

VOIHAN VIDEO!

Juuri kun olemme toipumassa kielellisestä käänteestä (1900-luvun alku) ja tekstuaalisesta käänteestä (1980-luku), saatamme olla ihan uudenlaisten käänteiden äärellä. Audiovisuaalisuudesta on 2000-luvulla tullut keskeinen viestintää ja etenkin sosiaalista mediaa määrittävä muoto. Varsinkin lyhytvideoiden tuotannolla ja jakamisella on huomattava merkitys Tiktokin, Instagramin ja Youtuben kaltaisilla alustoilla, jotka ovat mahdollistaneet julkaisukanavia perinteisille mediatoimijoille, organisaatioille ja kaikenlaisille käyttäjille. Somealustoilla sisältö tarjotaan usein lyhyinä audiovisuaalisina koostein, joiden sekaan on joskus pilkottu aineksia myös pidemmistä esitysmuodoista, kuten elokuvista ja televisio-ohjelmista, uusien yleisöjen toivossa. Samalla videomaisuus on alkanut ohjata myös muita audiovisuaalisen viestinnän muotoja.

Videoiden kasvava merkitys on herättänyt keskustelua kulttuurisesta murroksesta. Neil Postman kirjoitti kirjassaan *Amusing Ourselves to Death* (1985; suom. *Huvitamme itsemme hengiltä*, 1987), miten muoto vaikuttaa myös sisältöön. Hänen mukaansa kirjallinen ilmaisu on yhteydessä rationaaliseen argumentointiin ja audiovisuaalinen ilmaisu vähentää tiedon laatua panostessaan kauniiseen ja viihteelliseen pakkaukseen. Vaikka kaikki arviot audiovisuaalisesta kulttuurista ja sen merkityksestä eivät ole olleet näin pessimistisiä, moni muukin on pohtinut, miten käsitellä audiovisuaalisen kulttuurin uusia muotoja (ks. esim. Rodowick 1995; Malmberg 1996; Zielinski & Custance 1999). Olemmeko peruuttamattomasti siirtymässä tekstin jälkeiseen maailmaan?

Siinä missä laajamittainen tekstipohjainen kulttuuri sai alkunsa kirjapainotaidon käyttöönotosta 1400-luvun puolivälissä, audiovisuaalinen kulttuuri on vakiinnuttanut asemaansa vähitellen, eri osavaiheiden ja teknologioiden kautta. Sen juuret ovat moniulotteiset ja haarautuvat. Esimerkiksi *camera obscura* -perinne (varhaiset käytöt jo ennen ajanlaskun alkua) ja taikalyhtyesitykset (1600-luku) voidaan laskea sen tärkeiksi esikuviksi.

Audiovisuaalisuus-käsitettä puolestaan käytettiin alun perin aivotutkimuksen ja oppimisen tutkimuksen yhteydessä 1800-luvulla, kun alettiin pohtia erilaisten aistimisen tapojen yhteismerkityksiä. Termit ”audito-visual” ja ”visuo-auditory” kehitettiin aivojen tutkimuksessa kuvaamaan, miten äänen ja näön keskukset aivoissa siirtävät ärsykeitä yhdestä keskuksesta toiseen. Tietoa sovellettiin pedagogisissa yhteyksissä ja todettiin, että opettajan kuuntelemista voidaan tukea visuaalisilla elementeillä. (Mills & Tresch 2011.)

Teknologisuus osana audiovisuaalisuutta korostui 1800-luvun loppupuolella. Yksi tapa jäljittää audiovisuaalisuuden alkujuuria onkin tarkastella äänen

tallentamisen tekniikkaa (esim. fonoautografi, joka patentoitiin 1857, mutta ensimmäinen todistettava tallennus laitteella tehtiin 1860) tai äänen toistamista (fonografi 1877). Liikkuvan kuvan historia taas voidaan monipaikantaa Thomas Alva Edisonin kinetoskooppiin (1891), Lumière-veljesten kinematografikameraan ja -näytöksiin (1895) tai esimerkiksi Emile Reynaudin optiseen teatteriin (1888). Monipolvisesta historiastaan huolimatta audiovisuaalisuuden tarkastelu on usein keskittynyt yhteen mediumiin, kuten elokuvaan, kerrallaan (ks. Mills & Tresch 2011). Tämä on näkynyt myös tieteenalojen itseymmärryksessä sekä erilaisten teoreettisten ja metodologisten rajojen vetämisessä.

Merkkejä kriittisestä keskustelusta, jossa audiovisuaalisuus nähdään trans- ja intermediaalisena ilmaisu- ja kulttuurimuotona, alkoi ilmaantua 1900-luvun loppupuolella (Zielinski & Custance 1999; Mills & Tresch 2011). Innoittajana keskustelulle toimivat juurikin videoteknologian tuomat mahdollisuudet. Esimerkiksi vhs:n eli videonauhureiden ja -kasettien nopea yleistyminen kodeissa mahdollisti audiovisuaalisten sisältöjen uudenlaisen tallentamisen, katselun ja välittämisen. Kotivideoformaattit puolestaan toivat kuvaamisen yhä useamman ulottuville, mikä näkyi muun muassa aikakauden suosituissa kotivideo-ohjelmissa. Esimerkiksi *Amerikan hauskimmat kotivideot* (*America's Funniest Home Videos*) sai ensiesityksensä jo vuonna 1989, ja ohjelmaa tuotetaan edelleen.

Digitaalinen media, digitaaliset kamerat ja videokamerat ja lopulta älypuhelimet (Applen iPhone etunenässä 2007 alkaen) tekivät videokuvaamisesta ja videosisältöjen välittämisestä entistä helpompaa ja saavutettavampaa. Vimeon (2004) ja erityisesti Youtuben (2005) kaltaisten digitaalisten jakelukanavien yleistyminen mahdollisti laajalle joukolle paitsi videoiden tuottajana myös jakelijana toimimisen. Niin sanottu *lifestreaming* taas alkoi yleistyä Justin.tv:n (2007) myötä, erityisesti siinä vaiheessa, kun alusta brändäsi itsensä uudelleen Twitchiksi (2014). Tällaisissa kanavissa jaettujen videoiden keskeisiä piirteitä ovat välittömyys ja käsikirjoittamattomuus, eli ne toistavat monessa mielessä tosi-tv:stä tuttuja konventioita. Samoin videosisällöt houkuttelevat katsojia aitouden vaikutelmalla ja intiimiydellä (Anderson 2017) sekä jopa kauas audiovisuaalisen kulttuurin historiaan kurottuvilla performatiivisilla ilmaisukeinoilla (Auslander 2022).

Digitaalisen kulttuurin leviämisen myötä audiovisuaalisuuden merkitys on vuosi vuodelta vain korostunut. Videot ovat monelle taholle helpommin saavutettavissa oleva ilmaisumuoto kuin elokuvat tai televisio-ohjelmat. Useat tutkimukset ovat tuoneet esille, että nuoremmat sukupolvet eroavat median käyttötavoiltaan aiemmista sukupolvista (ks. Sihvonen et al. tässä numerossa). Alle 26-vuotiaiden parissa erityisesti videopohjaiset sosiaalisen median alustat ovat mediasisältöjen kuluttamisen kärjessä (Erenia et al. 2024; Ertemel & Ammoura 2021). Alustojen videosisältöjä käytetään paitsi viihtymiseen myös tiedon saamiseen ja jakamiseen. Sovelluksissa jaellaan vaikkapa koulutehtäviä ja oppitunteja ja samalla saatetaan päivittää omatkin kuulumiset muiden nähtäväksi.

Audiovisuaalisen kulttuurin yksi keskeisimmistä tekijöistä on teknologiaohjautuvuus, jossa alustojen ja algoritmien logiikka vaikuttaa käyttäjien kokemuksiin. Alustat muodostavat oman taloudellisen ja teknisen toimintaympäristönsä, jotka mahdollistavat ja rajaavat sisältöjä ja ilmaisukeinoja. Viime aikoina olemmekin saaneet todistaa esimerkiksi poliittisten käänteiden suoria vaikutuksia alustojen (esim. Metan alustat, X ja Tiktok) saatavuuteen, käyttöehtoihin, sisältöihin ja käyttäjäkokemuksiin. Tämä herättää kysymyksiä omistuksen keskittymisestä ja siitä, kuka päättää ja kontrolloi, mitä sisältöjä

jaetaan ja katsotaan. Esimerkiksi maaliskuussa 2025 *Helsingin Sanomat* uutisoi ”söpöjen talvikenkien” trendistä, jossa Donald Trumpin arvostelijat pelkäävät tulevansa sensuroituksi Tiktokissa, joten he asemoivat videonsa politiikan sijasta muotisisällöksi (HS 1.3.2025).

Sosiaalinen media on myös omalla toimintalogiikallaan vaikuttanut siihen kulttuuriseen ympäristöön, jossa videot toimivat. Sisältövirrat ovat hektisiä ja immersivisiä, ja niissä käyttäjän on helppo heittäytyä kuvien ja äänien virtaan. Tämä on johtanut nopean kuluttamisen kulttuuriin, jossa trendit ja ilmiöt vaihtuvat nopeasti. Taisto Hujanen (2012) esittelee audiovisuaalisen sisällön samanaikaista laajentumista ja pirstoutumista. Sisältöjen runsaus on tarjonnut valinnanvaraa, mutta johtanut haasteisiin yleisön sitouttamisessa.

Alustojen valtava kasvu ja globaali peitto on herättänyt kysymyksiä myös läsnäolosta. Videoiden katselu mahdollistaa paikasta irtautumisen, mutta samaan aikaan se luo teknisvälitteistä läsnäolon tunnetta (esim. Richardson & Gorbman 2013). Monissa videoissa tätä rakennetaan tarkoitushakuisesti, sillä suoraan kameraan katsominen, katsojan puhuttelu ja kutsu kommentoida, osallistua ja rakentaa yhteisöllisyyden tuntua on olennainen osa etenkin somevideoiden kerrontaa. Tämä korostaa puolestaan immersivisyyttä, joka on nähty keskeisenä audiovisuaalisuuden piirteenä. Läsnäolon tunne muuttaa tarinankerrontaa, kun tarinat avautuvat useiden aistien kautta ja muokkaavat yleisön aistikokemuksia ja sitä kautta kokemuksellisuutta ja tunteellista sitoutumista. (Mills & Tresch 2011; Zhang et al. 2018.)

Taloudellinen, teknologinen ja kulttuurinen ympäristö on väkisininkin vaikuttanut videoilmaisuun, jota nykyisellään tuntuu määrittävän intensiivisyys. Intensiivinen ilmaisu viittaa muun muassa lyhyisiin kokonaispituuksiin ja sisältöjen pilkkomiseen, dynaamiseen kameran käyttöön ja kerronnallisen selkeyden hämärtämiseen. Videoissa ei välttämättä ole selkeää tarinan kaarta, vaan ne voivat luoda nopeita katsauksia tilanteeseen, tunteeseen tai kokemukseen. (Ks. esim. Richardson & Gorbman 2013.) Nykyinen videokulttuuri onkin rinnastettavissa elokuvan alkuhistoriaan ja Tom Gunningin (2006) tulkintaan varhaisista elokuvista ”attraktioiden elokuvana”, jossa tarinoiden kertomista olennaisempaa oli kiinnostavien tai hämmästyttävien asioiden näyttäminen sinänsä, visuaalinen uteliaisuus ja kokemuksellisuus. Someviestintä yleisesti ottaen tähtää huomion herättämiseen, ja huomiota saa parhaiten tunteisiin vetoamalla – missä audiovisuaaliset keinot ovat ylittämättömiä.

Näiden elementtien pohjalta voi pohtia, aiheuttaako videokulttuuri (tai audiovisuaalinen kulttuuri) myös sosiaalista ja yhteiskunnallista muutosta. Tämä palauttaa keskustelun Postmanin pohdintaan – ohjaako muoto sisältöä ja muuttaako videokulttuuri siten paitsi tapoja kuluttaa mediaa myös tapojamme ymmärtää todellisuutta? Vai onko kenties niin, että yhteiskunnalliset muutokset ovat suosineet audiovisuaalista ilmaisumuotoa? Riippumatta siitä, kumpi on muutoksen syy ja kumpi seuraus, videoiden merkitys niin taiteena, viihteenä, tiedon jakajana kuin julkisen keskustelun muotona ylipäätään on ohittamaton.

Tässä *Lähikuvan* numerossa kiinnitämme katseemme videoon osana nykyistä audiovisuaalista kulttuuria. Etenkin kotimaisella tutkimuskentällä on ollut vasta vähän keskustelua videoista ilmaisumuotona ja niiden merkityksestä osana kulttuurista ja yhteiskunnallista muutosta. On tärkeää, että *Lähikuva* osallistuu tähän keskusteluun, sillä audiovisuaalisen kulttuurin tutkijoilla on paljon annettavaa keskusteluun videoiden ilmaisukeinoista, niiden mahdollisuuksista ja myös niiden rajoista.

Numeron avaa Pekka Kolehmainen tutkimusartikkeli, joka korostaa videoiden roolia yhteiskunnallisessa keskustelussa. Hän tutkii yhdysvaltalaisen oikeistokonservatiivisen järjestön PraegerU:n ideologista videosisältöä Youtubessa. Erityisenä huomion kohteena on järjestön antifeministinen viestintä ja keinot, joilla videoita hyödynnetään ideologian levittämiseen ja mielipiteisiin vaikuttamiseen.

Toisen tutkimusartikkelin myötä sukellamme Tiktokin maailmaan. Sihvonen ja muut tutkivat, millaisia journalistisia sisältöjä Yle tuottaa Tiktok-kanavilleen. He nostavat esille, että Tiktokille ominaiset videoilmaisumuodot onnistuvat puhuttelemaan nuorta kohdeyleisöä, mutta samalla ne muokkaavat ymmärrystä siitä, millaista on journalistinen sisältö ja ilmaisu. Tiktokin myötä ajankohtaisten asioiden käsittelyyn on tullut mukaan viihteellisempi, kokemuksellisempi ja henkilökohtaisempi viestintätäytyli.

Numeron kolmannessa tutkimusartikkelissa Ville Malinen tutkii Youtubessa julkaistuja pelivideoita, joiden avulla formula-ajaja Ayrton Sennan kuolonkolarista tehdään erilaisia rekonstruktioita ja simulaatioita. Hän käsittelee, miten pelivideot rakentavat kulttuurista muistia, jossa käyttäjät tuottavat ja uusintavat merkityksiä, joita Sennan onnettomuuteen liitetään.

Numerossa on mukana myös laaja kattaus erilaisia katsauksia videoiden merkitykseen. Outi Hakola kirjoittaa, miten videoilmaisua voidaan hyödyntää audiovisuaalisen alan (ja muidenkin alojen) opetuksessa teettämällä opiskelijoilla videoesheitä. Tytti Rantanen avaa videon mahdollisuuksia taiteellisessa ilmaisussa avaamalla erilaisia ulottuvuuksia videotaitelija Anneli Nygrenin tuotantoon. Tarmo Tähtinen puolestaan pohtii sitä, miten Youtube muodostaa tietynlaisten audiovisuaalisen ilmaisun arkiston, jossa audiovisuaaliset tuotannot kerrostuvat, limittyvät ja valikoituvat käyttäjiensä logiikan mukaisesti. Videonumerossa on mukana myös Samuli Launosen näkökulma Uuden musiikin kilpailuun ja queerin valtavirtaistumiseen sekä äskettäin väitelleiden Niina Oisalon ja Marjo Kovanen lektiöt.

Verkkojen välisessä tilassa 26.3.2025

Outi Hakola, Antti Pönni ja Tanja Sihvonen

Lähteet

Kaikki linkit tarkistettu 26.3.2025.

Anderson, Sky LaRell (2017) Watching People Is Not a Game: Interactive Online Corporeality, Twitch.tv and Videogame Streams. *Game Studies* 17(1), 1–16. Saatavilla: <http://gamestudies.org/1701/articles/anderson>.

Auslander, Philip (2022) *Liveness: Performance in a Mediatized Culture* (3. painos). Lontoo: Routledge.

Erenia GR, Faustino DM & Morales K. (2024) Search behavior of Gen Z on YouTube and TikTok. *International Journal of Science and Research Archive* 12(1), 1023–1032. <https://doi.org/10.30574/ijrsra.2024.12.1.0888>.

Ertemel, Adnan Veysel & Ammoura, Ahmed (2021) Is YouTube a Search Engine or a Social Network? Analyzing Evaluative Inconsistencies. *Business and Economics Research Journal* 12(4), 871–881. <https://doi.org/10.20409/berj.2021.357>.

Gunning, Tom (2006 [1986]) The Cinema of Attraction(s): Early Film, its Spectator and the Avant-Garde. Teoksessa Wanda Strauven (toim.) *The Cinema of Attractions Reloaded*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 381–388.

HS, *Helsingin Sanomat* 1.3.2025. Yhdysvaltalaisia vaivaa nyt pelko, joka näkyy ”söpöjen talvikenkien” Tiktok-ilmiössä. Saatavilla: <https://www.hs.fi/maailma/art-2000011062357.html>.

Hujanen, Taisto (2012) The Discursive Transformation of Television and the Paradox of Audio-visualisation. Teoksessa Juha Herkman, Taisto Hujanen & Paavo Oinonen (toim.) *Intermediality and Media Change*. Tampere: Tampere University Press, 93–117.

Malmberg, Tarmo (1996) Critical Theory and Audiovisual Media. *Nordicom Information* 18(1), 1–7.

Mills, Mara & Tresch, John (2011) Introduction: Audio/Visual. *Grey Room* 43, 7–15.

Postman, Neil (1987 [1985]) *Huvitamme itsemme hengiltä: julkinen keskustelu viihteen valtakaudella*. Helsinki: WSOY.

Richardson, John & Gorbman, Claudia (2013) Introduction. Teoksessa John Richardson, Claudia Gorbman & Carol Vernallis (toim.) *The Oxford Handbook of New Audiovisual Media*. Oxford: Oxford University Press, 3–35.

Rodowick, D. N. (1995) Audiovisual Culture and Interdisciplinary Knowledge. *New Literary History* 26(1), 111–121. <http://www.jstor.org/stable/20057271>.

Zhang, Yingfang, Pan, Ya & Zhou, Junren (2018) Study on Application of Audio Visualization in New Media Art. *Journal of Physics: Conference Series* 1098, 012003. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1098/1/012003>.

Zielinski, Siegfried & Custance, Gloria (1999) *Audiovisions: Cinema and Television as Entr'actes in History*. Amsterdam: Amsterdam University Press.