Luvussa 2.3 nousi esiin kysymys siitä, milloin Youtube-sisältö on journalismia. Oma näkemykseni on, että tämä rajanveto on hyvin haastavaa. Tämän tutkielman perusteella en kuitenkaan kutsuisi analysoimaani videoesseeitä journalismiksi. Sen humoristinen sävy vie sitä kauemmas normatiivisesta journalismista. Toisaalta huumorin käyttö journalistisessa tekstissä ei ole aivan tavatonta. Esimerkiksi pilapiirros ja pakina ovat perinteisiä journalistisen huumorin muotoja, ja uutissatiiri on humoristinen, journalismia ja viihdettä yhdistelevä genre (Juttutyypit.fi, ei päiväystä). Rungas huumori itsessään ei välttämättä vie tuotokselta journalismin nimikettä, mutta kovin normatiivinen journalismin piirre se ei ole.

Näen analysoimani videoesseen ja journalismin välillä merkittävänä erona sen, että videoessee mukaillee niin selkeästi esseetekstin rakennetta, eikä yleisilmeeltään muistuta journalistista juttua kovin paljon. Journalistinen essee on yksi journalistinen juttutyyppi, mutta esseetyyli on kaukana normatiivisesta journalismikäsitelmästä.

Kenties merkittävimpänä rajana, joka videoesseeitä journalismista erottaa, näen henkilökeskeisyyden ja kantaaottavuuden. Videoessee on pohjimmiltaan tekijänsä, Abigail Thornin, henkilökohtainen kannanotto koronarokotteisiin. On journalismin juttutyyppisiä, joissa toimittajan ääni kuuluu tavallista vahvemmin ja hän ottaa kantaa, mutta yleisesti näen ”mielipidetekstimäisyyden” piirteinä, joka vie tuotosta kauemmas journalismista.

Tutkielmani alussa päätin lähteä selvittämään, miten videoessee hyödyntää journalismin keinoja. Näin tutkielman päätteeksi jään pohtimaan tuon kysymyksen asettelun mielekkyyttä. Löysin kyllä journalistisesta videosta ja videoesseeistä samankaltaisuuksia, joita voi tarkastella siitä näkökulmasta, että videoessee lainaa keinoja journalismista. Esimerkiksi objektiivisuuden ilmaisun tavat ja kokemusasiantuntijoiden haastattelun voi nähdä journalismin vaikutteina. Toisaalta yhtä lailla voi pohtia, käyttääkö internet-ajan videojournalismi videokerronnan keinoja,

jotka on lainattu videoesseiltä tai muilta internetissä muodostuneilta videogenreiltä. Analyysissäni arvioin, että monet videoiden samankaltaisuuksista selittyvät sillä, että notkeilla mediamarkkinoilla kaikki sisältö kilpailee keskenään ja joutuu hyödyntämään samankaltaisia keinoja herättääkseen yleisön mielenkiinnon ja ylläpitääkseen sitä. Ovatko näiden keinojen pioneereina toimineet suuret mediatoimijat vai itsenäiset sisällöntuottajat, vai onko oikeastaan mahdotonta edes sanoa, mistä ne lähtivät liikkeelle? Se lienee kysymys, johon on vastattava jossakin toisessa tutkimuksessa.

Kun puhutaan samankaltaisuuksista journalismin ja tyypillisesti siitä ulkopuoliseksi nähtävän sisällön välillä, esiin voi nousta huolipuhe siitä, tunnistaako yleisö toisistaan journalismia ja ei-journalistista sisältöä. Kyseessä on laaja kysymys nykyisillä mediamarkkinoilla, joilla mis- ja disinformaatiota on liikkeellä laajasti ja viihteen ja faktan rajat voivat hämärtyä. Jos kuitenkin keskitytään nimenomaan journalismiin ja videoesseisiin, en näe suurta aihetta huoleen. Toisinaan olen nähnyt yleisön kutsuvan videoesseitä journalismiksi, mutta väite tuntuu yleensä olevan enemmän kehu huolellisesta taustatyöstä kuin tiukka väite tuotoksen genrestä. Journalismi nähdään tietynlaisena objektiivisen, uteliaan, maailmaa tutkivan työn ideaalina. Seuraan videoesseegenreä paljon, enkä ole juuri koskaan nähnyt, että videoesseistit itse kutsuisivat sisältöään journalismiksi. He nimittävät tuotoksiaan yleensä videoesseiksi tai yleisesti Youtube-videoiksi. Genreä ei yritetä naamioida journalismiksi tai tehdä mahdollisimman samankaltaiseksi journalismin kanssa. Siksi en näe, että journalistisen sisällön ja videoesseiden erottaminen toisistaan olisi kovin vaikeaa.

5 POHDINTA

Tässä osiossa reflektoin kandidaatintutkielmaani. Pohdin, miten tutkielman tekeminen sujui, millaisia tutkimuksia tutkielmani aihepiiristä kannattaisi tulevaisuudessa tehdä, ja mitä hyötyä tutkielmani tuloksista voi olla.

Tutkimuskysymykseni toimivat hyvin sisällönanalyysin tukena. Erityisesti se, että tutkimuskysymyksissä keskityin kahden videon välisiin samankaltaisuuksiin ja eroavaisuuksiin, auttoi ohjaamaan analyysiani hyvin. Luvussa 4.3 pohdin, oliko ensimmäisen tutkimuskysymyksen asettelu turhan yksipuoleinen. Jälkeenpäin arvelen, että yhtä lailla kuin videoessee voi ottaa vaikutteita journalismin keinoista, myös journalismi saattaa ottaa vaikutteita itsenäisten sisällöntuottajien sisällöstä. Ehkä hyödyllisempi tutkimuskysymyksen asettelu olisi heijastanut paremmin tätä molemminpuoleista suhdetta: miten journalismi ja sen rajapintasisällöt voivat molemmin puolin vaikuttaa toisiinsa?

Mielestäni tutkimusprosessi ylipäättään eteni varsin sujuvasti. Toteutin laadullisen sisällönanalyysin huolellisesti vaihe vaiheelta. Kategoriat, joissa aineistoa tarkastelin, auttoivat minua hyvin vertailemaan videoeseen ja journalistisen videon piirteitä toisiinsa.

Olin suunnitellut yleisen vertailun lisäksi valitsevani videoista myös yksittäiset kohtaukset vertaillakseni niitä yksityiskohtaisemmalla tasolla. Tämä olisi voinut olla hyödyllinen analyysin taso, sillä videosisällössä on todella paljon analysoitavaa – puhetta, äänimaisemaa, kuvaa, liikettä ja niin edespäin. Jätin kuitenkin myöhemmin tämän osion pois, sillä tutkielma oli venymässä pitkäksi ja yleinenkin tarkastelu vaati paljon työtä. En kadu tätä ratkaisua, sillä näen sen logistisesti järkevänä. Toinen analyysin taso olisi kuitenkin voinut antaa tutkielmalle lisäarvoa.

Laajoihin kysymyksiin videoesseeistä ja journalistisesta videosta genreinä ja sisältötyypeinä on vaikea vastata vain kahden videon perusteella. Kandidaatintutkielman puitteissa olisi ollut mahdotonta tutkia suurempaa aineistoa,

joten hyväksyin tutkielman alusta asti, että kyseessä on vain kahta esimerkkiä tarkasteleva tutkimus. Tulosteni perusteella ei voi tehdä laajoja yleistyksiä journalismista ja videoesseistä. Olen kuitenkin pyrkinyt erittelemään analyysissäni videoiden yksityiskohtia johdonmukaiseen tapaan, joten näen, että tulokseni ovat päteviä nimenomaan näiden aineistojen analyysinä.

Aineiston valinnasta on syytä huomioida, että Voxin ja Philosophy Tuben videot ovat lähtöisin jokseenkin samanlaisesta maailmankuvasta. Philosophy Tuben sisällöntuottaja Abigail Thorn on avoimesti brändännyt sisältöään poliittisesti vasemmistolaisena. Samoin myös Vox tunnetaan vasemmistoon päin kallellaan olevana, liberaalina mediana. Olin tietoinen tästä piirteestä aineistoa valitessani. Näen, että videoiden maailmankuvien samanlaisuus oli tutkielmassani hyödyllinen tekijä. Se, että videot sekä kertovat samasta aiheesta että lähtevät samankaltaisesta maailmankuvasta, auttoi keskittymään tutkimuksessani olennaiseen. Jos olisin tutkinut kahta koronarokotteista kertovaa videota, mutta toinen niistä olisi ollut esimerkiksi selkeästi rokotevastainen tai -kriittinen, analyysissä olisi ollut helpompi keskittyä pääasiassa näihin mielipiteiden vastakkaisuuksiin ja vaikeampi nähdä videoilmaisun keinojen vaikutuksia. Esillä olisivat olleet enemmän päinvastaiset maailmankuvat ja vähemmän videoeseen ja journalismiin yhtäläisyydet ja erilaisuudet.

Koska tutkielmani aineisto oli hyvin pieni, tulevaisuudessa tämän aiheen tutkimusta voisi hyvin jatkaa tekemällä samankaltaista vertailua joillekin muille videoille. Eri aihealueisiin etenemällä voitaisiin tuoda esille uudenlaisia tuloksia. Esimerkiksi media-analyysi on videoesseissä yleistä. Kiinnostava vertailukohde sille voisi olla perinteinen kulttuurijournalismi. Toisaalta tutkimusta journalismin rajapintasisällöstä voisi laajentaa myös toisenlaisiin internet-videogenreihin ja journalismin juttutyyppeihin. Journalistisen reportaasin vertailu reportaasimaiseen Youtube-videoon voisi tuottaa kiinnostavia sisältöjä. Tällaista vertailua tutkimuskentän ulkopuolella nosti esille Iida Putkonen, kun hän kirjoitti Journalisti-lehteen otsikolla ”Youtubessa tehdään parempia reportaaseja kuin valtamediassa” (2022).

Uskon, että tutkielmani tulokset voivat olla mielenkiintoisia sekä journalisteille että journalismin rajapintasisältöä tuottaville. Kun journalistit ja sisällöntuottajat ymmärtävät tavat, joilla heidän sisältönsä on erityislaatuista ja tiedostavat sen uniikin aseman mediakentällä, ja toisaalta näkevät tavat, joilla se muistuttaa muuta mediamarkkinoiden sisältöä, se voi auttaa heitä tuottamaan parempaa sisältöä. Laajempi ymmärrys journalismin rajapintasisällön asemasta mediakentällä voi luoda sekä yhteistyön että erikoistumisen mahdollisuuksia. Koen, että tällainen tutkimus on tärkeää myös journalismin, videoesseiden ja muun journalismin rajapintasisällön yleisöille. Heidän on tärkeä tietää, mitä eroja ja yhteneväisyyksiä eri videotyypeillä on. Näin he ymmärtävät, mitä on journalismi ja mikä erottaa muunlaisen ajankohtaissisällön siitä. Tietoisuus näistä asioista voi auttaa heitä löytämään luotettavaa tietoa, tunnistamaan vaikutusyrityksiä ja tiedostamaan, mitä arvoa eri sisältötyypeillä on antaa.

LÄHTEET

“About us | Vox.” Ei päiväystä. Vox. Luettu 28.11.2024. <https://www.vox.com/about-us>

.

Ahva, Laura. 2016. “How Is Participation Practiced by ‘In-Betweeners’ of Journalism?” *Journalism Practice* 11 (2–3): 142–59. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1209084> .

Alasuutari, Pertti. 2011. *Laadullinen tutkimus 2.0*. Tampere: Vastapaino.

Banjac, Sandra ja Folker Hanusch. 2022. “A Question of Perspective: Exploring Audiences’ Views of Journalistic Boundaries.” *New media & society* 24 (3): 705–723. <https://doi-org.libproxy.tuni.fi/10.1177/1461444820963795> .

Chua, Sherwin ja Andrew Duffy. 2019. “Friend, Foe Or Frenemy? Traditional Journalism Actors’ Changing Attitudes Towards Peripheral Players and their Innovations.” *Media and Communication* 7 (4): 112–122. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i4.2275> .

DeGuzman, Kyle. 2024. “What is a Video Essay? The Art of the Video Analysis Essay.” Studiobinder (blogi). <https://www.studiobinder.com/blog/what-is-a-video-essay-examples/>

Eldridge, Scott A., II. 2019. “Where do we Draw the Line? Interlopers, (Ant)Agonists, and an Unbounded Journalistic Field.” *Media and Communication* 7 (4): 8-18. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i4.2295> .

Fazeli, Sarah, Judith Sabeti ja Manuela Ferrari. 2023. “Performing Qualitative Content Analysis of Video Data in Social Sciences and Medicine: The Visual-Verbal Video Analysis Method.” *International Journal of Qualitative Methods* 22. <https://doi-org.libproxy.tuni.fi/10.1177/16094069231185452> .

Fields, Echo E. 1988. "Qualitative Content Analysis of Television News: Systematic Techniques." *Qualitative sociology* 11 (3): 183–193. https://andor.tuni.fi/permalink/358FIN_TAMPO/176jdv/cdi_crossref_primary_10_1007_BF00988954 .

Hanusch, Folker ja Kim Leohmann. 2023. "Dimensions of Peripherality in Journalism: A Typology for Studying New Actors in the Journalistic Field." *Digital Journalism* 11 (7): 1292–1310. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2148549> .

"Huumori journalismissa - Juttutyypit." Ei päiväystä. Uutismedian liiton mediakasvatus. Luettu 28.11.2024. <https://juttutyypit.fi/nakokulmia-journalismiin/huumori-journalismissa/> .

Juuti, Pauli ja Anu Puusa. 2020. "IV: Laadullisen aineiston analysointi." Teoksessa *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*, toimittaneet Anu Puusa ja Pauli Juuti. Helsinki: Gaudeamus.

Krebs, Isabelle, Philipp Bachmann, Gabriele Siegert, Rafael Schwab ja Raphael Willi. 2021. "Non-journalistic competitors of news media brands on Google and YouTube: From solid competition to a liquid media market." *Journal of Media Business Studies* 18 (1): 27–44. <https://doi.org/10.1080/16522354.2020.1832746> .

Lichtenstein, Dennis, Martin R. Herbers ja Halina Bause. 2021. "Journalistic YouTubers and Their Role Orientations, Strategies, and Professionalization Tendencies". *Journalism Studies* 22 (9): 1103-1122. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1922302> .

Lou, C. 2022. "Social Media Influencers and Followers: Theorization of a Trans-Parasocial Relation and Explication of Its Implications for Influencer Advertising". *Journal of Advertising* 51 (1): 4–21. <https://doi.org/10.1080/00913367.2021.1880345> .

Nguyen, Terry. 2022. "The video essay boom". Vox. <https://www.vox.com/the-goods/22967496/youtube-tiktok-creators> .

Peer, Limor ja Thomas B. Ksiazek. 2011. "YOUTUBE AND THE CHALLENGE TO JOURNALISM: New Standards for News Videos Online." *Journalism studies* 12 (1): 45–63. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2010.511951> .

Poell, Thomas, David Nieborg ja José van Dijck. 2019. "Platformisation." *Internet Policy Review* 8 (4): 1–13. <https://doi.org/10.14763/2019.4.1425> .

Putkonen, Iida. 2022. "Youtubessa tehdään parempia reportaaseja kuin valtamediassa, kirjoittaa toimittaja Iida Putkonen." *Journalisti* 9/2022: 4–5. <https://journalisti.fi/nakokulmat/2022/11/youtubessa-tehdaan-parempia-reportaaseja-kuin-valtamediassa-kirjoittaa-toimittaja-iida-putkonen/> .

Steensen, Steen ja Oscar Westlund. 2020. "The platforms. Distributions and devices in digital journalism." Teoksessa *What is Digital Journalism Studies?*, 40–54. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429259555> .

Tuomi, Jouni ja Anneli Sarajärvi. 2018. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos*. Helsinki: Tammi.

Van Natta, Jared, Saleem Masadeh ja Bill Hamilton. 2023. "Investigating the Impacts of YouTube's Content Policies on Journalism and Political Discourse." *Proceedings of the ACM on human-computer interaction* 7 (CSCW1): 1–28. <https://doi.org/10.1145/3579499> .