



TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

BLOGISUUNNITELMAN TEKEMINEN BENCHMARKINGIA KÄYTTÄEN

Toni Liimatainen

Opinnäytetyö
Joulukuu 2015
Elokuva ja televisio
Käsikirjoittaminen



TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Elokuva ja televisio
Käsikirjoittaminen

LIIMATAINEN TONI:

Blogisuunnitelman tekeminen benchmarkingia käyttäen

Opinnäytetyö 68 sivua, joista liitteitä 2 sivua
Joulukuu 2015

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia benchmarkingia eli vertailuanalyysia hyödyntäen neljää erilaista terveyst- ja hyvinvointialan blogia ja käyttää tätä aineistoa yhdessä kirjallisten lähteiden kanssa blogisuunnitelman tekemiseen. Työllä haluttiin selvittää miten erilaisissa blogioppaissa ja muissa kirjallisissa lähteissä neuvotaan bloggaamaan.

Vertailuanalyysia ja esimerkkiblogeja hyödyntämällä ilmeni, että ne ovat kehittyneet vuosien saatossa entistä paremmiksi ja lähemmäksi kirjallisten lähteiden esittämiä suosituksia. Kirjallisten lähteiden määrittelemää ”täydellistä blogia” ei työn perusteella kuitenkaan pystytty todentamaan. Henkilökohtaisuudella ja samaistuttavuudella on lopulta suurempi merkitys kuin oppaissa olevilla suosituksilla. Niitä kannattaa tutkia, mutta ei takertua liikaa. Tärkeintä tulevan bloggaajan on ymmärtää, että bloggaaminen on kovaa työtä, mikäli haluaa tavoittaa lukijoita ja erottua muista.

Asiasanat: blogi, bloggaaminen, benchmarking, vertailuanalyysi

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences
Film and Television
Screenwriting

LIIMATAINEN TONI:
Planning a Blog Using Benchmarking

Bachelor's thesis 68 pages, appendices 2 pages
December 2015

The aim of this study was to examine four blogs through comparative analysis, and to make a plan for creating a blog using the resulting data and literature as a guideline. The goal was to find out how different blog guides and other written sources give advice in blogging.

The analysis revealed that blogs have developed over the years, and follow the recommendations given in the guides more closely. However, none of the blogs corresponded to the "perfect blog" defined in the literature. Personality and possibility to identify with the blogger are more important factors than the guide recommendations. The recommendations are worth investigating, still, but one should not cling to them too much. The most important thing in becoming a blogger is to understand that blogging is hard work if you want to reach readers and stand out from others.

Key words: blog, blogging, benchmarking, comparative analysis

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	8
2	OMAN BLOGIN PERUSTAMISEN LÄHTÖKOHDAT	10
3	BLOGIEN VERTAILUA BENCHMARKINGIA KÄYTTÄEN	13
3.1	Vertailtavat blogit benchmarkingissa	13
3.1.1	Kemikaalicocktail	14
3.1.2	Raikasweb	14
3.1.3	Luolalaboratorio.....	15
3.1.4	Lihastohtori	15
4	BLOGI.....	16
4.1	Blogien historia.....	16
4.2	Blogien suosio.....	17
4.3	Blogit nykyään	18
5	BLOGIEN KOHDERYHMÄN MÄÄRITTELY.....	21
6	HYVÄN BLOGIN TUNNUSOMAISET PIIRTEET	23
6.1	Blogin nimi	23
6.1.1	Esimerkkiblogien nimien vertailua	26
6.2	Blogin aihe	28
6.2.1	Esimerkkiblogien aiheiden vertailua.....	30
6.3	Blogin luettavuus	32
6.3.1	Esimerkkiblogien luettavuuden vertailua.....	35
6.4	Blogin visuaalisuus	43
6.4.1	Blogien visuaalisuuden vertailua	44
6.5	Blogialustan valitseminen.....	51
6.5.1	Wordpress.org	51
6.5.2	Wordpress.com.....	52
6.5.3	Blogger.....	52
6.5.4	Tumblr.....	53
7	BLOGISUUNNITELMA.....	54
7.1	Blogin nimi	54
7.2	Blogin aihe	56
7.3	Blogin luettavuus	57
7.4	Blogin visuaalisuus	58
7.5	Blogialustan valitseminen.....	59
8	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	60
	LÄHTEET.....	62

LIITTEET	67
Liite 1. Historiani.....	67

ERITYISSANASTO

Avainsanat eli tagit ovat tunnisteita, joita hyödyntäen lukija voi suunnistaa blogissa tiettyä aihepiiriä koskevien tekstien pariin. Tagien avulla lukija löytää helposti tiettyä aihepiiriä käsitteleviä tekstejä bloggaajan postauksista. Blogrollin tavoin tagit on yleensä sijoitettu blogisivun jompaankumpaan laitaan. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 11-12.)

Blogosfääri on käsite, jolla tarkoitetaan kaikkien maailman blogien muodostamaa yhteisöä eli verkostoa. Blogosfääri rakentuu blogeista ilmenevien linkkien ja kommenttien varaan. Suosittelemalla esimerkiksi muiden ylläpitämiä blogeja blogissaan, bloggaaja luo samalla omaa kuvaansa erityisesti lukijoiden silmissä ja välittää viestiä siitä, mihin porukkaan haluaa kuulua. Merkittävimmissä roolissa blogosfäärin rakentumisessa on kuitenkin kommentit, jotka luovat yleensä blogin antoisinta sisältöä ihmisten keskustellessa eri aiheista. (Kilpi 2006, 17.)

Blogroll on blogisuosituslista, joka on yleensä sijoitettu blogeissa sivuston laitaan. Blogisuosituslistasta on tarkoitus käydä ilmi ne blogit, joita blogin kirjoittaja itse lukee. (Noppari & Hautakangas 2012, 20.) Kortesuo ja Kurvinen (2011, 11) suosittelevat lisäämään omaan blogrolliin myös kilpailijoiden blogeja. Heidän mukaansa tämä edistää yhteisöllisyyttä luoden ja laajentaen bloggaajien välistä verkostoa.

Gadgetit ovat blogien navigointityökaluja, joiden kautta lukija saa tietoa niin kirjoittajasta kuin blogin sisällöstä. Gadgeteja löytyy yleensä ympäri blogia, kuten esimerkiksi otsikkotekstin alta ja blogin sivuista. Otsikkotekstin tai bannerin alta löytyvät gadgetit pitävät sisällään yleensä perinteisempää informaatiota esimerkiksi kirjoittajasta. Sivuston laidasta löytyvät gadgetit puolestaan ovat yleensä esimerkiksi kirjoittajan sosiaalisen median tileihin johtavia. (Toikkanen & Kananen 2014, 18.)

Podcast on verkossa jaettava äänitallenne, jonka käyttäjä voi joko ladata tai kuunnella suoraan palveluntarjoajan sivuilta esimerkiksi mobiililaitteellaan (Pancy 2015, 14).

Postaus on yksi itsenäinen julkaisu blogissa (Kortesuo & Kurvinen 2011, 11.), joka voi sisältää tekstiä, kuvia tai videoita joko yhdessä tai erikseen (Noppari & Hautakangas 2012, 20). Kortesuo ja Kurvinen mainitsevat (2011, 10) että blogista löytyvät vanhat

postaukset pysyvät sellaisinaan kuin ne on julkaistu eikä niiden parantaminen täten ole suotavaa.

Sosiaalinen media eli some tarkoittaa mediakokonaisuutta, jonka muodostavat blogit, verkkokeskustelut, video- ja kuvapalvelut sekä yhteisöpalvelut kuten Facebook. Sosiaalisen median palveluiksi lasketaan kaikki sellaiset sähköiset mediat, joissa käyttäjillä on mahdollisuus kommentoida erilaisia sisältöjä. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 11.)

Syöte on väline, jonka lukijat voivat tilata esimerkiksi sähköpostiinsa, jonne saavat tiedon esimerkiksi kun bloggaaja julkaisee uuden postauksen tai tekee muita muutoksia blogissaan. Syötteistä eli feedeistä tunnetuin on RSS-feed. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 11.) Syötteen tavoin toimii myös Bloglovin' –niminen mobiilisovellus, joka kerää yhteen feediin, eli virtaan kaikkien seurattujen listaan lisättyjen blogien uudet postaukset. Sovelluksen sisällä näitä postauksia on mahdollisuus jakaa, lisätä omiin suosikkeihin tai myöhemmin luettaviksi. Sovelluksesta on suuria hyötyjä niin kirjoittajille blogiensa markkinoinnin suhteen kuin lukuisten eri blogien seuraajille, jotka haluavat pysyä mukana päivitystahdissa. Bloglovinin käyttäjäystävällisyys ja sen tarjoama selkeämpi win-win –tilanne lukijoiden ja bloggaajien välillä tekee siitä merkittävän työkalun blogimaailmassa. (Hooker 2014.) Erilaisten mobiilisovellusten yleistyessä ja yhä useamman blogin markkinoidessa itseään esimerkiksi Facebookissa, on RSS-feedistä tullut hieman vanhanaikainen työkalu.

Vlogi on blogi, jonka sisältöä rakentuu tekstin sijaan audiovisuaalisista elementeistä (Tervonen 2012, 15). Vlogaus on siis videomuotoinen postaus.

1 JOHDANTO

Valitsin opinnäytetyöni aiheeksi blogit, koska olen jo useamman vuoden ajan lukenut niitä aktiivisesti ja kiinnostunut itsekin sellaisen perustamisesta. Olen aloittanut blogin pitämisen jo useampaankin otteeseen, mutta ne ovat kaatuneet laiskuuteni lisäksi siihen, että blogillani ei ole koskaan ollut selkeää aihealuetta, kohderyhmää saati päämäärää. Opinnäytetyön tullessa ajankohtaiseksi päätin yrittää vielä kerran. Olen erityisesti kiinnostunut terveyteen ja hyvinvointiin liittyvistä blogeista. Siksi myös oma blogini tulee käsittelemään tätä aihetta. (ks. seuraava luku.)

Blogit ovat nykyään arkipäivää. Niiden avulla on näennäisesti helppoa ja taloudellista tavoittaa erilaisia yleisöjä. Yksityishenkilönkin on nykyään todella helppoa perustaa blogi erilaisten ilmaisupalveluiden kautta. Koen, että työni on merkittävä media-alalla toimiville käsikirjoittajille, sillä blogit ovat tulleet jäädäkseen osaksi ihmisten arkea niin yksityishenkilöiden kuin kaupallistenkin toimijoiden kohdalla. Uskon, että tulevaisuudessa blogit voivat työllistää käsikirjoittajia.

Työni tarkoituksena on opastaa ja antaa vinkkejä blogin aloittamisesta sen päivittämiseen niin, että bloggaajan toiminta blogikentällä olisi ammattimaisempaa ja tiedostetumpaa heti alusta lähtien. Tarkastelen aihettani ensisijaisesti vasta-alkajan, blogeista kiinnostuneen näkökulmasta, jolla ei välttämättä vielä ole tietoa siitä, mitä kaikkea blogin perustamisen suhteen tulee ottaa huomioon. Koen kuitenkin myös, että jo bloggaava voi hyötyä työstäni. Moni luulee, että blogin pitäminen on helppoa vaikka todellisuudessa se on kovaa työtä. Toivon, että työni auttaa aloittelevaa bloggaajaa ymmärtämään blogin eri osa-alueita ja niiden vaikutuksia toisiinsa ja yleisöön. Työlläni pyrin osoittamaan ne pahimmat ja suurimmat sudenkuopat, joihin monet kompastuvat jo ennen kuin ovat päässeet edes kunnolla alkuun.

Tavoitteenani on perustaa oma blogi noudattaen hyvän blogin periaatteita, joita olen kerännyt erilaisista kirjallisista lähteistä. Hyödynnän työssäni benchmarkkausta eli vertailukehittämistä. Vertailen neljää oman blogini aihepiiriä lähellä olevaa blogia: Kemi-kaalicocktail, Raikasweb, Luolalaboratorio ja Lihastohtori. Valitsin nämä blogit siitä syystä, että ne ovat pitkäaikaisia toimijoita suomalaisella blogikentällä, sekä ne kaikki

liittyvät hieman erilaisista näkökulmista suunnitteilla olevan blogini aiheeseen, terveyteen ja hyvinvointiin. Lisäksi niiden pitkäaikaisena lukijana olen sitä mieltä, että nämä esimerkit ovat onnistuneita. Ne ovat viihdyttäviä, informatiivisia ja uranuurtajia suomalaisessa terveyttä ja hyvinvointia käsittelevässä blogikentässä.

Keskityn työssäni kertomaan aluksi lyhyesti siitä, mistä blogi-ilmiö on saanut alkunsa ja millainen sen vaikutus ja rooli on nykypäivänä. Tämän jälkeen käyn läpi blogien kohderyhmää ja sen määrittelyä, koska kohderyhmä vaikuttaa merkittävästi kaikkien muiden blogin osa-alueiden suunnitteluun ja toteutukseen. On eri asia nimetä nuorille pojille suunnattu blogi kuin aikuisille miehille. Kohderyhmä vaikuttaa keskeisesti myös blogin kieleen ja luettavuuteen. Työni keskeisimmässä osassa käyn läpi kirjallisten lähteiden ja benchmarkkauksen avulla blogien eri osa-alueita. Kyseisessä luvussa käsittelem blogin nimeämisen, aihealueen ja luettavuuden. Lisäksi käyn läpi hieman teknisempiä seikkoja liittyen blogialustan valitsemiseen ja blogin visuaalisuuteen. Tärkeää on huomata, että vaikka olen erotellut nämä osa-alueet niin ne risteävät ja vaikuttavat keskeisesti toisiinsa. Tämän jälkeen olen liittännyt mukaan oman blogisuunnitelmani, jossa pyrin parhaani mukaan hyödyntämään kirjallisista lähteistä saamaani tietoa ja eri blogeja vertaillen tekemiäni havaintoja. Lopuksi pohdin omaa blogisuunnitelmaani ja työni onnistumista.

2 OMAN BLOGIN PERUSTAMISEN LÄHTÖKOHDAT

Sain ajatuksen oman blogin perustamisesta jo pari vuotta sitten kun etsin itselleni apua terveydentilani kohentamiseen. Olin saanut juuri kuulla sairastavani MS-tautia, josta en vielä tuolloin tiennyt mitään. Avuksi tähän epätietoisuuteen muiden ihmisten terveyttä ja hyvinvointia käsittelevät blogit muodostuivat minulle todella tärkeiksi. Blogien kautta aloin ymmärtää millaisia vaikutuksia omilla elämäntapavalinnoilla on omaan terveyteen ja täten koko elämään. Hiljalleen aloin kiinnostua myös siitä, mitä voisin mahdollisesti omalla tarinallani antaa muille ja auttaa heitä aivan kuin minua itseänikin autettiin.

Kun etsii tietoa tai muita kirjoituksia MS-taudista, nousevat sairauden vakavimmat piirteet yleensä ensimmäisinä esiin. Tämä on mielestäni yksi suurimmista ongelmista asioita käsittelevillä, pääasiassa virallisilla sivustoilla. Vastasairastuneen epätietoisessa hakiessa tietoa esimerkiksi Neuroliiton sivuilta välittyy hänelle lohduton sanoma; elämä oli tässä. Totta kai mahdollisia tuki- ja apukeinoja painotetaan myös, mutta virallisten tahojen pohjavire on käytännössä poikkeuksetta lohduton, kliininen, eikä lainkaan elämänmakuinen. Blogini suurin tavoite on puuttua näihin negatiivisiin mielikuviin ja lähestymistapoihin ja tuoda niihin mukaan positiivista asennetta.

Itse koen elämäni vasta alkaneen diagnoosini jälkeen, joten olen tilanteen toivottomuudesta eri mieltä. Tästä syystä koen, että vaihtoehtoisille kirjoituksille on olemassa tilausta. Siksi lähdin opinnäytetyössäni suunnittelemaan blogia, joka voisi olla positiivisempi vaihtoehto vakavasti sairastuneille. Tavoitteenani on tehdä blogista julkinen vuoden 2016 alussa.

Tärkeäksi koen myös sen, että sivustoilla julkaistut kirjoitukset identifioituisivat johonkin tiettyyn henkilöön. Tämä tuo kirjoituksiin uskottavuutta ja persoonaa, jolloin viesti välittyy paremmin. Blogisuunnitelmassani haluankin nostaa itseni rehellisesti kirjoittajan paikalle ja esiintyä omalla nimelläni ja omilla kasvoillani vaikuttavuuden lisäämiseksi.

Aihepiirinä terveys ja hyvinvointi on todella suuri myös blogimaailmassa. Blogeja on jo olemassa runsaasti. Esimerkkeinä tässä työssä hyödyntämäni Kemikaalicocktail, Rai-

kasweb, Luolalaboratorio ja Lihastohtori, jotka ovat vakiinnuttaneet vuosien saatossa omat lukijakuntansa. En kuitenkaan koe tätä millään tavalla ongelmana. Uskon, että tällaisille blogeille on aina käyttöä ja ennen kaikkea tarvetta nykyajan Suomessa. Olen asettanut tavoitteekseni, että jos pystyn blogillani kääntämään konkreettisesti yhdenkin ihmisen elämänsuunnan niin olen onnistunut.

Terveys-, ruoka-, hyvinvointi-, ja liikunta-aiheisten blogien jakaminen omiin loke-roihiinsa on hieman ongelmallista, sillä lähes kaikki ne käsittelevät näitä kaikkia kolmea mainittua aihetta. Tämä on luonnollista, sillä erittäin monessa tapauksessa ne liittyvät hyvin keskeisesti toisiinsa. Blogisuunnitelmassa ja tulevassa blogissani en ole ajattelut unohtaa näistä osa-alueista mitään, koska pelkästään oman tarinani välittämiseksi se ei ole mahdollista. Blogini pääpaino tulee kuitenkin olemaan terveys ja hyvinvointi, joihin liikunta ja ravinto kuuluvat luonnollisina osasina. Ruokaresepteihin perustuvia postauksia en kuitenkaan aio ottaa mukaan vaan keskityn kirjoituksissani ja suunnitelmissani suurempiin kokonaisuuksiin.

Blogini tavoitteena on vedota tunteisiin ja nostaa vakaviin sairauksiin liittyviä asioita esiin positiivisesta näkökulmasta. Blogin tarkoituksena on rohkaista muita jostain pitkäaikaissairaudesta kärsiviä ihmisiä elämään rohkeammin ja ennen kaikkea olemaan avoimempia sairautensa suhteen. Sairaudet eivät ole häpeä vaan valitettavasti keskeinen osa nykyajan Suomea, mistä tulisi puhua enemmän. Suomessa MS-tautia sairastaa n. 7000 – 8000 henkilöä, mikä on verrattain vähän verrattuna esimerkiksi diabetekseen, jonka kanssa elää 700 000 suomalaista. Yhteistä näille kahdelle sairaudelle kuitenkin on, että ne ovat vakavia eikä niitä kumpaakaan tulisi ohittaa tai pitää millään tapaa ihmiselle optimaaleina, normaaleina tiloina. Uskon, että näistä asioista puhuminen nostaa tietoisuutta, millä puolestaan on ennaltaehkäiseviä vaikutuksia.

Tavoittelen ensisijaisesti nuoria ja nuoria aikuisia, jotka elävät jonkin kroonisen sairau- den kanssa, sillä heidän kanssaan minulla on eniten yhteistä ja juuri heille uskon pysty- väni tarjoamaan uskottavinta sisältöä. Oletan myös, että asioiden vastaanottaminen myös lukijoiden puolelta on helpompaa, kun kirjoittajana on oman ikäluokan edustaja. Blogillani pyrin tarjoamaan myös muille mahdollisuuden jakaa tarinoitaan esimerkiksi vieraskirjoittajan roolissa. Täten haluan kannustaa ihmisiä jakamaan omia tarinoitaan ja kasvattamaan ympäröivien ihmisten tietoisuutta.

Blogini suurimpana erottavana tekijänä ja vahvuutena pidän sen suunnitelmallisuutta. Harvoin tulee vastaan äskettäin perustettua blogia, jossa asiat olisi suunniteltu ja mietitty visuaalisuutta myöten tarkasti. Sisällöllisesti blogisuunnitelmani poikkeaa muista aitoudellaan ja tinkimättömyydellään. Samalla pyrin osallistamaan myös lukijoita entistä enemmän vieraskynä–kirjoitusten muodossa. Hauskaa olisi päästä kokeilemaan myös podcastin tai vlogin tekemistä aiheen tiimoilta.

3 BLOGIEN VERTAILUA BENCHMARKINGIA KÄYTTÄEN

Benchmarking on menetelmä, jossa tarkastellaan muita saman alan toimijoita pyrkien soveltamaan heidän käytäntöjä omaan toimintaan. Se on työkalu, jonka avulla opitaan toisilta ja pyritään kehittämään omaa toimintaa. Benchmarkingin voi suomentaa monella tavalla. Sitä voidaan kutsua esimerkiksi vertaisarvioinniksi tai vertailukehittämiseksi. (Sauristo & Parikka 2014.) Työssäni benchmarkingista voitaisiin puhua vertailukehittämisenä, sillä blogisuunnitelmassani olen kehittämässä toimintaani. Käytän työssäni termiä benchmarking, koska sitä käytetään myös suomenkielisessä kehittämistutkimuksessa. (ks. esim. Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014.)

Benchmarking valikoitui tiedonhakumenetelmäksi siitä syystä, että halusin kirjallisen tiedon lisäksi ymmärtää ja analysoida jo olemassa olevia blogeja. Halusin nähdä, miten kirjallisista lähteistä kerätyt hyvän blogin tunnusmerkit toteutuvat käytännössä ja mihin niistä minun kannattaa suunnitelmassani kiinnittää erityistä huomiota. Alustavasti kirjallisiin lähteisiin tutustuessani ymmärsin nopeasti, että en voi nojata pelkästään niihin vaan tarvitsen työni ja blogisuunnitelmani tueksi jo olemassa olevien blogien analysointia.

Tutkimukseni voi liittää löyhästi käyttäjäkeskeiseen kehittämistutkimukseen, jossa käyttäjä tai asiakas on mukana kehittämisessä. Tässä yhteydessä olen kahdessa roolissa, sekä käyttäjänä, että tutkijana. Blogeja vertaillessani teen havaintoja käyttäjänä ja analysoin niitä tutkijana.

3.1 Vertailtavat blogit benchmarkingissa

Valitsin esimerkkiplogit terveyttä ja hyvinvointia käsittelevistä blogeista siitä syystä, että oma blogini liittyy kyseiseen aihealueeseen. Blogit ovat toimineet useita vuosia ja vakiinnuttaneet lukijakuntansa, joten niiden asemaa voidaan pitää vahvana. Keskeisenä valintakriteerinä pidin myös sitä, että esimerkkiplogit eroavat näkökulmaltaan hieman toisistaan. Valitsin vertailtavaksi neljä blogia. Otos on pieni, mutta tässä yhteydessä oletan niiden edustavan riittävästi terveyteen ja hyvinvointiin liittyviä blogeja. Jätin

muita aiheita käsittelevät blogit tutkimukseni ulkopuolelle, koska tutkittava aineisto olisi laajentunut liiaksi, mistä johtuen tutkimusmenetelmää olisi pitänyt muuttaa. Tämä olisi muuttanut työni luonnetta eikä henkilökohtainen tarpeeni työtä kohtaan olisi välitynyt tarpeeksi. Rajaamalla käsiteltävien blogien aihealueen samaksi kuin tulevan blogini, saan tarkemman kuvan siitä, miten alalla jo toimitaan. Tämä helpottaa blogisuunnitelmani tekemistä.

Käytän benchmarkkausta työkaluna analysoidessani esimerkkiblogien eri osa-alueita. Käyn esimerkkien kautta läpi blogin nimeämistä, aihealuetta ja luettavuutta. Samassa yhteydessä käsittelen myös visuaalisuutta ja blogialustan valitsemista, jotka ovat teknisiä seikkoja, mutta todella tärkeitä. Lisäksi visuaalisuus ja alustan valitseminen liittyvät keskeisesti toisiinsa. Valitsin käsiteltäväksi nämä osa-alueet, koska ne painoutuivat kirjallisissa lähteissä selkeästi esiten.

3.1.1 Kemikaalicocktail

Kemikaalicocktail on vuonna 2008 perustettu blogi, jota kirjoittaa Noora Shingler. Shingler on koulutukseltaan toimittaja. Kemikaalicocktail syntyi Shinglerin työskennellessä Yleisradion Kuningaskuluttaja –ohjelmassa. Ohjelmaa tehdessään Shingler kertoo tajunneensa, millaisen kemikaalimäärän kanssa ihmiset ovat yhteydessä elämänsä aikana. (Shingler 2015.) Tästä hän sai kipinän perustaa asian ympärille blogin, jonka aihepiiri tuntui olevan blogin perustamisesta lähtien selvää. Shinglerin blogi käsittelee laajalaisesti ravintoa, liikuntaa, kosmetiikkaa ja muotia. Kaikkia näitä yhdistää kuitenkin ajatus mahdollisimman luonnollisesti ja kemikaalittomasta elämästä.

3.1.2 Raikasweb

Raikaswebin on perustanut Jarkko Viitakangas vuonna 2010. Blogin keskeinen sanoma on, että terveemmän olon saavuttaminen voi olla helpompaa kuin yleensä luullaan. Viitakangas pyrkii välittämään blogillaan ensisijaisesti iloista asennetta ja kannustamaan ihmisiä kohti parempaa elämää omien henkilökohtaisten ja arkisten valintojen pohjalta. (Raikasweb 2015.) Raikasweb käsittelee aiheitaan pääasiassa ravinnon näkökulmasta.

3.1.3 Luolalaboratorio

Luolalaboratorio on Nina Nuoliojan vuonna 2010 perustama blogi. Aluksi blogi oli vain ruokapäiväkirjaksi ja itseopiskeluvälineeksi tarkoitettu, liittyen terveellisempiin elämäntapoihin. Ruokapäiväkirjamaisuudesta blogi kehittyi pääasiassa reseptejä sisältäväksi sivustoksi ja lopulta aihepiiri alkoi käsitellä myös kirjoittajan henkilökohtaisia terveysongelmia. Tämän lisäksi Luolalaboratorio käsittelee nykyään laaja-alaisemmin ruoan vaikutuksia terveyteen ja tarvittaessa ottaa rajustikin kantaa vallitseviin mielikuviin ja olettamuksiin. (Luolalaboratorio 2015.) Luolalaboratorio viittaa nimenä paleoliittiseen ruokavalioon, joka usein suomennetaan vapaasti ”luolamies”-dieetiksi. Lyhykäisyydessään paleo-ruokavaliossa on kyse maidottomasta, viljattomasta ja palkokasvittomasta ruokavaliosta, johon esimerkiksi Luolalaboratoriossa julkaistut reseptit pääasiassa kuuluvat.

3.1.4 Lihastohtori

Lihastohtori on vuonna 2012 perustettu voimaharjoitteluun ja sen ympärille keskittyvä blogi, jota kirjoittaa liikuntatieteen tohtori ja liikuntafysiologian dosentti Juha Hulmi. Blogissa vierailee ajoittain myös vierailevia kirjoittajia samalta ammattikentältä. (Hulmi 2015.) Blogi on siitä poikkeuksellinen, että sen postaukset nojaavat tieteeseen ja postauksiin onkin merkitty aina erikseen lähdeviitteet eri väitteiden ja faktojen yhteyteen. Lähdeviitteinä onkin yleensä käytetty aina viimeisempiä alan tutkimuksia. Tämä on luonnollista ottaen huomioon kirjoittajan koulutus- ja ammattitaustan.

4 BLOGI

Blogi on verkkosivusto, jota ylläpitää tapauksesta riippuen yksilö, ryhmä tai organisaatio. Blogit voivat olla joko julkisia tai jollekin tietylle käyttäjäryhmälle rajattuja. Tunnusomaisimpia piirteitä blogille ovat, että sen uusin sisältö löytyy sivustolta aina ensimmäisenä (”ylimpänä”) ja että siellä julkaisuja kirjoituksia pystytään kommentoimaan. Huomionarvoinen seikka on, että blogi tarkoittaa koko verkkosivustoa eikä vain yhtä siellä esiintyvää postausta. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 10.)

4.1 Blogien historia

Aluksi blogit ovat olleet nettipäiväkirjoja, joihin on listattu henkilökohtaisiakin asioita. Toikkanen ja Kananen (2014, 10) mainitsevat, että 2000-luvun alussa Suomessa perustetun Irc-gallerian päiväkirjaominaisuutta voidaan pitää monen suomalaisen ensimmäisenä, joskin epävirallisena blogina. Nettipäiväkirjoja oli siis olemassa jo ennen blogeja, joten niiden kutsuminen synonyymeiksi on mahdotonta vaikka monet blogeista ovat edelleenkin päiväkirjanomaisia, joihin tekijät merkitsevät omia kokemuksiaan ja ajatuksiaan jopa päivittäin. (Alasilta 2009, 22). Alasilta määrittelee (2009, 22) nettipäiväkirjan blogin alalajiksi mainiten, että kaikki nettipäiväkirjat eivät sisällä nimenomaan blogille tunnusomaisia piirteitä kuten kommentointimahdollisuuksia. Lintulahti linjaa (2005) asian Alasiltaa tarkemmin: hänen mukaansa nettipäiväkirjat ovat blogeja, mutta kaikki blogit eivät ole nettipäiväkirjoja. Toisaalta taas Angeria (2014, 6) puhuu blogeista ja nettipäiväkirjoista yhtenä ja samana. Tästä johtuen nettipäiväkirjaa ja blogia on mahdotonta määritellä yhtenä ja samana (Alasilta 2009, 22).

1990-luvun puolivälin jälkeen yhdysvaltalainen John Barger alkoi käyttää Robot Wisdom –nimisestä nettisivustaan nimitystä ”Weblog”, joka yhdisti kaksi sanaa; ”web” tarkoittaa verkkoa ja ”log” puolestaan lokikirjaa. Vielä pidemmälle sanaleikkittelyn vei saman vuosikymmenen lopulla niin ikään yhdysvaltalainen Peter Merholz, joka lisäsi Bargerin sanapariin yhden välilyönnin ja synnytti ilmaisun ”we blog” eli me bloggaamme. (Kilpi 2006, 11-12.)

Blogit ovat keskeinen osa Web 2.0:ksi kutsuttua ilmiötä, joka teki webin käytöstä sosiaalisempaa, entistä helpompaa ja osallistavampaa. Web 2.0:n myötä jokaisesta internetin käyttäjästä tuli sisällönluoja, kun hän sai mahdollisuuden kommentoida esimerkiksi ystäviensä jakamia ja luomia sisältöjä, joiden muodoista tuli verkon muutoksen myötä entistä vapaampia. (Cormode & Khrisnamurthy 2008, 1-2.) Web 2.0 –termin kehittäjän Tim O’Reillyn (2005) mukaan keskeisin ilmi tullut muutos siirryttäessä Web 2.0:aan oli, että sen myötä julkaisusta tuli dynaamisempaa ja riippuvaisempaa ihmisten sosiaalisista suhteista. Samaisessa yhteydessä O’Reilly (2005) kutsuu Web 2.0:n myötä syntynyttä ilmiötä ensimmäistä kertaa sosiaalisesti mediaksi. Saman määritelmän mainitsee myös Alasilta (2009, 58) lisäten mukaan vielä yhden synonyymin: yhteisöllisen median.

Blogien historian ja kehityksen kannalta yksi suurimmista käännekohdista sijoittuu vuosituhaten taitteeseen ja etenkin 2000-luvun alkuvuosiin. Vuosituhannen vaihteessa Para Labs –niminen yhtiö julkaisi blogimaailmassa tunnetun Blogger-nimisen alustan, joka tarjosi valmiita ja ennen kaikkea helppoja työkaluja käyttäjilleen blogien perustamisen ja niissä julkaisemisen suhteen. Blogger löi itsensä läpi niin kovalla volyyymillä, että jättiyhtiö Google osti sen vuonna 2003. Blogger ei kuitenkaan jäänyt ainoaksi ilmaisalustaksi vaan nykyään sen lisäksi on käytössä esimerkiksi sellaisia palveluita kuin Wordpress.com ja Tumblr. (Alasilta 2009, 69; Korteso & Kurvinen 2011, 34) Alasillan mukaan (2009, 69) tarve tällaisille alustoille oli olemassa jo ennen näiden alustojen keksimistä. Hänen mukaansa tämä puolestaan johti siihen, että kun tekniset ratkaisut lopulta pystyivät vastaamaan käyttäjien huutoon, nämä palvelut otettiin vastaan innokkaasti. Kyseisten palveluiden merkitystä Alasilta alleviivaa (2009, 69) korostamalla, että ilman niitä ja hyödyntäen vain perinteisiä verkkosivustoja ei nettikirjoittelu eli uuden sisällön tuotanto olisi koskaan noussut nykyiseen asemaansa. Alasilta sanoo myös, että matala kynnys julkaisuun on blogimaailman toimivuuden kannalta kaikkein tärkeintä.

4.2 Blogien suosio

Blogien suureen suosioon on olemassa useita syitä. Sirkkunen (2006, 146-147) jakaa nämä syyt kahteen luokkaan, joita hän kutsuu *yksilöllisiksi* ja *yhteisöllisiksi* motiiveiksi. Yksilöllisiin motiiveihin hän listaa itseilmaisun, omien taitojen kehittämisen, vertaispalauteen saamisen ja yleisesti viihtyvyyden. Yhteisöllisiksi motiiveiksi Sirkkunen (2006,

146-147) mainitsee tiedon ja taidon jakamisen muiden kanssa, oppivat yhteisöt ja eräänlaisen ”osuustoiminnallisuuden”. Jälkimmäisellä Sirkkunen tarkoittaa esimerkiksi Wikipedian kaltaisia sivustoja, joissa sen käyttäjät sitoutuvat ja ovat valmiita toimimaan jonkun asian eteen yhteisen hyvän puolesta.

Blogien sukulaisina internetissä voidaan pitää ihmisten tai yritysten kotisivuja ja keskusteluryhmiä eli foorumeita. Keskeisin ero, mikä erottaa blogit sen sukulaisista on, että ne muodostavat sosiaalisen verkoston, jossa on mahdollista liikkua käytännössä vapaasti; niin kronologisesti päivämäärien mukaan kuin myös horisontaalisesti erilaisten linkkien kautta. Tällainen vapaa liikkuvuus luo verkoston, blogosfäärin, joka tekee blogeista poikkeuksellisen kommunikointivälineen. (Sirkkunen 2006, 148.) Tästä voi vetää yhtymäkohtia aiemmin mainittuihin yksilöllisiin ja yhteisöllisiin motiiveihin, joissa ihmiset kouduttuvat ja nauttivat ilmaisun vapaudesta ja yhteisöllisyydestä jakaen tietoa ja keskustellen entistä vapaammin.

Huomionarvoista on, että blogit soveltuvat myös hyvin nopeaan reagoimiseen ja tiedottamiseen, esimerkiksi erilaisista ajankohtaisista aiheista. Blogien toimiessa pääasiassa itsenäisesti ja riippumattomina muista toimijoista ne pystyvät reagoimaan maailmalla tapahtuviin asioihin nopeasti ja ketterästi. (Sirkkunen 2006, 148.) Tässä voidaan nähdä selkeä yhteys nykypäivään, kun erilaiset toimijat ovat Suomessakin ryhtyneet tarjoamaan uutisia blogimuodossa. Esimerkiksi Uusi Suomi –niminen verkkopalvelu pitääkin itseään nimenomaan tällaisena uutis- ja blogisivuston hybridinä, joka tarjoaa lukijoilleen nimenomaan uutisia ja blogeja. (Kammonen 2015.) Samassa yhteydessä Kammonen mainitsee, että blogit ovat tulleet jäädäkseen ja toimivat ennen kaikkea siitä syystä, että ne mahdollistavat keskustelun eri tavalla kuin esimerkiksi tavalliset kolumnit.

4.3 Blogit nykyään

Blog Heraldin listauksen (2005) mukaan vuonna 2005 koko maailmassa oli 70 miljoonaa rekisteröityä blogia. Vuonna 2015 pelkästään Tumblr –palvelun kautta rekisteröityjä blogeja löytyi yhteensä 246,6 miljoonaa kappaletta (Statista 2015). Tämän perusteella voimme sanoa, että blogien määrän kasvu on ollut hurjaa. Vuonna 2015 pelkästään Tumblrin kautta perustettuja blogeja oli olemassa yli kolminkertainen määrä verrattuna

vuoden 2005 blogien kokonaismäärään. Alasilta (2009, 70) perustelee tällaisten listausten ongelmallisuutta kyseenalaistamalla laskentalogiikkaa ja pohtimalla onko esimerkiksi blogi, josta löytyy yksi postaus vielä blogi.

Blogien sponsorointi on ollut viime vuosien aikana kovassa kasvussa myös Suomessa. Sponsoroinnilla tarkoitetaan yrityksen tekemää investointia, jonka tarkoituksena on tuottaa niin konkreettista kuin henkistäkin arvoa yritykselle itselleen kuin myös bloggaajalle. (Laakso 2015, 5.) Nykyään blogilla on mahdollista tienata myös rahaa. Yksi yksinkertaisimmista keinoista tähän on mainospaikkojen myynti esimerkiksi bannerien muodossa. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 105). Toinen ja helpompi tie on tuotenäytteiden vastaanottaminen yrityksiltä ja niistä kirjoittaminen blogiin, joilla ei varsinaisesti tienaa ainakaan heti ensimmäisen testin julkaisun jälkeen (Kortesuo & Kurvinen 2011, 112-123). Nykyään blogin kautta saatavat tulot ovat veronalaisia, jotka bloggaajan tulee ilmoittaa veroilmoitukseensa. Myös menot, kuten domainit ja mahdolliset muut hankinnat, voi vähentää verotuksessa. (Ukko 2014; Kivempi blogi 2015.)

Blogeista on tullut entistä kaupallisempia niiden suosion lisääntyneiden lukijoiden ansiosta. Yritykset suosivat blogeja ja bloggaajia markkinoinnissaan pääasiassa niiden halpuuden ja näkyvyyden takia millaista heidän on vaikea yrityksenä saavuttaa. Bloggaajat ovat jo valmiiksi persoonallisia henkilöitä, joista ihmiset kiinnostuvat. Kaiken tämän lisäksi bloggaajat tuottavat yleensä säännöllisesti ja aktiivisesti sisältöä pitääkseen saavutetun lukijakunnan tyytyväisenä. Vaikka bloggaaja kirjoittaisikin postauksen mainostusmielessä, lukijat ottavat mainoksen vastaan paremmin bloggaajan kaltaiselta yksityishenkilöltä kuin suoraan yritykseltä. (Tundramedia 2013.) Tästä voidaan päätellä, että blogit ovat todella otollisia paikkoja erityisesti pienille ja keskisuurille yrityksille tuotteiden ja palveluiden markkinoimiseen.

Allerin teettämän ja Koplan toteuttaman suuren blogitutkimuksen (2014) mukaan lähes 40 % kyselyyn vastanneista tuhannesta suomalaisesta lukee blogeja viikoittain. 20 % vastanneista kertoo lukevansa niitä päivittäin. Merkittävintä kyseisiä tutkimustuloksia tarkastellessa kuitenkin on se, että 82 % vastanneista on sitä mieltä, että blogien seuraaminen ei vaikuta heidän median kulutukseensa vaan, että se on pikemminkin lisännyt sitä. Tästä huolimatta ei kuitenkaan voida sanoa, että blogien kasvanut suosio ei näkyisi missään. Allerin tilaamasta tutkimuksesta (2014) selviää, että peräti 63 % vastanneista

kokee, että heidän televisionkatselunsa on vähentynyt blogien myötä. 44 % puolestaan kokee blogien vaikuttaneen aikakauslehtien kulutukseensa. Yhdeksän kymmenestä kyselyyn vastanneesta oli myös sitä mieltä, että blogit eivät ole enää osa mediaa vaan täysin oma sellaisensa. Tämä korostaa entisestään blogien yhä suurempaa roolia kaiken median kentällä. Tästä voidaan päätellä, että blogit ovat tulleet jäädäkseen eivätkä ole vain ohimenevä ilmiö.

Bloggaajan näkökulmasta bloggaajan rooli on muuttunut viime vuosien aikana. Bloggaamisesta on tullut entistä ammattimaisempaa ja enemmän aikaa vievää. Erityisesti blogin visuaalisuuteen on lähes pakko kiinnittää huomiota erottuakseen. Suosituimmat bloggaajat ovat jopa palkanneet valokuvaajia vastaamaan blogiensa visuaalisesta ilmeestä. (Kaksi yhden hinnalla 2015.)

Manifeston blogibarometrin (2014) perusteella voi päätellä, että nykyään bloggaajat joutuvat entistä enemmän miettimään tekemisiään liittyen esimerkiksi yhteistyökumppaneihin, markkinointiin, postausten sisältöön ja blogin ja itse bloggaajan näkyvyyteen erilaisissa sosiaalisissa medioissa.

5 BLOGIEN KOHDERYHMÄN MÄÄRITTELY

Blogin kohderyhmä on joukko ihmisiä, joiden huomion saadakseen bloggaajan tulee olla valmis tekemään kaikkensa. Se on myös ensimmäinen asia, jota tulee miettiä, kun aloitetaan bloggaaminen tai ylipäätään verkossa julkaiseminen. Se, millä tavalla bloggaaja lähtee tavoittelemaan kohderyhmäänsä, riippuu kohderyhmästä. (Mellin 2013.) Bloggaajan tulee siis tietää, missä juuri hänen kohderyhmänsä ihmiset liikkuvat ja miten heidät voi tavoittaa parhaiten. Kun kohderyhmän käyttämät kanavat ovat löytyneet, bloggaajan kannattaa hyödyntää näitä kaikkia ja tarjota kohderyhmälleen erilaisia sisältöjä. (Korteso & Kurvinen 2011, 27.) Tämän perusteella voidaan päätellä, että julkaisemisen yhteydessä bloggaajalle tulee olla selvää esimerkiksi ne sosiaalisen median kanavat, joissa hän tulee markkinoimaan blogiaan.

Kohderyhmä tulee miettiä tarkkaan, sillä yleisesti ja kaikille kirjoittamista ei voida pitää kannattavana lukijalle eikä kirjoittajalle. Vain harvoissa tapauksissa esimerkiksi ikäryhmän, sukupuolen tai muun laajan rajauksen mukaan mietitty kohderyhmä on riittävä. Tämän tyyppiset kirjoitukset hukkuvat helposti ylitsepursuavaan tekstimassaan. (Mellin 2013.) Mellin viittaa (2013) myös Christina Forsgårdin ja Juha Freyn teokseen ”Suhde – Sosiaalinen media muuttaa johtamista, markkinointia ja viestintää” (2010), jossa Forsgård ja Frey kirjoittavat, että kohderyhmä muodostuu ihmisten mielenkiinnon kohteiden perusteella eikä sen, millaisia kohderyhmään kuuluvat ihmiset ovat.

Korteson ja Kurvisen mukaan (2011, 26) tarkkaan rajattu ja mietitty kohderyhmä mahdollistaa myös blogikokonaisuuden paremman suunniteltavuuden ja ylläpitämisen. Bloggaajan tulee olla tietoinen ja osata vastata kysymykseen, miksi hänen blogiaan luetaisiin ja mitä hän haluaa blogillaan saavuttaa. Kun nämä asiat ja kohderyhmä ovat tarkasti suunniteltuja, helpottuu blogin tulevan sisällön suunnitteleminen, postausaiheiden valitseminen ja aikataulutus. Tästä voidaan päätellä, että blogin kokonaisvaltaisen onnistumisen kannalta omien motiivien selvittäminen suhteessa kohderyhmään on ensiarvoisen tärkeää. Näitä motiiveja on vaikea selvittää ennen kuin kohderyhmä on määritelty.

Ewerin (2013) mukaan kohderyhmän määrittelyä voi tehdä seuraavien kysymysten avulla:

1. Minkä ikäisiä lukijat ovat?
2. Missä he asuvat?
3. Mitä he haluavat tietää?
4. Mikä heitä motivoi?
5. Miten blogi tulee muuttamaan heidän elämänsä paremmaksi?

Ewer painottaa ja korostaa Mellinnin (2013) tavoin, että kohderyhmän rajauksen tulee olla enemmän kapea ja kirkas kuin lavea kyhäelmä, joka yrittää miellyttää kaikkia. Ewer kannustaa kirjoittajia olemaan rohkeita ja havittelemaan suurten yleisöjen sijaan pientä ja aktiivista yleisöä, joka sitoutuu blogin seuraajaksi. Ewerin mukaan kohderyhmän tulisi saada ajattelemaan seuraavasti: ””This blog was made for me!”” eli että blogi on tehty juuri heitä varten.

6 HYVÄN BLOGIN TUNNUSOMAISET PIIRTEET

Alasilta jakaa (2009, 85) blogin suosion kahteen luokkaan. Ensiksi on olemassa blogeja, jotka menestyvät itsessään ja toiseksi on blogeja, jotka toimivat jonkin menestyksellisen toiminnan tukena. Jälkimmäistä ryhmää edustavat monessa tapauksessa esimerkiksi yritykset ja julkisuuden henkilöt (Sjöholm 2014, 13).

Tähän osioon olen kerännyt eri lähteissä useimmiten esiin nousseita näkemyksiä, kokemuksia ja käytännön tietoa siitä, millaisista elementeistä hyvä blogi rakentuu. Hyvällä blogilla tarkoitan tässä tapauksessa blogia, joka on käyttäjäystävällinen teknisesti ja sisällöllisesti sekä yksityishenkilön ylläpitämä. Hyväksi blogiksi käsitän blogin, joka tarjoaa lukijalleen uutta tietoa, luo arvoa, on miellyttävä käyttää ja pitää sisällään sellaisia tekstejä, jotta lukija on valmis palaamaan blogin maailmaan myöhemminkin. Ensimmäisessä käsittelen blogeja siitä näkökulmasta, josta ne voisivat tarjota lukijoilleen muutakin kuin päiväkirjamaista luettelointia.

Hyvä blogi on aina selkeä ja tavoitteellinen kokonaisuus. Sen kohderyhmä, kirjoitustyyli ja julkaisutahti ovat mietittyjä. Yksi tärkeimmistä hyvän blogin tunnusmerkeistä on sen kirjoitustyyli ja tekstien sisältö. Bloggaajan tulee miettiä, millaisia tekstejä julkaisee ja miten asiansa ilmaisee. Turhat ja itsestään selvät pohdinnat on syytä unohtaa ja pyrkiä sen sijaan tarjoamaan lukijoille tärkeää ja kiinnostavaa tietoa ja luettavaa. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 75.)

6.1 Blogin nimi

Blogin nimen valitsemiseen kannattaa käyttää aikaa ja vaivaa (Kortesuo & Kurvinen 2011, 19). Nimi saattaa olla se, millä kirjoittaja aletaan tuntemaan ja muistamaan netin eri sopukoissa. Blogin nimen tulee liittyä blogin sisältöön, jonka perusteella lukija saa mahdollisesti vinkkejä siitä mitä aihetta blogi käsittelee. Tärkeintä blogin nimeä miettiessä kuitenkin on, että se on helppo muistaa. Paras nimi onkin yleensä mahdollisimman lyhyt. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 19; Toikkanen & Kananen 2014, 11.)

Kortesuon ja Kurvisen (2011, 20-25) mukaan blogin voi nimetä esimerkiksi alta löytyvillä tavoilla. Olen lisännyt esimerkkejä blogien nimistä eri nimeämiskeinojen yhteyteen.

1. Oman alan erityistermi
 - a. Chez Jasu
2. Sanaleikki oman alan termistä tai nimestä
 - a. Kemikaalicocktail
 - b. Maustemittakaava
 - c. Pastanjauhantaa
3. Sana, joka luo halutun mielikuvan vaikka ei liitykään blogin aiheeseen
 - a. Sit ku
 - b. Hikikinkku
 - c. Raikasweb
4. Sanonta
 - a. Sillä sipuli
5. Alkusointu
 - a. Kemikaalicocktail
 - b. Kemikaalikimara
6. Tavallinen sana, joka tehdään tuoreeksi valitsemalla sille mielenkiintoinen sanapari
 - a. Luolalaboratorio
 - b. Lihastohtori
 - c. Kemikaalicocktail
 - d. Raikasweb
7. Absurdi
 - a. Sit ku
 - b. Raikasweb
8. Aihepiiriin liittyvä sijainti
 - a. Kääpiölinnan köökissä
 - b. Sokerivaltakunta
9. Suora viittaus blogin aiheeseen
 - a. Painonpudotusvinkit
 - b. Juoksuttaa

10. Keksitty titteli tai arvonimi

- a. Lihastohtori
- b. Hellapoliisi
- c. Dr. Sugar

11. Tavoite

- a. Hidasta elämää
- b. Uuteen minään

12. Oma nimi tai firman nimi

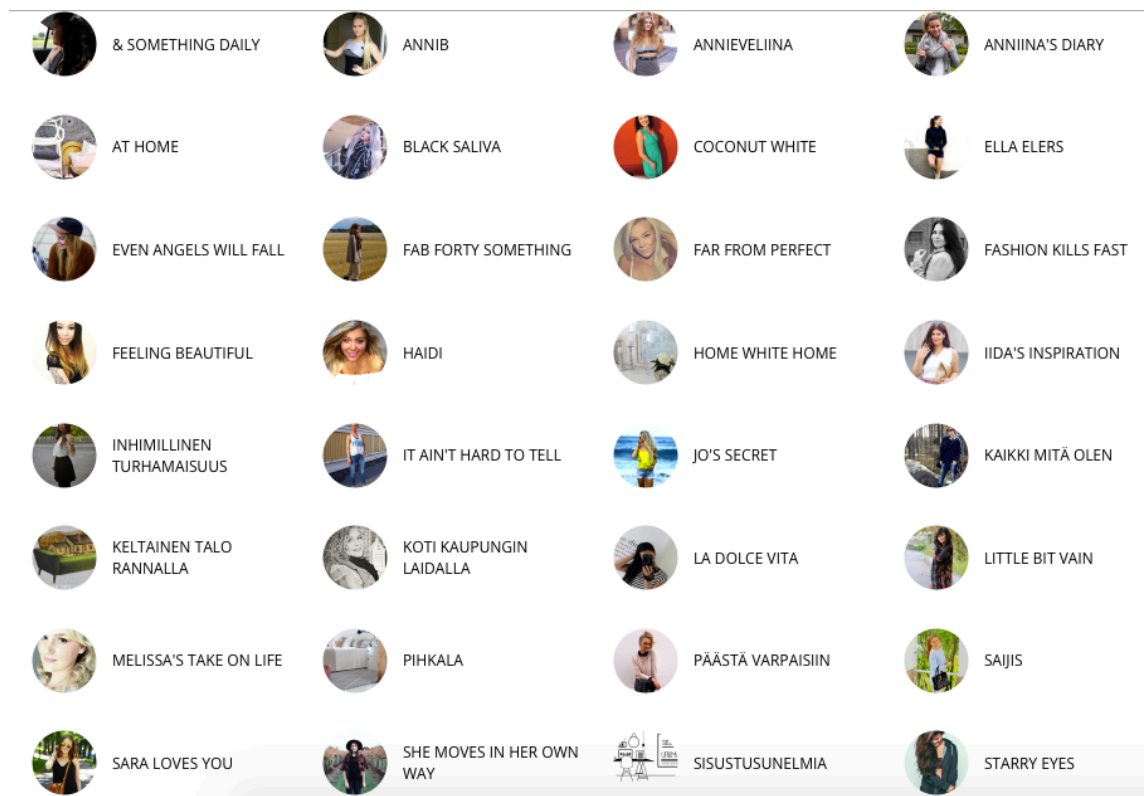
- a. Mika Nyysölä

Kortesuo ja Kurvinen (2011, 25) muistuttavat, että millä tahansa periaatteella blogille kehittelee nimen, tulee sen liittyä keskeisesti blogin sisältöön. Esimerkiksi humoristinen nimi edellyttää kirjoituksilta hauskaa ja kevyttä otetta aiheeseen. Tavoitteellisen nimen perusteella lukija olettaa löytävänsä neuvoja ongelmiinsa.

Blogin voi nimetä myös omalla nimellään. Se ei ole kuitenkaan ongelmaton vaihtoehto. Kun joku etsii hakukoneella nimen perusteella, myös blogi nousee esiin hakutuloksista. Tällöin ongelmana on, että blogi ei identifioitu tarpeeksi itsenäiseksi kokonaisuudeksi. Tämä saattaa vaikeuttaa blogin kaupallista hyödyntämistä, esimerkiksi myymistä, mikäli sellainen on suunnitelmissa. Yrityksen nimen käyttäminen blogin nimenä voi olla myös ongelmallista, sillä mikäli yritystoiminta loppuu, lakkaa todennäköisesti myös blogi. Tämä johtaa siihen, että blogin avulla luotu näkyvyys menetetään. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 25.) Toisaalta Blogikonsultti (2014) mainitsee, että blogin nimen voi tarvittaessa vaihtaa, jos se ei miellytä.

Mikäli blogilleen haluaa suosiota, nimeä tulee miettiä myös hakukonenäkyvyyden kannalta. Kortesuo ja Kurvinen alleviivaavat (2011, 20) esimerkiksi Google Trends – palvelua, jonka avulla pystyy tarkastelemaan nousussa olevia trendihakusanoja aihealueittain. Blogin nimessä kannattaa käyttää jotakin aihealuetta käsittelevää sanaa. Blogin aihealueella on tässä kohtaa myös suuri merkitys, sillä esimerkiksi lifestyle-blogeihin lukijat hakeutuvat ensisijaisesti itse kirjoittajapersoonan perässä toisin kuin esimerkiksi remonttia käsitteleviin blogeihin lukijoiden tie kulkee hakukoneiden kautta. Tästä johtuen remonttiblogin nimeen kannattaa sisällyttää esimerkiksi sana ”remontti”, jotta se nousee ylemmäs hakukoneiden tuloksissa. (Blogikonsultti 2014.)

Blogin nimi voi olla myös vieraskielinen, mutta silloin tulee ottaa huomioon ääntäminen ja sen tuomat haasteet. Monet vieraskieliset nimet eivät jää lukijoiden mieleen välttämättä yhtä hyvin kuin napakat suomenkieliset vastineensa. (Blogikonsultti 2014.) Kuvassa 1 on esimerkkejä englanninkielisistä blogien nimistä, jotka olen poiminut sattumanvaraisesti. Erityisesti lifestyle-blogeissa suositaan englanninkielisiä nimiä myös Suomessa.



KUVA 1. Kuvankaappaus Indiedays –sivustolta. Kuvaan on listattu osa blogiportaalin kautta perustetuista lifestyle-blogeista.

6.1.1 Esimerkkiblogien nimien vertailua

Kemikaalicocktail on nimenä kiehtonut minua jo useamman vuoden ajan. Varmasti siksi, että se on ensimmäisiä blogeja, joita olen lukenut. Nimi on mielestäni todella hyvä esimerkki blogimaailmassa, sillä se jää yksinkertaisesti mieleen. Periaatteessa Kemikaalicocktail ei tarkoita mitään, mutta samalla todella paljon. Se on oiva yhdistelmä montaa eri Kurvisen ja Kortesuon esittelemiä (2011, 20-25) nimeämisvaihtoehtoja. Kemikaalicocktail on esimerkiksi sanaleikki oman alan termeistä, se luo vahvan mielikuvan, siinä

on alkusointu ja lisäksi siinä on yhdistetty arkiseen sanaan (kemikaali) toinen sana, joka tekee tästä arkisesta sanasta tuoreen luoden sanoista mielenkiintoisen sanaparin.

Lähtökohtaisesti Kemikaalicocktail on kepeän kuuloinen nimi pitäen kuitenkin sisällään myös vakavampia merkityksiä. Tämä sopii blogin luonteeseen, sillä erityisesti blogin kehityksen myötä vuosien saatossa postausten aiheet ovat löytäneet selkeämmän tasapainon kepeiden ja vakavien sekä kantaaottavien aiheiden välillä. Nimi antaa selkeät edellytykset monenlaisen sisällön tuottamiseen, eikä blogin nimi sodi käsiteltäviä postausaiheita vastaan.

Raikasweb on nimenä hieman erilainen kuin Kemikaalicocktail. Molemmat ovat sanapareja, mutta Raikasweb on selkeästi absurdimpi, eikä suoranaisesti tarkoita mitään. Se luo mielikuvan blogin mahdollisesta uudenlaisesta ja raikkaasta sisällöstä vaikka kumpikaan nimen sanoista ei viittaa suoraan siihen, että kysymyksessä on terveyttä ja hyvinvointia käsittelevä sivusto. Raikasweb voisi nimenä luoda yhtä hyvin mielikuvan esimerkiksi internetiä ja sen erilaisia ulottuvuuksia käsittelevästä blogista, joka käsittelee netin ilmiöitä omanlaisestaan näkökulmasta.

Mikäli en olisi suositusten kautta ajatunut lukemaan Raikaswebin postauksia ja lopulta kahlannut niitä kaikkia läpi, en olisi todennäköisesti nimen perusteella tai sen houkuttelevuuden takia tarttunut siihen. Raikasweb on nimenä hieman epämääräinen eikä mielestäni vastaa Kortesuon ja Kurvisenkaan esittämiä (2011, 19-25) näkemyksiä siitä, mistä blogin hyvä nimi rakentuu. Nimen tietynlainen epämääräisyys ei kuitenkaan kerro tässä tapauksessa mitään blogin suosiosta. Blogilla on tuhansia lukijoita ja sen kirjoittaja Jarkko Viitakangas on julkaissut bloginsa kautta myös kaksi e-kirjaa. Parhaimmillaan Raikaswebin postauksilla on satoja kommentteja.

Luolalaboratorio on nimenä Kemikaalicocktailin kaltainen. Molemmissa on esimerkiksi alkusointu ja molemmat sisältävät perinteisen sanan, joka on tehty mielenkiintoiseksi ja mieleenpainuvaksi valitsemalla sanapariksi sana, jota ei yleensä nähdä samassa yhteydessä. Nimenä Luolalaboratorio on oivallinen, sillä se on erikoinen sanayhdistelmä, joka jää mieleen. Samalla se pitää sisällään tietynlaisen salaisen viestin blogin yhdestä aiheesta, paleoliittisesta, ”luolamies”-ruokavaliosta. Samalla sanaparin jälkimmäinen sana ”laboratorio” luo mielikuvia kokeiluista, testauksista ja esimerkiksi erilaisten ai-

neiden sekoittamisesta, jotka sopivat Luolalaboratorion reseptejä esitteleviin postauksiin. ”Laboratorio” luo sanana myös mahdollisuuden siirtyä aihealueesta toiseen, aivan kuten Luolalaboratorio-blogi on muuttunut ruokapäiväkirjasta reseptikokoelman kautta terveysongelmia ja -ilmiöitä ruotivaksi sivustoksi.

Myös Lihastohtori kuuluu nimensä puolesta sanapari–tekniikalla muodostettujen bloginimien alle. Lisäksi siinä on keksitty arvonimi, joka viittaa kirjoittajan koulutustastaan. Samalla nimessä yhdistyy kaksi perinteistä sanaa yhdeksi, jotka tekevät toinen toisistaan mielenkiintoiset. Lihastohtori on blogin nimenä oivallinen, sillä se onnistuu yksinkertaisuudestaan huolimatta antamaan blogin sisällöstä kevyen, mutta silti kunnioitettavan ja asiantuntevan käsityksen. Tämä mielikuva on totuudenmukainen, sillä juuri tästä Lihastohtori –blogissa on kyse. Hulmi pyrkii kirjoituksillaan tarjoamaan lukijoilleen ”pedakoomisia”, eli tieteellisiä sisältöjä, jotka hän on parhaansa mukaan pyrkinyt popularisoimaan (Hulmi 2015).

Edellä olevista esimerkeistä voidaan päätellä, että blogin nimellä on suuri merkitys. Selvää kuitenkin on, että pelkästään nimi ei välttämättä tuo blogille lukijoita. Blogin nimessä suurin painoarvo tuntuu olevan sen mieleenpainuvuudessa, aivan kuten Kortesus ja Kurvinenkin mainitsevat (2011, 19).

6.2 Blogin aihe

Kortesus ja Kurvinen (2011, 17) toteavat, että kirjoittaakseen hyvää blogia kirjoittajan tulee valita aihe, jota rakastaa. Kirjoittajan intohimo omaa aihettaan kohtaan on kuultavissa niin puheesta kuin myös teksteistä. Kortesus ja Kurvinen mainitsevat myös, että blogikirjoittajan on tärkeää tietää mikä ero on blogin aihepiirillä ja näkökulmalla. Heidän mukaansa: ”Aihepiiri tuo esiin substanssin ja näkökulma persoonan.”

Blogin aihe riippuu myös sen tavoitteista. Jos tarkoituksena on luoda blogi vain ns. omia tarpeita varten päiväkirjamaiseksi alustaksi, aihepiiri voi olla täysin vapaa ja muuntuva. Tässä tapauksessa peräkkäisiä postauksia voi kirjoittaa esimerkiksi jostain pitämästään musiikkityylistä ja heti perään kylpyhuoneen remontista. Mikäli blogin aiheen rajaaminen jää tekemättä tai hämäräksi, tulee muistaa, että se ei anna blogista

johdonmukaista kuvaa eikä todennäköisesti saavuta yhtä suurta lukijakuntaa kuin aiheen osalta suunniteltu ja rajattu blogi. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 17-18.) Jos saavuttaa, niin se vie todennäköisesti paljon enemmän aikaa (Blogikonsultti 2014).

Kirjoittajan tulee miettiä aihetta ennen kaikkea itsensä ja omien intohimojensa ja kiinnostuksen kohteidensa kautta. Samalla kannattaa tehdä tutkimusta siitä, millaisista aiheista ja ennen kaikkea näkökulmista blogeissa jo kirjoitetaan. Olemassaolevia blogeja on syytä tarkastella analyttisesti ja miettiä niiden mahdollisia puutteita. Niiden avulla oma näkökulma aiheeseen kirkastuu ja blogin perustamiselle juuri kyseisestä aiheesta löytyy perusteet. (Blogikonsultti 2014.)

Aiheen tulee siis olla selkeästi rajattu, mutta ei liian tiukasti. Kaiken kattavan päiväkirjamaisen blogin vastakohta on äärimmäisen pienelle piirille suunnattu yhden näkökulman aihe, josta ei riitä kirjoitettavaa. Lopulta liian tiukasti rajattu aihe saa lukijat katoamaan. Samalla uusien postausaiheiden keksimisestä tulee bloggarille entistä vaikeampaa ja lopulta mahdotonta. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 18.) Liian laaja-alaisten blogien ongelmaksi puolestaan koituu se, että bloggaaja ei pääse teksteissään tarpeeksi syvälle aiheisiinsa. Oletuksena on, että blogin lukijat ovat blogin aiheesta lähtökohtaisesti kiinnostuneita ja haluavat tietää siitä kaiken. Mikäli syvällisiä ja aiheisiinsa lujasti pureutuvia tekstejä ei blogista löydy, lukijat kaikkoavat ja etsivät haluamansa tiedon muualta. (Ryynänen 2011.)

Avuksi aiheen miettimisessä Blogikonsultti (2014) esittää mallia, jossa kehitellään 30 eri postausotsikkoa valitusta aiheesta. Hänen mukaansa blogin aihe on toteuttamiskelpoinen, kun siitä keksii vähintään 30 erilaista otsikkoa. Blogikonsultti ei mainitse mitä tehdä, kun nämä suunnitellut otsikot on muunnettu oikeiksi postauksiksi, mutta oletettava on, että esimerkiksi postauksiin tulleet kommentit synnyttävät uusia kirjoitusaiheita. Kun kirjoittaa blogiinsa yhden postauksen viikossa, riittää 30 ennakkoon suunniteltua otsikkoa yli puoleksi vuodeksi.

Mikäli blogin aiheen valitseminen tuntuu ylitsepääsemättömältä, kannattaa yhtenä vaihtoehtona miettiä myös aiheiden tai omien mieltymystensä täysin pääläelleen kääntämistä. Blogia voi kirjoittaa myös päinvastaisesta näkökulmasta, jota itse edustaa. Aihettaan tai näkemystään voi joko täysin vastustaa tai suhtautua siihen vain kriittisesti. Blogiin

tulleet kommentit täydentävät tätä näkemystä ja mahdollistavat kirjoittajan oman kannan muuttumista ja ajattelun laajentumista. Kaikista tärkeintä on, että näkökulma käsiteltävään aiheeseen valitaan huolella ja siinä pysytään. (Kortesus & Kurvinen 2011, 17; Ryyänen 2011.) Tästä voidaan päätellä, että mikäli ei keksi blogilleen aihetta, se kannattaa jättää vielä toistaiseksi perustamatta.

6.2.1 Esimerkkiblogien aiheiden vertailua

Kemikaalicocktailin kirjoittaja Noora Shingler mainitsee ensimmäisessä postauksessaan (2008), että blogi tulee käsittelemään terveellistä elämäntapaa erilaisista näkökulmista, joita yhdistää kemikaalivapaus ja luomu-ajattelu. Pienissä määrin uutta kulmaa blogiin on tuonut kirjoittajan saamat perheenisäykset, mutta näissäkin postauksissa keskeinen sanoma on pysynyt lopulta samana.

Kemikaalicocktailin aihepiiri on ollut selkeä ja ennen kaikkea pysynyt samanlaisena läpi vuosien. Huomionarvoisinta on, että Shingler mainitsee 3.1.2008 julkaistussa ensimmäisessä postauksessaan nimeltään ”Alkukankeutta”, että blogi tulee käsittelemään hänen suurinta intohimoaan, terveyttä. Tämä esimerkki tukee konkreettisesti Kortesuson ja Kurvisen näkemyksiä (2011, 17) siitä, että aihe kannattaa valita omien mieltymyksien ja intohimojen kautta. Tällä tavalla toimiessa bloggaamisella voi olla pitkäkantoiset seuraukset ja lopulta siitä voi tulla jopa ammattimaista.

Raikasweb ja Kemikaalicocktail ovat aihealueiltaan hyvin lähellä toisiaan, tosin sillä erotuksella, että Raikaswebissä ei käsitellä muotia ja designia. Kosmetiikkaa on käsitelty satunnaisesti blogin historiassa. Raikasweb keskittyy aihealueeltaan vain terveyteen ja ravintoon, joista vellovista tiedoista ja mielikuvista se pyrkii esittämään omia ja pääasiassa valtavirrasta poikkeavia näkemyksiään. Aihealueidenkin näkökulmasta Raikasweb on huomattavasti kantaaottavampi ja radikaalimpi blogi verrattuna Kemikaalicocktailiin. Molemmat blogit kuitenkin painottavat suurimpana viestinään mahdollisimman luonnollista ja terveellistä elämää.

Keskeisin ero Raikaswebin ja Kemikaalicocktailin välillä on, että Raikasweb ei raotalaisinkaan kirjoittajansa Jarkko Viitakankaan omaa elämää toisin kuin Kemikaalicock-

tail, jonka postaukset käsittelevät aiheitaan yleensä juuri kirjoittaja Shinglerin itsensä kautta. Tämä nostaa esiin suuren sävyeron verrattaessa näitä kahta esimerkkiblogia. Postausten vaikuttavuus lisääntyy, kun mukana on konkreettinen esimerkki ihmisestä, johon voimme lukijana samaistua, kun hän käy läpi tuntemuksiaan. Karrikoidusti voi sanoa, että monet Raikaswebin postauksista ovat ”vain sanoja” ja suuri osa Kemikaalcocktailin postauksista menee ennemmin ”sanoista tekoihin”. Tällöin aiheet tulevat yksinkertaisesti lähemmäksi lukijaa. Tämä korostaa henkilökohtaista kokemusta, jolla on suuri vaikutus siihen, miten lukijat sisäistävät tekstin aiheen.

Lihastohtori esittää postausaiheensa lähes samasta näkökulmasta kuin Raikasweb. Lihastohtori ei myöskään juuri avaa lukijoilleen omaa henkilökohtaista elämäänsä vaan käsittelee aiheitaan nimenomaan tieteen ja tutkitun tiedon kautta. Raikasweb toimii pääasiassa samalla tavalla, mutta ei tarjoa läheskään kaikissa postauksissaan lähdeviitteitä vaan tekee sen jostain syystä hieman valikoiden. Lihastohtori puolestaan sisällyttää lähdeviitteitä tekstiinsä postauksen aiheesta riippumatta. Esimerkiksi Raikaswebissä 28.8.2015 julkaistu postaus ”Rasvaton maito lihottaa ja aiheuttaa iho-ongelmia” sisältää lähdeviitteitä. 13.8.2015 julkaistu postaus ”Ruusujuuresta apua stressiin” ei kuitenkaan sisällä lainkaan lähteitä otsikon väitteen tueksi. Tämä on mahdollisesti perusteltavissa sillä, että ensimmäinen postaus käsittelee aihettaan subjektiivisesti ja jälkimmäinen nojaa Raikaswebin kirjoittajan Viitakankaan omiin kokemuksiin. Nykyään ihmisten ollessa yhä tietoisempia ja tiedonjanoisempia, ei menettelytapa, jossa luvataan ratkaisuja ehdottomasti omien kokemusten, pohjalta ole suotavaa. On kuitenkin hienoa, että valtaosa Raikaswebin postauksista sisältää lähdeviitteitä, sillä se on nykyään edellytys terveyttä ja ravitsemusta vaihtoehtoisesta näkökulmasta käsittelevälle blogille. Lähdeviitteiden kautta lukijan on myös helpompi suunnata lisämateriaalien pariin.

Juha Hulmi käsittelee Lihastohtori-blogissaan pääasiallisesti kuntosalilla tehtävää voimaharjoittelua. Tämän aiheen ympärillä julkaistaan ajoittain myös ravintoon ja fysiologiaan liittyviä tekstejä, mutta postausten kirkkain kärki lähestyy aihetta aina voimaharjoittelun näkökulmasta. Kun postaukset on höystetty vahvalla tieteelliseen tutkimukseen perustuvalla tiedolla, voidaan sanoa, että Lihastohtorin kohderyhmä on selkeä: tavoitteellisesta kuntosaliharjoittelusta kiinnostuneet ihmiset, jotka haluavat tietää aiheesta mahdollisimman paljon. Aihe ei ole blogin vanhetessa muuttunut vaan jalostunut ja laajentunut esimerkiksi vieraskirjoittajien ja haastatteluun pohjautuvien postausten

ansioista. Tämä on pitänyt blogin selkeänä, kun aihealue ei vaihtelee vaan postaukset keskittyvät valittuun aiheeseen uudelleen ja uudelleen erilaisista näkökulmista. Lihas-tohtori on hyvä esimerkki siitä, miten uusia postausaiheita on aina löydettävissä vaikka aihepiiri on tiukka.

Vaikka blogin aihetta on syytä miettiä ja harkita tarkasti, voi sen aihealueet tästä huolimatta elää vuosien kuluessa. Konkreettinen esimerkki tästä on paleoliittista ruokavaliota käsittelevä Luolalaboratorio, joka on perustettu alunperin ruokapäiväkirjaksi ja itseopiskeluvälineeksi liittyen terveellisempiin elämäntapoihin. Tästä esimerkistä voidaan päätellä, että aihe, jolla blogi aloitetaan ei välttämättä ole sama enää vuoden tai kahden kulluttua. Tämä korostaa jälleen kerran keskeisesti Kortesuon ja Kurvisen esittämää näkemystä (2011, 17) siitä, että blogin aiheen tulee liittyä keskeisesti kirjoittajan mielenkiinnon kohteisiin. Mielenkiinnon kohteet voivat muuttua tai täsmentyä vuosien saatossa. Todennäköistä siis on, että omista mielenkiinnon kohteista kirjoittaminen ja niissä piddättäytyminen on hyvän blogin yksi tärkeimmistä edellytyksistä.

6.3 Blogin luettavuus

Blogin tulee olla miellyttävää luettavaa. Sen kappaleiden tulee olla lyhyitä ja napakoita, silmäiltäviä, jotta kiireinenkin lukija saa heti kiinni tekstin keskeisestä ajatuksesta. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 55.) Turhat pilkut ja pitkät johdannot on syytä karsia tekstistä, mikäli kirjoittaja haluaa kirjoittaa hyvää blogitekstiä. Noin yhden sivun mittainen Wordilla kirjoitettu teksti 1,5 yksikön rivivälillä on hyvä ohjepituus yhdelle postaukselle. (Seppälä 2013.)

Silmäiltävyys on vähintään yhtä tärkeää kuin itse tekstisisältö (Alasilta 2015). Silmäiltävässä verkkotekstissä on vain lyhyitä, ainoastaan 1 – 4 rivin mittaisia kappaleita. Näiden kappaleiden tulee muodostua 15 – 17 sanan virkkeistä. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 55-56.) Yhdessä tekstikappaleessa on tästäkin syystä suotavaa käsitellä vain yhtä asiaa (Seppälä 2013). Blogiteksteissä kappalejako tulee tehdä erottelemalla kappaleet toisistaan tyhjällä rivillä. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 55-56.) Liian pitkät kappaleet luovat kuvan huonosta ja epäselvästä tekstistä, mistä johtuen monet lukijoista jättävät tällaiset tekstit lukematta. Kirjoittajien tulee muistaa, että teksti asetelluineen muodostaa lukijal-

le ensimmäiseksi konkreettisen *kuvan*, jonka perusteella lukija jää lukemaan eli nykyään yhä useammassa tapauksessa silmäilemään tekstiä. Tekstin silmäiltävyys on noussut nykyään entistä tärkeämmäksi seikaksi siitä syystä, että lukijat haluavat saada tietoa erinäisistä aiheista entistä nopeammin. (Alasilta 2015.)

Otsikko on blogitekstin yksi tärkeimmistä elementeistä. Se herättää mielenkiinnon ja saa lukijan päättämään, syventyykö tekstin pariin vai etsiikö luettavaa muualta. Tästä johtuen otsikon keksimiseen ja oikeanlaiseen muotoiluun kannattaa nähdä vaivaa. Tarvittaessa itse tekstin voi kirjoittaa valmiiksi ja vasta sitten miettiä sille parhaan mahdollisen otsikon. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 67; Seppälä 2013.) Väliotsikointi on usein hyvä työkalu selkeyttämään tekstiä, mikäli teksti venyy, eikä sitä saa tiivistettyä tarpeeksi. Väliotsikot tulee sijoittaa tekstiin noin 4 – 6 kuuden kappaleen välein. (Kortesuo 2014.)

Kortesuo ja Kurvinen lähestyvät teoksessaan (2011, 67-68) otsikointia niin lukijan kuin hakukoneen näkökulmasta. Otsikointia miettiessään kirjoittajan on syytä miettiä, haluaako nostaa ensisijaisesti tekstin hakukonenäkyvyyttä vai houkuttelevuutta lukijoita ajatellen. Hakukoneita ajatellen blogitekstin otsikon tulisi sisältää käsitellyssä olevan aiheen avainsana tai sanoja, joiden perusteella hakukoneet nostavat esiin eri lähteiden hakukoneosumia. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 67-68.)

Tehokas otsikointityökalu, jonka avulla pystyy naamioimaan postauksen otsikon niin hakukoneille optimaaliseksi kuin lukijoille kiinnostavaksi, on esittää avainsana otsikossa esimerkiksi väitteenä. Blogini aihealueeseen sopiva otsikko voisi esimerkiksi olla: ”MS-tauti ei rajoita minua mitenkään!” Muita vastaavia otsikointitapoja ovat esimerkiksi kysymys, lista, kokemus ja ”klikinkerääjä”. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 67-68.) Klikinkerääjällä tarkoitetaan tässä yhteydessä otsikkoa, jonka tarkoitus on saada lukijan mielenkiinto heräämään ja katsomaan mitä otsikon takaa löytyy. Malli on vastaava, mitä erityisesti iltapäivälehdet nykyään hyödyntävät. Kortesuon ja Kurvisen otsikointitapoja (2011, 67-68) hyödyntäen voisi blogipostauksieni otsikoita olla esimerkiksi:

1. **Kysymys:** Viekö MS-tauti väistämättä pyörätuoliin?
2. **Lista:** 5 vinkkiä MS-tauti –diagnoosin saaneelle
3. **Kokemus:** MS-tauti sai minut voimaan paremmin

4. **Klikinkerääjä:** Katso mitä MS-tauti tekee aivoillesi!

Yhteen tai kahteen otsikointitapaan ei kannata lukkiutua vaan ennemmin kokeilla erilaisia tapoja rohkeasti (Kortesuo & Kurvinen 2011, 68).

Ingressi eli johdantokappale on otsikon lisäksi yksi blogi- tai muun verkkotekstin tärkeimpiä palasia lukijoiden saamiseksi ja mielenkiinnon herättämiseksi. Blogitekstin ingressin voi naamioida ensimmäiseksi kappaleeksi eikä sitä täten tarvitse korostaa esimerkiksi tekstin lihavoinnilla, niin kuin ingressit esitetään perinteisissä uutisjutuissa. Tärkeintä on, että postauksen ensimmäinen kappale menee suoraan ja kirkkaasti asiaan. Jo muutaman rivin hyvin kirjoitettu johdanto tarjoaa kysymyksiä, mutta myös vastauksia, joiden perusteella lukija koukuttaa ja lukee tekstin loppuun asti. On myös syytä muistaa, että hakukoneet näyttävät blogiteksteistä haun suorittaneelle juurikin nuo pari ensimmäistä riviä ja virkettä. Tästäkin näkökulmasta postauksen alusta kannattaa jättää turha johdattelu ja jaarittelu pois. (Kortesuo 2009, 28; Seppälä 2013.)

Kuvat, erilaiset listaukset, sitaatit ja linkkaukset liittyvät keskeisesti hyvään postaukseen. Ne elävöittävät, rytmittävät ja selkeyttävät tekstiä. Esimerkiksi postauksen loppuun voi tehdä listamaisen tiivistyksen käsitellyistä aiheista. Tekstistä voi puolestaan nostaa esiin sitaatin tavoin sen pääkohtia. (Seppälä 2013) Kuvat tuovat postaukseen rytmiä ja lukijalle mahdollisia ajatustaukoja asian selkeyttämiseksi, sillä harva lukija jaksaa lukea kuvattoman tekstin läpi (Kortesuo & Kurvinen 2011, 41). Erilaiset linkkaukset puolestaan syventävät postauksessa käsiteltävää aihetta ja tarjoavat lukijoille halutessaan valmiiksi lisätiedon lähteet. Jos esimerkiksi viittaa blogikirjoituksessaan johonkin artikkeliin, on linkki tiedon alkulähteelle syytä liittää mukaan. (Seppälä 2013; Ansaarju 2011.)

Blogitekstin tulee olla sujuvaa ja persoonallista. Oiva apukeino pohtiessa omaa kirjoitustyyliään on lukea paljon muita ja ennen kaikkea laadukkaita blogeja ja muita hyvää kieltä sisältäviä tekstejä. Muiden bloggaajien kirjoituksia voi analysoida tarkemminkin ja avata itselleen niiden kielellisiä ansioita ja epäkohtia. Kenenkään toisen kirjoittajan käyttämää kieltä ei kuitenkaan kannata lähteä kopioimaan. Tärkeintä tekstissä on, että se sopii blogin muuhun tyyliin. Kieli voi tapauksesta riippuen olla joko rentoa tai asiallista kunhan tyyli on yhtenäinen kaikissa postauksissa. Luonnollisesti tärkeää on myös, että

valittu kirjoitustapa sopii kirjoittajalle ja teksti syntyy luonnollisesti. Alku saattaa tuntua vaikealta, mutta harjoittelemalla oppii. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 54; Toikkanen & Kananen 2014, 26.)

6.3.1 Esimerkkiblogien luettavuuden vertailua

Kemikaalicoctailin kieli on moitteetonta ja rentoa vaikka ei juuri sisälläkään puhekielen ilmauksia. Myös satunnaisesti kirjoituksissa aiempina vuosina esiintyneet hymiöt ovat jääneet uusimmissa postauksissa käytännössä täysin pois. Kieli on kuitenkin pysynyt sellaisena, että se antaa täydet mahdollisuudet hymiöiden käyttämiseen ja tuntemuksien korostamiseen luonnollisesti.

Shingler hyödyntää blogissaan poikkeuksellisen hyvin ingressejä eli tekstikappaleiden alkuja. Osa Kemikaalicoctailin postausten ingresseistä on kuin Facebook-päivityksiä, jotka toimivat jo itsenäisinä kokonaisuuksina:

”Flow-festivaalin ruokatarjonta ilahdutti taas tiedostavuudellaan, mausta tinkimättä.

Niin luomulihan ystävä kuin vegaani löysivät omat annoksensa.”

(Kemikaalicoctail 17.8.2015)

”Lasinen juomapullo on ollut minun ja lastemme vakiovaruste jo vuosikausia. Ei kiinnostusta juoda muovikemikaaleja ja vesi pysyy paljon raikkaampanakin.”

(Kemikaalicoctail 3.6.2015)

Kemikaalicoctailin ingressit kertovat hyvin ja napakasti sen, mitä tuleva postaus tulee käsittelemään. Kielen selkeyden ja hyvän laadun lisäksi tämä on yksi suurimmista Kemikaalicoctailin elementeistä, joista on huomattavissa kirjoittajan toimittajatausta. Lukijan näkökulmasta tällaisia postauksia on mukava lähestyä, sillä valinnan tekstin lukemisen suhteen pystyy suorittamaan parin rivin johdantokappaleen perusteella eikä koko postausta tarvitse tällöin avata, mikäli aihe ei vaikuta kiinnostavalta. Tällainen toimintatapa lisää myös varmasti blogista kerätyn analytiikan selkeyttä. Kun kaikki lukijat eivät välttämättä avaa kaikkia postauksia, nousevat yleisöä kiinnostaneet aiheet ja kirjoitukset paremmin esiin.

Shingler on laatinut Kemikaalicocktailin postauksien otsikot myös selkeästi hyödyntäen toimittajataustansa. Otsikot ovat erilaisia eivätkä tunnu lainkaan toistensa toisinoilta:

”VIISI SEISOTTUA TOIMISTOTYÖVUOTTA”

(Kemikaalicocktail 28.8.2015)

Otsikko on Kortesuon ja Kurvisen listauksen mukaan (2011, 67-68) kokemus – tyyppinen otsikko.

”KERMAJÄÄTELOSSÄ EI OLE KERMAA”

(Kemikaalicocktail 18.6.2014)

Otsikko on Kortesuon ja Kurvisen listauksen mukaan (2011, 67-68) väite–tyyppinen otsikko.

”NÄIN NAPPAAT MESSUILIJAN”

(Kemikaalicocktail 20.10.2015)

Otsikko on Kortesuon ja Kurvisen listauksen mukaan (2011, 67-68) klikinkerääjä – tyyppinen otsikko.

Listauksia Shingler ei juurikaan hyödynnä bloginsa otsikoinneissa. Bloggaamisen ollessa niin ammattimaista kuin tässä tapauksessa, voidaan päätellä, että tämä on täysin tietoinen valinta. Kortesuo ja Kurvinen mainitsevat teoksessaan (2011, 68), että etenkin ulkomaalaisissa blogeissa tällaisiin listauksiin törmää turhankin usein. Tästä voidaan kokonaisuutena päätellä, että listausmuotoista postausta lupaava otsikko on menettänyt vaikuttavuutensa blogimaailmassa.

Kuvat Kemikaalicocktailin postauksissa ovat nykyään todella suuressa osassa. Tähän on vaikuttanut varmasti blogin lifestyle –statuksen nousu ja entistä kovempi kilpailu blogien kesken nimenomaan visuaalisuuden suhteen. Postauksen kuvat ovat nykyään entistä useammin jonkun muun kuin Shinglerin itsensä ottamia ja laadullisesti verrattavissa aikakauslehdissä julkaistaviin kuviin. Kuvat rytmittävät postauksia pääosin mukavasti,

mutta etenkin muotia käsittelevissä postauksissa pääpaino on selkeästi vain kuvissa eikä tekstissä. Tämä on totta kai luonnollista, mutta on jossain määrin johtanut siihen tilanteeseen, että kuvat varastavat liikaa huomiota myös niissä postauksissa, joissa päähuomion tulisi olla tekstissä.

Kemikaalicocktailin postaukset käsittelevät pääasiassa arkisia asioita kevyesti ja joskus jopa päiväkirjamaisesti. Kantaottavammat postaukset ovat kieliasultaan luontaisesti tiukempia, faktapitoisempia ja tästä syystä pidempiä ja työläimpiä lukea ja sisäistää. Shingler käyttää ja laajentaa etenkin faktapohjaisten tekstiensä sisältöä käyttämällä paljon linkkauksia ja tarjoamalla lukijoille tätäkin kautta lisäarvoa. Tämä korostaa postauksen aiheeksi valitun asian käsittelyä, kun teksti ei poukkoile asiasta toiseen. Halutessaan jokainen lukija voi jatkaa aiheen tutkimista ja siihen syventymistä Shinglerin tarjoamien linkkien avulla. Pitkät postaukset eivät häiritse vaan niillekin on olemassa paikkansa.

Alta löytyvä kuvankaappaus on postauksesta, joka käsittelee Skyr –maitorahkoissa käytettäviä keinomakeuttajia. Tämä havainnollistaa, miltä pitkät blogipostaukset runsaine linkkeineen näyttävät. Nähdessäni lukijana tällaisen postauksen koen, että minulla tulee olla nyt hetki aikaa, mikäli haluan sisäistää lukemani.

Ajattelen maitotuotteista niin, että mikäli ne vatsalleen sopivat ja mikäli maidon saa eettisistä lähteistä, niin mikäsi siinä, muuta teollinen maidontuotanto on mielestäni eläinten riistoa ja valitettavasti myös luomussa vastapökinut lehmä ja vain päiviviä vanha vasikka erotetaan toisistaan. Se on sydämetöntä, koska molemmat kaipaavat toisiaan aivan kamalasti. En mene tähän enempää nyt, mutta halusin lyhyesti tuoda esille suhtautumiseni maidontuotantoon paitsi terveys-, myös eettiseltä kannalta.

Skyriä mainostetaan viikingeillä, jotka kuulemma valmistivat tuotetta jo yli tuhat vuotta sitten. tarinat ja mielikuvat ovat hienoja, mutta ne taitavat olla aika eri asia, kuin tämä kaupasta tänä päivänä löytyvä lopputuote, joka saa makunsa pääasiassa asesulfaami-K:sta.

On aika hämmäntävää, että aikana, jona kuluttajien luulis jotenkin olevan tiedostavia, myy tällainen keinomakeuttajatuote Suomessa maailmanennätystähtia. Sarjan 13:sta tuotteesta kahdeksan on makeutettu asesulfaami-K:lla, eikä Skyr Suomen sivuilla vielä näy lauaintaina tarjoiltuja uutuusmakuja, joissa oli kaikissa asesulfaami-K:ta niinkään. Lonnalle saapuneet saivat heti kättelyssä maistaakseen Skyrin uutuusmausta tehtyä smoothieta; popcorn-caramel-asesulfaami-cocktailia. Maistoin sitä minäkin, eikä se pahaa ollut, mutta kyllä keinomakeuttajan maun läpi tuntee, enkä minä siitä pidä. Enkä todellakaan sisällyttäisi sitä perheeni ruokavalioon. Asesulfaami-K ei hajoa ihmiselimistössä – eikä luonnossa. Siksi se on myös ympäristöongelma.

Suhtaudun nihkeästi keinomakeuttajiin, enkä vähiten siksi, että olen seurannut keskustelua niistä pitkään. Vuonna 2006 aspartaamin pitkäaikaiskäyttö yhdistettiin eläinkokeissa syöprien syntymiseen ja samaan aikaan katse kääntyi asesulfaamiin, jota on tutkittu aspartaamia vähemmän. Kun asesulfaami-K hyväksyttiin käyttöön, perustuivat sen turvallisuustestit täysin aineen lanseeranneen yrityksen eläinkokeisiin. Voit lukea lisää täältä.

Asesulfaami-K:ta tutumpi keinomakeuttaja monille lienee aspartaami, ja teollisuus vältteekin sen käyttöä huonon klengin vuoksi. Olen kirjoittanut postauksia aspartaamista ja asesulfaami-K:sta aikaisemminkin, lue esim. juttu täältä.

KUVA 2. Kuvankaappaus Kemikaalicocktailin postauksesta ”SKYR - KEINOMAKEUTTAJAA KANSALLE” (28.9.2015). Kuvassa näkyy osa postauksesta.

Kun vertaa Raikaswebiä Kemikaalicocktailiin, nousevat kielelliset erot selkeästi esiin. Raikaswebin lähestymistapa aiheita kohtaan on jo lähtökohtaisesti tiukempi ja skepti-

sempi kuin Kemikaalicocktailin, mutta kielellisen luettavuuden näkökulmasta katseltuna molemmat ovat laadukkaita, joskin erilaisia.

Raikaswebin postaukset ovat olleet läpi sen historian hillityn mittaisia niin kokonaiskuin kappalemitoiltaankin. Vanhat tekstit ovat pääasiassa lyhyitä ja informaatioarvoiltaan minimaalisempia kuin nykyään, mikä on yksi niiden heikkouksista vaikka mitataan ne edustavat Kortesuon ja Kurvisen näkemystä (2011, 55-56) ohjemittaisesta verkkotekstistä. Mukaan on kuitenkin mahtunut muutamia pitkiäkin postauksia, joista suurin osa on haastatteluita ja kysymys/vastaus –periaatteella toteutettuja. Kysymyksestä vastaukseen etenevä postaus on pitkänä mielestäni selkeämpi, sillä lukemalla pelkät kysymykset lukija pystyy valitsemaan postauksesta juuri ne tietyt kohdat, jotka häntä kiinnostavat. Kysymysten kertoessa, mitä pitkä vastaus käsittelee, lukijalta ei tuhraudu aikaa kaiken lukemiseen, mikäli sitä ei haluta.

Raikaswebin otsikointi on keskeisessä linjassa blogissa esitettyjen vaihtoehtoisten ravintonäkemyksen kanssa. Viitakangas hyödyntää otsikoinnissaan paljon klikinkerääjiksi laskettavia otsikoita, jotka monesti ovat suoranaisia käskyjä tai vähintään kehotuksia lukijalle:

”Varo keinomakeutusaineita”

(Raikasweb 29.10.2014)

”Älä syö kalsiumia purkista!”

(Raikasweb 24.9.2014)

Viitakangas käyttää paljon myös listauksia ja kysymyksiä otsikoidessaan. Kokemukseen pohjautuvia otsikoita ei puolestaan ole käytetty juuri lainkaan, mikä on selitettävissä sillä, että vastoin kuin esimerkiksi Kemikaalicocktailissa ja Luolalaboratoriossa, Raikaswebin postaukset eivät ole kovin henkilökohtaisia ja kirjoittajan elämään peilaavia.

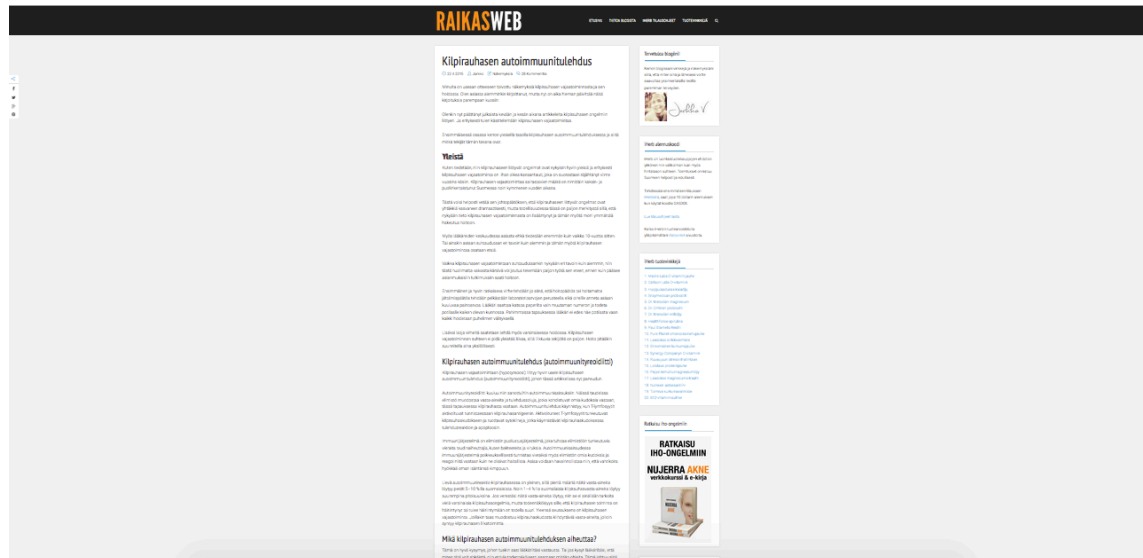
Osa Raikaswebin vanhemmista postauksista on pitkiä eikä niissä ole juuri käytetty esimerkiksi väliotsikointia. Uusien lukijoiden houkuttelemiseksi pitkät postaukset voivat olla ongelmallisia. Lukijan vielä hakiessa tietoa uudesta mielenkiinnon kohteesta tai eksyessä paikalle sattumalta, tulee lukijaa palvella lyhyillä, napakoilla ja väliotsikoiduilla postauksilla, jotka silmäilee tarvittaessa nopeasti läpi. Koen, että pitkät postaukset

ovat suunnattu enemmän kokeneemmille lukijoille ja aiheesta jo entuudestaan tietäville tai luonnollisesti palavasti aiheesta kiinnostuneille. Pitkien ja paljon asiaa sisältävien postausten lukeminen esimerkiksi bussia odotellessa on todella haastavaa. Pitemmät postaukset kuitenkin puolustavat paikkaansa sillä, että ne sisältävät paljon tietoa, josta kiinnostua ja lukea lisää. Tästä syystä en henkilökohtaisesti näe pitkiä artikkeleita ongelmallisina, ellei teksti ole huonosti kirjoitettua tai aseteltua. Uskon, että bloggaajan tulee ymmärtää ne riskit, jotka hän ottaa julkaistessaan pitkän artikkelin. Kaikki lukijat eivät välttämättä jaksakaan lukea niitä ollenkaan. Tässä kohtaa kuvien rooli postauksessa nousee jälleen esille. Jo yksi kuva saattaa riittää elävöittämään muutoin liian pitkää postausta.

Raikaswebin postaukset käsittelevät aiheitaan pääasiassa radikaalisti korostaen vastakohtia. Useasti blogissa esiintyvä aihe on esimerkiksi ravitsemussuositukset, jotka blogin kirjoittaja Viitakangas on valmis heittämään roskakoriin pitäen vaihtoehtoisia näkemyksiä oikeana niin ympäristölle kuin ihmiselle. Tämä on vaarallinen tapa kirjoittaa, sillä lähtökohtaisesti liian jyrkkä asennoituminen asioihin saattaa vieraannuttaa lukijoita. Koen, että mikäli kirjoittaja peilaa esittamiään kantoja omaan elämäänsä ja avaa niitä itsensä kautta, tulee tekstistäkin miellyttävämpää luettavaa. Mikäli omakohtaisuus puuttuu, tulee tekstin olla selkeästi tutkittuun tietoon pohjautuva ja sen mukaan argumentoitua, eikä vain löyhää kahden ääripään välillä tasapainottelua, mikä pahimmillaan syylistää lukijaa ja hänen toimintamalleja.

Vuosien saatossa Raikaswebin postaukset ovat kehittyneet todella paljon. Postauksista löytyy nykyään systemaattisemmin väliotsikoita ja erilaisia listauksia, jotka rytmittävät ja tuovat ilmaa tekstiin. Uudemmissa teksteistä huokuu, että niihin on panostettu enemmän niin sisällön tuottamiseen kuin asetelun osalta. Seuraavalla sivulla kuvassa 3 näkyy miten Raikaswebin postaus ”Kilpirauhasen autoimmunitulehdus” (22.4.2015) on jaettu osiin ja väliotsikoitu, mikä on saanut aikaan sen, että teksti näyttää miellyttävämmältä lähestyä. Kyseisen postauksen suhteen tärkeä pieni yksityiskohta on, että se sisältää todella lyhyen ja napakan johdannon aiheeseen, ingressin, jonka perusteella lukija pysyy tekemään viimeisen päätöksensä tekstin kiinnostavuudesta. Viime aikoina Raikaswebin postaustahti on harventunut huomattavasti etenkin blogin alkuajoista. Postaukset käsittelevät nykyään pääasiassa sairauksia, jotka on otsikoitu käyttäen aina kyseisessä postauksessa käsiteltävän sairauden nimeä, kuten esimerkiksi kuvassa 3. Tällainen otsi-

kointitapa ei välttämättä ole kaikista houkuttelevin lukijaa kohtaan, mutta sairaudesta kärsivä löytää varmasti näiden postausten äärelle paremmin hakukoneiden kautta, kun hakusana on suurella todennäköisyydellä sama kuin postauksen otsikko.



KUVA 3. Raikaswebin postaus ”Kilpirauhasen autoimmuunitulehdus” (22.4.2015). Kuvassa näkyvä osa postauksesta.

Luolalaboratorio sijaitsee luettavuudeltaan jossain Raikaswebin ja Kemikaalicocktailin välissä. Postauksien kielen luonne vaihtelee tutkimistani esimerkkiblogeista ehdottomasti eniten. Mukana on edelleen paljon reseptejä ja päiväkirjamaisia pohdintoja ja havaintoja terveyden eri aloilta. Postauksien suurin määrittävä tekijä on niiden omakohtaisuus, mikä konkretisoituu puhekielen, hymiöiden ja muiden vapaiden sanakäänteiden ja –väänneiden käyttöön. Tätä samaa on ajoittain havaittavissa Kemikaalicocktailissa, mutta ei niin suurissa määrin kuin Luolalaboratoriossa, joka on käsittelemistäni blogeista ehdottomasti kielellisesti vapain ja rennoin. Postauksista on myös selkeästi huomattavissa se, milloin kirjoittaja on jaksanut panostaa teksteihinsä ja milloin teksti on vain syntynyt. Kemikaalicocktailin tavoin Luolalaboratorio nojaa sisältönsä ja oman persoonallisen otteensa bloggaajan itsensä varaan, joka mahdollistaa lukijan näkökulmasta hyväksynnän vähän rennommin kirjoitettuja postauksia kohtaan. Luolalaboratorion ottamat vapaudet sisällön tuottamisessa korostavat jälleen kerran, miten suuri merkitys kirjoittajan persoonallisuudella ja aitoudella on blogin suhteen.

Lihastohtorin postaukset nojaavat pitkälti kirjoittaja Juha Hulmin koulutustaustaan ja sieltä ammennettavaan ammattitaitoon ja kokemukseen. Postausten kieli on pääsääntöisesti rentoa ja hyvin kirjoitettua. Mielenkiintoista kuitenkin on, miten Hulmi onnistuu

kirjoittamaan teksteistään niin helposti lähestyttäviä ja jopa hauskoja vaikka mukana on poikkeuksetta paljon tieteellisiä lähdeviitteitä. Tämä kertoo mielestäni yksinomaan siitä, että Hulmin kirjoitus- ja esitystapa on poikkeuksellinen ja täysin omanlaisensa, mitä kenenkään on turhaa lähteä jäljittelemään. Jälleen kerran persoonallinen ja kirjoittajalle sopiva ote nousee esiin merkittävänä tekijänä.

Lihastohtorin tapauksessa verkkoteksteille asetetut ominaismitat on syytä unohtaa, sillä tässä tapauksessa on vaikea puhua edes postauksista. Kuvaavampi sana olisi esimerkiksi nettiartikkeli, jonka julkaisualustana toimii blogi. Lihastohtorin tekstit ovat laajoja väliotsikoilla rytmitettyjä kokonaisuuksia, jotka on helppoa ja usein jopa suotavaakin lukea osissa. Etenkin jos paneutuu vielä erikseen esiteltyihin lähdeviitteisiin. Malli on hyvin pitkälti sama, mitä Raikasweb hyödyntää tiettyjä sairauksia käsittelevissä uudemmissa postauksissaan sillä erotuksella, että Lihastohtori laajentaa tätäkin formaattia entisestään. Teksteissä käytetään myös paljon kuvia, osittain varmaan siksi, että lukija sisäistäisi paremmin lukemansa keskittymällä välillä humoristiseen kuvaan, jotka ovat suuressa osassa Lihastohtorin postauksissa.

Lihastohtorissa otsikointi on selkeää, joskin hieman yksipuoleista. Otsikoita ei ole juuri mahdollista lokeroida mihinkään Kortesuon ja Kurvisen esittämiin (2011, 67-68) otsikointityökaluihin. Oikeastaan ainoa, jota blogissa on ajoittain havaittavissa on ”klikinkerääjä” –tyyppinen otsikointi. Esimerkiksi ”Paras ja huonoin liike” (23.3.2015). Tämänkin postauksen alussa kuitenkin mainitaan, että se tulee käsittelemään nimenomaan iltapäivälehdissä julkaistavia shokkiuutisia kuntosaliharjoitteluun liittyen, joten otsikko lienee tässä tapauksessa rakennettu tämän pohjalta.

Luolalaboratorio ja Lihastohtori ovat otsikoiltaan toistensa vastakohtia. Luolalaboratorion päiväkirjamaisesta ja rennosta otteesta johtuen otsikot ovat hieman epämääräisiä eivätkä kuvaa kovin usein konkreettisesti postauksen sisältöä. Lihastohtori puolestaan esittelee otsikoissaan aina postauksen keskeisen sisällön. Tämä tosin on johtanut siihen, että monet otsikoista tuntuvat kömpelöiltä ja konemaisilta. Hakukoneet kuitenkin löytävät nämä postaukset huomattavasti paremmin kuin esimerkiksi Luolalaboratorion tekstit.

”JOKAISEN OIKEUS”

(Luolalaboratorio 10.2.2015)

”MESTARIN LIPSUVA OTE”

(Luolalaboratorio 20.1.2015)

”Kannanottoja ajankohtaisiin terveysaiheisiin: lääkkeet, luontaistuotteet, suositukset ja asiantuntijat”

(Lihastohtori 19.10.2015)

”Vähähiilihydraattinen ruokavalio kovan intensiteetin liikunnassa, erityisesti voimaharjoittelussa”

(Lihastohtori 8.4.2014)

Lihastohtori kertoo myös jo postauksen otsikossa, mikäli kirjoittaja ei ole hän itse vaan vieraskirjoittaja.

“Uni, fyysinen harjoittelu ja hormonitoiminta – Kettunen”

(Lihastohtori 26.5.2015)

Kaikki neljä esimerkkeinä käyttämäni blogia eroavat luonnollisestikin toisistaan. Mielenkiintoinen huomio luettavuuden näkökulmasta on, että miten paljon otsikoiden luonteet kertovat blogin varsinaisesta sisällöstä.

Kemikaalicocktailin otsikot ovat monipuolisia ja mietittyjä aivan kuten ammattimaisesti toteutetut sisällötkin. Raikasweb hyödyntää paljon kysymyksiä, käskyjä ja listauksia otsikoinneissaan, jotka alleviivaavat sen radikaalimpia ja vaihtoehtoisia näkemyksiä terveydestä. Luolalaboration otsikot ovat tulkinnanvaraisia ja usein postauksen aihe selviääkin vasta itse tekstistä. Tämä kertoo vilpittömästä ja fiilis-pohjalta tapahtuvasta bloggaamisesta. Lihastohtori puolestaan niputtaa otsikoissaan tekstiensä keskeisen sisällön, jotta lukija tietää heti mistä on kyse. Otsikot ovat yhtä napakoita kuin kirjoittajan hyödyntämät tieteelliset lähdeviittaukset.

Suoranaisia kielellisiä epäkohtia on esimerkkiplogeista vaikeaa osoittaa. Kaikissa käytetty kieli sopii luonnollisesti blogin muuhun tyyliin, mikä tekee käytetystä kielestä perusteltua. Oppaista keräämäni tiedon pohjalla on kuitenkin todettava, että yksikään käsittelemistäni blogeista ei vastaa postauspituuksiltaan ns. asetettuja normeja. Ainoastaan

Kemikaalicocktail tavoittaa joissain tapauksissa tämän lyhyen ohjemitan, mutta muutoin postaukset ovat pidempiä käytännössä aina. Tämä tukee puolestaan ajatusta siitä, että ihmiset jaksavat lukea myös pidempiä postauksia, mikäli ne ovat kiinnostavia ja mielenkiintoisesti rakennettuja. Mielestäni blogeja tulisikin käsitellä enemmän samasta näkökulmasta kuin aikakausilehtiä, jotka julkaisevat pääasiassa pidempiä kirjoituksia. Alerin teettämästä ja Koplan toteuttamasta blogitutkimuksesta (2014) käy ilmi, että tuhannesta haastatellusta 44% koki blogien vaikuttaneen nimenomaan aikakausilehtien kulutukseen. Tästä voidaan päätellä, että myös laajemmille tekstikokonaisuuksille on olemassa kysyntää.

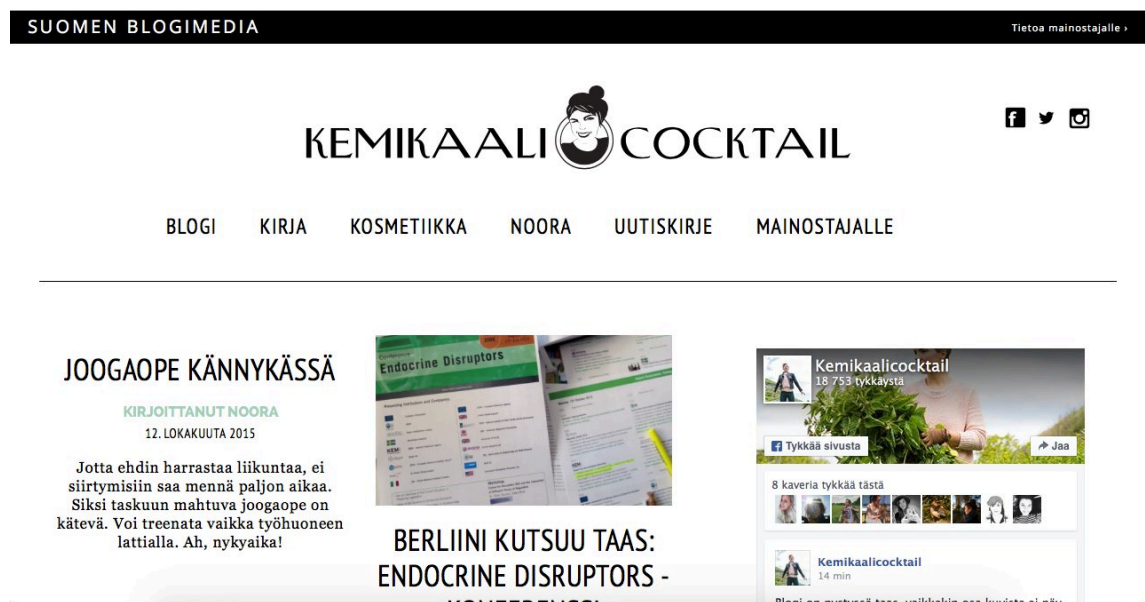
6.4 Blogin visuaalisuus

Blogin pariin ajatunut lukija muodostaa ensimmäisen kuvan blogista ja sen sisällöstä visuaalisuuden perusteella. Blogin ulkoasun tulee olla selkeä, raikas ja houkuttelevilla kuvilla höystetty, jotta se saa lukijan jäämään blogin pariin ja tutustumaan tarkemmin sen sisältöön. Blogi voi luonnollisesti olla suosittu ”vain” sisällöllisten ansioidensa kautta vaikka sen visuaalisuus ei olisikaan kovin mietittyä. Ensivaikutelman tärkeyden takia on kuitenkin järkevää ja kannattavaa nähdä hieman vaivaa ja panostaa blogin ulkoasuun. (Toikkanen & Kananen 2014, 16.)

Monien blogialustojen, esimerkiksi Wordpressin asetuksista pääsee ottamaan käyttöönsä vain muutamalla klikkauksella erilaisia ulkoasuteemoja, jotka ovat heti käyttövalmiita ja helposti muokattavissa. Ilmaisia ulkoasuteemoja on olemassa paljon, joiden muokkaaminen esimerkiksi värityksien ja taustakuvien suhteen on helppoa ja onnistuu suoraan Wordpressin omalla selainpohjaisella muokkaimella. Myös maksullisia ulkoasuteemoja on saatavilla ja usein näiden muokkaaminen on vielä asteen vapaampaa kuin ilmaisten teemojen. Maksullisten teemojen muokkaaminen vaatii kuitenkin yleensä myös hieman tietämystä nettisivujen rakenteesta, mutta niiden avulla on sivustosta luotavissa täysin sen näköinen kuin itse haluaa. Valmiita teemoja kannattaa hyödyntää, sillä niiden perusasiat ovat yleensä kunnossa eikä niiden muokkaamiseen tällöin tarvitse nähdä juurikaan vaivaa. Tärkeintä blogin ulkoasussa onkin, että perusasiat ovat kunnossa ja selkeästi esillä. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 40-41.)

Erilaisilla kuvilla on iso rooli blogin visuaalisessa ilmeessä. Kuvia voi käyttää taustakuvina sivustolla, käyttöliittymän elävöittäjinä ja ennen kaikkea postausten yhteydessä rytmittämään ja korostamaan tekstin keskeisiä kohtia. Kuvilla on erityisen suuri rooli tekstin kokonaisulkoasun kannalta. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 41.) Kuvia kannattaa etsiä esimerkiksi ilmaisista kuvapankeista, mikäli ei itse omista kameraa ja kuvaa postausten kuvia itse. Esimerkiksi Getty Images –kuvasivusto antoi vuonna 2013 ilmaiseen käyttöön 35 miljoonaa sivuiltaan löytyvää kuvaa, koska kuvien tekijänoikeuksia rikottiin niin paljon, että sen valvomisesta tuli mahdotonta (BBC News 2014).

6.4.1 Blogien visuaalisuuden vertailua



KUVA 4. Kuvankaappaus Kemikaalicocktailin etusivu 13.10.2015.

Kemikaalicocktailin ulkoasu on miellyttävän yksinkertainen. Valkoinen tausta on usein pieni riski, sillä lopputulos jää herkästi valjuksi eikä erotu. Kemikaalicocktailissa suuri painoarvo on otsikkobannerilla, joka on räätälöity suoraan kirjoittajalleen eikä vain noukittu ilmaisupalvelusta. Piirroskuva kirjoittajasta otsikon yhteydessä on pirteä lisä ja tekee yksinkertaisesta otsikosta toimivan ja eloisamman mitä se olisi ilman kuvaa.

Valikon linkit ovat selkeitä ja niistä käy hyvin selkeästi ilmi, että Kemikaalicocktail on enemmän kuin blogi. Valikosta löytyy tietoa esimerkiksi Shinglerin kirjoittamasta kirjasta ja miten mainostajien tulee toimia, mikäli ovat kiinnostuneita yhteistyöstä Kemikaalicocktailin kanssa. Tästä voidaan päätellä, että Shingler on päässyt pitkälle bloginsa

kanssa ja käyttää blogiaan nykyisin myös kaupallisiin tarkoituksiin. Facebook-gadget on myös sijoitettu heti etusivun oikeaan reunaan, josta on heti helppo liittyä blogin facebook-tykkääjäksi. Myös muut sosiaalisen median linkit on sijoitettu selkeästi otsikon viereen symbolien muodossa. Tämä kaikki on heti nähtävissä sivustolle saapuessa.

Mielenkiintoinen ja poikkeuksellinen elementti Kemikaalicocktailin etusivulla on, että siltä ei ole suoraan luettavissa kokonaista tekstiä vaan tekstit on listattu pienempiin laatikoihin linkkimuotoisesti niin, että kappaleista on luettavissa niiden ensimmäiset rivit eli ingressit. Tapa on selkeä ja avaa etenkin uudelle lukijalle laajemmin sitä, mitä blogin postaukset käsittelevät. Sivun alareunaan rullatessa löytyy linkki vanhempiin postauksiin, joka avaa blogeille ominaisemman näkymän, jossa postaukset on listattu allekkain ja niiden otsikkokuvat ovat isompia kuten kuvasta 5 voidaan nähdä.



KUVA 5. Kemikaalicocktailin postauksia perinteisessä bloginäkyvässä.

Postaukset on esitelty hyvin ja niiden visuaalisuuteen on selkeästi panostettu. Shingler on ymmärtänyt otsikon ja ingressin voiman houkuttelevuuden kannalta. Postaukset on aseteltu houkuttelevasti ja ne kutsuvat klikkaamaan postaukset auki ja lukemaan ne kokonaisuudessaan.

Kemikaalicocktailin ehdoton vahvuus on sen selkeys ja helppo silmäiltävyys. Heti etusivulle saapuessaan lukijalla on silmiensä edessä kaikki tarvittavat linkit, joista pääsee tarkastelemaan esimerkiksi tietoja blogin kirjoittajasta ja blogin sosiaalisen median kanavista. Vaikka osa postauksista on huomattavasti pidempiä kuin toiset, eivät ne karkota

lukijoita, sillä muuten blogin hillitty ulkoasu ei vieraannuta pitkienkin postauksien tapauksissa.

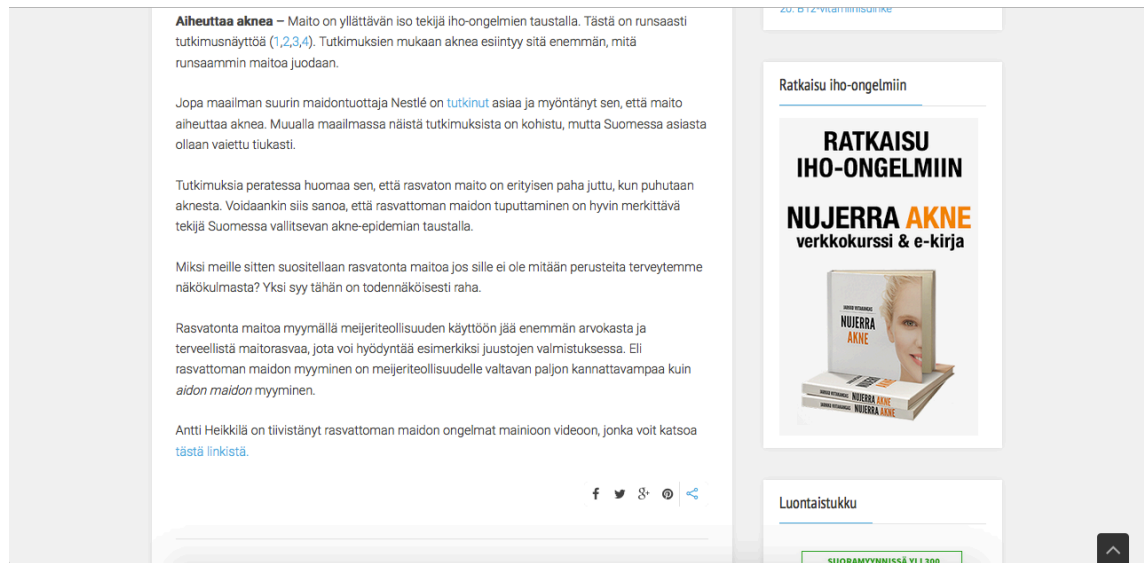
Kemikaalicocktailin tavoin myös Raikaswebin visuaalisuus on rakennettu yksinkertaiselle pohjalle. Etusivu on perinteinen ja blogeille tyypillinen uusimman postauksen näkyessä heti päällimmäisenä kuten alta löytyvästä kuvasta 6 voimme nähdä. Postauksia ei tarvitse klikkailla erikseen auki, vaan ne on listattu kokonaisuudessaan allekkain heti etusivulta lähtien. Tapa on erilainen kuin Kemikaalicocktailissa, jossa postauksia näkyy heti sivun avautuessa useampia, joista on luettavissa johdantokappaleet. Raikaswebin tapauksessa tällainen perinteisempi malli on toimivampi, sillä sen postaustahti on huomattavasti maltillisempi kuin Kemikaalicocktailin. Kemikaalicocktail saattaa julkaista viikossa useammankin tekstin, joten satunnaisen vierailijan on helpompi pysyä postausjärjestyksissä mukana kun ne ovat tarkasteltavissa tiukemmin sijoiteltuina.



KUVA 6. Raikaswebin etusivu 11.11.2015.

Raikaswebin etusivulla on heti nähtävissä kuva kirjoittajasta ja pieni esittelyteksti, kuten kuvan 6 oikeassa reunassa voimme nähdä. Kuva ja esittely välittävät lukijalle lämpimän kuvan kirjoittajasta, kun hän toivottaa lukijan tervetulleeksi blogin pariin. Esittelyteksti on luettavissa laajemmassa muodossa ylälaidan navigointipalkin ”Tietoa blogista” – linkin takaa. Tarkastelemistani blogeista vain Raikasweb ja Lihastohtori esittelevät heti etusivulla kuvan kirjoittajastaan.

Sosiaalisen median gadgetit ovat Raikaswebin tapauksessa sijoitettu aina postausten loppuun, kuten kuvasta 7 voimme huomata. Postauksen pystyy jakamaan omilla tileillään suoraan sivustolta. Linkkejä kirjoittaja Viitakankaan omiin sosiaalisen median kanaviin ei ole nostettu esiin lainkaan johtuen mahdollisesti siitä, että Viitakangas ei markkinoi tekstejään muualla kuin Twitterin puolella. Raikaswebillä ei esimerkiksi ole olemassa omaa Facebook-sivua toisin kuin Kemikaalicocktaililla, Lihastohtorilla ja Luolalaboratoriolla.



KUVA 7. Raikaswebin postauksen ”Rasvaton maito lihottaa ja aiheuttaa iho-ongelmia” (28.8.2015) alareuna, josta näemme sosiaalisen median painikkeet ja oikean laidan mainokset.

Luolalaboratorio on käsittelemistäni blogeista riisutuun ja yksinkertaisin vaikka keskeinen ajatus on sama kuin Raikaswebissä ja Kemikaalicocktailissa. Blogin nimi on sijoitettu selkeästi ja erottuvasti sivuston yläreunaan. Värimaailma on edellisten tapaan hillitty, tässä tapauksessa liiankin. Luolalaboratorion otsikkotekstiä elävöittämällä esimerkiksi samaan tyyliin kuin Kemikaalicocktailin, voisi sivustosta tulla saman tien eläväisempi ja persoonallisempi. Ehkä myös jonkinlainen grafiikka laboratorioon liittyen voisi tuoda sivuston ilmeeseen elämää.

Toisaalta Luolalaboratorio on käsittelemistäni blogeista ainoa, jonka nimi pääsee todellisiin oikeuksiinsa blogin visuaalisessa ilmeessä. Massiivinen, lähes koko sivun levyinen nimi näyttää yksinäänkin hauskalta ja korostaa hienosti sivuston onnistunutta ni-

meä. Samojen kirjaimien ja samankalaisten tavujen toisto nimessä nousee tässä esitystapavassa oikeuksiinsa kuten kuvasta 8 voimme nähdä.



KUVA 8. Luolalaboratorion etusivu 11.11.2015 ja uusin postaus ”Stressiäncyrointiä.” (5.11. 2015)

Luolalaboratorion etusivulle on sijoitettu Kemikaalicocktailin tapaan Facebook-gadget, mutta sen sijoittelua ei ole mietitty tarpeeksi. Luolalaboratorion Facebook-tykkääjäksi voi liittyä suoraan blogin sivuilta, mutta sivua tulee tällöin selata todella paljon alaspäin, että gadget löytyy. Kuvasta 4 voimme huomata, että Kemikaalicocktailin Facebook-tykkääjäksi voi liittyä helposti heti sivun avauduttua kun mahdollisuutta tähän ei tarvitse erikseen etsiä. Mikäli blogia haluaa markkinoida sosiaalisen median kanavissa, tulisi tästä tehdä lukijoille helppoa tai jättää tämä ominaisuus kokonaan pois blogin elementeistä.

Blogin henkilökohtaisuudesta ja päiväkirjamaisestakin otteesta johtuen näkisin, että Raikaswebin ja Lihastohtorin tavoin (KUVA 6 ja KUVA 9) kirjoittajan esittely ja kuva voisivat Luolalaboratorion tapauksessa olla hyviä elementtejä. Nyt tietoihin käsiksi päästäkseen tulee klikata auki valikon Labratäti –linkki, joka on nähtävissä kuvassa 8. Lisäksi postausten ollessa esillä perinteisen bloginäkymän mukaisesti allekkain, uusimmasta vanhimpaan Raikaswebin tavoin, on postausten selaaminen työläämpää etenkin jos on blogin satunnaisempi lukija. Postausten ollessa yhtä pitkiä kuin Luolalaboratoriossa, voisi blogin etusivun asettelussa hyödyntää Kemikaalicocktailin mukaista näkymää, joka on nähtävissä kuvassa 4.

Lihastohtori on visuaalisuudeltaan kaikista mielenkiintoisin. Muiden esimerkkien tavoin kokonaisuus on selkeä ja yksinkertainen. Mielenkiintoinen huomio on se, että kaikki käsittelemäni blogit ovat mustavalkoisuuden varaan rakennettuja.

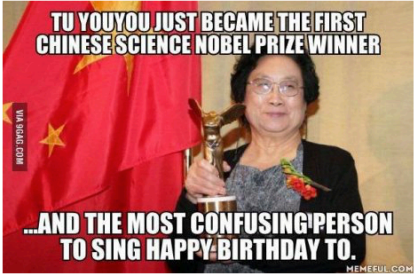
Lihastohtorin etusivulla suurin huomio kiinnittyy otsikkokuvaan, banneriin, johon on sijoitettu esimerkiksi piirroshahmoja (KUVA 9). Tämä on oivallinen tapa kertoa lukijalle, että blogissa julkaistujen kirjoitusten on tarkoituskin olla viihdyttäviä ja humoristisia. Hulmi itse kuvaa (2015) kirjoituksiaan pedakoomisiksi. Riippuu lukijasta, miten kokee tällaisen kuvaston blogissa. Tämä on selkeästi omaperäinen ja erottuva tapa.



KUVA 9. Lihastohtorin etusivu 12.11.2015.

Lihastohtorin pedakoominen linja jatkuu blogin muussakin kuvastossa. Postaukset sisältävät paljon humoristisia kuvia ja videoita havainnollistamaan joko konkreettisesti tai löyhästi, mistä on kysymys, kuten kuvasta 10 voimme nähdä (ks. seur. sivu). Kuvat toimivat tekstin rytmityksessä ja useasti ne antavat lukijalle juuri oikean ajan prosessoida lukemaansa ennen seuraavaan kappaleeseen siirtymistä. Tämä tekee teksteistä helpposti lähestyttävämpiä sellaisille ihmisille, jotka eivät halua erikseen paneutua Lihastohtorin käyttämiin lähdeviitteisiin.

Vaihtoehtoinen ja luontainen on huuhaata. Ei varsinaisesti. Kovan tieteellisen työn avulla vaihtoehtoisista keinoistakin seuloituu toimivia lääkkeitä terveydenhoitoon. Loistavaa [Tervettä skeptisyyttä blogia](#) siteeratan annan esimerkin tuoreesta lääketieteen nobelistista: "Farmakologi Tu Youyoun työ perinteisen kiinalaisen lääketieteen parissa herättäneen mielenkiintoa myös nykyisissä vaihtoehtolääketieteen piireissä. Hän löysi malarialääke artemisiinin kaiken kaikkiaan 2000 perinteisen rohdoksen joukosta.



...Tu Youyou teki työnsä kaikkien hyvien tieteellisten periaatteiden mukaisesti. Hän teki huolellista tutkimusta ensin yksittäisten rohdosten tasolla päätyen lopulta eristämään kesämaruna (Artemisia annua)-kasvista sen vaikuttavan ainesosan. Se mahdollisti artemisiinin tarkemman tutkimuksen ja ennen kaikkea annostuksen hallinnan.

Perinteisten rahtojen seassa on paljon toimivia ja toistaiseksi tuntemattomia yhdisteitä. On kuitenkin tärkeää että ne etsitään tarkoin ja tutkitaan sen sijaan että halitaisiin perinteisiin perinteillä tni

- Uni, fyysinen harjoittelu ja hormoni-
taiminta – Kettuinen
- Enemmän ei ole enemmän
- Voimaharjoittelu ja muu kova liikunta
raskausaikana ja sen jälkeen – Sten-
man
- Marraskuussa ilmestynyt Lihastohtori-
kirja on nyt painossa!
- Lihastaudit – niiden hoito tulevaisuu-
dessa ja koskettavia kertomuksia
- Paras ja huonoin liike
- Lihastohtorin suosikit
- Rento vs. tiukka – joustava ja rajoit-
tava syöminen vertailussa – Lindblad
- Miten aloittelija selviytyy salilla hen-
gissä – Tikka
- Liikkeiden oppiminen tehokkaammik-
si ja turvallisemmiksi – Taitotohto-
ri Kalaja
- Huumoriterapiaa: Mullistus@ hoito ja
Mullistus@ Coach
- Mistä tietää, että terveysväite ei pidä
paikkaansa? – Kruuti
- Vuosi 2014 ja kehti vuotta 2015
- Pahimmat treenimyytit – osa II: paka-
rat

Arkistot

- lokakuu 2015
- syyskuu 2015
- elokuu 2015
- kesäkuu 2015
- toukokuu 2015
- huhtikuu 2015
- maaliskuu 2015
- helmikuu 2015
- tammikuu 2015

Seuraa

KUVA 10. Lihastohtorin postaus ”Kannanottoja ajankohtaisiin terveysaiheisiin: lääkkeet, luontaistuotteet, suositukset ja asiantuntijat” (19.10.2015). Kuvassa näkyy vain osa postauksesta.

Kuvasta 9 voimme huomata, että Lihastohtori on jakanut postauksensa aihealueisiin ja koonnut ne blogin päävalikon linkkien taakse. Postaukset on jaettu neljään ryhmään: treeni, ravinto, terveys ja fysiologia ja muut. Lihastohtori on tällä korvannut perinteisen tagi- eli tekstitunnistepilven, jollainen on nähtävissä kuvan 8 oikeassa laidassa. Lihastohtorin käyttämä tapa on mielestäni siistimpi, sillä en ole ymmärtänyt tagipilven todellista käyttötarkoitusta. Lukijana etsin blogeista luettavaa enemmän suurempien eriteltyjen kokonaisuuksien takaa kuin sekavien yksittäisten aihe-tunnisteiden, joiden takaa löytyy usein vain yksi tai kaksi postausta.

Lihastohtorin postaukset on aseteltu blogeille perinteisesti allekkain, mutta ilman niiden aukaisemista luettavissa ovat vain ingressit. Malli on siis sama kuin Kemikaalicoocktailissa (KUVA 4), mutta postausten sijoittelu on erilainen. Tarkastelemalla Lihastohtorin postausnäkömää ja vertailemalla sitä esimerkiksi Luolalaboratorioon, jossa postaukset on aseteltu peräkkäin täydessä mitassa, nousee Lihastohtorin malli esiin huomattavasti parempana ja lukijalle käyttäjäystävällisempänä.

Lihastohtorin visuaalinen ilme on kokonaisuudeltaan ehkä kaikista rujoin ja simppelein. Se ei kumarrakaan lainkaan lifestyle –tyylisten blogien suuntaan, jotka kiinnittävät suurta huomiota blogin visuaalisuuteen ja kauneuteen esimerkiksi isojen ja laadukkaiden kuvi-

en ja värien suhteen. Karrikoidusti voidaan sanoa, että Lihastohtori on myös visuaalisesti Kemikaalicocktailin vastakohta, jolle visuaalisuus ja esteettisyys ovat selkeästi tärkeämpiä. Tämä on luonnollisesti asia, johon vaikuttaa myös kohderyhmä. Lihastohtorin visuaalisuus on ehkä osaltaan perusteltavissa sillä, että kuntosaliharjoittelu mielletään monessa lähteessä yleisesti rosoiseksi ja jämptiksi harrastukseksi.

6.5 Blogialustan valitseminen

Blogin voi perustaa esimerkiksi ilmaispalveluita kuten blogger.com tai wordpress.com hyödyntäen (Sjöholm, 2014, 18). Wordpress.com on näistä kahdesta palvelusta selkeästi monipuolisempi. Sen muokattavuus on Bloggeriin verrattuna suurempi, mutta samalla se tekee sen käytöstä hieman vaikeampaa. Edistyneempi versio wordpress.comista on wordpress.org, joka on palvelimelle asennettava blogialusta, jota ei voi suositella harrastelijabloggaajalle. (Blogikonsultti 2014.) Wordpress.orgin kaltaisten palvelimelle asennettavien blogialustojen merkitys saattaa kuitenkin nousta kynnyksysymykseksi ja suoranaiseksi edellytykseksi nykyblogien kentällä, sillä nykyään sisällön lisäksi bloggaajat kilpailevat myös esimerkiksi visuaalisella tasolla. (Kortesuo & Kurvinen 2011, 35.) Blogialusta ja sen valitseminen liittyvät usein blogin visuaalisuuteen ja sitä kautta käytettävyyteen.

6.5.1 Wordpress.org

Wordpress.org on palvelimelle asennettava ohjelmisto, jonka kuka vain pystyy lataamaan koneelleen. Toimiakseen ilmainen asennuspaketti tarvitsee palvelimen, joka maksaa palveluntarjoajasta riippuen muutamasta eurosta sataan euroon vuodessa. Yleinen harhaluulo on, että wordpress.org –ohjelmiston asentaminen palvelimelle olisi vaikeaa, vaikka nykyään monet palveluntarjoajat tarjoavat tästä yksinkertaistettua versiota, jossa asentajan ei tarvitse itse koskea lainkaan asennuspaketin tai palvelimen tiedostoihin. (Leiniö 2013.)

Vaikka wordpress.org vaatiikin toimiakseen hieman teknistä osaamista ja rahaa, niin sen muokattavuus on yksi sen suurimmista valteista. Wordpress.org mahdollistaa käy-

tännössä täysin vapaan muokattavuuden ja lisäosien asentamisen sivustolle, mikä voi olla blogin suosion kannalta nykyään todella tärkeä yksityiskohta. Mikäli aikoo tehdä blogillaan rahaa ja kerätä suuren yleisön niin, että toiminta näyttää ammattimaiselta, on wordpress.org hyvä valinta. (Leiniö 2013.)

6.5.2 Wordpress.com

Worpress.com on ilmainen ja pilvipalvelupohjainen palvelu, jonne kuka tahansa voi rekisteröityä ja luoda oman sivuston. Wordpress.orgin ja wordpress.comin keskeisin ero liittyy siihen, että wordpress.comin muokattavuus on todella rajallinen. Mukana on vain muutamia valittavissa olevia ulkoasuteemoja ja lisäosia. Lisäpalveluna sivusto myy erilaisia paketteja, jotka antavat mahdollisuuksia vapaampaan ulkoasun muokkaamiseen, joilla ei kuitenkaan päästä wordpress.orgin kaltaiseen muokattavuuteen. Wordpress.comin etuja sen ilmaisuuden lisäksi on, että se on pilvipalvelu, joten sitä kautta luodut sivustot kestävät oletusarvoisestikin enemmän liikennettä kuin ulkoisiin palvelimiin nojaavat wordpress.org –sivustot. (Leiniö 2013.) Käsittelemistäni blogeista Li-hastohtori käyttää poikkeuksellisesti tätä ilmaisversiota alustanaan. Tämä selittää osaltaan sen ulkoasun rosoisuuden.

6.5.3 Blogger

Bloggerin vahvuuksia on ehdottomasti sen yksinkertaisuus ja helppous. Blogger on osa Googlea, mistä johtuen jokainen Google-tunnuksen omaava pystyy samaa tunnusta käyttäen perustamaan blogin Bloggerin kautta. Googlen alaisuudessa toimiessaan Bloggerin kautta bloggaaja pystyy lisäämään blogiinsa helposti Google-mainoksia. Vastaa-vien mainoksien lisääminen esimerkiksi wordpress.org –blogiin ei ole yhtä helppoa, mutta kuitenkin mahdollista. Yksi Bloggerin vahvuuksista on myös, että se tarjoaa palvelimeltaan käyttäjilleen ilmaiseksi 1GB tilaa esimerkiksi blogissa julkaistaville kuville. Tämän tilan lisääminen onnistuu helposti Google+ -tilin kautta. (Saric 2015; Anurag B. 2014.) Bloggerin muokkaustyökalut ovat helppoja käyttää, mutta mahdollisuuksia erilaisten ulkoasujen suhteen on kuitenkin rajallisesti eikä niiden yksityiskohtia ole juuri

mahdollista muokata. Bloggerin kautta blogia perustaessa tulee myös muistaa, että käytännössä bloggaaja ei omista itse blogiaan vaan Google. (Saric 2015.)

6.5.4 Tumblr

Tumblr ei suoranaisesti ole blogialusta samalla tavalla kuin esimerkiksi Wordpress.org tai Blogger. Tumblr yhdistää enemmän Twitterin lyhyet viestit, Facebookin yhteisöllisyyden ja tykkäykset ja lisäksi Pinterestin kuvapainotteisin visuaalisuuden. Tästä johtuen Tumblria voidaan sanoa eräänlaiseksi mikroblogiksi, jonka ehdoton vahvuus on julkaisemisen helppous. Siellä jaetaan pääasiassa hauskoja kuvia, videoita tai gifejä. Tärkeää on huomata, että tarvittaessa se soveltuu myös asiapitoisemman sisällön käsitteilyyn. Tumblria on hyödynnetty esimerkiksi Yhdysvaltojen presidentinvaalikampanjoissa. (Louhimies 2012.)

Tumblr-kulttuuri poikkeaa perinteisimmistä blogialustoista tai Facebookiin perustetuista sivustoista sen vapaamuotoisuudella ja rentoudella. Siellä toimiminen on suhteellisen epävirallista ja käyttäjien itsensä sanelemien sääntöjen rajoissa toimimista. Tästä johtuen Tumblr ei välttämättä ole paras paikka laajemmille ja vakavimmille sisällöille. (Louhimies 2012.)

Punnitessaan Bloggerin ja Wordpressin eroja Saric (2015) puhuu Wordpressin puolesta vedoten esimerkiksi sen vapaaseen muokattavuuteen ja omistussuhteeseen. Wordpress antaa avoimet työkalut sivuston muokkauksen suhteen, sillä koko Wordpressin lähdekoodi on avointa. Lisäksi Wordpressin takana toimiva tiimi keskittyy tiiviisti tekemään sivustosta ja sen käyttämisestä entistä helpompaa ja vapaampaa.

7 OMA BLOGISUUNNITELMA

Suunnitelmassani aion pohtia luvussa 6 analysoimiani blogille tärkeitä seikkoja, jotka valikoituivat käsiteltäviksi erilaisten kirjallisten lähteiden ja blogien vertailun kautta. Avaan jokaisen osa-alueen kohdalla, miksi olen päätenyt kyseiseen ratkaisuun.

7.1 Blogin nimi

Nimi on yksi kriittisimmistä blogin elementeistä. Sen pitäisi olla yhtä aikaa kiinnostava, informatiivinen ja mieleenpainuva. Nimi on ollut minulle ehkä vaikein elementti blogia miettiessäni.

Luvussa 6 käsittelemäni blogit ovat kaikki nimiltään samankaltaisia. Ne ovat kohtalaisen lyhyitä yhdyssanoja, joista on tehty mielenkiintoisia yhdistämällä kaksi yleensä eri yhteydessä esiintyvää sanaa. Tämä vaikutti osaltaan siihen, että aloin lähestyä blogini nimeämistä Kortesuon ja Kurvisen mallin (2011, 20-25) mukaan kiinnittäen erityistä huomiota kohtiin, joiden mukaan blogin nimen tulisi olla sanaleikki oman alan termistä tai nimestä, tavallinen sana, joka tehdään tuoreeksi valitsemalla sille mielenkiintoinen sanapari ja keksitty arvonimi tai titteli.

Aluksi lähdin kartoittamaan tieteellisestä näkökulmasta sitä, mistä blogini kantavassa elementissä, MS-taudissa, on kyse.

MS-tauti on etenevä neurologinen sairaus, joka saa aikaan ihmisen immuunipuolustuksen hyökkäämään itse itseään vastaan. Tämä vaurioittaa etenkin keskushermostossa sijaitsevaa myeliinia eli hermoaippaa, joka suojaa hermosolun viejähaarakkeita eli aksoneita vaurioitumiselta. Vauriot aiheuttavat esimerkiksi häiriöitä näössä tai liikuntakyvyssä. (Tolonen 2015; Heikkola 2006.)

Edellinen määritelmä pitää sisällään paljon mielenkiintoisia sanoja ja erityistermejä. Päällimmäisinä esiin nousevat myeliini, hermoaippa ja aksoni. Hermoaippa on näistä ensimmäinen, joka tippuu pois vaikka periaatteessa se voisi jo yksinäänkin ilman jalos-

tusta olla blogin nimi. Tosin, se ei välttämättä johdattelisi tapauksessani lukijaa aiheeseen. Paremmiin tuo nimi tai sen muunnos sopisi äitiysblogin nimeksi.

Mietin myös jonkinlaisia muunnoksia ”MS-tauti”-sanasta ja sen pidemmästä nimestä multippeliskleroosista. Ensimmäinen on kuitenkin tylsän ja yksioikoisen oloinen sana, josta en keksinyt järkeviä muunnoksia. Multippeliskleroosi on puolestaan sanana aivan liian vaikea muistettava vaikka samalla se on myös hieman hauska. Jäljelle jääneet ”myeliini” ja ”aksoni” vaikuttivat parhailta sanoilta, joiden pohjalta voisi muodostaa blogille nimen.

Halusin miettiä ensisijaisesti blogini nimeksi jotain keksittyä, arvonimeä tai tittelä, joka saisi olla yliampuvakin. Halusin, että nimi olisi selkeästi yhteen ihmiseen identifioituva. Miettimiäni vaihtoehtoja ovat esimerkiksi:

- | | |
|-------------------|---------------------|
| 1. Aksonmies | 6. Aksonilähetä |
| 2. Aksonsankari | 7. Myeliiniruhtinas |
| 3. Aksonikuningas | 8. Myeliinisoturi |
| 4. Aksoniruhtinas | 9. Myeliinikuningas |
| 5. Aksoniproffa | 10. Myeliiniagentti |

Tykästyin ensimmäiseen ehdotukseen, mutta se saattaa synnyttää väärän mielikuvan, vaikka onkin hauska sanaleikki Action Manista. Aksonmies tai Aksonsankari olisivat todennäköisesti turhan huvittavia ja kenties harhaanjohtavia ja kuvaisivat väärin blogini aihetta.

Kun mietin blogini kantavaa viestiä liittyen terveysongelmista selviämiseen ja niiden kautta elämiseen, alkoivat sellaiset sanat kuin ”kuningas” ja ”ruhtinas” tuntumaan vieraannuttavilta. Ne välittävät kuvaa siitä, että olisin alani asiantuntija vaikka pidän itseäni korkeintaan kokemusasiantuntijana. Tästä syystä tajusin, että esittämistäni vaihtoehtoisista ”soturi” voisi olla itseäni ja tarkoitusperääni kuvaavin sana. Se viittaa ihan tavalliseen kansalaiseen ja selviytyjään eikä ylimystön edustajaan. ”Aksonisoturi” olisi nimenä ollut myös täysin mahdollinen vaihtoehto, mutta päässäni ”aksoni” linkittyi liikaa sa-

naan ”action”, joka tarkoittaa toimintaa. Tästä syystä valitsin blogini nimeksi ”myeliinisoturi”.

Nimi saattaa asettaa pieniä haasteita mieleenpainuvuuden suhteen, mutta myeliini – sanan erikoisuudesta johtuen uskon tällä olevan myös käänteisiä vaikutuksia. Tämä nimi jää todennäköisesti mieleen tavalla tai toisella. Uskon myös, että blogini nimestä johdettava lyhenne MS on bloginimille tyypillinen piiloviesti, jota tulen todennäköisesti tulevaisuudessa alleviivaamaan blogini visuaalisuudessa, esimerkiksi logossa.

7.2 Blogin aihe

Blogini käsittelee terveyttä ja hyvinvointia. Blogissani aion peilata näkemyksiäni ja kokemuksiani pitkäaikaissairauteen, sen kanssa elämiseen ja elämäntapamuutokseen. Blogini keskeisin sanoma on, että ihmisellä, joka törmää terveydellisiin ongelmiin, on vaihtoehtoina joko sopeutua ja hyväksyä asia tai luovuttaa. Käsittelem kirjoituksissani asian hyväksymistä, elämän jatkamista ja siitä selviytymistä omien kokemuksieni kautta.

Terveys ja hyvinvointi on vaikea aihe kirjoittaa, koska se on aihealueena laaja. Tästä syystä käsiteltävien aiheiden rajaaminen pois tulee olemaan haasteellista, koska monet isot kokonaisuudet liittyvät ja vaikuttavat toisiinsa. Pyrin lähestymään asiaa kohderyhmäni, terveysongelmista jo kärsivien, nuorten ja nuorten aikuisten näkökulmasta. Aion kirjoituksillani palvella mihin tahansa krooniseen sairauteen sairastuneita ja tarjoamaan heille perustietoa ja ajatuksia siitä, mistä kannattaa lähteä liikkeelle oman terveydentilan kohentamisessa ja miksi se on ylipäätään kannattavaa. Jätän pois esimerkiksi edistyneemmät treenivinkit postauksistani ja keskityn aluksi siihen, miten ihmiset saa ylipäätään liikkumaan.

MS-tautiin liittyviä tai siitä kirjoitusaiheita ammentavia blogeja löytyy Suomesta vain muutamia. Ne ovat viesteiltään virallisten tahojen tavoin jyrkkiä, luotaantyöntäviä ja jopa toivottomia. Niistä huomaa, että ne on perustettu enemmän nettipäiväkirjoiksi kuin näkemyksiä ja ajatuksia jakaviksi sivustoiksi. Näistä blogeista on ollut varmasti suurta apua kirjoittajille, sillä kommenttien perusteella niitä luetaan runsaasti. Yleensä kom-

mentit tukevat kirjoittajaa ja sympatisoivat häntä. Toinen ääripää on kiihkeästi asiaansa suhtautuvat kirjoitukset ja kirjoittajat, jotka esittävät näkemyksiään totuutena vaikka ne pohjautuvat vain kokemukseen. Tällaiset kirjoitukset provosoivat turhaan ja vievät huomion itse asialta, kun ihmiset alkavat riidellä asioiden sijasta. Turhan provokatiivinen ja hyökkäävä kirjoitustapa vieraannuttaa myös lukijoita. Blogillani pyrin siihen, että saisin ihmiset ajattelemaan, minkä seurauksena he itse ymmärtäisivät asian mahdollisen tarpeellisuuden tai tarpeettomuuden.

Pyrin kirjoituksissani asioiden neutraaliin käsittelytapaan. Käsittelen aiheita mahdollisimman yksinkertaisesti. Tavoitteena on saada lukijat kommentoimaan, keskustelemaan ja jakamaan omia tarinoitaan. Tietoisuuden lisääminen esimerkiksi pitkäaikaissairauksien, kuten MS-taudin, suhteen on blogini keskeisempiä tavoitteita. Blogini suurin muista blogeista erottavin tekijä on kuitenkin sen näkökulma. Lähestyn sairauksia ja terveysongelmia positiivisesta näkökulmasta tiedostaen olemassa olevat riskit takertumatta niihin liikaa.

7.3 Blogin luettavuus

Blogissa käyttämäni kieli muovautuu vasta ajan kanssa. Ainoa asia, johon voin ennakkoon kiinnittää huomiota käyttämäni kielen suhteen on se, että varaan kirjoittamiselle aikaa. Tällä on varmasti keskeisiä vaikutuksia tekstien laatuun, kun annan niille aikaa ja keskityn kirjoittamiseen ajatukseni tarjota hyviä postauksia. Pyrin siihen, että jokainen blogissani julkaistu kirjoitus olisi mietitty kokonaisuus, joka on kirjoitettu huolella ja ajan kanssa.

Luettavuuden suhteen haasteeni on tekstien pituus. Tykkään kirjoittaa laveasti kuvailevia täytesanoja viljellen. Kirjallisten lähteiden perusteella ohjemittaisen blogitekstin tulisi olla lyhyt ja silmäiltävä. Tekstiin pitäisi jättää paljon ”valkoista” eli ilmaa ja ajatustaukoja. Postauksia tulisi rytmittää myös väliotsikoin ja kuvin.

Liitteestä 1 on luettavissa tekstinäyte, josta käy ilmi blogissani käyttämä kieli. Teksti on ensimmäinen osa blogini ”Historiani” –osuudesta, jonka aion julkaista postauksista erillään. Sijoitan osion päävalikosta aukeavaksi ja sieltä luettavaksi. Päädyin tällaiseen rat-

kaisuun, koska perinteisinä postauksina julkaistuna olisi historiani liian pitkä vaikka sen jakaisi useampaan osaan. Erottelemalla tämän osion itse postauksista lukija voi helpommin päättää lukeeko hän tätä osiota lainkaan vai siirtykö suoraan postausten pariin. Kun blogini on valmis julkaistavaksi, ensimmäisen postaukseni otsikko on ”Diagnoosin jälkeen”.

7.4 Blogin visuaalisuus

Blogini ulkoasun suhteen pyrin yksinkertaisuuteen ja helppoon lähestyttävyyteen. Haasteeni on, että blogin ulkoasu ei saisi olla tylsä. Kuvassa 11 on alustava suunnitelma blogini etusivusta. Kuvassa olen käyttänyt liitteestä 1 löytyvää tekstinäytettä esimerkkinä ensimmäisestä postauksesta selventääkseni, miten postaukset esitetään blogin etusivulla.



KUVA 11. Blogini etusivun alustava versio.

Löysin Wordpress.orgin tarjoamista valmiista sivupohjista mieluisan, jonka päätin ottaa käyttöön. Teema on yksinkertainen, mutta kuitenkin tyylitelty esimerkiksi sosiaalisen median painikkeineen, jotka ovat nähtävissä kuvan 11 vasemmassa yläreunassa symbolien muodossa. Pieni värien käyttö teeman painikkeissa saa blogin näyttämään jo paljon värikkäämmältä. Keskitin otsikkotekstin alla olevan valikon, koska valikko tulee ainakin aluksi olemaan suppea. Näyttäisi oudolta, jos valikon linkit olisi sijoitettu toiseen laitaan otsikon ollessa keskellä. Mikäli blogillani tulee joskus olemaan logo, tulee otsikkotekstinkin asettelua miettiä uudelleen.

Teema on todennäköisesti se, mihin päädyn myös lopullisessa, julkaistavassa blogissa. Visuaalisesti ongelmakohtaksi nousee etusivun oikea laita, mihin on sijoitettu koonti viimeisimmistä artikkeleista, postausten kategorioista ja arkisto. Tulen todennäköisesti poistamaan näistä kaikki ja upottamaan ne linkkeinä päävalikkoon. Niiden tilalle aion sijoittaa kuvan itsestäni ja muutaman sanan esittelytekstin.

Blogin alussa käytän ilmaisista kuvapankeista etsimiäni kuvia postauksien tukena. Hyödynnän mahdollisesti myös muiden tekemiä havainnollistavia videoita värittääkseni blogini ilmettä ja tarjotakseni monipuolisempaa sisältöä. Blogin keskeisiin tavoitteisiin kuuluu sen visuaalisuuden kehittäminen. Pyrin siihen, että pääsisin mahdollisimman nopeasti tilanteeseen, jossa pystyisin tuottamaan blogiini myös laadukasta visuaalista materiaalia. Aluksi keskityn blogin käynnistämiseen kirjoittamisen kautta.

7.5 Blogialustan valitseminen

Valitsin blogini alustaksi wordpress.org:n. Yhtenä perusteena tälle on se, että tämän palvelun kautta saan blogini osoitteen näyttämään ammattimaisemmalta (myeliinisoturi.com). Minulla on myös aiempaa kokemusta Wordpress.comista, Bloggerista ja Tumblrsta, minkä perusteella pystyin tekemään valinnan helposti. Edellä mainittujen ilmaisalustojen muokattavuusongelmat ja rajoitukset ohjasivat suuresti valintaani. Olen valmis maksamaan muutamia euroja kuukaudessa siitä, että saan ylläpitää laadukkaan näköistä blogia, josta saan muokata mieleiseni kokonaisuuden.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Ennen työn aloittamista luulin, että tietäisin jo jotain bloggaamisesta. Kirjallisiin lähteisiin tutustuessani minulle kuitenkin hahmottui nopeasti, että tietoni perustuivat oletuksiin. Todellisuudessa en hahmottanut blogi-ilmiön laajuutta tai historiaa juuri lainkaan.

Uskon, että onnistuin työni suhteen asettamissa tavoitteissani kohtalaisen hyvin. Pieneksi haasteeksi aiheutui eittämättä työni aiheen laajuus. Uskon, että havainnollistavat esimerkit auttavat lukijaa ymmärtämään eri osa-alueita. Yksiselitteisiä vastauksia hyvän blogin tunnusmerkeistä en pystynyt työlläni osoittamaan, koska työtä tehdessäni huomasin, että aina löytyy poikkeuksia, jotka rikkovat näitä asetettuja ”rajoja”. Myös johdannossa mainitsemani sudenkuopat jäivät osoittamatta. Sen sijaan perustietoja bloggaamisesta kiinnostuneille pystyin työlläni välittämään hyvin, joita on mahdollista käyttää työkaluina jatkossa, jos tekee esimerkiksi omaa vertailuanalyysiä.

Työn edetessä huomasin, että kirjallisissa lähteissä käsitellyt elementit hyvään blogiin liittyen eivät toteudu täysin missään neljästä käsittelemistäni blogissa. Jokainen niistä piti sisällään erilaisia elementtejä, jotka eivät istu kirjallisissa lähteissä esitettyihin blogi-ihanteisiin. Tämän perusteella aloin ymmärtää, että blogin perustaminen ei olekaan yksiselitteistä. Vertaillessani eri blogeja huomasin, että blogeista tekee selkeästi mielenkiintoisen bloggaaja ja hänen persoonansa vaikka käsiteltävä asia olisikin jo itsessään mielenkiintoinen. Blogeja tutkiessani huomasin myös, että esimerkiksi blogimittaiseksi tekstiksi aivan liian pitkä postaus voi myös olla mielenkiintoinen ja viihdyttävä. Ihmiset arvostavat laadukkaita sisältöjä, oli niiden esitystapa millainen tahansa.

Sain paljon ideoita omaan blogisuunnitelmaani. Erityisesti vertailuanalyysin tekemisestä oli suuri apu. Blogini ei missään nimessä ole vielä valmis julkaistavaksi, mutta näkemykseni siitä, mitä se vielä vaatii ja mihin minuun tulee kiinnittää erityisesti huomiota täsmentyi. Samalla sain vahvistettua ajatusta siitä, että bloggaamisen aloittamista ei kannata miettiä liikaa. Sen vaatimukset ja edellytykset, jotka esitän työssä mielestäni hyvin, tulee tiedostaa, mutta niitä ei tule ottaa liian kirjaimellisesti. Käsittelemäni esi-

merkit todistavat, että blogille tärkeintä on sen aitous ja vilpittömyys. Jos sisältö ei ole kunnossa, blogi ei toimi vaikka se olisi visuaalisesti viimeisen päälle hiottu.

Jatkossa olisi mielenkiintoista lukea tutkimuksia, jotka käsitelisivät eri aihealueiden blogeja samoja osa-alueita käsitellen. Haluaisin tietää, miten työssä käydyt asiat toteutuvat muiden aihealueiden blogeissa ja miten ne mahdollisesti eroavat toisistaan. Tämä syventäisi ymmärrystä blogien suhteen ja kehittäisi tulevaisuuden blogeja. Lisätutkimukset mahdollistaisivat sen, että bloggaamisesta kiinnostuneilla olisi mahdollisuus käydä läpi tarkemmin bloggaamiseen pohjautuvia tutkimuksia ja analyyseja. Nämä toimisivat hyvin tulevien bloggaajien blogisuunnitelmien tukena.

LÄHTEET

Alasilta, A. 2009. Blogi tulee töihin. Helsinki: Infor.

Alasilta, A. Mitä silmäillen selviää? 2015. Luettu 05.10.2015.
<http://www.vaikuttavaa.fi/mita-silmaillen-selviaa/>

Angeria, S. 2014. Ammattina bloggaaminen. Liiketalouden koulutusohjelma. Oulun ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. <https://www.theseus.fi/handle/10024/80360>

Ansaharju, J. Blogikirjoittajan muistilista: 8 askelta timangiin verkkotekstiin. 2011. Luettu 06.10.2015.
<http://www.sisaltomarkkinointi.fi/2011/02/02/blogikirjoittajan-muistilista-8-askelta-timangiin-verkkotekstiin/>

Anurag, B. What is Blogger.com (Blogspot) and Why Choose Blogger? 2014. Luettu 23.09.2015. <http://www.alltechbuzz.net/why-choose-blogger-blogspot/>

BBC News. Getty makes 35 million photos free to use. 2014. Luettu 12.10.2015.
<http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-26463886>

Blog Herald, The. Blog Count for July: 70 million blogs. 2005. Luettu 23.11.2015.
<http://www.blogherald.com/2005/07/19/blog-count-for-july-70-million-blogs/>

Blogikonsultti. Aiheen valitseminen blogille. 2014. Luettu 14.10.2015.
<http://blogikonsultti.blogspot.nl/2014/07/aiheen-valitseminen.html>

Blogikonsultti. Blogger vs. WordPress. 2014. Luettu 23.07.2015.
<http://blogikonsultti.blogspot.fi/2014/07/blogger-vs-wordpress.html>

Blogikonsultti. Blogin nimeäminen. 2014. Luettu 14.10.2015.
<http://blogikonsultti.blogspot.se/2014/07/blogin-nimeaminen.html>

Cormode, G. & Krishnamurthy, B. Key Differences between Web1.0 and Web2.0. 2008. Luettu 08.07.2015. <http://www.research.att.com/~bala/papers/web1v2.pdf>

Ewer, T. Build an Authority Blog That Will Engage With Your Target Audience. 2013. Luettu 05.11.2015.
<http://business.tutsplus.com/articles/build-an-authority-blog-that-will-engage-with-your-target-audience--fsw-41720>

Heikkola, M. Kielelliset häiriöt MS-taudissa. 2006. Luettu 13.11. 2015.
<web.abo.fi/~lheikkol/Heikkola-NLC2006.ppt>

Hooker, L. What every blogger ought to know about Bloglovin'. 2014. Luettu 08.07.2015.
<http://www.elleandcompanydesign.com/blog/2014/12/21/what-every-blogger-ought-to-know-about-bloglovin>

Kaksi yhden hinnalla. Blogit ennen ja nyt. 2015. Luettu 31.07.2015.
<http://www.kaksiyhdenhinnalla.com/2015/07/blogit-ennen-ja-nyt.html>

Kammonen, T. Blogi on jo media mediassa - vai onko se nykyään paljon enemmän? 2015. Luettu 28.07.2015.
<http://www.true.fi/wp-content/uploads/2015/06/Teemu-Kammonen-UusiSuomi-260515.pdf>

Kilpi, T. 2006. Blogit ja bloggaaminen. 1. painos. Helsinki: Readme.fi.

Kivempi blogi. Ethän bloggaa pimeästi – Blogi ja verotus. 2015. Luettu 04.10.2015.
<http://www.kivempiblogi.com/2015/01/ethan-bloggaa-pimeasti-blogi-ja-verotus.html>

Kopla. Suuri blogitutkimus 2014. 2014. Luettu 20.08.2015.
http://www.aller.fi/wp-content/uploads/2014/11/Suuri_blogitutkimus_28.10.2014.pdf

Kortesuo, K. & Kurvinen, J. 2011. Blogimarkkinointi. Blogilla mainetta ja mammonaa. Helsinki: Talentum.

Kortesuo, K. Tehokasta tekstiä ruudulle. 2014. Luettu 06.10.2015.
http://www.slideshare.net/Katleena/tehokasta-teksti-ruudulle-verkkokirjoittamisen-perusteet?next_slideshow=1

Laakso, D-M. 2015. *Tämä blogikirjoitus on sponsoroitu : Blogisponsorointi. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.
<https://publications.theseus.fi/handle/10024/90285>

Leiniö, T. Miten wordpress.org ja wordpress.com eroavat toisistaan? 2013. Luettu 26.09.2015. <https://wpopas.fi/wordpress-org-ja-wordpress-com-erot/>

Lintulahti, M. Blogiopas 1: Mitä blogit ovat? 2005. Luettu 08.07.2015.
<http://mattilintulahti.net/mediablogi/2005/04/12/blogiopas-1-mita-blogit-ovat/>

Louhimies, P. Tumblr tutuksi. 2012. Luettu 27.09.2015.
<http://someco.fi/blogi/tumblr-tutuksi/>

Manifesto. Manifeston Blogibarometri 2014: Blogimaailma jatkaa ammattimaistumistaan – sopimuskysymykset, verotus ja mainonnan etiikka askarruttavat. 2014. Luettu 20.07.2015.
<http://www.manifesto.fi/fi/uutta/manifeston-blogibarometri-2014-blogimaailma-jatkaa-ammattimaistumistaan-sopimuskysymykset-verotus-ja-mainonnan-etiikka-askarruttavat->

Mellin, A. Homogeeninen kohderyhmä on historiaa. 2013. Luettu 04.11.2015.
<http://someco.fi/blogi/homogeeninen-kohderyhma-on-historiaa/>

Noppiari, E. & Hautakangas, M. 2012. Kovaa työtä olla minä – Muotibloggaajat mediemarkkinoilla. Tampereen yliopisto. Tampere: Tampere University Press.
http://www.uta.fi/cmt/tutkimus/comet/julkaisut/kovaa_tyota_olla_mina_2012.pdf

Ojasalo, K., Moilanen & Ritalahti, J. 2014 Kehittämistyön menetelmät : uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. painos. Helsinki: Sanoma Pro.

O'Reilly, T. What is Web 2.0 – Design patterns and Business Models for the Next Generation of Software. 2005. Luettu 17.07.2015.
<http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>

Pancy, T. Monetizing Online : An analysis of monetization methods across three Web content platforms: Web series, podcasts & blogs. Kansainvälinen koulutusohjelma. Tampereen ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.
<https://www.theseus.fi/handle/10024/97383>

Ryynänen, I. Sinustako bloggaaja? Aloita näin. 2011. Luettu 30.09.2015.
<http://www.bloggaus.fi/aloitteleva-bloggaaja/bloggaajan-aloitusopas/>

Sauristo, H. & Parikka, E. BENCHMARKING-MENETELMÄ TYÖYHTEISÖN KEHITTÄMISESSÄ. 2014. Luettu 03.11.2015.
<http://blogit.metropolia.fi/uudistuva-sosiaalialan-osaaminen/2014/03/22/benchmarking-menetelma-tyoyhteison-kehittamisessa/>

Seppälä, P. MITEN KIRJOITAN HYVÄN BLOGITEKSTIN? 2013. Luettu 16.10.2015.
<http://www.viestintapiritta.fi/miten-kirjoitan-hyvan-blogitekstin/>

Sirkkunen, E. 2006. Vertaismedia haastaa perinteisen joukkoviestinnän. Teoksessa Aula, P., Matikainen, J. & Villi, M (toim.) Verkkoviestintäkirja. Helsinki: Yliopistopaino.

Saric, M. Blogger Vs WordPress Comparison: Which One Should I Use? 2015. Luettu 23.09.2015. <http://howtomakemyblog.com/blogger-vs-wordpress/>

Sjöholm, E-L. 2014. Miten tulla menestyväksi bloggaajaksi? Journalismin koulutusohjelma. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.
<https://publications.theseus.fi/handle/10024/85401>

Statista. Cumulative total of Tumblr blogs between May 2011 and October 2015 (in millions). 2015. Luettu 04.10.2015.
<http://www.statista.com/statistics/256235/total-cumulative-number-of-tumblr-blogs/>

Tervonen, A. 2012. Verkkoyhteisö sisällöntuottajana. Case Lily.fi. Tampereen yliopisto. Yrityksen taloustiede. Markkinointi. Pro gradu –tutkielma.
<https://tampub.uta.fi/handle/10024/84000>

Toikkanen, M. & Kananen, N. 2014. Blog by the book. Blogiopas. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Tolonen, M. Multippeliskleroosi (MS-tauti). 2015. Luettu 13.11. 2015.
<http://www.tritolonen.fi/artikkelit/109-multippeliskleroosi-ms-tauti>

Tundramedia. Blogimarkkinointi Osa 1: Miksi kaikki hakevat bloggaajia. 2013. Luettu 20.08.2015.

<http://tundramedia.net/2013/06/blogimarkkinointi-osa-1-miksi-kaikki-hakevat-bloggaajia/>

Ukko. Bloggaaja – Näin tienaat rahaa blogillasi – laillisesti! 2014. Luettu 05.10.2015.

<https://www.ukko.fi/bloggaaja-nain-tienaat-rahaa-blogillasi-laillisesti/>

ESIMERKKIBLOGIT

Hulmi, J. Kannanottoja ajankohtaisiin terveysaiheisiin: lääkkeet, luontaistuotteet, suositukset ja asiantuntijat. 2015. Luettu 19.10.2015.

<https://lihastohtori.wordpress.com/2015/10/19/kannanottoja-ajankohtaisiin-terveysaiheisiin/>

Hulmi, J. Paras ja huonoin liike. 2015. Luettu 20.10.2015.

<https://lihastohtori.wordpress.com/2015/03/23/paras-ja-huonoin-liike/>

Hulmi, J. Uni, fyysinen harjoittelu ja hormonitoiminta – Kettunen. 2015. Luettu 20.10.2015.

<https://lihastohtori.wordpress.com/2015/05/26/uni-kettunen/>

Hulmi, J. Vähähiilihydraattinen ruokavalio kovan intensiteetin liikunnassa, erityisesti voimaharjoittelussa. 2014. Luettu 19.10.2015.

<https://lihastohtori.wordpress.com/2014/04/08/vahahiilihydraattinen-ruokavalio-kovan-intensiteetin-liikunnassa-erityisesti-voimaharjoittelussa/>

Nuolioja, N. Jokaisen oikeus. 2015. Luettu 18.10.2015.

<http://luolalaboratorio.com/2015/02/10/jokaisen-oikeus/>

Nuolioja, N. Labratäti. 2015. Luettu 18.10.2015.

<http://luolalaboratorio.com/labratati/>

Nuolioja, N. Mestarin lipsuva ote. 2015. Luettu 18.10.2015.

<http://luolalaboratorio.com/2015/01/20/mestarin-lipsuva-ote/>

Nuolioja, N. Stressiänkyröintiä. 2015. Luettu 17.10.2015.

<http://luolalaboratorio.com/2015/11/05/stressiankyrintia/>

Shingler, N. Alkukankeutta. 2008. Luettu 13.10.2015.

<http://kemikaalicocktail.blogspot.se/2008/01/alkukaunkeutta.html>

Shingler, N. Kermajäätelössä ei ole kermaa. 2014. Luettu 14.10.2015.

<http://www.kemikaalicocktail.fi/2014/06/kermajaatelossa-ei-ole-kermaa/>

Shingler, N. Noora. 2015. Luettu 13.10.2015.

<http://www.kemikaalicocktail.fi/noora/>

- Shingler, N. Näin nappaat messuilijan. 2014. Luettu 14.10.2015.
<http://www.kemikaalicocktail.fi/2014/10/nain-nappaat-messuilijan/>
- Shingler, N. Skyr – keinomakeuttajaa kansalle. 2015. Luettu 12.10.2015.
<http://www.kemikaalicocktail.fi/2015/09/aspartaamia-kansalle-skyr/>
- Shingler, N. Sustainable meal @ Flow. 2015. Luettu 14.10.2015.
<http://www.kemikaalicocktail.fi/2015/08/sustainable-meal-flow/>
- Shingler, N. Viisi seisottua toimistotyövuotta. 2015. Luettu 14.10.2015.
<http://www.kemikaalicocktail.fi/2015/08/viisi-seisottua-toimistotyovuotta/>
- Shingler, N. Vähän elegantimpi, lasinen juomapullo. 2015. Luettu 14.10.2015.
<http://www.kemikaalicocktail.fi/2015/06/lasinen-juomapullo/>
- Viitakangas, J. Kilpirauhasen autoimmuunitulehdus. 2015. Luettu 04.11. 2015.
<http://www.raikasweb.com/kilpirauhasen-autoimmuunitulehdus>
- Viitakangas, J. Rasvaton maito lihottaa ja aiheuttaa iho-ongelmia. 2015.
Luettu 05.11.2015.
<http://www.raikasweb.com/rasvaton-maito-lihottaa-ja-aiheuttaa-iho-ongelmia>
- Viitakangas, J. Ruusujuuresta apua stressiin. 2015. Luettu 05.11.2015.
<http://www.raikasweb.com/ruusujuuresta-apua-stressiin>
- Viitakangas, J. Tietoa blogista. 2015. Luettu 02.11.2015.
<http://www.raikasweb.com/tietoa-blogista>
- Viitakangas, J. Varo keinomakeutusaineita. 2014. Luettu 04.11.2015.
<http://www.raikasweb.com/varo-keinomakeutusaineita>
- Viitakangas, J. Älä syö kalsiumia purkista! 2014. Luettu 13.10.2015.
<http://www.raikasweb.com/ala-syo-kalsiumia-purkista>

LIITTEET

Liite 1. Historiani

Miten tähän on tultu? 1/3

Lapsena olin aina se porukan pyöreä poika. Kun mietin kouluhistoriaani niin olen todellakin onnellinen siitä, että sain käydä kouluni pienen paikkakunnan vieläkin pienemmällä kyläkoululla, missä kiusaamiset eivät ikinä päässeet etenemään kovin pitkälle. Vaikuttii painoni siitä huolimatta muiden suhtautumiseen, ainakin jollain tavalla. Tämän asian olen tajunnut vasta äskettäin ja muistanut mitä hajanaisempiakin tapahtumia lapsuudestani ja toisten lasten kohtaamisesta.

Lapsena ja nuorena söin sitä mitä oli tarjolla, kukapa ei olisi syönyt ensiarvoisen hyvänmakuista kotiruokaa, josta kohtalaisen iso osa tuli viereiseltä pellolta suoraan pöytään. Muistan miten tarjolla oli aina ties mitä. Kananmunakastiketta ja perunoita. Se oli herkkua. Maku, jonka muistan edelleen vaikka edellisestä ja varmaankin viimeisestä kerrasta on aikaa lähemmäs 15 vuotta.

Jossain vaiheessa tuli sitten teini-ikä. Muistan kuinka ala-asteen ja yläasteen välisenä kesänä pyöräilin hurjia määriä, monta kertaa päivässä yksinkertaisesti vain sen takia, että tuon ikäisenä oli kohtalaisen vaikeaa keksiä maalla tekemistä kun ajatus oli jo jossain ihan muualla eli kaupungin keskustan tohinoissa. Joka tapauksessa laihduin kuitenkin paljon tuona kesänä ja seiskaluokalle mennessä olinkin suhteellisen normaalipainoinen. Sitten jotain alkoi hiljalleen tapahtua. Karkki ja limsa alkoi maistua välitunneilla ja sitä vähäistäkin liikuntaa enemmän aikaa alkoivat viedä televisio ja ennen kaikkea tietokone. Todennäköisesti aika tuttu tarina monelle muullekin ikäluokkani edustajalle.

Koko yläasteen ajan kiloja tuli lisää tappavaan tahtiin. Liikuntatunneilla en pystynyt juuri mihinkään niin hyvin kuin olisin halunnut tai olisi pitänyt. Liikuntatesteissä muistan värittäneeni omia tuloksiani ja huijanneeni opettajaa sanoen, että ”Kyllä mä jo sen tein.” Sitten vain lappuun merkintää, joka muistutti jollain muotoa edellisvuoden tulosta. Tuntien jälkeen mentiinkin jo syömään ja välitunnilla tankattiin limsalla.

Lukiassa tilanne paheni entisestään. Vapaa-aika meni tietokoneella pelatessa yömyöhään. Ennen kotiin pääsemistä kävin ystäväni kanssa ostamassa kaupasta pelievästä illaksi; energiajuomaa ja suklaapatukoita. Tämä oli päivittäistä. Tähän lisättiin vielä päälle kavereiden kanssa syödyt yhteiset kebabit, pitsat ja hampurilaiset peli- ja irkkaus-sessioiden välissä niin vaaka huiteli jo jossain 130kg tienoilla. Pituutta minulla on 175 senttimetriä.

Tammikuussa 2009 menin armeijaan. Kutsunnoissa ilmaisin motivaationi laihduttamisen suhteen. Todellisuudessa pakoilin tilannetta. Lähtöpässiit lykkäyspapereilla armeijasta tuli seitsemän päivän jälkeen, tosin ei vain ylipainon takia. Pääsin kotiin ja heräsin hetkeksi omaan fyysiseen tilaani ja aloin tehdä kävelylenkkejä. Tein niitä sääntillisesti 3-4 kertaa viikossa kahden kuukauden ajan ja painoa lähti kymmenkunta kiloa. Muistan miten en kavereiden huomioista huolimatta pystynyt nauttimaan pudotetuista kiloista. En yksinkertaisesti pitänyt niitä totena. Lenkit loppuivat kun sairastuin flunssaan. Lopulta parannuin ja lähdin yrittämään lenkkejä toistamiseen. Tauti uusiutui enkä sen jälkeen enää jatkanut liikuntaa. Lihoin nopeasti takaisin ne kilot korkojen kanssa, jotka olin kertaalleen pudottanut.