



Vaasan yliopisto
UNIVERSITY OF VAASA

Jessica Siivola

”Mitä he salailevat?”

Multimodaalinen retoriikan analyysi TikTok-käyttäjän Flataverse.appin
mainosvideoista

Viestinnän ja markkinoinnin akateeminen yksikkö
Viestintätieteet
Viestintätieteiden koulutusohjelma

Vaasa 2026

VAASAN YLIOPISTO**Viestinnän ja markkinoinnin akateeminen yksikkö**

Tekijä:	Jessica Siivola		
Tutkielman nimi:	”Mitä he salailevat?”: Multimodaalinen retoriikan analyysi TikTok-käyttäjän Flataverse.appin mainosvideoista		
Tutkinto:	Humanististen tieteiden kandidaatti		
Koulutusohjelma:	Viestintätieteiden koulutusohjelma		
Opintosuunta:	Viestintätieteet		
Työn ohjaaja:	Eliisa Vainikka		
Valmistumisvuosi:	2026	Sivumäärä:	29

TIIVISTELMÄ:

Tässä tutkimuksessa tutkitaan retorisen ja multimodaalisen analyysin avulla Flataverse.app TikTok -käyttäjän kahta lyhytvideota. Tili on luotu mainostarkoitukseen samaa nimeä kantavasta sovelluksesta, jonka voi ladata ilmaiseksi Google Play-kaupasta. Sovelluksen tietojen mukaan käyttäjä pystyy tarkkailemaan teorioita ja todistusaineistoa salaliittoteorioista. Erityisesti sovellus keskittyy litteän maan yhteisöön, jonka jäsenet uskovat Maan olevan pallon sijasta litteä. Salaliittoteoria litteästä Maasta on historialtaan pitkä ja muuttanut muotoaan muinaisesta Kreikasta nykypäiväiseen muotoonsa monen mutkan kautta.

Nämä kaksi tutkimuksen aineiston videota ovat otoksia kanavan videotarjonnasta, jotka ovat valikoituneet niiden runsaan esiintyvyytensä ja monipuolisuuden näkökulmasta. Tutkimuksen tarkoituksena on analysoida, millä tavoin tilin lyhytvideot pyrkivät vakuuttamaan katsojan sekä millaisia retorisia ja visuaalisia keinoja sen sisällöntuottaja käyttää väitteidensä perustelemiseen ja uskottavuuden luomiseen. Tutkimuksessa tullaan vastaamaan kysymykseen, miten visuaalipainotteisia retorisia keinoja käyttäen sisällöntuottaja pyrkii lyhytvideoillaan vakuuttamaan katsojan? Lisäksi tutkimuksessa tullaan pohtimaan, miten videoissa eri audiovisuaaliset, tekstuaaliset ja visuaaliset multimodaaliteetit tukevat sisällöntuottajan retorisia keinoja. Analyysissä tullaan käyttämään hyödyksi Aristoteleen retoriikan kolmijakooppia tunnistamaan, miten tilin sisällöntuottaja rakentaa perusteluita ja uskottavuutta väitteilleen ja yleisölle.

Tuloksissa käy ilmi, että tilin sisällöntuottajan käyttämät retoriset keinot aktivoivat katsojan tunteita ja multimodaalisuus ohjasi videoiden tulkintaan haluttuun suuntaan. Sisällöntuottaja käyttää tietoisesti retorisia valintoja uskottavuuden luomiseen, jotta katsojat kiinnostuvat lataamaan sovelluksen. Sovellus toimii tietynlaisena kaikukammiona, mistä katsoja saa lisää disinformaatiota.

AVAINSANAT: salaliittoteoriat, disinformaatio, retoriikka, multimodaalisuus, argumentointi

Sisällys

1	Johdanto	4
2	Salaliittoteorioiden klassikko	6
2.1	TikTok ja algoritmit	7
2.2	Kolmijako-oppi ja retorinen argumentointi	8
2.2.1	Verbaalinen retorinen argumentaatio	9
2.2.2	Multimodaalinen retorinen argumentaatio	10
2.2.3	Retorisia vaikuttamisen keinoja salaliittoteorioissa	10
2.3	Visuaalinen disinformaatio	11
3	Menetelmät	13
3.1	Aineiston esittely	14
3.2	Tutkimusmenetelmät	15
4	Tulokset	17
4.1	Video1: Salaileva NASA	17
4.1.1	Tekstuaalinen ja visuaalinen retoriikka	17
4.1.2	Aristoteleen kolmijako-oppi	19
4.1.3	Multimodaalinen tulkinta	19
4.2	Video2: Entinen astronautti ”todistajana”	20
4.2.1	Visuaalinen ja tekstuaalinen retoriikka sekä multimodaalisuus	20
4.2.2	Aristoteleen kolmijako-oppi	21
4.3	Sovelluksen mainostuksen retorinen ja multimodaalinen tulkinta	22
5	Pohdinta ja johtopäätökset	23
	Lähteet	26

1 Johdanto

”Tämän jälkeen näin neljä enkeliä, jotka seisoivat maan neljällä kulmalla, ja he pitivät kiinni maan neljästä tuulesta...” (Ilm.7:1)

Tässä Raamatun lainauksessa kuvaillaan neljän enkelin pitelevän neljää tuulta. The Collector lehdessä historian harrastaja Robert De Graaff (2026) kertoo, että tuulilla tarkoitetaan symbolisesti neljää ilmansuuntaa, joista enkelit vartioivat koko maailmaa. Raamattua on tulkittu sen koko historian ajan eri tavalla aikakaudesta riippuen. Yksi keskeinen tulkintatapa on fundamentalistinen, jossa Raamatun teksti ymmärretään sen alkuperäisen muodon mukaisesti (Tieteen termipankki, 2026). Fundamentalistisesta näkökulmasta kyseinen kohta voidaan tulkinta niin, että Maa on neliön muotoinen litteä objekti. Tietty yhteisö pitääkin tätä tulkintaa todisteena näkemyksilleen, jonka mukaan Maa on litteä.

Tutkija Nicola Luciano Pannofinon (2024, s. 3) mukaan nykyiseen muotoonsa litteän maan yhteisö jäsentyi 1800-luvulla, jolloin yhdysvaltalainen fundamentalisti Samuel Rowbotham julkaisi seuraajansa kanssa teoksen, jossa he esittävät argumentteja Maan muodosta. Yhteisön taustalla on näkemys, jonka mukaan eliitit hallitsevat instituutioita ja välittävät vain sellaista tietoa, jonka halutaan ohjaavan ihmisten käsityksiä universumista (Pannofino, 2024, s. 2). Tämän vuoksi yhteisö korostaa luottamusta tavallisiin ihmisiin sekä omiin aisteihin ja kokemuksiin (Diez & Nilsson, 2023, s. 24). Tämänkaltainen ajatusprosessi on tyypillistä salaliittoteorioille, joista litteän maan teoria on yksi klassikoista.

Suomalaisen toimittajan ja tietokirjailijan Johanna Vehkoon (2029, s. 50) mukaan salaliittoteorioilla tarkoitetaan selitysmalleja, joilla ilmiöitä ja tapahtumia yhdistetään salaliittoihin, joita ohjaavat vaikutusvaltaiset ja pahantahtoiset tahot kuten valtion instituutiot. Pannofinon (2024, s. 4) mukaan salaliittoteorioiden suosio kasvoivat erityisesti digitaalisella aikakaudella, jossa niiden levittäminen on muuttunut helpommaksi. Ne leviävät niiden affektiivisen rakenteen ja rationaalisen muodon vuoksi

(ks. Garndinetti & Bruinsman, 2022; Turner, 2025). Erityisesti algoritmit eli yksinkertaiset toimintaohjeet ohjelmissa suosivat emotionaalisesti latautuneita videoita, koska ne keräävät enemmän katselukertoja ja reaktiota ihmisiltä (ks. Garndinetti & Bruinsman, 2022; Vehkoo, 2019).

Litteän maan yhteisö toimii edelleen aktiivisena internetissä. Teorian kannattajat jakavat omaa uskomustaan monissa eri sosiaalisen median kanavissa. Nykyisin ilmiön leviämistä voidaan havaita laajaa suosiota saavuttaneessa lyhytvideosovellus TikTokissa (Garndinetti & Bruinsman, 2022, s. 276). Litteän maan teoriaa levitetään sovelluksessa eri tavoilla. Valtaosa videoista koostuu ihmisistä, jotka väittävät nykyisen tiedon olevan ristiriitaista ja puutteellista Maan muodon perustelemisessa.

Litteää maata käsittelevässä TikTok-syötteessä voidaan kuitenkin havaita poikkeava videomuoto käyttäjältä Flataverse.app. Tili eroaa muista salaliittoteorioihin keskittyneistä käyttäjistä, koska sen ensisijainen tarkoitus on markkinointi. Videoilla mainostetaan TikTok-tilin kanssa samannimistä sovellusta, joka löytyy esimerkiksi Google Playsta ilmaiseksi. Sovelluksen kuvauksen mukaan se kehottaa käyttäjänsä itse tutkimaan teorioita maapallon muodosta sovelluksen affordanssien eli sen tarjoamien eri mahdollisuuksien avulla.

Tämä tutkimus tarkastelee TikTok -käyttäjän Flataverse.app julkaisemia videoita. Tutkimuksen tavoitteena on analysoida, millä tavoin tilin lyhytvideot pyrkivät vakuuttamaan katsojan sekä millaisia retorisia ja visuaalisia keinoja näyttelijä Tom Hollandiksi naamioitunut sisällöntuottaja käyttää väitteidensä perustelemiseen ja uskottavuuden luomiseen. Tutkimuskysymykset ovat seuraavat:

1. Miten visuaalipainotteisia retorisia keinoja käyttäen sisällöntuottaja pyrkii lyhytvideoillaan vakuuttamaan katsojan?
2. Miten videoissa eri multimodaaliset tekijät tukevat sisällöntuottajan retorisia keinoja?

2 Salaliittoteorioiden klassikko

Jo muinaisessa Kreikassa filosofi Aristoteles totesi Maan olevan pyöreä (De Graaff, 2026). Pannofinon (2024, s. 3) mukaan tuohon aikaan teoria sai positiivisen vastaanoton ja se hyväksyttiin monissa akateemisissa piireissä. Litteän maan uskomusta ei kuitenkaan kumottu täysin, vaan sitä pidettiin teoriana palloteorian rinnalla. Vasta 1800-luvulla teoria litteästä maasta kumottiin täysin tieteen suosion kasvaessa (Pannofino, 2024, s. 3). Tämän teorian sanotaan olevan ensimmäinen, joka kumosi Raamatun opin ja on siksi tärkeä osa historiaa (Pannofino, 2024, s. 3).

Nykyiseen muotoonsa litteän maan salaliittoteoria syntyi 1900-luvun puolessa välissä. Tuolloin levisi käsitys, että akateeminen tiede ja valtion instituutiot tarkoituksellisesti juonittelevat ja toimivat kansalaisia vastaan (Pannofino, 2024, s. 4). Salaliittoteorioissa tyypillisesti esiintyy selvä vihollinen, joka voidaan osoittaa syylliseksi tai jota vastaan taistellaan (Vehkoo, 2023, s. 69). Salaliittoteoriat yksinkertaistavat ilmiöitä, mikä tekee niistä helpommin uskottavampia ja ymmärrettävämpiä (Vehkoo, 2023, s. 68).

Hossein Turner (2025 s. 108) mainitsee kolme tyypillistä piirrettä, mitä salaliittoteoriat yleensä sisältävät: ne liioittelevat toimijoiden vaikutusvaltaa, sisältävät mustavalkoista hyvä-paha-ajattelua ja ovat joustamattomia käsityksessään omasta tiedosta. Näiden piirteiden kautta salaliittoteoriat esittävät uskottavia selityksiä yhdistämällä virheellisen tiedon muun näytön kanssa. Ilmiö on korostunut erityisesti digitaalisella aikakaudella, sillä eri sovellusten tarjoamat affordanssit, kuten kuvan ja äänen yhdistäminen tekevät salaliittoteorioista esitettävien ”todisteiden” näyttämistä entistä vakuuttavampaa. Turner (2025, s. 108) väittää, että salaliittoteoriat rakentuvat keskittymällä poikkeavaan tietoon eli yksityiskohtiin, joita viralliset tahot eivät pysty selittämään. Nämä eri tiedonjyvät muutetaan yhtenäiseksi narratiiviksi, joka voi vaikuttaa uskottavalle ja muokata virallista tietoa salaliittoteoreetikoiden omaa ajattelutapaansa sopivaksi.

Spekulointi voi tällaisessa kontekstissa muuttua hyvin nopeasti misinformaation tai disinformaation levittämiseksi. Vehkoo (2023, s. 14) määrittelee misinformaation

tahattomaksi harhaanjohtavaksi tiedoksi ja taas disinformaation tahallisesti levitetyksi virheelliseksi tiedoksi. Disinformaation takana ovat toimijat, jotka haitallisesti levittävät erittäin uskottavalta näyttävää tietoa (Diaz & Nilsson, 2023, s. 18). Tätä vaikutusta vahvistaa sosiaalisen median multimodaalinen rakenne eli kuvallisen ja tekstuaalisen representaatioiden kokonaismerkitys, joka tehostaa ihmisten kokemusta sisällön uskottavuuteen (ks. Guerrero-Sosa ja muut, 2026; Seppänen, 2005). Lisäksi salaliittoteorioiden kerronnallinen rakenne heikentää yleisön kykyä arvioida väitteitä kriittisesti (Turner, 2025, s. 108).

Narratiivisen ja yksinkertaisen sisällön lisäksi salaliittoteoriat ovat rakennettu emotionaalisesti latautuneeksi. Digitaalisilla alustoilla salaliittoteorioissa piilee affektiivinen eli emotionaalinen rakenne, joka korvaa luottamuksen ja asiantuntemuksen tehokkuutta (Grandinetti & Bruinsma, 2022, s. 279). Salaliittoteoriat näin saavat uskottavuutensa, jos ne ovat linjassa yleisön pelkoihin tai ahdistukseen. Lisäksi sosiaalisessa mediassa multimodaalisia julkaisuja pidetään uskottavimpina kuin pelkästään tekstiperäistä disinformaatiota (Guerrero-Sosa ja muut, 2026, s. 4).

2.1 TikTok ja algoritmit

TikTok on kiinalaislähtöinen lyhytvideoiden sosiaalisen median palvelu, jonka omistaa ByteDance-yhtiö. Yhtiön nettisivuilla kerrotaan, että TikTok on lanseerattu nykyiseen muotoonsa vuonna 2018 yhdistäen kaksi eri sovellusta. TikTokin erottaa muista sovelluksista sen personoidut algoritmit (Grandinetti & Bruinsma, 2022 s. 281). Algoritmit tuottavat automaattisesti sisältöä oppimalla käyttäjänsä vuorovaikutusta. Tämä erottaa sen muista sovelluksista, joissa sisältö perustuu käyttäjän itse valitsemiin sisältöihin, kuten Instagramissa.

TikTok houkuttelee käyttäjiään kehittämään affektiivisesti latautunutta sisältöä käyttäjien taloudellisen hyödyn saamiseksi (Grandinetti & Bruinsma, 2022, s. 283). Videot saavat siis enemmän huomiota, kun ne toteutetaan tavalla, joka saa yleisön reagoimaan niihin. Videoiden rakenne ja sisältöjen moderointi altistavat yleisön

näkemyksille, jotka tukevat vain heidän omia mielipiteitään. Algoritmit eivät välttämättä altista käyttäjänsä monipuoliselle sisällölle, vaan ohjaavat näkemään sisältöä, joka vastaa aiempia kiinnostuksen kohteita, mikä edes auttaa niin sanotun kaikukammion muodostumisen.

Kaikukammio tarkoittaa mitä tahansa ympäristöä, jossa ihminen luontaisesti pyrkii samoin ajattelevien ihmisten seuraan (Vehkoo, 2023, s. 79). Diaz ja Nilsson (2023, s. 20) määrittelevät kaikukammiot juoksuhaudoiksi, joissa ihmiset debatoivat todellisia tai kuvitteellisia vastustajia vastaan lisäten polarisaatiota eriävien mielipiteiden välille.

Salaliittoteoriat ovat suuressa suosiossa TikTokissa (Grandinetti & Bruinsma, 2022, s. 281). Suosion selittää niiden ominaisuudet, jotka tukevat algoritmien toimintaa. Grandinetti & Bruinsma (2022, s. 284) väittävätkin, että TikTokissa salaliittoteorioiden huomio ja taloudellinen kasvu vähentää kiinnostusta niiden moderointiin alustalla, ellei aihe muutu täysin välttämättömäksi poistaa. Analyysini perusteella voidaan esittää johtopäätös, että TikTok voi hyötyä salaliittoteorioiden leviämisestä, sillä ne herättävät voimakkaita tunnereaktioita ja edistävät täten yhteisöjen muodostumista. Nämä yhteisöt voivat kasvaa alustan käyttäjämäärän lisääntyessä.

Läpikäydessäni lähdemateriaalia huomasin, että TikTokista ja sen sisältämistä salaliittoteorioiden tutkimuksesta on erityistä puutetta tutkimuskentällä. Valtaosa tutkimuksista on keskittynyt videopalvelu YouTubeen tai keskustelufoorumi Redditiin. Nämä ovatkin suosituimmat sosiaalisen median alustat, joissa salaliittoteorioita levitetään.

2.2 Kolmijako-oppi ja retorinen argumentointi

Retoriikan ja argumentoinnin juuret syntyivät muinaisessa Kreikassa. Retoriikalla tarkoitetaan kykyä tunnistaa puheen vakuuttamisen keinoja (Aristoteles, 2012, s. 10). Argumentaatio puolestaan määritellään perusteltujen väitteiden kokonaisuudeksi, joka koostuu lähtökohdista eli premisseistä sekä johtopäätöksestä (Lehtonen, 2002, s. 146).

Aristoteles (2012, luku 1) määrittelee retoriikan kolme keskeistä vaikuttamisen keinoa, jotka liittyvät puhujan luonteeseen, kuulijan mielentilaan sekä puheen loogisuuteen ja esitettyihin väitteisiin. Puhujan luonnetta kuvataan käsitteellä eetos, kuulijan tunteisiin vaikuttamista päätöksellä ja argumentaation loogista rakennetta sekä todistelua logoksella (Haapanen, 1996, s. 31). Näistä muodostuu niin sanottu retoriikan kolmijakooppi. Retoriikan näkökulmasta argumentaatio muodostaa kokonaisuuden puheelle, jonka varaan muut osatekijät, kuten retoriikan kolmijakooppi ja kielelliset keinot rakentuvat (Knuuttila, 2007, s. 238).

Puheen retoriikalla on siis pitkät historialliset juuret mutta vasta lähivuosina alettiin hahmottaa visuaalisen retoriikan merkitystä, jolloin ymmärrettiin, että visuaalinen aineisto voi olla yhtä vakuuttavaa kuin tekstuaalinen retoriikka (Yeilaghi & Mou, 2025, s. 117). Visuaalinen retoriikka tarkoittaa tutkimusta, jossa määritellään miten kuvat välittävät viestejä ja vakuuttavat yleisön eri elementtien avulla.

2.2.1 Verbaalinen retorinen argumentaatio

Lehtosen (2002, s. 146) mukaan argumentit koostuvat siis premisseistä, johtopäätöksistä sekä niihin liittyvistä taustaoletuksista, jotka ohjaavat argumentin merkityksen rakentumista. Sen keskeinen tehtävä on esittää perusteluja pääväitteen tueksi. Argumentointi voi myös olla retorista, jossa käytetään monenlaisia keinoja saadakseen argumenttien vastaanottaja vakuuttuneeksi (Lehtonen, 2002, s. 149). Tällaisia keinoja ovat esimerkiksi tunteisiin vetoaminen, kielen monitulkintaisuuden hyödyntäminen sekä harhaanjohtavien esitystapojen käyttö.

Retoriseen argumentointiin liittyy myös olennaisesti enthymemat, joilla tarkoitetaan lausumattomia premissejä tai johtopäätöksiä (ks. Lehtonen, 2002; Knuuttila, 2007). Aristoteleen (2012, s. 12) mukaan juuri enthymemoista koostuvat puheet ovat erityisen vakuuttavia, sillä ne aktivoivat kuulijan osallistumaan puheen merkityksen rakentamiseen.

2.2.2 Multimodaalinen retorinen argumentaatio

Argumentaatio ei rajoitu vain verbaaliseen viestintään, vaan sitä esiintyy myös visuaalisen ja verbaalisen viestinnän yhdistelmänä. Multimodaalisuus tarkoittaa tekstuaalisten ja kuvallisten elementtien yhteisten merkityksien rakentamista (Seppänen, 2005, s. 90). Käsitys siitä, että visuaalisilla elementeillä pystyy muodostamaan argumentteja, syntyi 1990-luvulla (Tseronis & Firceville, 2017. s. 6). Tuolloin syntyi termi multimodaalisesta argumentoinnista, joka viittaa tilanteeseen, jossa merkityksiä rakennetaan useiden eri ilmaisukeinojen kuten kielen ja kuvien yhteisvaikutuksesta. Se koostuu rationaalisesta, sosiaalisesta tai kognitiivisesta toiminnasta, jossa vähintään kahdella elementillä on rooli pääargumentin näkökulman edistämässä (Tseronis & Firceville, 2017. s. 9).

Multimodaalinen argumentti koostuu siis verbaalisesta ja visuaalisesta argumentoinnista. Visuaalinen argumentointi juontaa juurensa siitä ajatuksesta, että retoriikka voi olla visuaalista (Tseronis & Firceville, 2017. s. 8). Visuaalisella argumentoinnilla tarkoitetaan kaikkia ei-verbaalisia vaikutuskeinoja. Visuaaliset elementit eivät suoraan väitä, vaan ne luovat merkityksiä ja voivat siten ilmaista väitteitä, jota voidaan pitää osana pääargumenttia (Tseronis & Firceville, 2017. s. 10).

Retoriikan näkökulmasta huomio kohdistuu tällöin semioottisiin eli merkityksiä tuottaviin resursseihin, jotka puhuttelevat katsojaa (Tseronis & Firceville, 2017. s. 9). Näin ollen voidaan todeta, että verbaaliset ja visuaaliset elementit ovat tiiviissä vuorovaikutuksessa ja rakentavat yhdessä argumentin kokonaismerkitystä.

2.2.3 Retorisia vaikuttamisen keinoja salaliittoteorioissa

Salaliittoteorioille on tyypillistä vastustaa instituutioita. Tällä pyritään rakentamaan narratiivia, jossa yhteiskunnan eliitti on korruptoitunut ja epärehellinen tavalliselle kansalle. Klostad ja Uscinski (2024, s. 3) artikkelissaan väittävätkin, että salaliittoteoreettisissa argumenteissa korostetaan usein tukeutumista ”maalaisjärkeen”

ja kyseenalaistamaan virallisia instituutioita. Artikkelissaan he esittävätkin niin sanotun ”Jos vain tietäisit” -retorisen strategian, jossa viitataan salattuihin uhkiin tai tietoon, joista yleisön oletetaan olevan tietämätön. Tällä tavoin pyritään luomaan vaikutelma kuulijalle, että hän on osa sisäpiiriä, missä harvat ja valitut kuulevat tämän tiedon. Eri kohdissa Klostadin ja Uscinskin artikkelissa korostuu salaliittoteorioiden narratiivi me vastaan muut -ajattelu. Summa (1996, s. 58) kertookin tämän retorisen tavan identifioivan puhujan ja kuuntelijan yhteiseen ryhmään, jolloin kuulijan on helppo liittyä mukaan esitettyyn ajatuskulkuun.

Tässä tutkimuksessa käytetään akateemisia artikkeleita, jotka ovat tuotettu lähivuosina. Tämä kertoo sitä, että salaliittoteoriat ja disinformaation levitys on lähivuosina alkanut kiinnostamaan tutkijoita. Tähän on voinut vaikuttaa sosiaalinen media ja siellä yleistynyt salaliittoteorioiden nopea leviäminen. Tutkimuksissa on kuitenkin puutteita erityisesti visuaalisten vaikutusten arvioinnissa salaliittoteorioiden uskottavuudelle (Chen ja muut, 2022 s 98).

2.3 Visuaalinen disinformaatio

Digitaalisella aikakaudella videoiden ja kuvien jakamisesta on tullut helpompaa. Michael Hameleersin (2025, s. 110) mukaan visuaalista materiaalia on ihmisen luontevampaa ymmärtää ja se herättää erityistä huomiota emotionaalisesta näkökulmasta. Erityisesti sosiaalisessa mediassa visuaalisia elementtejä käytetään läheisyyden luomiseen (Hameleers, 2025, s. 123). Visuaalisuuden katsotaan tarjoavan suoraa representaatiota todellisuudesta, jota voidaan pitää uskottavana ja autenttisenä.

Hameleers (2025, s. 111) määrittelee visuaalisen disinformaation artikkelissaan visuaalisen tiedon irrottamisena asiayhteydestä väärentääkseen tai muokatakseen totuutta. Visuaalinen disinformaatio ei siis pelkästään tarkoita täysin kuvien tai videoiden muokkaamista, vaan visuaalisen aineiston dekontekstualisointia. Visuaalista disinformaatiota voidaan pitää aidompana ja uskottavampana erityisesti multimodaalisessa ympäristössä kuten TikTokissa. Multimodaalisten ominaisuuksien,

kuten äänten ja tekstien yhdistämisen vuoksi visuaalisuus voi vahvistaa tekstimuotoisten tiedon vaikutusta (Hameleers, 2025 s. 112). Visuaalisuutta myös käytetään multimodaalisesta näkökulmasta kehystämään asioita, joita eri kuvien tai videoiden elementit vahvistavat (Hameleers, 2025 s. 112).

Kehystämällä tarkoitetaan viestien ominaisuuksia, joilla halutaan ohjata katsojaa tulkitsemaan asioita tietyllä tavalla (Chen ja muut, 2022 s. 101). Kehyminen voi tapahtua tekstuaalisessa ja visuaalisessa muodossa. Visuaalisessa kehystämisessä käytetään hyödyksi visuaalisia elementtejä kuten kirkkautta, kuvakulmaa ja värejä vaikuttaakseen suoraan yksilön tunteisiin ja johdattelemaan ajatuksia haluttuun suuntaan (Chen ja muut, 2022, s. 101). Tämä eroaa tekstuaalisesta kehystyksestä, jossa esitetään tapahtumat syy-seuraussuhteissa valiten, mitä sanoja käytetään. Salaliittoteorioita käsittelevissä videoissa visuaalista kehystämistä käytetään myös epäluulon tai pelottavan tunnelman luomiseen esimerkiksi matalalla valaistuksella ja tummemmalla värimaailmalla (Chen ja muut, 2022, s. 103).

3 Menetelmät

Tämän tutkimuksen tavoitteena on analysoida TikTok -käyttäjän Flataverse.appin julkaisemia videoita. Tutkimukseni tarkoituksena on analysoida, millä tavoin tilin lyhytvideot pyrkivät vakuuttamaan katsojan sekä millaisia retorisia ja visuaalisia keinoja tilin sisällöntuottaja käyttää väitteidensä perustelemiseen ja uskottavuuden luomiseen. Tulen tässä tutkimuksessa pohtimaan, miten visuaalipainotteisia retorisia keinoja käyttäen sisällöntuottaja pyrkii lyhytvideoillaan vakuuttamaan katsojan sekä miten videoissa eri multimodaaliset tekijät tukevat sisällöntuottajan retorisia keinoja.

Flataverse on tekoälyllä luotu sovellus, jonka pystyy ilmaiseksi lataamaan Google Play-kaupasta, Apple Storesta ja muista sovelluskaupoista. Sovelluksen tiedoissa kerrotaan, että sen tarkoituksena on tuoda ilmi erilaisia teorioita litteän maan ja muiden salaliittoteorioiden todisteeksi. Tämän tyylistä sisältöä löytyy myös sovelluksen mainostamiseen tarkoitettulla TikTok -tilillä. Tilin sisällöntuottaja ei ole tuonut ilmi hänen oikeaa henkilöllisyyttään, joten tutkimuksessani viitataan häneen sisällöntuottajana pseudonyymisyyden turvaamiseksi.

Valitsin kanavalta kaksi videota, joista ensimmäinen on hyvin tyyppillinen kanavalla näkyvä listatyyppinen video. Tämä video on otettu analyysin kohteeksi, jotta kanavasta saa kokonaiskuvan. Toinen analysoitu video on kanavalla epätyypillisempi multimodaalisesti kattava video. Se on otettu tähän analyysiin sen mielenkiintoisen rakenteen ja asetelman vuoksi, joka tukee aikaisempaa salaliittoreioihin liittyvää tutkimusta. Kummatkin videot ovat myös retorisesti mielenkiintoisia, joka tuki päätöstä, miksi nämä videot valitaan aineistoksi. Tutkimusmenetelminä hyödynnetään retorista ja multimodaalista analyysia, jotka tullaan esittelemään tarkemmin luvussa 3.2. Aineiston esittely alkaa videoiden läpikäynnillä ja tämän jälkeen videolle annetaan oma nimi, joihin viitataan myöhemmin analyysiosiossa.

3.1 Aineiston esittely

Ensimmäinen video on julkaistu 17. marraskuuta 2025 otsikolla "3 strange things they never explain" (3 outoa asiaa, joita he eivät selitä). Tämä on yksi monista listaustyyppisistä videoista, jotka ovat kanavan tuotetuin videomuoto. Videossa usein kanavalla näkyvä sisällöntuottaja ihmettelee kolmea tapahtumaa, joita yhdysvaltalainen ilmailu- ja avaruushallintovirasto NASA (National Aeronautics and Space Administration) ei ole videon mukaan selventänyt yleisölle. Videolla kyseenalaistetaan Nasan kadonneita ensimmäisen kuulennon videoklippejä, Kuun onttoa ääntä ja sensuroituja kuvia Marsista sekä Kuusta. Videolla pyörii taustalla sisällöntuottajan mukaan Nasan ottamia videoita ja kuvia todisteeksi väitteilleen. Videossa sisällöntuottaja on muokannut kasvonsa tekoälyn avulla näyttämään Tom Hollandilta. Lopuksi sisällöntuottaja kysyy katsojalta retorisesti, mitä he meiltä salaavat. Hän vastaa omaan kysymykseensä, että suurelle yleisölle näytetään vain materiaalia, mitä meidän niin sanotusti kuuluisi nähdä. Analyysissa tullaan käyttämään videosta nimitystä Video1.

Toinen video on julkaistu 8. elokuuta 2025. Video on jaettu kahteen kuvaruutuun. Videon yläpuolella on teksti, jossa lukee "Wait... What?!" (Odota... Mitä?!). Kuvaruutujen alapuolella on toinen teksti "Former astronaut reveals unique behind-the-scenes footage" (Entinen astronautti paljastaa uniikkia materiaalia kulissien takaa). Kuvaruuduissa esiintyy nainen, joka nostaa sipsipussin käteensä. Kuvan oikealla puolella näkyy, että hän olisi avaruusaluksessa. Nainen päästää pussista irti, joka näyttää oikeasta kuvaruudusta katsottuna, että se leijuisi ilmassa. Vasemmasta kuvaruudusta kuitenkin paljastuu, että kyseinen kohta on kuvattu studiossa ja tämä "avaruusalus" onkin oikeasti vihreä studiohuone. Sipsipussia leijuttaa vihreään asuun pukeutunut hahmo. Videolla soiva musiikki on genreltään lo-fi ja elektronisen yhdistelmä. Sen tunnelmaa voi kuvailla melankoliseksi, hypnoottiseksi ja myös ahdistavaksi. Analyysissa viitataan tähän videoon nimellä Video2.

Tämä, kuten kaikki muutkin aineiston videot loppuvat sovelluksen mainostukseen, jossa selostetaan ja näytetään sen ominaisuuksia. Sisällöntuottaja myös kehottaa katsojaa

lataamaan sovelluksen, jotta katsoja pääsee itse tutkimaan videoissa väitetyjä argumentteja.

3.2 Tutkimusmenetelmät

Analyysi toteutetaan yhdistämällä kahta lähestymistapaa: retorista ja multimodaalista tutkimusmenetelmää. TikTok alustana tarjoaa sisällöntuottajille mahdollisuuden välittää viestejä yhdistämällä useita eri ilmaisumuotoja videoissa. Flataverse.app-sisällöntuottaja hyödyntää videoissaan TikTokin mahdollistamia multimodaalisia keinoja viestin välittämiseen, minkä vuoksi analyysissä huomioidaan retoriikan ohella myös videoissa näkyvää kuvitusta ja tekstejä.

Knuuttila (2007, s. 234) määrittelee retorisen tutkimuksen tekstien ja sen vaikutuskeinojen tarkasteluksi. Retorinen analyysi on kiinnostunut asiasisällön eri ilmaisumenetelmistä ja tunnelatauksista. Retoriikassa osapuolina toimii reettori eli puhuja ja yleisö, joka vastaanottaa viestin (Lehti & Eronen-Valli, 2018, s 158–159). Chaïm Perelmanin (2007, s. 16) mukaan reettorin tehtävä on hankkia ja vahvistaa yleisön hyväksyntää tai kannatusta hänen argumenteilleen.

Yleisöllä on siis tärkeä rooli retoriikan muodostuksessa, jonka vuoksi sen tunnistamisen merkitys entuudestaan korostuu. Perelman (2007, s. 21) määrittelee yleisön kahteen joukkoon, joita kutsutaan universaaliyleisöksi ja erityisyleisöksi. Universaaliyleisöllä viitataan koko ihmiskuntaan tai määrittelemättömään joukkoon, jotka ymmärtävät puhujaa (ks. Perelman, 2007; Summa, 1996). Erityisyleisöksi lukeutuu joukko ihmisiä, joiden rakenne tiedetään entuudestaan tai on määriteltävissä (Summa, 1996 s. 67).

Multimodaalisessa tutkimusmenetelmässä keskitytään erilaisiin merkkijärjestelmiin eli moodeihin (Stöckl, 2004, s. 19). Moodeilla on hierarkiajärjestys, jossa osa moodeista voidaan jakaa alamoodeihin eli ne ei yksistään voi luoda moodia, vaan ne tarvitsevat useampia alamoodeja luodakseen merkityksen (Stöckl, 2004, s. 22). Osa teksteistä voi olla multimodaalisia, joissa yhdistyy tekstuaalinen- ja visuaalinen viestintä sekä

audiovisuaalisuus (Lehti & Eronen-Valli, 2018, s. 161). Tutkimuksessa tullaan huomioimaan vaan moodeja, joilla on ratkaiseva vaikutus videoiden viestin luomisessa. Tutkimuksessa ei siis tulla keskittymään kaikkiin moodeihin vain niihin, joilla on tärkeä tehtävä multimodaalisen argumentin muodostuksessa.

Tässä tutkimuksessa hyödynnetään Aristoteleen kolmijako-oppia analysoiden sisällöntuottajan käyttämää retoriikkaa ja multimodaalista argumentointia. Kolmijako-opin avulla pystyy hyvin hahmottamaan, miten sisällöntuottaja yrittää vaikuttaa yleisöönsä ja mitkä semioottiset merkit tukevat tätä.

4 Tulokset

Tässä osiossa tullaan analysoimaan, miten sisällöntuottaja yrittää vaikuttaa katsojaan multimodaalisin ja retorisin keinoin. Tutkimuksessa hyödynnetään Aristoteleen kolmijako-oppia apuna eri argumenttien, visuaalisuuden ja multimodaalisuuden tulkinnassa.

4.1 Video1: Salaileva NASA

Videossa korostuu erityisesti puhujan esittämät argumentit ja niiden rakentama narratiivi Nasan väitetystä salaliitosta. Keskeisessä roolissa ovat väitteet, joita havainnollistetaan ja perustellaan kuvien sekä videomateriaalin avulla ikään kuin todisteena. Näin visuaaliset elementit vahvistavat puhujan väitteitä.

4.1.1 Tekstuaalinen ja visuaalinen retoriikka

Video1 otsikossa sana "he" viittaa joihinkin toisiin ihmisiin tai tahoon, jotka eivät ole kuten "me" eli sisällöntuottaja ja katsojat. Sisällöntuottaja ei kerro videolla suoraan mitä heillä tarkoitetaan, mutta videon sisältö koostuu avaruusaiheisista videoista ja kuvista. Sisällöntuottaja myös kertoo videolla Nasasta. Tästä voidaan päätellä, että sisällöntuottajan he-sanalla viitataan Nasaan. Video käsittelee sisällöntuottajan mukaan sitä, mitä Nasa on jättänyt kertomatta yleisölle. Täten Nasasta luodaan epärehellistä ja piilottelevaa kertomusta katsojalle, joka vastaa Summan (1996) määrittelemää me-vastaaan-he narratiivia.

Sisällöntuottaja ei näytä tässä videossa omia kasvojaan, vaan hän on peittänyt ne tekoälyn avulla. Tekoälyn käyttö näkyy selkeästi katsoessa videota, mikä todennäköisesti on sisällöntuottajan tarkoituskin. Hän ei todennäköisesti halua esiintyä Tom Hollandina, vaan tarkoituksena on herättää katsojan huomio ja kiinnostus jatkaa videon katsomista.

Videossa ei esitetä suoria sanallisia väitteitä, vaan merkitys rakennetaan epäsuorien vihjeiden varaan, jolloin katsoja joutuu päättämään, mitä niillä tarkoitetaan. Tämä esiintymistapa tukee retoriikan käsitystä enthymemoista, joita esiintyy runsaasti videolla. Esimerkiksi sisällöntuottaja väittää, että ensimmäisestä kuulennosta säilyneet hyvälaatuiset videotallenteet ovat Nasalta kadonneet, eivätkä tuhoutuneet, kuten NASA on "aiemmin väittänyt". Tuhoutunut-sanaa sisällöntuottaja korostaa painottamalla ääntään videolla. Todennäköisesti hän painotuksen avulla haluaa korostaa Nasan ristiriitaisia lausumia. Painotus toimii katsojalle sanomattomana premissinä, joka vihjaa tilanteessa olevan jotakin epäilyttävää.

Sisällöntuottaja esittää videolla useita retorisia kysymyksiä, joihin hän ei odota katsojilta varsinaisia vastauksia, vaan joiden tarkoituksena on ohjata katsojan ajattelua ja vahvistaa tiettyä tulkintaa. Esimerkiksi hän näyttää kuvia ja videoita, jotka on väitetysti otettu Kuusta Nasan toimesta. Materiaalissa näkyy "täpliä", joita sisällöntuottaja tulkitsee sensuurin merkeiksi. Tämän jälkeen hän esittää kysymyksen: "What are they hiding? – we don't know and we aren't supposed to ask" (Mitä he salailevat? -Me emme tiedä eikä meidän ole tarkoitus kysyä).

Videossa retoristen kysymysten yhteydessä hyödynnetään lisäksi visuaalisia elementtejä kuten GIF-kuvia ja tavallisia kuvia, jotka havainnollistavat kysymysten luonnetta ja vahvistavat niiden tulkintaa. "We aren't supposed to ask" -kohdassa näkyy liikkuva GIF-kuva, jossa mies elehtii käsillään hiljentymisen merkiksi. Nämä multimodaaliset keinot ohjaavat sisällöntuottajan väitteitä ja vie katsojan tulkintaa siihen suuntaan, että meitä yritetään hiljentää. Jälleen rakentuu selkeä me-vastaa-he-vastakkainasettelu. Meillä viitataan tässä yhteydessä tavallisiin ihmisiin, jotka esitetään videolla ulkopuolisina kysymyksiä esittävinä tarkkailijoina ja toimijoina. He puolestaan viittaa epärehellisiin salaileviin instituutioihin, kuten Nasaan.

4.1.2 Aristoteleen kolmijako-oppi

Tässä videossa me-he-narratiivissa eetos rakentuu puhujan uskottavuudesta suhteessa yleisöön. Puhuja esittäytyy videolla osana ”meitä”, jolloin yleisö voi kokea hänet luotettavaksi ja läheiseksi. Enthymemoja ja retorisia kysymyksiä puhuja käyttää niin sanotusti keskustellakseen yleisön kanssa ja rakentaa näin yhteistä sanomatonta tietoa. Yhteinen ”sanomaton tieto” voi luoda yhteyttä yleisön ja puhujan välille.

Paatosta rakennetaan luomalla yhteenkuuluvuuden tunnetta ”meille” ja epäluuloa sekä jännitettä vastapuoleen. Retoriset kysymykset ja enthymemat ovat myös tehokas tunteiden herättäjä, sillä katsoja pääsee näennäisesti osaksi keskustelua täyttämällä tai vastaamalla itse omassa mielessään kysymyksiin.

Logos taas näkyy yksinkertaisella argumentoinnilla, jossa luodaan ikään kuin loogista vastakkainasettelua. Enthymemat ja retoriset kysymykset myös tukevat ja johdattelevat katsojaa loogiseen johtopäätökseen ilman, että sitä sanotaan suoraan erilaisten visuaalisten vihjeiden ja sanojen painotuksien avulla. Videolla näytetyt kuvat ja videot toimivat myös sanallisten argumenttien tueksi muodostaen multimodaalisen argumentin esimerkiksi ”We aren’t supposed to ask” -kohdassa.

4.1.3 Multimodaalinen tulkinta

Videossa visuaalinen materiaali toimii selkeästi todisteena argumenteille tai ohjaa väitteitä ja tulkintaa. Multimodaalisin keinoin luodaan yhteinen viesti tai sanoma katsojalle, jonka ajatusta halutaan ohjata tiettyyn suuntaan. Huomiota herättää myös muut videon osat kuten visuaalisen materiaalin nopeus ja tarkkuus.

Jokainen kuva tai video on ruudulla vain muutaman sekunnin kerrallaan. Katsojalle jää pintapuolisesti mielikuva siitä, mikä tai mitä videolla esiintyy. Nopeatempoisuus ei anna katsojalle aikaa ajatella kriittisesti, mitä tarkalleen videossa näkyy. Kuvanlaatu on materiaalissa sumuinen kopioiden tyylillisesti ensimmäisten videokameroiden

kuvanlaatua. Värit ovat tummia ja keltaiseen taittuvia, mikä luo niille vanhanaikaisen tunnelman. Nämä yksityiskohdat voidaan tulkita niin, että Nasan salaperäisyys on jatkunut monia vuosikymmeniä ja epäilyttävää materiaalia on runsaasti. Tämä materiaalin määrä voi antaa myös mielikuvan katsojalle, että sisällöntuottaja on ilmiön asiantuntija ja tietää asioista enemmän.

4.2 Video2: Entinen astronautti ”todistajana”

Tämä video keskittyy erityisesti sen visuaalisuuteen, joita videossa esiintyvät tekstit tukevat. Edelliseen videoon nähden musiikilla on suurempi rooli tunnelman värittämisessä ja katsojan mielenkiinnon herättämisessä.

4.2.1 Visuaalinen ja tekstuaalinen retoriikka sekä multimodaalisuus

Video esitetään ikään kuin todistusmateriaalina siitä, että yleisölle näytetty materiaali instituutioilta on harhaanjohtavaa. Tätä johtopäätöstä tukee videossa johdattelevat tekstielementit, jotka antavat videolle kehyksen. Videossa tekstielementit korostavat materiaalin ainutlaatuisuutta ja pyrkivät herättämään katsojassa epäilyä ja hämmennystä instituutioita kohtaan. Videon ylemmän tekstin tarkoitus on kiinnittää katsojan huomio visuaaliseen materiaaliin. Alemman tekstin on tarkoitus antaa tukea annetulle kehykselle.

Videossa oleva nainen esitetään entisenä astronauttina, joka antaa katsojalle niin sanotusti elävän todisteen videon väitteestä. Nainen toimii sisällöntuottajan ”todisteena” epärehellisestä ja epäilyttävästä toiminnasta, joka tapahtuu instituutioissa kansalaisilta salassa. Siihen viittaa erityisesti ”kulissien takaa”-ilmaisu. Kulisseilla tarkoitetaan todennäköisesti avaruusasemia ja heidän julkaisemaa materiaalia yleisölle. Videossa suoria väitteitä ei esiinny, joka antaa katsojalle näennäisesti mahdollisuuden tulkita videota. Multimodaaliset elementit kuitenkin johdattelevat katsojaa suhtatumaan epäilevästi instituutioita kohtaan. Jälleen video on yksi ”todiste” kanavalla esiintyvistä narratiivista, missä instituutioihin ei voi luottaa.

Musiikin osuus videossa korostuu erityisesti tunnelman luomisessa. Katsoja musiikin kuullessaan ymmärtää, että kyseisessä videossa on jotain normaalista poikkeavaa sen ahdistavan ja pelottavan tunnelman vuoksi. Musiikin tehtävä on tehostaa visuaalista argumenttia sillä, että videon sisältö on kiinnostava ja epäilyttävää. Se osaltaan vahvistaa videon tulkintatapaa eli sen kehystä.

4.2.2 Aristoteleen kolmijako-oppi

Sisällöntuottaja rakentaa eetosta itselleen videon astronautista. Astronautti toimii videossa todistajana, jonka kuuluu tietää, mitä kulissien takana tapahtuu. Entinen-ilmaus kertoo katsojalle enthymeman, jossa oletetaan, että entiseen astronauttiin voidaan luottaa hänen aiemman työkokemuksensa perusteella. Sisällöntuottaja luo oman roolinsa katsojalle ”viestin välittäjänä”. Hän haluaa pitää katsojat ajan tasalla meille jaetusta tiedosta. Tämä voi luoda katsojalle ajatusta uskottavuudesta ja asiantuntevuudesta.

Sisällöntuottaja on rakentanut paatosta ”uniikki” sanalla. Uniikki tarkoittaa tavallisesta poikkeavaa, jolla katsojan annetaan ymmärtää, että tämän kaltaisen materiaalin saa käsiin vain tietyt ja harvat. Tämä luo yhteisöllisyyden tunnetta yleisön kesken. Yleisö näkee vain tämän uniikin ja poikkeavan materiaalin, mitä sisällöntuottaja on jakanut. Uniikilla voidaan myös tarkoittaa, että vastaavaa materiaalia ei tavallisesti jaeta virallisilta tahoilta, mikä rakentaa poikkeuksellisuutta ja herättää kysymyksen siitä, mitä muuta tietoa mahdollisesti pidetään salassa.

Logos näyttäytyy videolla enimmäkseen visuaalisena todisteena. Tekstit luovat videolle tarinan ja uskottavuuden, mutta videossa esiintyvä kohta on tarkoitettu visuaaliseksi argumentiksi. Video on jaettu tarkoituksella kahtia, jotta voidaan nähdä, mitä kulissien takana ”oikeasti” tapahtuu. Katsojaa yritetään uskotella siihen, että nämä kulissit ovat huijausta. Logos rakentuu siis visuaalisista enthymenoista, mitä katsojan pohtii videon perusteella.

4.3 Sovelluksen mainostuksen retorinen ja multimodaalinen tulkinta

Lopussa näytettävällä mainostuksella on keskeinen rooli uskottavuuden rakentamisessa. Yleisön on helpompi luottaa puhujan sanaa, jos väitteitä voi ikään kuin itse mennä tutkimaan niiden lähteistä. Videolla esitellään sovelluksen ominaisuuksia kuten 3D-karttaa litteästä maasta, joka väitetään toimivan reaaliajassa taivaankappaleiden kierron mukaan. Tämä ominaisuus antaa erittäin vakuuttavan todisteen katsojalle sisällöntuottajan väitteistä.

Sisällöntuottaja myös mainostaa videolla sovellusta yhteisöksi, jonne kaikki ovat uskostaan riippumatta tervetulleita. Tässä yritetään luoda yhteisöä sovellukseen ja vaikuttaa katsojan tunnesiteeseen väitteiden kanssa. Väitteet ovat helpompia uskoa, jos niiden takana on kokonainen yhteisö tukemassa. Sovellus toimii myös loogisena jatkona sisällöntuottajan väitteille, josta on helppo todeta niiden todenmukaisuus.

Videoissa tätä ei esitetä suoraan, mutta analyysin perusteella voidaan olettaa, ettei sovellus tarjoa maapallon muotoa koskevaa akateemista tietoa, tai jos tarjoaa, sitä käsitellään kriittisesti ja kyseenalaistaen. Näin sovellus näyttäytyy kaikukammiona, jota sisällöntuottaja itse aktiivisesti rakentaa. Tämä edustaa kehittynyttä tapaa luoda kaikukammioita salaliittoteorioiden ympärille, sillä siinä missä monet sisällöntuottajat hyödyntävät sosiaalisen median algoritmien valmiiksi muodostamia rakenteita, tässä tapauksessa kaikukammioita rakennetaan itsenäisesti sovelluksella.

5 Pohdinta ja johtopäätökset

Analyysin perusteella Flataverse.app pyrkii vaikuttamaan videoillaan osallistavalla ja epäsuoralla retoriikalla. Keskeiset keinot, mitä analyysissä toistuivat, olivat retoriset kysymykset ja enthymemat. Näiden avulla kehystetään ja johdatellaan katsojaa tekemään itse omat johtopäätöksensä. Sisällöntuottaja ei itse antanut suoria väittämiä, vaan tarjosi ”paljastuksia”, joihin katsoja kokee päätyvänsä omien johtopäätöksien kautta. Videot myös rakentavat jatkuvaa me-vastaaan-he-asetelmaa. ”Meillä” sisällöntuottaja viittaa katsojiin sekä itseensä ja ”heillä” viitataan institutionaalisiin toimijoihin kuten Nasaan. Nämä vahvistavat sisällöntuottajan uskottavuutta samaistumisen kautta (eetos) ja luomalla epäluuloa sekä jännitettä toimijoihin tunteisiin vetoamalla (paatos).

Logos rakentuu videoissa näkyvillä visuaalisilla todisteilla. Videoita ja kuvia esitetään näennäisesti puolueettomana aineistona, vaikka niiden tulkintaa ohjaa vahvasti videoiden multimodaaliset piirteet. Visuaalisen materiaalin lisäksi moodit kuten teksti ja Video2:ssa soiva musiikki ohjaavat sekä rakentavat tunnelmaa. Ne antavat vihjeitä, miten sisältöä tulisi tulkita. Nopeat leikkaukset ja lyhyet kuvajaksot Video1:ssa supistavat katsojan kriittistä ajattelua. Nasalta otettujen kuvatodisteiden lisäksi GIF-kuvien ja muiden visuaalisten vihjeiden avulla sisällöntuottaja vahvistaa retorisia kysymyksiä ja kuinka niitä tulisi tulkita.

Videoilla on eroa niiden esitystavassa, sillä Video1:ssa katsojaan yritetään vaikuttaa erityisesti eri argumenteilla, joita visuaaliset materiaalit tukevat. Video2:ssa puolestaan keskiössä on visuaalinen materiaali, jota teksti tukevat. Videoiden yleisömääritelmä on tutkimuksen perusteella erikoisyleisö. Siinä on viitteitä universaaliyleisöstä kuten se, että videot ovat tarkoitettu kaikille niin sanottuna varoituksena tai herätyksenä instituutioiden toimintaa kohtaan. Videoiden tapahtumia ei kuitenkaan selitetä tarkemmin, mikä rajaa joukkoa ja määrittelee yleisön sellaiseksi, joka tietää Nasan kuuleinnoista yksityiskohtia. Sovellus kuitenkin toimii paikkana, jonne kaikki ovat

tervetulleita mutta todennäköisesti sen lataa ne, jotka ovat salaliittoteorioista kiinnostuneita tai uskovat niihin.

Videoissa esiintyy Turnerin (2025) kolme salaliittoteorian piirrettä. Videoiden pohja-ajatuksena toimii avaruusinstituutioiden epäily, joka viittaa käsitteeseen niiden toiminnan liioittelusta. Videoissa liioitellaan Nasan vaikutusvaltaa valehdella koko ihmiskunnalle maapallon muodosta. Erityisesti videoissa korostetaan sitä, että instituutiot ovat pahoja, kun taas me tavalliset ihmiset olemme uhreja eli niin sanotusti hyviä. Lopuksi videossa näkyi suurta vakaumusta omalle uskolle siitä, että Maa on litteä. Mitään vaihtoehtoisia teorioita ei esitetä videolla, vaan kaikkea ja kaikkia johtavia tahoja tulee epäillä.

Yhteenvedona tuloksista voidaan todeta, että videoissa esiintyvät retoriset keinot aktivoivat katsojan tunteita sekä ajatuksia ja moodit taas ohjaavat sekä kehystävät tulkintaa huomaamattomasti haluttuun suuntaan. Uskottavuus rakentuu siis näiden yhdistelmästä.

Kuten Aristoteleskin aikoinaan totesi, maapallo ei ole litteä. Aristoteleen väitettä tukee moni tutkimustieto, joten tieto litteästä maasta on siis valheellista. Videoiden väitteet ovat kuitenkin huomiota herättäviä ja niiden tapa kertoa on katsojan tunteisiin vetoava. Nämä ominaisuudet toimivat TikTokin kaltaisessa sovelluksessa, jossa algoritmit tukevat affektiivisesti latautuvaa sisältöä. Tästä kokonaisuudesta voi helposti muotoutua kaikukammioita.

Tutkimuksesta tekee mielenkiintoisen videoiden kaupallinen ominaisuus. Sisällöntuottaja ei siis pelkästään levitä valheellista tietoa, vaan hän myös hyötyy katsojista kaupallisesti. Erityisesti TikTokissa pystyy saamaan näyttökertojen mukaan pääomaa ja sisällöntuottaja selvästi yrittää saada katsojan kiinnostumaan sekä jäämään katsomaan videota. Täten valheellisen tiedon levittämiselle ei ole vain syynä oma uskomus vaan omat itsekäät aiheet, mikä tekee siitä disinformaatiota. Tutkimuksen

aineisto ei ole kovin laaja, mikä rajoittaa tekemästä suuria yleistyksiä ilmiöstä. Tämä tutkimus vastaa kuitenkin sen tutkimuskysymyksen ja sen avulla voidaan tehdä oletuksia tämän kyseisen TikTok-tilin retorista keinoista. Lisäksi voidaan todeta, että tilillä on kehittynyt tyyli jakaa salaliittoteorioita sisällöntuottajan luoman sovelluksen avulla. Tutkimuksia voidaan siis laajentaa tutkimalla lisää Flataverse.app-tiliä. Esimerkiksi, miten ihmiset suhtautuvat kanavan väitteisiin kommenttikentissä tai pelkästään tutkimalla itse sovellusta. Lisäksi olisi mielenkiintoista tietää, miten sovelluksesta puhutaan muualla sosiaalisessa mediassa vai löytyykö siitä lainkaan keskustelua.

Tutkimus osoittaa, että multimodaalisten ja retoristen keinojen yhdistelmä voi tehdä heikosti perustelluista argumenteista vakuuttavan tuntuisia. Erityisesti sosiaalisen median ympäristössä kuten TikTokissa, jossa sisältö on nopeatempoista ja affektiivista. Tällaiset vaikuttamisen keinot voivat levitä tehokkaasti ja vaikuttaa yleisön käsitykseen todellisuudesta. Jatkossa olisi tärkeää keskittyä tutkimuksissa laajemmin, miten vastaavat strategiat toimivat eri sosiaalisen median alustoilla, ja miten ihmisiä voitaisiin tukea kriittisessä medialukutaidossa.

Lähteet

- Aristoteles. (2012). *Retoriikka*. Gaudeamus Oy.
- ByteDance. (2026, 26. maaliskuuta). *History of ByteDance*. [ByteDance - Inspire Creativity, Enrich Life](#)
- Chen, K., Kim, S. J., Gao, Q. & Raschka, S. (2022). Visual Framing of Science Conspiracy Videos: Integrating Machine Learning with Communication Theories to Study the Use of Color and Brightness. *Computational Communication Research*, 4, 1. <https://doi.org/10.5117/CCR2022.1.003.CHEN>
- Diaz, R. C. & Nilsson, T. (2023). Disinformation and Echo Chambers: How Disinformation Circulates on Social Media Through Identity-Driven Controversies. *Journal of public policy & marketing*, 42, 18-35. <https://doi.org/10.1177/07439156221103852>
- De Graaff, R. (2026, March 16). *Does the Bible teach that the Earth is flat?* The Collector. <https://www.thecollector.com/does-bible-teach-earth-flat/>
- Flataverse. Google Play. Noudettu 26.2.2026 osoitteesta [flataverse app – Android-sovellukset Google Playssa](#)
- Grandinetti, J. & Bruinsma, J. (2022). The Affective Algorithms of Conspiracy TikTok. *Journal of broadcasting & electronic media*, 67, 274-293. <https://doi.org/10.1080/08838151.2022.2140806>
- Guerrero-Sosa, J. D. T., Montoro-Montarroso, A., Romero, F. P., Serrano-Guerrero, J. & Olivas, J. A. (2026), A new hybrid intelligent approach for multimodal detection of suspected disinformation on TikTok. *Multimedia tools and applications*, 85, 37. <https://doi.org/10.1007/s11042-026-21304-8>
- Hameleers, M. (2025). The Nature on Visual Disinformation Online: A Qualitative Content Analysis of Alternative and Social Media on the Netherlands. *Political communication*, 42, 108-126. <https://doi.org/10.1080/10584609.2024.2354389>
- Kakkuri-Knuuttila, M. (toim.). (1998). *Argumentti ja kritiikki: lukemisen, keskustelun ja vakuuttamisen taidot* (7). Gaudeamus.

- Lehti, L. & Eronen-Valli, M. (2018). Diskurssintutkimuksen menetelmiä digitaalisen retoriikan tutkimuksessa. *AFinLA-e: soveltavan kielitieteen tutkimuksia*, 11, 155–176. <https://doi.org/10.30660/afinla.69104>
- Lehtonen, T. (2002). Hyvän argumentaation anatomia. Teoksessa Kinnunen, M., Löytty, O (toim.), Alasuutari, P (toim.). *Tieteellinen kirjoittaminen*. (s. 145–159). Vastapaino.
- Palonen, K. & Summa, H. (1996). *Pelkkää retoriikkaa: tutkimuksen ja politiikan retoriikat*. Vastapaino.
- Pannofino, N. L. (2024). The “Global” Deception: Flat-Earth Conspiracy Theory between Science and Religion. *Genealogy (Basel)*, 8, 32. <https://doi.org/10.3390/genealogy8020032>
- Perelman, C. (2007). Retoriikan valtakunta. Vastapaino.
- Raamattu365.fi. (n.d.). *Ilmestyskirja 7:1*. Suomen evankelisluterilainen kirkko. Noudettu 19.3.2026 osoitteesta [Raamattu365.fi - Johanneksen ilmestys 7](https://raamattu365.fi/johanneksen-ilmestys-7)
- Klofstad, C. A., & Uscinski, J. E. (2024). Does rhetoric drive conspiracy theory beliefs? *Genealogy*, 8, 149. <https://doi.org/10.3390/genealogy8040149>
- Seppänen, J. (2005). *Visuaalinen kulttuuri: teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle*. Vastapaino.
- Stöckl, H. (2004). In between modes: Language and image in printed media. Teoksessa Ventola, E., Charles, C. & Kaltenbacher, M. *Perspectives on Multimodality* (s. 19–21). John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/ddcs.6>
- Tieteen termipankki. (n.d.). *Fundamentalismi*. Haettu 18.3.2026 osoitteesta <https://tieteentermipankki.fi/wiki/Filosofia:fundamentalismi>
- Tseronis, A & Forceville, C. (2017). *Multimodal Argumentation and Rhetoric in Media Genres*. John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/aic.14>
- Turner, H. (2025). Can conspiracy theories ever be plausible? The role of narrative rationality in the assessment of online conspiracy theories. *Communication theory*, 35, 107–117. <https://doi.org/10.1093/ct/qtaf002>
- Vehkoo, J. (2019). *Valheenpaljastajan käsikirja*. Kosmos.

Yeilaghi, N. & Mou, Y. (2025). Artificial Intelligence and Digital Deification: Examining the Construction of Donald Trump's Superhuman Persona. *Javnost*, 32, 115–139.
<https://doi-org.proxy.uwasa.fi/10.1080/13183222.2025.2478787->

Aineistot

TikTok. (2025, 10. huhtikuuta). *Video @flataverse.app* [Video]. TikTok. <https://www.tiktok.com/@flataverse.app/video/7573679577805950220?lang=fi>
[-FI](#)

TikTok. (2025, 8. elokuuta). *Video @flataverse.app* [Video]. TikTok. [\(3\)Once you see it, you can't unsee it 🤖 The Flataverse app will change h... | TikTok](#)