



Vaasan yliopisto
UNIVERSITY OF VAASA

Emmi Suittio

”Koko maailma romahti mun jalkojen alta”

Multimodaalinen analyysi autenttisuuden rakentumisesta Weksin YouTube-videossa ”Meidät pudotetaan LENTOKONEESTA ERÄMAAHAN! (ja yritetään selviytyä kotiin)”

Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö
Viestintätieteiden kandidaatintutkielma
Viestintätieteiden koulutusohjelma

Vaasa 2026

VAASAN YLIOPISTO**Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö**

Tekijä:	Emmi Suittio		
Tutkielman nimi:	”Koko maailma romahti mun jalkojen alta”		
Tutkinto:	Humanististen tieteiden kandidaatti		
Koulutusohjelma:	Viestintätieteiden koulutusohjelma		
Opintosuunta:	Viestintätieteet		
Työn ohjaaja:	Eliisa Vainikka		
Valmistumisvuosi:	2026	Sivumäärä:	29

TIIVISTELMÄ:

Tämä kandidaatintutkielma tarkastelee, miten autenttisuutta rakennetaan multimodaalisesti tubettaja Weksin julkaisemassa mielenterveyttä ja lapsuuden kokemuksia käsittelevässä Meidät pudotetaan LENTOKONEESTA ERÄMAAHAN! (ja yritetään selvittää kotiin) -videossa. Tutkielma tarkastelee autenttisuuden rakentumista viestinnällisenä ilmiönä ja keskittyy siihen, miten Weksi sisällöntuottajana rakentaa merkityksiä, tunteita ja sosiaalisia asenteita. Kiinnostuksen kohteena on se, miten mielenterveyttä koskevia merkityksiä rakennetaan, jaetaan ja neuvotellaan mediaviestinnässä vaikuttajan toimesta.

Weksi, oikealta nimeltään Henry Weckström, on 32-vuotias suomalainen sosiaalisen median vaikuttaja ja sisällöntuottaja. Hänet tunnetaan humoristisista reaktiovideosta sekä sketsivideoista, joissa hän kommentoi sarkastiseen tyyliin suomalaisia arkisia tilanteita ja ihmissuhteita. Tutkielman aineistovideolla nähdään Weckströmin perheessä esiintyneen väkivaltaa ja pelottavia tilanteita päihteiden käytön takia sekä miten Henry on lapsena joutunut kokemaan ja käsittelemään traumaattisia tapahtumia yksin ja piilottelemaan niitä ystäviltään ja lähipiiriltään koko elämänsä. Kertomalla omista lapsuudenkokemuksistaan, niistä johtuneesta aikuisiän vaikeuksista ja kipuilusta hän haluaa rohkaista ihmisiä puhumaan avoimemmin vaikeista asioista sekä hakemaan itselleen ja läheisilleen apua. Video herätti runsaasti keskustelua sosiaalisessa mediassa ja sillä on noin 2,1 miljoonaa katselukertaa YouTubessa (6.3.2026).

Tutkimus osoittaa autenttisuuden olevan viestinnällisesti rakentuva vaikutelma, jonka Weksi luo videollaan tekemällä tietoisia ja harkittuja valintoja, jotka palvelevat kielellistä, visuaalista ja audiitiivista kerronnallista kokonaisuutta. Aitouden ja vilpittömyyden vaikutelma syntyy strategisten, mutta hienovaraisten valintojen sekä katsojan tulkinnan kautta Weksin videolla. Näiden multimodaalisten valintojen avulla Weksi luo uskottavan ja koskettavan kertomuksen, joka vahvistaa hänen omaa viestintäänsä sekä osallistuu laajempaan keskusteluun mielenterveyden merkityksestä ja vaikeista asioista puhumisen tarpeellisuudesta.

AVAINSANAT: Multimodaalisuus, mielenterveys, autenttisuus, sosiaalinen media, YouTube**Sisällys**

1	Johdanto	4
2	Ilmiön jäsentäminen viestinnän tutkimuksessa	6
2.1	Tutkielman tutkimusaukko	7
2.2	Autenttisuus ja YouTube	8
3	Multimodaalisuuden moodit autenttisuuden rakentajina	12
3.1	Tavoitteen perustelu ja tutkimuskysymys	12
3.2	Aineisto	13
3.3	Analyysimenetelmät	14
4	Aineiston analyysi	16
4.1	Äidin katoaminen	16
4.1.1	Kielellinen autenttisuus	16
4.1.2	Visuaalinen autenttisuus	17
4.1.3	Auditiivinen autenttisuus	18
4.2	Tunnistamattomaksi muuttunut isovelji	19
4.2.1	Kielellinen autenttisuus	19
4.2.2	Visuaalinen autenttisuus	20
4.2.3	Auditiivinen autenttisuus	21
4.3	Yhdistävä näkökulma	21
5	Johtopäätökset	25
	Lähteet	27

1 Johdanto

Sosiaalisessa mediassa käydään nykypäivänä yhä enenevässä määrin keskustelua mielenterveyteen liittyvistä aiheista, jolloin videomuotoiset alustat, kuten YouTube, ovat erittäin suosittuja. YouTube on alusta, jossa ihmiset voivat tehdä, jakaa ja katsoa videoita. Käyttäjä lataa alustalle tekemänsä videon, jota muut voivat katsoa, tykätä ja kommentoida omalta laitteeltaan, ajasta ja paikasta riippumatta (Frobenius 2011, s. 815–825). YouTubessa viestintä rakentuu puheen, kuvan, äänen ja editoinnin yhteisvaikutuksesta. YouTube-videot voivat olla lähes rajattomasti minkä pituisia tahansa, mutta erityisesti alusta tarjoaa ominaisuuksiensa puolesta mahdollisuuden pitkille videoille, kun taas esimerkiksi nuorison suosima TikTok mielletään lyhyempien videoiden alustaksi. Viestinnän tutkija Maria Eronen-Valli (2023, s. 64) toteaa tekstin saavan digitaalisessa ympäristössä uusia ulottuvuuksia ja olevan moniaistillista, eli multimodaalista, jolloin se voi sisältää esimerkiksi kirjoitettua tai puhuttua kieltä, videokuvaa ja ääntä.

Weksi, oikealta nimeltään Henry Weckström, on 32-vuotias suomalainen sosiaalisen median vaikuttaja ja sisällöntuottaja, joka tunnetaan humoristisista reaktio- ja sketsivideoistaan, joissa hän kommentoi sarkastiseen tyyliin suomalaisia arkisia tilanteita ja ihmissuhteita. Hän nousi tunnetuksi TikTok-videoidensa avulla ja tilillään hänellä on yli 400 000 seuraajaa. Seuraajia häneltä löytyy YouTube-kanavaltaan sekä Instagram-tililtään, molemmilla noin 100 000 seuraajaa. Weckström on vuoden 2025 marraskuun jälkeen ollut esillä sosiaalisessa mediassa paljastusvideonsa takia. Häntä pidetään yleisestikin menestyneenä, mutta tällaista videota häneltä ei osattu odottaa.

Video poikkeaa normaalista lapsille ja nuorille suunnatusta hyväntuulisesta komediasisällöstä ja leikkimielisistä haastevideoista, sillä hän käsittelee siinä väkivaltaista ja vaikeaa lapsuuttaan sekä äitinsä päihdeongelmia. Videolla nähdään Weckströmin perheessä esiintyneen väkivaltaa ja pelottavia tilanteita päihteiden käytön takia. Henry on lapsena joutunut kokemaan ja käsittelemään traumaattisia tapahtumia yksin ja piilottelemaan niitä ystäviltään ja lähipiiriltään koko elämänsä. Kertomalla omista

lapsuudenkokemuksistaan, niistä johtuneesta aikuisiän vaikeuksista ja kipuilusta hän haluaa rohkaista ihmisiä puhumaan avoimemmin vaikeista asioista sekä hakemaan itselleen ja läheisilleen apua. Synkän aiheensa sekä yllättävän julkaisutahonsa takia video herätti runsaasti keskustelua sosiaalisessa mediassa ja sillä on noin 2,1 miljoonaa katselukertaa YouTubessa (6.3.2026). Tutkielmassa tarkastellaan Weksin videolla rakentuvaa autenttisuutta viestinnällisenä ilmiönä keskittyen siihen, miten merkityksiä ja sosiaalisia asenteita rakennetaan mediaviestinnässä.

2 Ilmiön jäsentäminen viestinnän tutkimuksessa

Pitkät videot mahdollistavat syvällisemmän ja reflektiivisemmän viestinnän, jossa puhujan henkilökohtaisuus sekä autenttisuus korostuvat. YouTube nähdään ensisijaisesti vaikuttajien alustana muun muassa siksi, että vaikuttajalla on mahdollisuus kertoa asioista omalla persoonallisella tyyllillään, kun seuraajat kuulevat tämän äänen, näkevät kasvot ja eleet, sekä voivat seurata vaikuttajan sisältöä pitkiäkin aikoja (Biel & Gatica-Perez 2010, s. 211). Tämä luo katsojalle tunteen siitä, että hän tuntee vaikuttajan henkilökohtaisesti, mikä taas luo katsojalle luottamuksen tunnetta. Se voi mahdollistaa yhteisöllisyyden tunteen rakentumisen (Khan 2017, s. 236).

YouTube-videot tyypillisesti pysyvät pinnalla pitkään ja löytyvät helposti alustalta etsiessä, mikä taas avaa helpon tien tienämiselle. Vaikuttajat voivat halutessaan tienata esimerkiksi mainosten, brändiyhteistöiden ja oman tuotemyynnin avulla. YouTube on monella tapaa tehokas alusta vaikuttajan henkilöbrändin rakentamisen näkökulmasta, sillä siellä voi saada näkyvyyttä sekä pitkäkestoisesti että nopeasti viraaliksi nousemalla. Digitaalisen kulttuurin tutkija Crystal Abidinin (2016, s. 1) mukaan vaikuttajat rakentavat autenttisuuttaan strategisen epäselvyyden kautta. Kun kaupallinen yhteistyö tai taloudellinen hyöty ei ole selkeästi näkyvillä, sisältö voidaan tulkita ”orgaaniseksi” ja siten aidommaksi. Näin autenttisuuden vaikutelma muodostuu keskeiseksi osaksi digitaalisen kulttuurin toimintaperiaatteita, jossa aitouden kokemus lisää sisällöntuottajan uskottavuutta ja hyväksyttävyyttä.

Kun mielenterveydestä viestitään rehellisesti ja hyvin henkilökohtaisella tasolla suurelle yleisölle, autenttisuudella on hyvin keskeinen rooli stigman purkamisessa. Sosiologian tutkijat Bruce Link ja Jo Phelan (2006, s. 528) määrittelevät stigman sosiaalseksi prosessiksi, jossa ihmisten välisiä eroja leimataan negatiivisiksi ja niihin liitetään kielteisiä stereotyyppioita, joka johtaa eriarvoiseen kohteluun ja aseman heikkenemiseen. Stigman purkamisen avulla voidaan normalisoida mielenterveydellisiä haasteita osana arkea ja elämää sekä rakentaa yhteisöllisyyttä ja samaistuvuutta yksilöiden välillä. Weksin YouTube-video kohautti internetissä pian julkaisunsa jälkeen ja on yhdessä aiheensa

kanssa hyvin yhteiskunnallisesti ajankohtainen sekä pyrkimykseltään ihmiskuntaa parempaan suuntaan kasvattava.

2.1 Tutkielman tutkimusaukko

Tämä kandidaatintutkielma tarkastelee, miten autenttisuutta rakennetaan multimodaalisesti Weksin julkaisemassa mielenterveyttä ja lapsuuden kokemuksia käsittelevässä Meidät pudotetaan LENTOKONEESTA ERÄMAAHAN! (ja yritetään selvitä kotiin) -videossa. Tutkielma tarkastelee autenttisuuden rakentumista viestinnällisenä ilmiönä ja keskittyy siihen, miten Weksi sisällöntuottajana rakentaa merkityksiä, tunteita ja sosiaalisia asenteita. Kiinnostuksen kohteena on se, miten mielenterveyttä koskevia merkityksiä rakennetaan, jaetaan ja neuvotellaan mediaviestinnässä. Kun mielenterveydestä viestitään rehellisesti, voi se haastaa stereotyyppisiä mielikuvia, normalisoida mielenterveyden haasteita osana arkea ja elämää, sekä lisätä samaistuvuutta ja yhteisöllisyyttä ihmisten välillä (Yap ja muut, 2017, s. 6–7). Tässä tutkielmassa autenttisuutta tarkastellaan vaikuttajaviestinnän strategiana, jonka avulla pyritään muokkaamaan mielenterveydellisiä merkityksiä ja asenteita.

Tämän tutkielman kiinnostuksen kohteena on mielenterveyttä ja puhujan autenttisuutta koskevien merkitysten rakentaminen sekä niiden jakaminen ja niistä neuvottelemine mediaviestinnässä. Tapaustutkimuksen aineiston alustana toimii YouTube, jossa henkilökohtaiset kokemukset, yhteiskunnalliset asenteet ja julkinen keskustelu kohtaavat toisensa. Esimerkiksi terveys- ja kasvatustieteitä tutkineet Tuula Nygård ja Pirjo Lindfors (2024, s. 2) toteavat tutkimuksessaan, että sosiaalisen median vaikuttajat laajentavat mielenterveyssisältönsä tavoittavuutta sekä sitouttavat yleisöä jakamalla henkilökohtaisia kokemuksia oireista, hoidoista ja selviytymiskeinoista.

Semiotiikan tutkija Roland Barthes (1977, s. 32–51) kertoo tutkimuksessaan kuvalla olevan kulttuurisesti tuotettuja merkitystasoja, jotka syntyvät tulkintojen kautta ja luonnollistavat ideologisia viestejä. Näitä merkitystasoja ovat hänen mukaansa

denotaatio, eli kirjaimellinen merkitys, konnotaatio, eli kulttuurinen merkitys ja myytti, eli ideologinen merkitys. Multimodaalisuutta tutkineet Gunther Kress ja Theo van Leeuwen (1996, s. 165) analysoivat kuvia kolmen metafunktion avulla, joita ovat representaation merkitys, eli mitä kuvassa esitetään, interpersoonallinen merkitys, eli kuvan suhde katsojaan ja kompositionaalinen merkitys eli kuvan visuaalinen rakenne ja painotus. Alla olevasta taulukosta ilmenee, miten kyseiset merkitystasot esiintyvät Weksin videolla. Taulukko havainnollistaa, että autenttisuutta rakentavat elementit ovat sekä konkreettisesti nähtäviä että tulkinnallisia ja vuorovaikutteisia kokonaisuuksia.

Taulukko 1. Barthesin ja Kressin & van Leeuwenin merkitystasot Weksin videolla.

Analysointi	Operationalisointi	Kohtaus äidistä	Kohtaus veljestä
Representaatio	Mitä esitetään	Äidin tavanomainen käytös	Tärisevä mies paljastuu veljeksi
Interpersoona	Suhde katsojaan	Suora, tarinankerronnallinen puhuttelu	Yllätyksellisyys, tunteiden siirto katsojalle
Kompositio	Visuaalinen rakenne	Hämäryys, kolkkous	Kylmyys, sammuneet värit
Denotaatio	Mitä näkyy kirjaimellisesti	Karu kasvu ympäristö, äidin huono käytös	Tärisevän miehen olotila, karu asuinympäristö
Konnotaatio	Kulttuuriset merkitykset	Pelko, arvaamattomuus	Haavoittuvuus, kipu, rakkaus
Myytti	Ideologinen merkitys	Traumat syntyvät, yhteisöön kuuluuus	Eriarvoisuus, kärsimys, häpeä

2.2 Autenttisuus ja YouTube

Sosiologi Josie Reade (2021, s. 536) määrittelee autenttisuuden sosiaalisen median käytännöksi, jossa vaikuttajat pyrkivät tuottamansa sisällön avulla olemaan mahdollisimman aidon tuntuisia ja samaistuttavia, mikä näyttäytyy esimerkiksi rehellisenä keskusteluna mielenterveyden haasteista. Viestintätieteellisessä

tutkimuksessa mielenterveyteen liittyvät merkitykset syntyvät kielen, kertomusten ja representaatioiden kautta. Sosiaalinen media toimii alustana, jossa henkilökohtaiset kokemukset, julkinen keskustelu ja yhteiskunnalliset asenteet kohtaavat. Tämän tutkielman kontekstissa autenttisuus viestinnässä viittaa katsojan kokemukseen vaikuttajan aitoudesta ja rehellisyydestä sekä vilpittömyydestä. Se ei ole pysyvä ominaisuus, vaan viestinnällisesti rakennettu vaikutelma, joka syntyy eri kielellisten ja audiovisuaalisten valintojen yhdistelmänä. Viestinnän tutkija Gunn Enli (2014, s. 84) määrittelee autenttisuuden mediayhteydessä viestinnälliseksi prosessiksi, jossa autenttisuuden aste riippuu siitä, miten pääosapuolet neuvottelevat ja tulkitsevat sen symbolisesti. Vaikuttaja voi rakentaa autenttisuuden kuvaansa esimerkiksi tuomalla esiin omia epävarmuuksiaan ja haavoittuvuuksiaan puhekielisellä ja arkisella ilmaisutavalla (Ferchaud ja muut, 2018, s. 91–93).

Mediatutkija Simon Luecke (2021, s. 642–645) määrittelee autenttisuuden rakentuvan neljästä ulottuvuudesta, joita ovat johdonmukaisuus, intiimiys, välittömyys ja tavallisuus. Johdonmukaisuudella hän tarkoittaa sitä, ettei puhujan toiminta ja arvot muutu ajasta tai paikasta riippuen, vaan ne pysyvät samanlaisina miljöön vaihtuessa. Intiimiydellä viitataan katsojan kokemaan tuttuuden tuntemukseen puhujan paljastaessaan henkilökohtaisia yksityiskohtia itsestään ja elämästään. Tavallisuudella hän tarkoittaa puhujan epätäydellisyyttä ja maanläheisyyttä, sillä tavallinen ihminen on haavoittuvaisempi, jolloin katsojan on helpompi samaistua, ”minä olen kuin hän”. Viimeisenä, välittömyydellä Luecke viittaa reaaliaikaisiin tunnereaktioihin, puhuja vaikuttaa aidommalta, ei etukäteen harjoitellulta, näyttäessään tunteitaan spontaanisti.

Autenttisuudella viitataan tässä tutkielmassa katsojan kokemukseen aitoudesta, rehellisyydestä sekä vilpittömyydestä, jotka rakentuvat multimodaalisten valintojen avulla. Weksi käyttää videolla arkisia ja puhekielisiä ilmauksia, vaikka puhuu omista haavoittuvuuksistaan ja epävarmuuksistaan sekä niiden yhdessä luomasta häpeästä. Hän luo katsojalle vaikutelman, ettei ole asiantuntija vaan puhuu vain omista kokemuksistaan, pyrkimyksenään vapautua häpeästä julkisella ”ulostulolla” omasta

elämästään. Kuten Nygård ja Lindfors (2024, s. 2) kertovat, henkilökohtaiset kertomukset luovat läheisyyttä vaikuttajien ja seuraajien välille, sillä videoiden tekijät esiintyvät yleensä virtuaalisina ystävinä tai läheisinä seuraajilleen.

Itsestä kertominen (self-disclosure) on hyvä keino luoda autenttisuuden vaikutelmaa YouTube-videolla, sillä se rakentaa sekä relationaalisuutta eli suhdetta katsojaan että performatiivisuutta eli autenttisuuden esittämistä puheella ja teoilla (Ferchaud ja muut, 2018, s. 92). Henkilökohtaisista kokemuksistaan, haavoistaan ja virheistään puhumalla vaikuttaja voi esimerkiksi vahvistaa katsojan kokemusta siitä, että tämä pääsee lähelle vaikuttajaa, viestintä on suoraa ja rehellistä, eikä se ole pelkkää roolin esittämistä brändin vahvistamiseksi. Viestinnän tutkija Hye Nah'n (2022, s. 3) mukaan itsepaljastus lisää koettua autenttisuutta, mikä vahvistaa parasosiaalista suhdetta ja viestin hyväksyntää ja siten myös autenttisuutta. Parasosiaalisella suhteella Nah tarkoittaa katsojan kokemusta julkisen henkilön tuntemisesta. Suhde on yksisuuntainen, mutta kokijalle aito. Autenttisuus liitetäänkin usein ajatukseen vaikuttajan sisäisestä, niin sanotusta "todellisesta minästä", jolloin katsojan on helpompi tulkita kyseessä olevan oikea ihminen, eikä pelkkä mediapersoona.

Autenttisuus syntyy näyttämällä "raakaa" materiaalia vaikuttajan keskeneräisyydestä, joka taas madaltaa osapuolten välistä valta-asemaa sekä inhimillistää ja normalisoi vaikuttajan kokemuksia. Autenttisuuden vaikutelma voi kuitenkin romahtaa, mikäli vaikuttajan itsepaljastus koetaan epäaidoksi tai kaupallista hyötyä tavoittelevaksi. Haavoittuvuuden näyttäminen rikkoo kiillotetun, kontrolloidun ja "liian täydellisen" esityksen, joita sosiaalinen media on täynnä. Vaikuttajat pyrkivät useimmiten, alustasta huolimatta, julkaisuillaan täydelliseen virheettömyyteen huolittelemalla ja käsikirjoittamalla sisältönsä etukäteen.

Kun vaikuttaja näyttää esimerkiksi surua ja epävarmuutta avoimesti kanavallaan, voi katsoja tulkita tämän "epätäydellisyyden" merkinä autenttisuudesta. Haavoittuvuus luo emotionaalista läheisyyttä vaikuttajan ja katsojan välille, vahvistaen luottamusta ja

samaistumista sekä lisäen koettua rehellisyyttä. Viestinnän tutkija Leena Mikkolan (2006, s. 61) mukaan vuorovaikutusosapuolet, vaikuttaja ja katsoja, ovat tuen näkökulmasta vertaisia, sillä he osoittavat tukea toisilleen tiettyyn yhteisesti jaettuun kuormittavaksi koettuun asiaan liittyen.

Itsepaljastus, haavoittuvuus, suora puhe ja arkinen estetiikka rakentavat yhdessä autenttisuuden kuvaa. Viestinnän tutkija Alice Marwickin ja teknologian ja sosiaalisen median tutkija Danah Boydin (2014, s. 152) mukaan vaikuttajat rakentavat verkkoidentiteettiään päästämällä katsojansa kulissien taakse, jolloin henkilökohtaiselta vaikuttavan sisällön jakaminen vahvistaa katsojan kokemaa läheisyyden ja autenttisuuden tuntua. Marwick ja Boyd siis osoittavat, miten verkkoidentiteetti performoidaan autenttisuuden vaikutelman luomiseksi.

YouTuben kontekstissa tämä voi tarkoittaa esimerkiksi suoraan katsojalle puhumista henkilökohtaisella tyylillä, mikä vahvistaa koettua läheisyyttä ja luottamuksen tunnetta. Markkinoinnin tutkija Alice Audrezet ja muut (2020, s. 557) toteavat seuraajien arvostavan sitä, että vaikuttaja toimii omasta aidosta kiinnostuksestaan eikä pelkästään kaupallisten syiden vuoksi. Siksi brändiyhteistyöt voivat aiheuttaa jännitteitä vaikuttajan aitouden kokemuksessa, ja vaikuttajan täytyy hallita ja suojella autenttisuuttaan. Autenttisuus voidaan nähdä keskeisenä osana vaikuttajan uskottavuutta, sillä se on strategisesti rakennettu, mutta haavoittuva resurssi.

3 Multimodaalisuuden moodit autenttisuuden rakentajina

Toteutan tutkielman laadullisena tapaustutkimuksena ja tarkastelen siinä Weksin videota ”Meidät pudotetaan LENTOKONEESTA ERÄMAAHAN! (ja yritetään selviytyä kotiin)”. Tapaustutkimus on sopiva menetelmä, sillä tässä tutkielmassa haluan tutkia tätä tiettyä viestinnällistä ilmiötä sen omassa kontekstissaan, eikä tutkimuksen tuloksia ole tarkoitus yleistää laajasti, vaan saada tietoa siitä, miten autenttisuutta rakennetaan videoviestinnässä.

Tutkielman aineistona toimiva YouTube-video käsittelee mielenterveyttä puhujan henkilökohtaisesta näkökulmasta. Tarkoitukseni on analysoida videota kokonaisuutena, mutta analyysivaiheessa jaan aineistoa multimodaalisten moodien mukaisesti osioihin. Kommenttikenttää tai katsojien reaktioita ei sisällytetä aineistoon. Koska aineistovideon nimi on pitkä, viitataan siihen jatkossa nimellä ”Weksin video”.

3.1 Tavoitteen perustelu ja tutkimuskysymys

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää, millä eri multimodaalisilla valinnoilla sosiaalisen median vaikuttaja Weksi rakentaa autenttisuuden vaikutelmaa YouTube-videollaan. Tutkimus on merkityksellinen, sillä autenttisuus on tärkeä osa mielenterveysaiheisia keskusteluja stigman purkamisen kannalta. Sosiaalisessa mediassa käydään nykypäivänä yhä enenevässä määrin keskustelua mielenterveyteen liittyvistä aiheista ja siksi tämän kandidaatintutkielman tarkoituksena on tarkastella, miten autenttisuutta rakennetaan multimodaalisesti Weksin julkaisemassa mielenterveyttä ja lapsuuden kokemuksia käsittelevässä YouTube-videossa.

Tätä autenttisuutta on tärkeää tutkia, sillä se tekee videosta samaistuttavan ja herättää katsojassa voimakkaita tunteita, jonka takia ihmiset yleensä haluavat reagoida videoon esimerkiksi jakamalla tai kommentoimalla. Reaktiot levittävät videota eteenpäin ja vahvistavat sen vaikutusta, eli katsoja ei pelkästään katso, vaan osallistuu keskusteluun. Video synnyttää aktiivista vuorovaikutusta, koska katsojat kokevat sen rehelliseksi ja

samaistuttavaksi. Weksin video nousi viraaliksi ja siitä keskusteltiin sosiaalisessa mediassa niin laajasti, että se päätyi journalistiseen käsittelyyn, kun useat uutismediat tekivät juttuja videon koskettavuudesta ja mielenterveysaiheisuudesta. Videota ei käsitellä pelkästään viihteenä, vaan sitä pidetään merkittävänä puheenvuorona vaikeasta aiheesta, eli mielenterveydestä.

Tutkielma tarkastelee niitä viestinnällisiä keinoja, joilla autenttisuuden vaikutelmaa rakennetaan videossa ja keskittyy siihen, miten Weksi sisällöntuottajana rakentaa kyseisiä merkityksiä, tunteita ja sosiaalisia asenteita. Kiinnostuksen kohteena on se, miten mielenterveyttä koskevia merkityksiä rakennetaan, jaetaan ja neuvotellaan mediaviestinnässä. Tutkimuksen avulla pyritään vastaamaan seuraavaan tutkimuskysymykseen:

1. Millaisilla multimodaalisilla valinnoilla Weksi rakentaa autenttisuuden vaikutelmaa videollaan ”Meidät pudotetaan LENTOKONEESTA ERÄMAAHAN! (ja yritetään selviytyä kotiin)”?

3.2 Aineisto

Tutkielman aineistona toimii sosiaalisen median vaikuttaja Weksin YouTube-video. Video on noin kaksi ja puoli tuntia pitkä, koostuen kahdesta erillisestä tarinasta, jotka pyörivät videolla vuorotellen. Ensimmäinen tarina sijoittuu nykyhetkeen, kun aikuinen Weksi hyppää vaikuttajaystävänsä Andreas Tolosen kanssa liikkuvasta lentokoneesta erämaahan ilman tietoa omasta sijainnistaan Euroopan alueella, mukanaan vain repullinen tavaraa ja tavoitteenaan selviytyä 72 tunnissa ilman rahaa lapsuudenkotiin Suomen Kerkkooseen isänsä luo. Toinen tarina sijoittuu Weksin lapsuuteen ja etenee ikävuosien mukaisesti eteenpäin kuvaten traumaattisimpia hetkiä Weksin ja sisarusten perhe-elämästä. Videolla näkyy aitoja lapsuuskuvia sekä näyteltyä tarinaosuutta tukemaan Weksin kertomaa. Keskityn tässä tutkielmassa vain lapsuutta kuvaaviin kohtauksiin, sillä ne ovat aiheen kannalta relevantimpaa sisältöä.

Näitä ovat videon alkupuolella nähtävä kohtaus, jossa Weksin äiti poistuu kotoa käymään perheen lähikaupassa, mutta katoaa moneksi tunniksi jäljettömiin ja palaa takaisin keskellä yötä, sekaisin lääkkeiden ja alkoholin yhteiskäytöstä. Toinen analysoitava kohtaus löytyy videon loppupuolelta, kun Weksi on matkalla tapaamaan äitiään 20 vuoden jälkeen, mutta törmää tunnistamattomaksi muuttuneeseen isoveljeensä.

Valitsin tämän aineiston, koska mielenterveys näkyy jokaisen ihmisen elämässä ja jokaisen ihmisen on tärkeää pitää omasta mielenterveydestään huolta. Aiemmin mielenterveyttä ja etenkin sen vaikeuksia on pidetty tabuna eli kiellettyinä puheenaiheena. Digitalisaation myötä aiemmin kielletyistä puheenaiheista puhutaan nykyään yhä avoimemmin, rohkeammin ja rehellisemmin, kuin ennen.

Varsinkin miesten on ennen ”pitänyt” olla järkkymättömiä ja tunnekylmiä, joten on tärkeää kannustaa heitä kertomaan kokemuksistaan avoimesti ilman häpeän tai heikkouden tunteita. Weksi näyttää tästä rohkeaa esimerkkiä omalla videollaan, jota nimittää ”matkaksi menneisyyteensä sekä pois sieltä”, sillä videon tarkoituksena on vapauttaa hänet kantamasta häpeän tunnetta lapsuudestaan ja kokemuksensa salailusta. ”Kerron mun lapsuudentarinan, jota en oo ennen uskaltanut näyttää”, hän sanoittaa videonsa kuvauksessa.

3.3 Analyysimenetelmät

Käytän tutkielmassani multimodaalista analyysia, joten analysoin valitsemaani YouTube-videota tarkastelemalla sen sisältämiä ilmaisumuotoja, kuten kieli, kuva, ääni, eleet, leikkaus. Tarkastelen, miten eri elementit kuten käytetty kieli, visuaaliset ja auditiiviset valinnat sekä kaikki nämä yhdessä tuottavat merkityksiä ja rakentavat autenttisuutta. Kielellisen teknologian ja multimodaalisuuden tutkija John Bateman ja muut (2017, s. 7) kertovat multimodaalisuuden olevan tapa luonnehtia viestintätilanteita, joissa eri viestinnän muotojen yhdistelmät toimivat tehokkaasti yhdessä.

Videomateriaalia analysoidessani kiinnitän huomiota esimerkiksi vaikuttajan puhetyyliin ja käytettyihin sanavalintoihin, ilmeisiin, kehollisiin eleisiin, videon kuvakulmiin, leikkaukseen (tai sen olemattomuuteen), rajaukseen sekä äänensävyyn, hiljaisuuteen ja mahdolliseen taustamusiikkiin. Multimodaalisuuden tutkijat Kress ja Van Leeuwen (2006, s. 20) toteavat, että eri moodit luovat merkityksiä ja multimodaalisen analyysin avulla voidaankin tarkastella niiden suhdetta toisiinsa, sekä niiden muodostamaa merkityskokonaisuutta.

Tutkin sitä, mitä sanotaan, miten se näytetään, miltä se kuulostaa ja miten nämä yhdessä rakentavat autenttisuutta. Valitsin multimodaalisen analyysin, sillä sen voi analysoida paremmin videon eri esitysmuotoja. Halusin analysoida aineistoa mahdollisimman monipuolisesti, mutta kuitenkin kandidaatintutkielman sallimissa rajoissa. Yllä mainitsemani ilmaisumuodot ja elementit ovat tärkeitä analyysin kohteita, sillä pienet muutokset niiden yhdistelmissä voivat muuttaa koko viestintätilanteen laatua suuresti, joten tutkin, miksi ja miten videolla ilmenevät elementit luovat autenttisuuden vaikutelmaa, joka on tärkeää mielenterveysaiheisissa keskusteluissa.

4 Aineiston analyysi

Videomuodossa olevasta materiaalista päätin rajata kaksi kohtausta, joita analysoin multimodaalisin keinoin. Näistä kohtauksista on tarkoitukseni analysoida, miten Weksi rakentaa autenttisuuden vaikutelmaa videollaan. Koska käytän multimodaalista analyysimenetelmää, olen analysoinut aineiston kolmesta eri ulottuvuudesta; kielellisesti, visuaalisesti ja auditiivisesti. Kielelliseen analyysiin olen yhdistänyt typografiset huomiot, joita tein analysoinnin aikana. Multimodaalisuuden ilmentämiseksi kirjoitin kolmijaottelun lisäksi yhdistävästä näkökulmasta, miten nämä kolme tasoa toimivat yhdessä autenttisuuden kannalta.

4.1 Äidin katoaminen

Ensimmäinen rajaamani kohtaus löytyy videon ajankohdasta 1:15-4:15. Kohtauksessa perheen lapset ovat vielä pieniä, kun äiti lähtee kauppaan ja katoaakin useaksi tunniksi. Isä joutuu perumaan työvuoronsa ja käy nukkumaan lasten kanssa, mutta yöllä äiti palaakin aggressiivisena hyökäten isän kimppuun. Koska päätin keskittyä Weksin menneisyyttä käsitteleviin kohtiin videossa, ei niissä kuvata ollenkaan etukamerasisältöä tai minäkuva, vaan vain ulkopuolisen katsojan kuvakulmasta kuvattua näyteltyä, elokuvamaista sisältöä. Analyysi keskittyy Weksin ohjaamissa näytelmällisissä muistosoituksissa tehtyihin valintoihin, eli siihen, minkälaisia vaikutelmia hän valinnoillaan luo ja miten ne ilmentävät autenttisuutta.

4.1.1 Kielellinen autenttisuus

Weksi käyttää tasaista, alakuloisen kuuloista äänensävyä selostaessaan kohtauksen tapahtumia niiden tapahtuessa, ja rakentaa kerronnallisella tyyllillään jännitystä tapahtumien edetessä. Hän rytmittää tarinaa esimerkiksi rytmillisellä puheella, joka ilmenee esimerkiksi taukoina: "Se oli tavallinen ilta... tai niin mä luulin". Hän vetää

katsojan aivan lähelleen tarinaa kertoessaan käyttämällä suoraan tälle puhuvaa tyyliä, esimerkiksi sanavalintaa ”mä”. Kohtauksen ”Äiti kadoksissa”-otsikon typografisena valintana on käytetty isoa, teräväkulmaista fonttia, joka on värjätty keltaiseksi. Myös hätäkeskuspalvelijan vuorosanat on litteroitu samankaltaisella fontilla keskelle videota luomaan vakavuuden tuntua kohtaukseen.

Weksin esitysvalinnat ovat puhekielisiä, jännitystä luovia kuvaten hänen senhetkisiä heikkouden ja pelon tuntemuksiaan hyvin rehellisesti, ilman asioiden kaunistelua tai koettua tarvetta esittää ”miehisempää” pelottomaksi miellettyä roolia. Valinnat kertovat pelottavista, nöyryyttävistä tapahtumista ja tunteista rehellisesti, puhekielisillä sekä tapahtumia kuvailevilla sanavalinnoilla ja tauotuksilla rakentavat kuvaa Weksin autenttisuudesta: hän haluaa kertoa omista kokemuksistaan rehellisen raa’asti ja tuoda ilmi aidon minuutensa.

4.1.2 Visuaalinen autenttisuus

Kohtaus alkaa mustasta näytöstä, jossa on keltaisella teräväkulmaisella fontilla oleva otsikko ja tapahtumien vuosiluku. Tapahtumien miljöö on synkkä ja karu, Weksin perheen koti sijaitsee kolkolla, matalatuloisemmalla kerrostaloalueella, jossa vain muutama katuvalo ja rappukäytävän lamppu tuovat valoa pimeässä talvimaisemassa. Kohtauksen alussa nähdään kuvat nuorista vanhemmista ja pienistä lapsista, jotka muodostavat Weksin perheen. Rakeislaatuiset 1990-luvun kuvat ovat aitoja, vaikka videolla nähdyt kohtaukset ovat ulkopuolisten näyttelemiä ja perheenjäsenten nimet on muutettu. Weksi on valinnut luoda näytelmäkohtauksien miljööstä mahdollisimman aidolta vaikuttavan.

Asunnosta näkee, ettei siellä asu varakas perhe. Ympäristö on sotkuinen, huonekalut ja asunnon pinnat ovat vanhoja ja kaunistelemattomia. Perheen käytössä on lankapuhelin, asunnon huonekalut sekä astiat ovat yhteen kuulumattomia, joka lisää vähävaraisuuden tuntua. Ulkona tapahtuvissa kohtauksissa on pimeä talviyö ja sisällä asunnossa on

hämärä valaistus. Näytellyt kohtaukset on kuvattu käsikameralla, kuvakulma heilahtelee dramaattisesti, mikä lisää autenttisuuden tuntua ja luo henkilökohtaisemman vaikutelman katsojaan.

Analysoitavan videoklipin värimaailma on sammunutta, eikä siinä näy yhtään kirkkaita värejä. Videon kuvakulma on asetettu lapsen näkökulmaan, otokset on kuvattu matalalta hieman yläviistoon. Lapsien kasvot eivät kuitenkaan näy yhdessäkään kohtauksessa, sillä ne on kuvattu selän takaa tai hieman sivulta kolmantena osapuolena lapsien takaa tai vaihtelevasti suoraan lapsen silmin. Koko perhe nukkuu samassa sängyssä, koska heillä ei ole varaa useampaan, ja äidin palaaminen on kuvattu oven puolella nukkuvan isän olon takaa lapsen näkökulmasta. Huoneessa on pimeää. Aukeavan oven raosta kajastaa valoa sisään, kun tässä kohtaa vielä tuntematon tumma hahmo lähestyy nukkuvaa perhettä. Kohtaus kuvataan osittain lapsi-Weksin silmin ja osittain sängyn alta siten, että näkyvät vain lähestyvät jalat. Tuntematon, pelottavaksi kuvailtu hahmo hyökkää isän päälle ja video menee pimeäksi.

4.1.3 Audiitiivinen autenttisuus

Videolla kuuluu Weksin tasaisen alakuloisen kerronnan lisäksi paljon pelottavaksi ja jännitystä lisääväksi mielletäviä taustäääniä. Aivan kohtauksen alussa nähdään tapahtumien vuosiluku, jonka vierivän liikkeen taustalle on laitettu mittarin vieritystä muistuttava nakutus. Videolla kuuluu kellon tikitystä sekä kellonaikojen edetessä lyövä kirkonkellon jylinä. Kohtaus on ilmapiiriltään piinaava, Weksi korostaa ja välittää tunteen katsojalle tehokkaasti lisäämällä taustalle ydinuhkahälytystä muistuttavan torven tuuttauksen.

Äidin katoamisen jälkeisten tuntien edetessä isä soittaa yhä uudelleen ja uudelleen tämän perään, huokaa syvään jäädessään vastauksetta. Lankapuhelimen nosto- ja laskuäänet korostavat toistoa ja huolen tuntua. Häätäkeskustyöntekijän puheääni on virallinen ja asiatyylinen. Kun äiti palaa kotiin tummana hahmona makuuhuoneen

ovenraossa, Weksi toteaa ”ne äänet alko”. Videolla kuuluu kovien iskujen kolahduksia ja sen jälkeen oven narina, kun se aukenee hiljalleen. Tumman hahmon askeleet tömähtelevät sen lähestyessä nukkuvaa isää. Video menee mustaksi ja lapset kiljaisevat pelosta.

Äänet vahvistavat autenttisuuden vaikutelmaa, sillä kohtausten äänimaailma vahvistaa tunteita, kuten jännitystä ja pelkoa. Tällaiset emotionaaliset vahvikkeet saavat katsojan ymmärtämään pelottavissa tilanteissa vallinnutta ilmapiiriä. Katsojan mukaan ne mahdollisesti saavat tämän myös itse kokemaan samoja tunteita, kuin Weksi on itse kokenut kyseisiä tapahtumia eläessään.

4.2 Tunnistamattomaksi muuttunut isovelji

Tässä kohtauksessa Weksi on matkalla tapaamaan äitiään 20 vuoden jälkeen etsiäkseen vastauksia häntä vaivaaviin kysymyksiin lapsuudestaan ja se löytyy videon kohdasta 1:34:05-1:37:02. Ennen kuin hän pääsee äitinsä luo, törmää hän mieheen, joka on menettänyt motoriikkansa ja tärisee huumeiden käyttämisen takia. Weksi tunnistaa miehen isoveljekseen. Tämä kohtaus on menneisyydestä, mutta hieman tuoreemmasta päästä. Kohtaus on näytelty muiden muistojen tavoin, erona on vain se, että nyt Weksi näyttelee itse itseään.

4.2.1 Kielellinen autenttisuus

Tässäkin kohtauksessa Weksi selostaa kuvailevalla ja adjektiivirikkaalla kielellä sekä värikkäillä sanavalinnoilla tarinan kulkua näytelmäosion edetessä. Hän ajaa äitinsä kerrostaloasunnon pihaan ja kuvailee näkemäänsä ympäristöä esimerkiksi sanoilla ”tosi karu” ja veljeään (jota ei tässä vaiheessa vielä tunnista) sanoilla ”tärisi kuin riivattu”. Hän painottaa merkityksiä toistamalla sanojaan, kuten miehen käytöstä kuvatessa ”yritytti epätoivoisesti” ja veljestään sanomalla ”se oli hän, muttei kuitenkaan”. Tärisävä mies

yrittää avata pyöräänsä lukosta siinä onnistumatta ja Weksi kertoo kohtauksessa, miten hänen teki pahaa katsoa. Hän käyttää puhekielistä tyyliä, esimerkiksi sanoessaan, miten tärisevä mies on menettänyt käsityksen todellisuudesta, kun tällä ”ei oo käryykään” mistään. Weksi tajuaa kyseessä olevan hänen veljensä, kun tärisevä mies kysyy ähisevästi ”Henkka?”. Typografisena valintana tuo kysymys ilmestyy keskelle videota käsin kirjoitetun näköisellä, huteralla valkoisella fontilla. Se ei luo kuvaa uhkaavuudesta ja kuvastaa videon sen hetkistä tunnelmaa. Weksi kuvailee isoveljeään ”tää mies oli mun isoveli, mun suurin sankari”. Hän kuvailee miljöötä rehellisesti sen kaikessa karuudessaan, sekä veljeään rakastavasti, mutta sydäntä särkevin sanoin. Veli on ollut hänelle tärkeä ja on nyt poissa, vaikka seisookin hänen edessään.

4.2.2 Visuaalinen autenttisuus

Tässäkin kohtauksessa ulkona on pimeä talvi-ilta ja vain muutamat katuvalot valaisevat ryysyisen kerrostalon alapihaa. Weksin autossa on pimeää ja modernin, kalliin näköisen auton kojelautavalot ja pääohjauksikön näyttö loistavat värikkäine valoineen. Tärisevä mies on irrottamassa polkupyöräänsä ulkotelineestä, kuvakulma on rajattu niin, ettei tämän kasvot näy. Weksin auton sisältä kuvatessa kuva pysyy vakaana auton liikkeistä huolimatta, mutta kuvakulman siirtyessä tärisevään mieheen alkaa se heilua käsikuvauksen mukaisesti. Kohtauksen värimaailma on kylmä ja kolkko, ympäristössä ei ole kirkkaita tai eloisia värejä. Kalliin auton valot kajastavat viistosti tärisevään mieheen päin, ja niistä näkyy, miten ulkona sataa lunta. Weksi nousee autostaan huolestunut ilme kasvoillaan, niitä ei ole rajattu kuvasta pois, toisin kuin tärisevän miehen. Video menee mustaksi, kun tärisevä mies kysyy ”Henkka?”. Tämä tuo kohtaukseen dramatiikkaa ja luo vaikutelmaa Weksin shokin ja järkytyksen tunteista.

Tämän jälkeen videolla pyörivät veljen lapsuuskuvat, jotka ovat väritykseltään kirkkaita ja eloisia, toisin kuin kohtauksen miljöö. Veli hymyilee kaikissa kuvissa leveästi ja huolehtii pienistä sisaruksistaan karussa lapsuusympäristössä vanhempiensa ryysyisessä kodissa. Hän peitti kaiken kipunsa hymynsä taakse Weksin mukaan. Lapsuuskuvista palataan takaisin näyteltyyn kohtaukseen, jossa veljekset halaavat toisiaan. Kamera käy

molempien selkien takana näyttämässä, miten he halaavat toisiaan. Veljen kädet tärisevät myös halauksen aikana. Kuvakulma on asetettu niin, ettei kummankaan kasvot näy kuvassa. Kamera kääntyy veljen ”sossurahoilla” hankittuun pyörään, sen jälkeen Weksin kalliiseen autoon. Tämän jälkeen video menee mustaksi ja Weksi sanoo, miten häntä ei ole koskaan hävettänyt niin paljoa.

4.2.3 Auditiivinen autenttisuus

Kohtauksen taustamusiikkina soi instrumentaalinen versio artisti Didon kappaleesta Thank You, se kanavoi Weksin tuntemaa sydämen särkymistä. Weksi selostaa näytelmäkohtauksen tapahtumia samalla tasaisen synkällä puheäänellään, kuin aiemmassa kohtauksessa. Alakuloisesta sävystä huolimatta puheesta saa kuitenkin selvää, ja artikulaatio pysyy selkeänä. Weksin lähestyessä tärisevää miestä, kysyy tämä sammaltavalla äänellä, ”Henkka?”. Sana jää hetkeksi kaikumaan taustalle ja musiikissa kuuluu hetkellinen tauko. Weksin ääni särkyä ja muuttuu itkuseksi, kun hän tajuaa tärisevän miehen olevan veljensä. Äänestä kuuluu, miten hän yrittää niellä itkuaan, välillä se särkyä vain kuiskaukseksi. Artikulaatio ei ole enää selkeää itkun keskeltä. Veljesten halatessa Weksi takeltelee sanoissaan ja itkee välillä pelkkää itkua. Veli kehuu Weksin autoa, tämän ääni on matalampi ja puhe sammaltavampi. ”Mua ei oo koskaan hävettänyt niin paljo”, Weksi sanoo raastavalla, itkuseksi huokaisuksi särkyvällä äänellä.

4.3 Yhdistävä näkökulma

Video muistuttaa esitystavaltaan true crime -genren teosta. Sen sisältö perustuu tositapahtumiin, mutta on tyyliltään tarinallinen ja sisältää draaman keinoja, kuten cliffhangereitä. Kerronnan tyyli on analyttinen sisältäen pohdintaa esimerkiksi motiiveista ja psykologiasta. Siinä käydään yksityiskohtaisesti läpi mitä on tapahtunut, miksi niin tapahtui ja miten ”rikos” ratkaistiin. Kerronnassa käytetään konkreettisia faktoja, kuten tapahtumapaikat, -ajankohdat sekä tapahtumien kulku. Kerronnan sävy

on rauhallinen, mutta vakava. Tietoa annetaan katsojalle vähitellen ja katsoja otetaan mukaan selvittämään tapausta, mikä rakentaa jännitystä. Videolla käsitellään myös epäoikeudenmukaisuutta sekä rikosten vaikutusta uhriin ja lähipiiriin.

Aineiston alussa katsojalle uskotellaan perheen äidin kadonneen siksi, että hänelle on sattunut jotain paha. Vaikutelma muodostuu Weksin tekemistä multimodaalisista valinnoista, kuten kielellinen valinta ”kadonnut”-sanan käytöstä, esimerkiksi karanneen sijaan. Kerronnalliset valinnat jättävät äidin kohtalon ensin epäselväksi ja tietämättömydestä syntyneen jännityksen vaikutelmaa vahvistetaan taustaanilla ja murhamysteeriä muistuttavilla visuaalisilla elementeillä, kuten videolla välähtelevillä valokuvilla. Kohtauksen lopussa katsojalle paljastuu, ettei äiti ollutkaan kadonnut vasten tahtoaan, vaan tarkoituksella päästäkseen sekakäyttämään päihteitä. Isoveljeä käsittelevässä kohtauksessa nähdään paljon samankaltaisia valintoja moodeissa, kuten esimerkiksi kielellisissä valinnoissa, jännitystä lisäävissä auditiivisissa valinnoissa, sekä valokuvilla henkilöstä.

Suurin ero kohtausten välillä on yllätyksen elementti, joka ilmenee veljestä kertovassa kohtauksessa. Äiti on heti videon alusta määritelty tarinan roistoksi, mutta veli sen sijaan on ensin valittu esittää hyvänä hahmona ja Weksin suurimpana sankarina. Yllätyksen elementtinä tapahtuu veljen sankarikuvan hajoaminen, kun Weksi tunnistaa tämän olevan kohtauksen tärkeä mies. Yleensä isovelji on aina suurin sankari nuoremmille sisaruksille, joka luo samaistuvuutta katsojan ja Weksin välille. Se lisää koskettavuutta, kun Weksi vasaroi tuon sankarikuvan rikki valinnoillaan. Veli on ollut isähahmo ja suojelija, mutta todellisuudessa hän on peittänyt oman kipunsa ja aikuisena murtunut, vaikka lapsena vaikutti ulospäin vahvalta. Analysoitavan aineiston ulkopuolella nähdään kohtaus, jossa Weksi kertoo murtuneensa ja yrittäneensä itsemurhaa, sillä tieto isoveljen kohtalosta särki hänen sydämensä. Video on kuvattu Weksin näkökulmasta ja hän käyttää kerronnassaan samaistuttavaa kieltä, joten katsoja pääsee paremmin tapahtumien tunnemaailmaan kiinni ja on mukana tilanteessa kokemassa asiat.

Molemmissa kohtauksissa nähdään karua ja kolkkoa visuaalista kuvaa, ensimmäisessä kohtauksessa näitä ovat huonekalut, astiat ja asunnon kunto, toisessa kohtauksessa ympäristö ja ajan kuluttamat polkupyörät. Molemmissa kohtauksissa yhteisenä on karu ja turvaton asuinalue. Nämä lisäävät autenttisuuden tuntua, sillä harvalla perheellä on varaa täydelliseen astiastoon ja yhteenkuuluviin huonekaluihin, vaikka ne ovat sinällään vain sivuseikka videon aiheen näkökulmasta. Weksin lapsuuden perheellä ei ole kallista Familon -sänkyä tai modernia kolmen huoneen asuntoa Westendistä, vaan yksi normaali parisänky koko perheelle ja pieni kaksio Vuosaaresta, joka ei videon tapahtuma-aikaan 1990-luvulla ollut paras paikka kasvattaa lapsia. Videon aihe on synkkä, henkilökohtainen ja monen perhe-elämästä eroava, mutta esimerkiksi tällaisilla visuaalisilla valinnoilla Weksi luo katsojaan yhteenkuuluvuutta.

Etenkin kohtausten auditiivisten valintojen kautta katsojalle välittyy selkeästi ne tunteet, joita Weksi on tilanteissa kokenut. Äidin katoamisesta kertovassa kohtauksessa äänimaailma on salaperäisyyttä ja tietämättömyyden pelkoa korostava, esimerkiksi ajan kulumista kuvastavan kellon tikityksen ja lankapuhelinäänien syystä. Kohtauksen primääritunteena on pelko. Veljen kohtaamista käsittelevä kohtaus sen sijaan on täynnä surua. Weksi purskahtaa itkuun kohtauksen tapahtumia selostaessaan ja hänen äänensä särkyä useaan otteeseen. Kohtauksen taustalle hän on lisännyt kappaleen, jonka teemoina ovat suru ja rakkaus. Molemmissa kohtauksissa auditiivinen maailma vahvistaa Weksin kertomien tapahtumien tunnelatausta ja välittää ne selkeämpänä katsojalle.

Äidin katoamisen aikaan Weksi on ollut lapsi, ja kohtausta uudelleen luodessaan hän on valinnut asettaa kuvakulman lapsen tasolle, katsoja näkee tapahtumat pienen lapsi-Weksin silmin. Maailma näyttää isommalta ja korostuneemmalta, jolloin esimerkiksi oven takaa ilmestyvä tumma hahmo ei ole vain tumma hahmo, vaan suuri ja pelottava vaara, jonka edessä tuntee itsensä pieneksi, heikoksi ja avuttomaksi. Kuvakulman valinta luo vastakkainasettelua tapahtumien kokijan ja ympäröivän maailman välille, pieni vastaan iso, viaton vastaan uhkaava. Se myös välittää tunteita tehokkaasti katsojalle. Lapsen näkökulmasta on vaikea ymmärtää vanhemman päihteidenkäyttöä. Lapsi

ihmettelee ja pelkää, miksi äiti käyttäytyy kummallisesti vaikuttaen vihaiselta. Aikuisiällä taas on vaikea ymmärtää, miten oma äiti valitsee mieluummin päihteet kuin lapsensa. Se huonontaa mielenterveyttä, katkeroittaa ja tekee vihaiseksi. Aikuisella lapsella on suurentunut riski päihdeongelmiin, sillä se on kotoa opittu keino käsitellä pahaa oloa.

Weksi keskittyy videossaan vahvasti omaan perhekuvaansa ja kasvuympäristöönsä. Videolta ilmenee hänen perheeseensä kuuluvan sankari-isä, roistoäiti, vanhempi isovelji ja Weksin kanssa samaa ikää oleva isosisko. Kasvaessaan lapsi useimmiten ottaa mallia ympäröivästä perheestään ja maailmankuva keskittyy suurelta osin vain heihin, aivan kuten Weksin tarinassa, lapsuudessa tapahtuneet karut ja pelottavat tapahtumat ovat kaikki, mitä hän sillä hetkellä tietää. Ne ovat hänen koko elämänsä sillä hetkellä.

Videon lopulla Weksi paljastaa katsojalle salaisuuden, jonka takia hän on jaksanut selviytyä ikävistä kokemuksista uudelleen ja uudelleen, hänellä nimittäin on pikkuveli. Tällä hän viestittää yrittävänsä jaksaa veljensä ansiosta, sillä hän on tämän silmissä samanlainen sankari, kuin tärkeä mies joskus oli hänelle. Weksi on siis eräänlainen kokemusasiantuntija, eikä halua toistaa oman isoveljensä kohtaloa oman pikkuveljensä koettavaksi. Video on samaistuttava, koska moni tulee rikkinäisistä perheistä. Videon on tarkoitus olla avunhuuto miesten mielenterveyteen ja tunteista puhumiseen liittyen, ja hän haluaa avata keskustelun aiheesta kertomalla omista kokemuksistaan. Tämä on tärkeää, sillä rakentamansa autenttisuuden avulla hän pyrkii purkamaan aiheetta ympäröivää stigmaa.

5 Johtopäätökset

Tutkimukseni tavoitteena oli selvittää, millaisilla multimodaalisilla valinnoilla Weksi rakentaa autenttisuuden vaikutelmaa YouTube-videollaan. Tutkielmassa tarkastelin autenttisuutta viestinnällisenä ilmiönä keskittyen siihen, miten kielelliset, visuaaliset ja auditiiviset valinnat yhdessä tuottavat kokemuksen puhujan aitoudesta, rehellisyydestä ja vilpittömyydestä. Käyttämäni laadullinen tapaustutkimus ja multimodaalinen analyysimenetelmä mahdollistivat yksityiskohtaisen tarkastelun valinnoista, joilla Weksi rakentaa videollaan merkityksiä, tunteita ja haastaa sosiaalisia asenteita.

Tutkimukseni keskeisin havainto on, että autenttisuus rakentuu eri ilmaisumuotojen yhteisvaikutuksesta. Kerronnan kielelliset, visuaaliset ja auditiiviset ominaisuudet tukevat toisiaan muodostaen yhteisvaikutuksen, joka auttaa katsojaa jakamaan puhujan kokemukset ja tunteet tämän kanssa. Weksin käyttämä puhekielinen, henkilökohtainen ja ajoittain katkonainen kerronta, ”Se oli tavallinen ilta... tai niin mä luulin”, luo vaikutelman reaaliaikaisesta reagoinnista ja vilpittömyydestä. Hän ei asennoi itseään asiantuntijaksi vaan asioiden kokijaksi, joka puhuu omista muistoistaan, kokemuksistaan ja tunteistaan. Tämä luo katsojalle vaikutelman läheisyydestä ja rehellisestä keskeneräisyydestä. Tarinassa näytetyt aidot lapsuus kuvat ja pelon tuntua kasvattavat taustaanitehosteet rakentavat autenttisuutta. Weksin tarinan ”ulostulo”-muoto vahvistaa kyseessä olevan aito elämäntarina, eikä käsikirjoitettu mediatuote.

Analyysin avulla pyrin havainnollistamaan, että Weksin rakentama autenttisuus toimii keskeisenä tekijänä mielenterveyteen liittyvän stigman haastamisessa. Puhumalla avoimesti kokemuksistaan häpeän ja traumaattisesta perhe-elämästä sekä (miesten) tunneilmaisun vaikeuksista Weksi pyrkii normalisoimaan vaikeista aiheista puhumista ja tekee siitä sosiaalisesti hyväksyttävämpää. Autenttisuus lisää viestin uskottavuutta ja helpottaa kynnystä jakaa omia kokemuksia aiheesta. Tekemillään multimodaalisilla valinnoilla Weksi ei asennoi katsojaa ulkopuoliseksi henkilöksi, vaan osalliseksi kertomukseensa.

Yhteisöllisyyttä on tarkasteltu osana videojulkaisuihin liittyvän sosiaalisen tuen tutkimusta, esimerkiksi ihmisen ja tietokoneen välisen vuorovaikutuksen (HCI) tutkija Jina Huh ja muut (2014, s. 22–23) luokittelevat yhteisöllisyyden osaksi sosiaalista tukea. He esittävät yhteisöllisyyden ilmenevän sairauksiin liittyvissä videossa siten, että puhuja ja katsoja jakoivat samoja kiinnostuksen kohteita sekä kuormittavia asioita toisilleen. He esittävät, että emotionaalinen ja tiedollinen tuki ovat merkityksellisiä yhteisöllisyyden kannalta. Markkinoinnin tutkija Matthew Liu ja muut (2019, s. 422) kertovat psyykkisistä sairauksista videojulkaisemista koskevassa tutkimuksessaan, että puhujat usein ilmaisevat toisten auttamisen keskeiseksi syyksi videon tekemiselle. Weksi luo yhtenäisyyttä kertomalla omasta mielisairaudestaan.

Tutkimukseni osoittaa autenttisuuden olevan viestinnällisesti rakentuva vaikutelma, jonka Weksi luo videollaan tekemällä tietoisia ja harkittuja valintoja, jotka palvelevat kielellistä, visuaalista ja auditiivista kerronnallista kokonaisuutta. Valitsemani kohtaukset Weksin videolta olivat sisällöltään eniten tunteella ladattuja ja aitoa ”raakaa” asiaa, että niistä puhuminen voi tuntua äärimmäisen herkältä ja haastavalta, mutta silti Weksi pystyy siihen. Hän valitsee puhua kokemuksistaan, sillä haluaa näyttää katsojilleen sen olevan mahdollista, vaikka se tuntuisikin vaikealta, sillä mielenterveydestä viestiminen on tärkeää. Aitouden ja vilpittömyyden vaikutelma syntyy strategisten, mutta hienovaraisten valintojen, sekä katsojan tulkinnan kautta Weksin videolla. Näiden multimodaalisten valintojen avulla Weksi luo uskottavan ja koskettavan kertomuksen, joka vahvistaa hänen omaa viestintäänsä sekä myös osallistuu laajempaan keskusteluun mielenterveyden merkityksestä ja vaikeista asioista puhumisen tarpeellisuudesta.

Lähteet

- Abidin, C. (2016). "Aren't these just young, rich women doing vain things online?" Influencer selfies as subversive frivolity. *Social Media + Society*, 2(2), 1–17. Noudettu 5.3.2026 osoitteesta <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305116641342>
- Audrezet, A., de Kerviler, G., & Moulard, J. G. (2020). Authenticity under threat: When social media influencers need to go beyond self-presentation. *Journal of Business Research*, 117, 557–569. Noudettu 7.3.2026 osoitteesta [https://www-sciencedirect-com.proxy.uwasa.fi/science/article/pii/S0148296318303229](https://www.sciencedirect-com.proxy.uwasa.fi/science/article/pii/S0148296318303229)
- Barthes, R. (1977). Rhetoric of the image. In: (trans. Heath S). *Image, Music, Text*. New York: Hill and Wang, pp. 32–51 Noudettu 11.4.2026 osoitteesta https://pages.ucsd.edu/~bgoldfarb/cocu108/data/texts/barthes_rhetoric_of.pdf
- Bateman, J., Wildfeuer, J., & Hiippala, T. (2017). *Multimodality: Foundations, research and analysis: a problem-oriented introduction*. Berlin: De Gruyter Mouton. Noudettu 7.4.2026 <https://doi.org/10.1515/9783110479898>
- Biel, J. I. & Gatica-Perez, D. 2010. Voices of vlogging. Paper presented at International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, May 23–26, Washington. Noudettu 9.4.2026 osoitteesta <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/14057>
- Enli, G. S. (2024). Populism as "truth": How mediated authenticity strengthens the populist message. *The International Journal of Press/Politics*, Vol.30 (1), s.83-99 Noudettu 6.3.2026 osoitteesta <https://journals-sagepub-com.proxy.uwasa.fi/doi/pdf/10.1177/19401612231221802>
- Eronen-Valli, M. (2023). Henkilökohtaisuuden vetovoima: Itseilmaisut osana digitaalista retoriikkaa. Teoksessa T. Waaramaa & N. Nissilä (Toim.), *Digitalisoituva viestintä muuttuvassa maailmassa* (s. 63–72). Vaasan yliopisto. Noudettu 7.4.2026 osoitteesta <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-395-076-4>
- Ferchaud, A., Grzeslo, J., Orme, S., & LaGroue, J. 2018. Parasocial attributes and YouTube personalities: Exploring content trends across the most subscribed YouTube

- channels. *Computers in Human Behavior*, 80, 88–96. Noudettu 9.4.2026 osoitteesta <https://www-sciencedirect-com.proxy.uwasa.fi/science/article/pii/S0747563217306155>
- Frobenius, M. 2011. Beginning a monologue: The opening sequence of video blogs. *Journal of Pragmatics*, 43, 814–827. Noudettu 9.4.2026 osoitteesta <https://pascal-francis.inist.fr/vibad/index.php?action=getRecordDetail&idt=23834245>
- Huh, J., Liu, L. S., Neogi, T. & Inkpen, K. & Pratt, W. 2014. Health vlogs as social support for chronic illness management. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 21 (4), 1–31. Noudettu 3.4.2026 osoitteesta <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26146474/>
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (1996). *Reading images: The grammar of visual design*. Routledge. Noudettu 11.4.2026 osoitteesta <https://jfs.ulis.vnu.edu.vn/index.php/fs/article/view/4217/3931>
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images*. Routledge. Noudettu 7.4.2026 osoitteesta <https://research-ebSCO-com.proxy.uwasa.fi/c/slwlh3/search/details/tznlgux2rf?db=nlebk>
- Link, B. G., & Phelan, J. C. (2006). Stigma and its public health implications. *The Lancet*, 367(9509), 528–529. Noudettu 2.5.2026 osoitteesta [https://doi.org/10.1016/s0140-6736\(06\)68184-1](https://doi.org/10.1016/s0140-6736(06)68184-1)
- Liu, M., Liu, Y. & Zhang, L. 2019. Vlog and brand evaluations: the influence of parasocial interaction. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(2), 419–436. Noudettu 3.4.2026 osoitteesta <https://www-emerald-com.proxy.uwasa.fi/apjml/article-pdf/31/2/419/367693/apjml-01-2018-0021.pdf>
- Luebke, S. M. (2021). Political Authenticity: Conceptualization of a Popular Term. *The international journal of press/politics*, 26(3), 635–653. Noudettu 7.4.2026 osoitteesta <https://doi.org/10.1177/1940161220948013>
- Marwick, A., & Boyd, d. (2011). To see and be seen: Celebrity practice on Twitter. *Convergence: The International Journal of Research into New Media*

- Technologies, 17(2), 139–158. Noudettu 6.3.2026 osoitteesta <https://journals-sagepub-com.proxy.uwasa.fi/doi/pdf/10.1177/1354856510394539>
- Mikkola, L. (2006). Tuen merkitykset potilaan ja hoitajan vuorovaikutuksessa. Jyväskylän yliopisto. Noudettu 9.4.2026 osoitteesta <https://urn.fi/URN:ISBN:951-39-2728-8>
- Nah, H. S. (2022). The appeal of “real” in parasocial interaction: The effect of self-disclosure on message acceptance via perceived authenticity and liking. *Computers in Human Behavior*, 132, 107247. Noudettu 6.3.2026 osoitteesta <https://www-sciencedirect-com.proxy.uwasa.fi/science/article/pii/S0747563222001522>
- Nygård, M., & Lindfors, P. (2024). A qualitative study of Finnish YouTubers’ mental health content. *Health Promotion International*. 2025, Vol.40 (3), Article 074. Noudettu 5.3.2026 osoitteesta <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC12158547/pdf/daaf074.pdf>
- Reade, J. (2021). Keeping it raw on the ‘gram: Authenticity, relatability and digital intimacy in fitness cultures on Instagram. *New Media & Society*, 23(3), s.535–553. Noudettu 5.3.2026 osoitteesta <https://journals-sagepub-com.proxy.uwasa.fi/doi/pdf/10.1177/1461444819891699>
- Weksi. (18.11.2025). *Meidät pudotetaan LENTOKONEESTA ERÄMAAHAN! (ja yritetään selviytyä kotiin)*. Youtube. Noudettu 8.2.2026 osoitteesta <https://www.youtube.com/watch?v=05rpXhh36Vc&rco=1>
- Yap, J. E., Zubcevic-Basic, N. & Johnson, L. W. & Lodewyckx, M. A. 2017. Mental health message appeals and audience engagement: Evidence from Australia *Health promotion international*, 7, 1–10. Noudettu 9.4.2026 osoitteesta <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28973286/>