



Blogi journalistin kielellisenä työvälineenä

Tarkastelukohteena MTV3:n uutisblogit

Viestinnän koulutusohjelma
Radio- ja televisioilmaisu
Opinnäytetyö
7.4.2010

Kerkko Laakso

TIIVISTELMÄSIVU

Koulutusohjelma Viestinnän koulutusohjelma		Suuntautumisvaihtoehto Radio- ja televisioilmaisu	
Tekijä Kerkko Laakso			
Työn nimi Blogi journalistin kielellisenä työvälineenä. Tarkastelukohteena MTV3:n uutisblogit			
Työn ohjaaja/ohjaajat Sami Huohvanainen			
Työn laji Opinnäytetyö	Aika 7.4.2010	Numeroidut sivut + liitteiden sivut 57+1	
<p>TIIVISTELMÄ</p> <p>Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan uutiskielen ja blogikielen eroavaisuuksia silloin, kun ammattijournalisti vastaa molempien tekemisestä. Käytännön esimerkkinä bloggaavista toimittajista tarkastellaan MTV3:n uutistoimittajien verkkopäiväkirjoja. Opinnäytteessä tarkastellaan myös journalistien blogien käyttöä yrityksen uutistoiminnan osana.</p> <p>Suuri osa MTV3:n uutistoimitusta ja sen työntekijöiden blogeja koskevista tiedoista pohjautuu tarkastelukohteena olleessa uutistoimituksessa työskentelevän opinnäytteen tekijän omaan havainnointiin. Muu taustatieto pohjautuu pääosin kotimaisiin blogiteknologioita ja journalismia käsitteleviin kirjallisiin teoksiin. Työtä varten myös haastateltiin muutamia MTV3:n bloggaavia toimittajia.</p> <p>Tekstien analysoinnin ja haastattelujen kautta saadaan kuva blogien merkityksestä journalistisen sisällöntuotannon työkaluna. Merkittävin ero uutisen ja blogin välillä on journalistisen objektiivisuuden katoaminen. Kieli, sisältö ja tekstin asettelu ovat vapaammin kirjoittajan päätettävissä kuin sovittuihin käytäntöihin perustuvassa uutistoiminnassa.</p> <p>MTV3:n bloggaajat hyödyntävät kuitenkin blogien mahdollisuuksia yllättävän yksipuolisesti. Blogin kieli ei ole vain tekstiä, vaan se voi olla myös videota, valokuvia, ääntä. Toimittajien blogisisältöjä käytetään myös uutistoimituksen apuna hyvin vähän.</p>			
Teos/Esitys/Produktio			
Säilytyspaikka Aralis-kirjastokeskus			
Avainsanat Blogi, bloggaaminen, MTV3, journalismi, uutiset, kieli			

Degree Programme in Media		Specialisation Radio and Television Studies
Author Kerkko Laakso		
Title Weblogs as a Journalist's Linguistic Tool. MTV3's News Blogs as a Research Object.		
Tutor(s) Sami Huohvanainen		
Type of Work Bachelor 's Thesis	Date 7.4.2010	Number of pages + appendices 57+1
<p>This thesis examines the linguistic differences between the language of news and that of blogs when both contents are made by a professional journalist. As a case example the thesis uses the web logging journalists working at MTV3's newsroom. The thesis also examines the use of MTV3's blogs as a part of the news.</p> <p>A major part of the information concerning MTV3's newsroom is based on the experiences of the author who works for the aforementioned employer. The background information on journalism and web logging technologies is mostly based on Finnish nonfiction literature. The author has interviewed some web logging journalists working for MTV3.</p> <p>Analysing texts and interviewing writers gave insight on how a weblog can be used as a working tool of a news reporter. The essential difference between a news text and a weblog text is that the latter doesn't need to be written from an objective viewpoint. A weblog writer also has licence to use colloquial expressions and thus has more control over which topics their texts cover. Also, they are more free to choose between various format issues such as blog layouts and fonts.</p> <p>Rather surprisingly, the blogging journalists of MTV3's newsroom do not take considerable advantage of this ability to choose. A weblog's language is not solely based on text but also photos, audio and video. The weblog posts by MTV3's news reporters aren't much used as a part of the news online or on television.</p>		
Work / Performance / Project		
Place of Storage Aralis Library and Information Center, Helsinki		
Keywords weblog, weblogging, MTV3, journalism, news, language		

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	2
2 HYVÄN JOURNALISMIN JÄLJILLÄ	5
2.1 Hyvän uutistekstin ihanne	8
2.2 Internet uudisti uutiskilpailun.....	10
3 BLOGIT – MITÄ NE OVAT?	14
3.1 Kansalaisjournalismin kehto.....	17
3.2 Blogityypit.....	21
3.2.1 Tekstimuotoinen blogi	22
3.2.2 Valokuvablogi.	22
3.2.3 Videoblogi ja blogumentti	23
3.2.4 Audioblogi	24
3.2.5 Mikroblogi	24
3.3 Blogiteknologioiden soveltuminen journalismiin	25
3.4 Oma verkkopäiväkirja opintotyökaluna	26
4 KATSAUS MTV3:N UUTISVERKKOON	29
4.1 Verkkouutisen anatomia	32
4.2 MTV3:n verkkouutisjutun suhde lähteeseen	35
4.3 Päivä MTV3:n uutisten verkkotoimittajana	37
5 MITEN BLOGIKIELI EROAA UUTISESTA?	38
5.1 Kieli ei ole vain tekstiä.....	41
5.2 Miksi oma blogi? MTV3:n toimittajat vastaavat	47
6 LOPUKSI	50
LÄHTEET	54
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Idea tähän opinnäytetyöhön syntyi hyvin välähdyksenomaisesti. Olin töissä etsimässä taustatietoa erästä uutista varten, jolloin harhauduin Internetin videopalvelu YouTuben sivustolle. Palstan yläosassa sijaitsevassa palkissa esiteltiin muutamia videoita, joita muut käyttäjät katsoivat parhaillaan omilla tietokoneillaan.

Katseeni osui englanninkieliseen videoon *A Vlogger's Disclaimer* (suomeksi *Videobloggaajan vastuuvapauslauseke*). Lyhyessä videossa joukko yhdysvaltalaisia videoblogien ylläpitäjiä puhuu vuorollaan katsojalle oikeuksistaan puhua blogissaan haluamistaan aiheista itse valitsemillaan tyyliillä. Pian päässäni alkoi muhia ajatus opinnäytetyön aiheesta.

Internetiä kutsutaan uudeksi mediaksi, joka on etenkin viime vuosikymmenen aikana haastanut niin sanotut perinteiset viestimet — sanomalehdet, television ja radion. Hintikan, Mäkelän ja Tarkan (1996, 7) mukaan Internet purkaa joukkoviestinnän mallia, jossa toimittaja tekee uutisen ja sen vastaanottaa sellaisenaan suuri joukko ihmisiä suunnilleen samaan aikaan. Netissä siis kuka tahansa voi luoda uutisen, ja muut voivat kommentoida sitä sekä tarkistaa sen paikkansapitävyyden. Uusi media perustuu digitaalisuuteen. On keskeistä huomata, että uusi media ei ole vain väline, vaan se on ympäristö, tila, jossa liikutaan ja vietetään aikaa (Hintikka ym. 1996, 4).

Blogit eli verkkopäiväkirjat ovat aina olleet suuri mielenkiintoni kohde. Hankin ensimmäisen Internet-liittymäni vuonna 2006, minkä jälkeen olen ylläpitänyt seitsemää blogia. Harva muu media ei anna tekijälleen yhtä vapaita käsiä itsensä ilmaisuun. Sensuuri on periaatteessa tekijästä itsestään kiinni, harvoin blogipalveluiden tarvitsee käyttäjien sisältöihin puuttua. Samalla kaikilla blogien ylläpitäjillä on ainakin periaatteessa mahdollisuus jopa tuhansien lukijoiden yleisöön.

Halusin tutkia blogien eli verkkopäiväkirjojen sisällöntuotantoa tekijän näkökulmasta. Blogien maailma on kuitenkin jatkuvasti muuttuva ja laajentuva, mikä tekee siitä haastavan tutkimuskohteen. Aiheet rönsyilevät, ja tyylejä on yhtä monta kuin kirjoittajia. Sisältöä julkaistaan sadoille, ellei tuhansille blogipalvelimille ympäri maailmaa tahdilla, jonka perässä on mahdoton pysyä. Niinpä kaiken kattava tieteellinen tutkimus on mahdoton järjestää. Edes pelkän Suomen blogimaailman kartoittaminen ei rajaa tutkimusta tarpeeksi tieteelliseksi. Yhden palvelun, esimerkiksi kotimaisen Vuodatus.netin, blogien tutkiminen räjähtää sekin käsiin.

Olen töissä MTV3:n uutisten sähkötoimituksessa, joka tunnetaan yhtiön sisällä myös multimediatoimituksena. Toimitus vastaa muun muassa MTV3:n verkkouutisista, tekstikanavauutisista ja Radion Novan uutislähetysten toimittamisesta. Vastuualueisiin ei kuulu viihde- tai urheilu-uutisten päivittäminen. Se ei myöskään vastaa blogien kirjoittamisesta tai editoinnista.

Mediatalon verkkosivuilta löysinkin hakemani sopivasti rajatun tutkimuskohteen opinnäytetyölleni. Keskityn tutkimuksessani uutisblogeihin, jotka on MTV3:n verkkosivuilla eriytetty muista blogeista omaan kategoriaansa. Niinpä tutkimukseni ulkopuolelle jäävät muun muassa urheilutoimittajien palstat ja eri televisio-ohjelmille omistetut faniblogit. Uutiset-kategoriassa on kaikkiaan 22 eri palstaa.

Tutkimukseni kohteena on tekijän näkökulma blogikirjoittamiseen. Blogien maailma eli blogosfääri kytkeytyy tiiviisti kansalaisjournalismiin. Valtaosa bloggajista on siis harrastelijoita, jotka eivät ammatikseen kirjoita tai muuten tuota journalistista mediasisältöä. Tässä opinnäytetyössä tutkitaan, miten ammattitoimittaja käyttää päivittämäänsä verkkopäiväkirjaa. Tutkimuksen keskiössä on toimittajan tärkein työkalu, kieli.

Keskityn erityisesti siihen, millaista sisällöllistä ilmaisua uutistoiminnan ammattilaiset käyttävät blogeissaan. Tarkastelen uutiskielen ja blogikielen eroavaisuuksia silloin, kun ammattijournalisti vastaa kummankin tekstin kirjoittamisesta. Lisäksi selvitän, millainen rooli MTV3:n uutisblogeilla on median uutistoiminnalle. Tutkimukseni tiivistyy siis kahteen tutkimuskysymykseen. Miten MTV3:n uutisblogien kieli eroaa MTV3:n uutisten kielestä? Miten uutisblogeja hyödynnetään MTV3:n uutisissa?

Opinnäytteessäni tutustutaan blogien historiaan ja erilaisiin muotoihin siinä määrin, mikä on tarkoituksenmukaista tutkimuksen kannalta. Koska työ käsittelee blogien ja perinteisen uutistoimittamisen eroavaisuuksia, käsitellään opinnäytetyössä myös journalismin periaatteita. Työn painotus on kuitenkin MTV3:n uutisblogien ilmaisun analysoinnilla, eikä tarkoituksena ole tehdä kaiken kattavaa blogitutkielmaa.

Tutkimuskohteen löydyttyä työtä hankaloittavaksi seikaksi nousee teoriakirjallisuuden puute. Blogosfäärin ilmaisukeinoja käsittelevää, etenkin kotimaista tietokirjallisuutta on verrattain vähän. Blogeja koskeva tutkimustieto helposti vanhenee teknologioiden kehittyessä ja blogien suosion jatkuvasti kasvaessa. Monikaan koulussani tehdyistä opinnäytetöistä ei käsittele blogeja. Asetun siis tietyllä tavalla tekemään pioneerityötä aiheesta. Tutkimustani varten haastattelin muutamia MTV3:n bloggaavia toimittajia yhteneväisen kysymysrungon (LIITE 1) avulla.

Internet ja blogit ovat uutta mediaa ja niiden historia on verrattain lyhyt. Ainakin osittain tästä johtuen verkkomedian termeille ei ole kehitetty omia täysin suomenkielisiä vastineita. Suomessa käytetään siis englanninkielisiin termeihin pohjaavaa sanastoa. Tässä opinnäytetyössä käytetään rinnakkain maailmanlaajuisista digitaalista tietoverkkoa kuvaavia termejä 'Internet' ja 'netti'. Tietoverkossa ylläpidettäviä henkilökohtaisia kansalaisjournalismin palstoja kuvataan termein 'verkkopäiväkirja', 'blogi' tai 'weblogi'. Verkkopäiväkirjatermien syntyperää käsitellään myöhemmin. Uutistoimittajien ylläpitämiä palstoja kuvataan tässä työssä rinnakkain uutisblogeina ja journalistiblogeina.

Weblogit eivät enää suinkaan ole perinteisen journalismin tai median ulkopuolinen ilmiö, vaan monet tiedotusvälineet ylläpitävät verkkosivujensa suojassa erityyppisiä weblogeja. Blogit haastavatkin institutionaalisen journalismin ja muovaavat sitä ikään

kuin sisältäpäin luoden uusia toimituksellisia käytäntöjä ja journalismin lajeja. (Domingo & Heinonen 2009, 84.)

Internet on monimuotoinen palapeli, jolle ei voida antaa yhtä selkeää määritelmää. Viime kädessä kustantaja päättää, minkä luonteinen verkon tarjonta on. (Huovila 2001, 160.) Blogit ja koko Internet ovat oikeastaan täysin perinteisen uutisen vastakohta, sillä niillä ei ole kunnan kärkilauseetta. Niinpä työni kerronta voi paikoin polveilla. Verkkopäiväkirjamaiseen tyyliin tekijä on läsnä tekstissään sen kuvaaman sisällön tulkitsijana. Pyrin kuitenkin jäsentämään työni selkeästi, ytimekkäästi – ja ilman vastuuvapautuslausekkeita.

2 HYVÄN JOURNALISMIN JÄLJILLÄ

Uutistoimittajan työ on palveluammatti (Karttunen & Lind 2009, 26). Toimittajan tehtävänä on kertoa yhteiskunnassa tapahtuvista muutoksista, taustoittaa ne ymmärrettävästi ja syventää niiden käsittelyä mielipidejutuillaan. Toimittajan vastuulla on asioiden löytäminen ja välittäminen julkisuuteen sekä niiden analysoiminen ja mielipiteen muodostaminen. Työ vaatii toimittajalta hyvää yleissivistystä sekä oman erityisalan syvällistä tuntemista. Toimittaja on vastuussa työnsä seurauksista ensisijaisesti vastaanottajalleen ja yhteiskunnalle. (Huovila 2005, 3.)

Voidakseen havainnoida verkkopäiväkirjojen ja uutistekstien mahdollisia sisällöllisiä ja tyyllisiä eroja, on ensin syytä selvittää, millaista on hyvä ja laadukas journalismi sekä tämän toimitustyön perinteikkäin hedelmä – uutisteksti, juttu. Usein yksilölliset mieltymykset ratkaisevat journalismin tason, jolloin ”hyvyys on katsojan silmissä” (Kuutti 2002, 12). Yleisiä eettisiä ja sisältöön liittyviä laadullisia sääntöjä journalismille kuitenkin on riippumatta julkaisevasta mediatyypistä tai -talosta.

Tiedotusvälineillä on oma asemansa yhteiskunnassa. Yleensä niille määritellään neljä eri tehtävää: tiedon välittäminen, keskustelun herättäminen, viihdyttäminen ja ilmoitustilan myyminen. Ensimmäinen ja tärkein tehtävä on välittää tietoa vastaanottajalle. Tiedotusvälineet ovatkin kansalaisten ensisijainen tietolähde yhteiskunnallisista asioista.

Tiedotusvälineiden onnistuessa tiedon välittämisessä kansalaisilla on mahdollisuus saada käsitys yhteiskunnan toimivuudesta ja sitä kautta uutta tietoa oman päätöksentekonsa pohjaksi. (Huovila 2005, 7–8.)

Työssään toimittaja käsittelee tietoa eri yhteyksissä. Tiedon käsittelyn pohjalta toimittajalla on neljä tehtävää: tiedon valitseminen, tiedon etsiminen, tiedon taustoittaminen ja tiedon muodostaminen. Digitaalisen aikakautemme informaatioyhteiskunta tuottaa tavattoman määrän erilaista tietoa, joka lähetetään eri tavoin tiedotusvälineille. Toimittaja valitsee tästä tiedosta oleellisen ja välittää sen edelleen vastaanottajalle. (Huovila 2006, 43.) Tarkoituksena on hankkia ja välittää ihmisille heidän elämäänsä helpottavia, hyödyllisiä tietoja (Karttunen & Lind 2009, 26).

Toimitustyö on länsimaissa perinteisesti jaettu laatu- ja populaarijournalismiin. Laatujournalismi pyrkii syvälliseen juttujen käsittelyyn, asiallisuuteen, yhteiskunnallisesti merkittävien juttujen valintaan sekä maltilliseen ja spekulatiiviseen esittämistapaan. Populaarisuuden ominaisuutena taas pidetään viihteellisyyttä, sensaatiohakuisuutta, pinnallisuutta, kevyempien juttujen valintaa ja räväkämpää juttujen esittämistapaa. (Huovila 2005, 9.)

Journalismin laatukeskustelun taustalla on ajatus median tehtävästä demokratian edustajana ja kansalaisyleisölleen vastuullisena yhteiskunnallisena instituutiona. Keskustelussa esiintyy useita tapoja journalistisen laadun määrittelemiseksi. Yksi tavoista pohjautuu journalistiseen itsesääntelyyn, toisin sanoen sille, että journalistit itse määrittelevät laatukriteerit ja valvovat niiden noudattamista. (Nieminen & Pantti 2004, 140.)

Suomessa journalismia valvovana elimenä toimii Julkisen sanan neuvosto JSN, joka tiivistää journalistisen työn kulmakivet vuonna 2005 käyttöön otettuihin Journalistin ohjeisiin. Ohjeet antavat pohjan median itsesääntelylle. Ohjeiden mukaan hyvä journalistinen tapa perustuu jokaisen oikeuteen vastaanottaa tietoja ja mielipiteitä. Tiedonvälityksen sisältöä koskevat ratkaisut on tehtävä journalistisin perustein. Tätä päätösvaltaa ei saa missään oloissa luovuttaa toimituksen ulkopuolisille. Journalistin on pyrittävä totuudenmukaiseen tiedonvälitykseen. Myös toisen työtä käytettäessä on noudatettava hyvää tapaa. Lähde on mainittava, kun käytetään toisen julkaisemia

tietoja. Yleisön on voitava erottaa tosiasiat mielipiteistä ja sepitteellisestä aineistosta. (JSN 2008.)

Suomen Sanomalehtimiesten Liitto (2000) on koonnut lisää ohjeita hyvästä journalistisesta työtavasta Toimittajan huoneentauluun, joka listaa muun muassa seuraavia neuvoja toimitustyöhön:

- Kunnioita yksilön mainetta, loukkaamattomuutta ja ihmisarvoa.
- Muista velvollisuutesi totuudesta ja oikeudenmukaisuudesta.
- Pysy tosiasioissa, epämieluisissakin.
- Erotta oma mielipiteesi tapahtumien kerronnasta.
- Vältä aiheeton yleistämistä, muista sanojen ja kuvien vastuu.
- Puolusta uutisen rehellisen hankkimisen ja julkaisemisen oikeutta.
- Älä kirjoita omantuntosi vastaisesti.
- Muista käytöksesi heijastuminen koko ammattikuntaasi.
- Ajattele, harkitse. Tarkista!

Pietilä (2007, 398) muistuttaa lisäksi, että kaikkiin tietolähteisiin, niin kirjallisiin kuin suullisiin, suhtaudutaan kriittisesti. Jos käytetty tieto on epävarma tai kiistanalainen, se todetaan. Jos käsiteltävästä asiasta on saatu eri lähteistä ristiriitaista informaatiota, se todetaan. Käytetyt toiset medialähteet mainitaan aina nimeltä. Tietolähde dokumentoidaan avoimesti ja tarkasti, jotta lukija voi arvioida lähteen luotettavuutta. (Pietilä 2007, 398.)

Toimittajan varsinainen tuote on juttu. Jutut voidaan jakaa kolmeen ryhmään: objektiivisuuteen pyrkiviin juttuihin, subjektiivisiin juttuihin ja näiden välimuotoihin. Journalismin periaatteena mukaisesti objektiivinen aineisto ja subjektiivinen aineisto erotetaan toisistaan sijoittamalla ne eri juttuihin tai erottamalla ne saman jutun sisällä selvästi toisistaan. (Huovila 2005, 46.)

Journalistin tärkein eettinen tavoite onkin objektiivisuus, puolueettomuus. Ideali uutinen kertoo asian sellaisenaan, ilman toimittajan persoonan läsnäoloa sisällössä. Tämä on kuitenkin sinänsä mahdotonta, sillä toimittaja käsittelee tietoa ja valitsee informaation, joka hänen omasta mielestään on tärkein. Journalistisen tutkimusaineiston analyysissä tarvitaan luovaa mielikuvitusta, ideoiden tuottamista,

ajatusten leikkiä ja kokeilua. Toisaalta tarvitaan myös vakaata ja määrätietoista pyrkimystä rajata ja ratkaista täsmällinen ongelma. (Kuutti 2002, 160.) Suodattaessaan tietoa ja harkitessa sananvalintoja toimittaja voi tiedostamattakin vaarantaa juttunsa objektiivisuuden.

Keskeisin toimittajan tekemä juttu on yleensä uutinen. Se on tärkein objektiiviseksi tarkoitettu juttumuoto. Uutinen kertoo uuden, ennen julkaisemattoman tiedon. Tämä tieto halutaan tarjota jutussa vastaanottajalle mahdollisimman taloudellisesti eli niin, että ydintiedot ovat nopeasti omaksuttavissa (Huovila 2005, 47.)

Eryteisesti uutisjournalismille on tyypillistä, että yksittäisiä tietoja kerrotaan sellaisenaan, sirpalemaisina ja irrallisina. Niiden pohjalta kokonaiskuvan rakentaminen on harvinaista, puhumattakaan siitä, että journalisti tekisi johtopäätöksiä selvittämiensä tietojen pohjalta. (Kuutti 2002, 166.) Yksinkertaisimmillaan toimittaja harjoittaa toistavaa journalismia. Tällöin jutun aihe ei anna syytä erityiseen kriittisyyteen, vaan asia itsessään on tiedotusluontoinen. Asia yksinkertaisesti kerrotaan vastaanottajalle ja usein tiedon lähteen ehdoilla. (Huovila 2005, 44.)

Ihanteellinen uutisisältö vastaa niin sanottuihin viiden m:n ja yhden k:n kysymyksiin: mitä, missä, milloin, miten, miksi ja kuka. Hyvän uutistekstin ominaisuuksia tutkitaan tarkemmin seuraavassa.

2.1 Hyvän uutistekstin ihanne

Yrjö Ahmavaara (1969, 138–140) kirjoittaa informatiivisista uutiskriteereistä, joiden tavoitteena oli Ahmavaaran mukaan ”oikeiden tietojen ja tosiasioiden välittäminen sekä siihen liittyvä älyllinen aktivointi”. Ahmavaara määritteli jutun arvolle kolme kriteeriä:

1. Tapahtuman vaikutusten todellinen voimakkuus eli intensiteetti
2. Missä määrin tapahtuman vaikutukset koskettavat kuulijoita ja katsojia.
3. Vaikutuksen laajuus eli sen vaikutusalueen ihmisjoukon suuruus, jota vaikutukset koskettavat.

Uutinen rikkoo kronologisen tarinankerronnan perinteen. Tuorein tapahtuma, lopputulos, kerrotaan ensimmäisenä ja vasta sitten kerrotaan tulokseen johtaneet tapahtumat ja tekijät. Uutiskieli on kuitenkin suoraviivaista ja ytimekästä ja se noudattaa mahdollisimman hyvin virallisia kieliopin sääntöjä. Huovilan (2005, 48) mukaan uutinen jää osittaiseksi ja sirpaleiseksi esitykseksi esillä olevasta asiasta. Etenkin uutisjuttu esittää asiat myös tietyssä järjestyksessä, sillä sen on määrä olla taloudellinen. Näin uutinen ei etene kronologisesti vaan yleensä kronologian vastaisesti.

Uutisjutun hyvän tyylin vaatimukset vaihtelevat jonkin verran mediasta riippuen. Esimerkiksi jutun pituudelle voidaan asettaa ainakin MTV3:n uutisten eri julkaisumuodoissa eri vaatimuksia. Sähke- eli multimediatoimitus vastaa uutistoimittamisesta MTV3:n tekstikanavalle ja nettisivustolle sekä Radio Novalle. Hyvä radiouutinen tiivistää uutisen kolmesta neljään lauseeseen, joista on karsittu kaikki ylimääräinen kuvailu ja toisto. Lauseet ovat lyhyitä ja yksinkertaisia rakenteeltaan. Nettiuutisissa ilmaisu voi taas olla monisanaisempaa ja lauserakenteet monimutkaisempia.

Kaikkia uutisia yhdistää vaatimus informatiivisesta aloituksesta. Yleisön kiinnostuksen tutkittuun asiaan herättää jutun uutismainen kärki, joka tiivistää jutun sisällön ja sen paljastaman asian merkityksen. Kärjessä voidaan Kuutin (2002, 186) mukaan tuoda esiin myös tutkitun asian taustoja ja sen historia. Kärki on yleensä yhden tai kahden lauseen mittainen.

Jokainen toimittaja on vastuussa käyttämästään kielestä. Sananvalinnoilla voidaan ottaa kantaa, asettua jonkun puolelle. (Karttunen & Lind 2009, 26, 28.) Sanat, kuten 'joutua' tai 'uhri' paljastavat nopeasti, kenen puolelle toimittaja asettuu. Toimittajan objektiivisuus onkin monimutkainen kysymys. Tyyli on uutiskielessä herkkä ja vaikea asia, josta ei pysty antamaan mitään yleispätevää sääntöä tai ohjetta. Kysymys on usein myös makuasioista. (Karttunen & Lind 2009, 86.) Sananvalintoja tehdessä on syytä muistaa, että jopa mielenkiintoiset ja tärkeät tutkimustulokset voidaan pilata niiden epäkiinnostavalla esittämistavalla (Kuutti 2002, 176).

Kuten kielessä yleensä, uutiskielenkin kehitys kulkee entistä rennompaan suuntaan. Kielen annetaan mennä sinne, mihin kielenkäyttäjät sitä vievät. Kieliopin

perussäännöstö on kuitenkin edelleen voimassa, vaikka kieli elää, hengittää ja muuttuukin. (Karttunen & Lind 2009, 28, 104.) Puhekielimäistä sanastoa esiintyy toki toisinaan, mutta kirjoitetussa tai puhutussa uutistekstissä esimerkiksi persoonapronominit ovat aina kirjakielellä, eivät slangityyliin tai murteella ilmaistuja. Televisio- tai radiouutisissa haastateltavien oikeakielisyyteen ei voi vaikuttaa, sanomalehtien, Internetin ja tekstikanavan tekstimuotoisissa uutisissa voi.

2.2 Internet uudisti uutiskilpailun

Journalismin periaatteiden mukaan uutinen myy itsensä vastaanottajalle sisällöllään. Etenkin Internetin kiihdyttämän tiedonvälityksen johdosta toimittajat ovat kuitenkin pyrkineet havainnollistamaan juttujaan keinoin, jotka eivät välttämättä mahdu perinteisen toimitustyön raameihin. Tällaisia keinoja ovat esimerkiksi uutisen viihteellistäminen, mielikuvien tarjoaminen tiedon sijaan, subjektiiviseksi tehty uutinen, henkilöiminen tai kuvan manipuloiva käyttö. (Huovila 2005, 59.)

Uutisten viihteellistämisellä viitataan pääasiassa sisältöjen muuttumiseen pinnallisemmiksi. Suurten valtiosalaisuuksien paljastamisen sijaan uutisiksi kelpaavat julkisuuden henkilöiden kuvat rantalomalta. Samalla juttujen otsikoinnin räväkkyteen panostetaan yhä enemmän, jotta netissä surfaileva käyttäjä saadaan houkuteltua näitä lomakuvia katsomaan. Kuitenkin on kyseenalaista journalismia kuvata ja julkaista julkisuuden henkilöiden yksityiselämän vähäpätöisiäkin tapahtumia.

Yhä useammin otsikoita dramatisoidaan niin, että ne jopa antavat virheellisen kuvan jutun varsinaisesta sisällöstä. Iskevän otsikoinnin tarve yleisöstä kamppaillessa korostuu Internetissä, jossa ei ole lehdistöstä tuttuja mainoslöppejä. *Markkinointi ja Mainonta* -lehden toimituspäällikkö Mikko Metsämäki kirjoittaa *Elämää otsikoissa* -blogissaan (30.1.2009) otsikkokisan menneen jopa niin pitkälle, että monet mediat seuraavat juttujen lukijamääriä reaaliajassa ja muuttavat otsikoita optimaalisimman vaihtoehdon löytämiseksi.

Digitaalisen tekstimuotoisen viestinnän erityisen hyödyllisenä piirteenä on ääretön kopioituvuus ja helppo levitettävyyys (Aalto & Uusisaari 2009, 80). Toisintamisen varjopuolena etenkin verkkotoimittamisessa on kuitenkin niin sanotun copy-paste -journalismin yleistymisen. Termillä viitataan yleiseen toimintatapaan lainata toisten mediatalojen tekstejä ja julkaista niitä omina juttuina. Teksti siis kopioidaan esimerkiksi toisen median Internet-sivulta, ja muutaman muokkauksen ja oman kuvituksen lisäämisen jälkeen julkaistaan omassa mediassa. Lähde toki mainitaan, mutta suuri osa jutusta voi olla sanatarkkaa kopiota alkuperäisestä. Toiminnan taustalla on taistelu Internet-sivujen kävijämääristä: toimittajien kiinnostavaksi kokemilla kopiojutuilla pyritään houkuttelemaan yleisö omaan palveluun, vaikka teksti ei lähtökohtaisesti omaa olisikaan.

Sähköisen median kielessä tapahtui viime vuosituhaten loppupuolella merkittävä muutos, kun kieltä ei enää suitsittu samalla tavalla kuin radio- ja televisiotoiminnan alkuaikoina. Nyt sähköisen median kielessä on meneillään jälleen mielenkiintoinen muutos. Kirjoittamista arvostetaan tällä vuosituhatella puhuvassakin mediassa yhä enemmän, sillä toimittajien on osattava kirjoittaa nyt sisältöjä myös nettiin. Tämä koskee yhtä lailla printtamediassa eli lehdissä työskenteleviä. Heille verkkoon kirjoittaminen lienee kuitenkin vain yksi työn uusi muoto. (Karttunen & Lind 2009, 104–105). MTV3:n multimediatuotoksessa hyvää kielioppia pidetään arvossa, mutta virallista oikolukijaa ei itse toimittajan ohella ole. Niinpä toimittaja vastaa omasta kielestään, ja oikeinkirjoitusvirheet ovat mahdollisia.

Mediatalojen välisessä kilpailussa ja tuotekehityksessä ei ole kyse painetun tai sähköisen viestinnän kaksintaistelusta, vaan kilpailuvälineenä onkin onnistuneiden palvelukokonaisuuksien luominen valituille kohderyhmille. Pietilän (2007, 182) mukaan ilman sisältöjen uutta paketoitua, kohderyhmien mukaista räätälöintiä ja houkuttelevaa ulkoasua kaikki myisivät samanlaista sisältöä.

Pietilän (2007, 182) mukaan muutoksen luonnetta kuvaa se, ettei televisio voi enää tuottaa "lähetystä" eikä lehti voi toimia joukkotiedotusvälineenä. Palvelujen kattavuuden ja henkilökohtaisuuden on ollut pakko lisääntyä, nopeuden kasvaa ja hintojen laskea. Internet on luonut kaikkeen viestintään nopeuden, reaaliaikaisuuden ja monimuotoisen esitystavan vaatimukset, joihin muiden medioiden ja jakelukanavien on pakko verrata itseään. (Pietilä 2007, 182.)

Journalismin on sanottu etäänntyneen kansalaisyhteiskunnasta yrittäessään olla ottamatta kantaa. Perinteinen journalismi kytkee itsensä objektiivisuuteen, joka ei kuitenkaan viittaa henkilökohtaisen näkökulman poissaoloon vaan journalistiseen työmenetelmään. Valtamedia on tottunut tukeutumaan valtaa edustaviin lähteisiin, sillä se on itsekin osa valtajärjestelmää. Tästä syystä journalismi on kiinni paitsi ammatillisissa rutineissaan myös yhteiskunnan eliittien tavoissa tulkita maailmaa. Yleisölle journalismi näyttäytyy etäisenä instituutiona vailla todellisia kytkentöjä sen arkeen. Perinteinen journalismi on yksisuuntaista ylhäältä alas kulkevaa viestintää, jossa toimittaja kertoo asiansa yleisölle vastinetta odottamatta. Verkkoviestinnän aikakaudella on kuitenkin käytettävissä aiempaa parempia keinoja, joiden avulla vallitseva viestintäasetelma voidaan haastaa. (Domingo & Heinonen 2009, 71.)

Uusi media on synnyttänyt ilmiöitä, joiden olemassaolo ei olisi mahdollista perinteisessä mediassa, joko ollenkaan tai sitten niiden ilmenemismuoto olisi kokonaan toinen. Tällaisia ovat esimerkiksi vuorovaikutteisuus, visuaalinen viestintä, virtuaali-identiteetti, virtuaaliyhteisöt ja -ympäristöt. (Tarkka ym. 1996, 3.) Kustantajan näkökulmasta uusmedian kilpailuvaltteina ovat monikanavaisuus, teollinen tuotantotapa ja jakelun riippumattomuus ajasta tai vastaanottajan olinpaikasta (Pietilä 2007, 274). Viimeaikainen media-ajattelu on korostanut interaktiivisuutta, vuorovaikutteisuutta ja siihen liittyviä ajatuksia aktiivisesta yleisöstä, joka reagoi henkilökohtaisen taustansa ja omien mieltymystensä pohjalta (Tarkka ym. 1996, 24).

Toimittaja ei siis enää olekaan yksin jakamassa tietoa sitä avuttomana odottavalle yleisölle. Nyt katsoja, kuulija, lukija pääsee irtautumaan vanhasta roolistaan ja vaikuttamaan itse uutisisältöihin esimerkiksi kommentoimalla Internetin uutisia tai jopa kirjoittamalla omia uutisia. Asiakkaat eivät enää ole passiivisia vastaanottajia (Pietilä 2007, 182).

Valtamedian rooli ja kyky määrätä päivän asiat on vähentynyt dramaattisesti sen myötä, kun uutiset saa Internetistä ilman maksua ja hyvin pienellä vaivalla. Arvokkaiden sisältöjen hinta on painunut nolnaan. Suomessa kukaan – pois lukien vaikkapa Helsingin Sanomien painetun lehden digiversio – ei edes yritä periä niistä maksua, eikä kukaan maksua suorittaisikaan. Siitä huolimatta nämä ilmaiseksi muuttuneet sisällöt ovat vaikuttavia ja niitä tavoitellaan.

Huovilan (2005, 11) mukaan kehittynyt viestintäteknikka antaa mahdollisuudet reaaliaikaiseen uutistyyöhön äärimmillään lähes mistä maailman kolkasta tahansa. Julkaisemisen pääsääntönä on, että kaikki lukijoita kiinnostava tieto pyritään julkaisemaan. Julkaisematta jättämiseen on oltava jokin erityinen peruste. (Pietilä 2007, 398.) Kilpailun kiristytessä nopeuteen on alettu kiinnittää huomiota ehkä liiaksikin. Kuka tahansa voi uutisoida ja siksi materiaalin toimituksellinen taso vaihtelee huomattavasti: materiaali leviää todella nopeasti, mutta se voi olla virheellistä tai vääristeltyä (Hintikka ym. 1996, 7.) Nopeuden ja luotettavuuden suhdetta tarkasteltaessa laatuvaliineen on viime kädessä parempi painottaa nopeuden sijaan luotettavuutta, sillä väärä tieto heikentää uskottavuutta enemmän kuin pitkään kypsytelty mutta luotettava juttu. (Huovila 2005, 11.)

Digitaalisen viestinnän nopeus ja välittömyys asettaa verkkomedioiden vaateen sisällön jatkuvasta päivittämisestä. Journalismia tehdään yhä enemmän liiketoiminnan ehdoilla ja pyrkimyksenä on myynnin maksimointi: liikkeelle panevana voimana on taloudellisen voiton tavoittelu, joka edellyttää journalismilta mahdollisimman suuren tai maksukykyisen yleisön tavoittamista (Heikkilä, 2001, 22). Erityisesti tavoitellaan mahdollisimman suuria ilmoitusmyyntilukuja (Domingo & Heinonen 2009, 71).

Verkkosivujen menestys pohjautuu kävijälukuihin, ja kävijöitä haalitaan tehokkaalla, määrään pohjautuvalla uutistoimittamisella. Asiakkaan mielenkiinto säilyy vain, jos sisältöjä muutetaan jatkuvasti. Verkkokävijä ei palaa toista kertaa päivässä sivulle, joka näyttää samalta kuin tuntia aikaisemmin. Toimittamiseen onkin tullut kokonaan uusi elementti, joka korostaa sisältöjen jatkuvaa liikettä, uutistarinan keskeytymättömyyden kehittämistä ja uusien yksityiskohtien ja tietojen tuottamista. (Pietilä 2007, 323.)

Uutisten keskeytymättömästä tuotannosta kasvanut liiketoiminta tuottaa sisältöä ja merkityksiä ihmisten elämään, halusivat he sitä tai eivät. Eri medioiden eloonjäämistäistelu käydään uutisteollisuuden määrittämällä taistelukentällä, jolla kohtaavat viimeisenä toimittajien tuottama sisältö ja asiakkaat. Sisältö jättää asiakkaaseen tunnejäljen, joka on joko myönteinen, neutraali tai kielteinen. Tunnejäljen perusteella kehittyvät mielikuvat, asenteet ja valinnat, joista syntyvät markkinaosuudet, levikki-, kuuntelija- ja katsojatilastot ja sitä myöten uutisteollisuuden rahavirrat. (Pietilä 2007, 246, 326.)

Teknologioiden ja journalismin itsensä muuttuessa on kuitenkin muistettava, etteivät uudet organisaatiotkaan poista tarvetta ”jalkatyön” tekijälle, toimittajalle tiedonhankkijana lähteen ja organisaation välillä. Viime kädessä toimittaja takaa jutun tekemisen ammattitaidon ja omaleimaisuuden. (Huovila 2001, 164.)

3 BLOGIT – MITÄ NE OVAT?

Termi ’blogi’ pohjautuu englanninkieliseen sanaan *weblog* eli verkkoloki. Termiä ’weblog’ käytti ensimmäisen kerran Jorn Barger vuonna 1997. Barger käytti termiä kuvaillakseen omaa Internet-sivuaan, jolle hän keräsi Internetistä löytämiään mielenkiintoisia linkkejä. (Linkola 2009). Suomessa englanninkielinen termi on lyhennetty, ja sitä on suomalaistettu lisäämällä sanan loppuun i-kirjain. Niinpä yleisin verkkopäiväkirjaa kuvaamaan tarkoitettu sana suomen kielessä on ’blogi’.

Blogi on Internet-palsta, johon sen ylläpitäjä voi kirjoittaa haluamastaan aiheesta. Blogveja kutsutaan usein myös verkkopäiväkirjoiksi, joka on kuitenkin terminä jokseenkin harhaanjohtava, sillä kaikki bloggaajat eivät kirjaa oman elämänsä tapahtumia palstoillaan. Tässä opinnäytetyössä käytetään kuitenkin termejä ’weblogi’, ’blogi’ ja ’verkkopäiväkirja’ rinnakkain.

Henkilökohtaisen blogin ylläpidon taustalla on usein tarkemmin määrittelemätön tarve tulla kuulluksi, saada oma ääni julki (Kilpi 2006, 25). Verkkopäiväkirjan käsitteessä onkin myös toinen ristiriita. Perinteiseen päiväkirjaan kirjataan omat salaiset tunteet sillä perusoletuksella, ettei tekstiä kukaan tule koskaan lukemaan. Internetin blogit taas tekevät yksityiselämästä julkista.

Internet on digitaalinen laitteisto- ja ohjelmistokokonaisuus, jossa monella käyttäjällä on samanaikainen mahdollisuus vastaanottaa ja lähettää (toisilleen) informaatiota fyysisestä sijainnistaan riippumatta. Internetin varsinainen välineominaisuus on linkit, joiden avulla vastaanottaja voi siirtyä sivurakenteen eri osioihin ja myös muiden verkkosivujen tarjontaan. Linkkien avulla voi niin sanotusti surfata netissä joko oma-

aloitteisesti uusia sivuja etsimällä tai turvautumalla sivun tarjoamiin ulkopuolelle meneviin linkkeihin. (Huovila 2001, 160.)

Blogi on verkkosivu, johon kirjoittajan määrittämään tahtiin lisätään merkintöjä. Vaikka blogipalveluita on Internetissä lukemattomia määriä, on niiden tekninen perustoiminta hyvin yhteneväinen. Domingon ja Heinosen (2009, 73) mukaan weblog-julkaisemisessa on tiettyjä käytäntöjä, jotka erottavat sen muusta säännöllisestä verkkojulkaisemisesta. Ensinnäkin sen hallitseva piirre on toimitusprosessin yksinkertaisuus. Tavanomaisen blogin pääsivulla näkyvät julkaisijan tai julkaisijoiden viestit uusimmasta vanhimpaan. Artikkelit järjestetään siis julkaisujärjestyksessä journalististen kriteereiden määrittämän tärkeysjärjestyksen sijaan. (Domingo & Heinonen 2009, 73.)

Yleensä blogia ylläpitää yksi henkilö, ja blogi mielletään itseilmaisun henkilökohtaiseksi tilaksi. Kantaan ottavat ja subjektiiviset tyylit ovat sisällölle tavanomaisia. Weblogin toinen keskeinen ominaisuus on julkaisijan ja yleisön vuorovaikutus – lukijat voivat julkaista omat kommenttinsa jokaisen artikkelin yhteydessä. Kommentointimahdollisuus tekee blogeista keskustelun areenoja. Tyypillistä blogeille ovat myös hypertekstilinkit verkkojulkaisuihin ja -aineistoihin, joihin kirjoittajat sitten viittaavat teksteissään. (Domingo & Heinonen 2009, 73.)

Yleensä blogeissa on kommentointimahdollisuus, jolloin lukijat voivat jättää tekstien yhteyteen oman mielipiteensä sekä blogin kirjoittajan että muiden lukijoiden nähtäväksi. Kommentit eivät kuitenkaan aina ole julkisia, tai sitten niitä kirjoittaakseen pitää kirjautua omalla tunnuksella itse palveluun. Esimerkiksi Googlen Blogspot-palvelimen blogeihin voi kuka tahansa kommentoida, kun taas Microsoftin Windows Live –palvelun päiväkirjoihin voivat vain palvelun jäsenet kommentoida.

Kolmas blogin yleisölle näkyvistä tunnuspiirteistä on syöte (Alasilta 2009, 30). Esimerkiksi RSS-syötteen avulla lukija voi seurata blogin päivittymistä ohjelmallisesti verkkoselaimensa kautta. Tilaamalla syötteen lukija saa siis automaattisen ilmoituksen selaimeensa siitä, milloin blogiin lisätään uutta materiaalia.

Jussi Linkolan (2009) mukaan bloggaaminen on julkaisuformaattina kiihdyttänyt www-sivujen ulkoasujen, sivurakenteiden ja julkaisujärjestelmien kehitystä sekä nopeuttanut monien uusien tekniikoiden leviämistä. Blogipalvelut tarjoavat käyttäjälle paljon

mahdollisuuksia sisällön muokkaamiseen fonttien väristä sivustojen sommitteluun. Alun perin blogialustaksi tarkoitettu WordPress-ohjelmisto onkin nykyään käytössä myös esimerkiksi yhdysvaltalaisen uutislehden New York Timesin verkkosivujen ylläpitojärjestelmänä.

Blogien historia alkaa 1980-luvulta, jolloin yksittäisiä tietoverkkoja yhdistettiin yhtenäiseksi maailmanlaajuiseksi tietoverkoksi, Internetiksi. 1990-luvun puolessavälissä yhdysvaltalainen opiskelija Justin Hall ryhtyi pitämään julkista päiväkirjaa tuohon verkkoon perustamallaan kotisivulla (Kempainen 2007, 4). Sivustollaan hän kertoi hyvin henkilökohtaisista asioista, kuten parisuhdeongelmista ja isänsä itsemurhasta. Hallia on pidetty päiväkirjanomaisen bloggaamisen perustajana – joskaan Hall ei tiennyt pitävänsä blogia ennen termin syntyä muutamaa vuotta myöhemmin.

Kilpi (2006, 12) ehdottaa myös Lontoossa vuosina 1711–1714 julkaistua lehteä *The Spectator* blogien varhaiseksi esi-isäksi:

“The Spectatorin sivuilla henkilökohtaiset huomiot, ajankohtaiset asiat, muistelmat ja yhteiskunnalliset pohdinnat sekoittuivat tavalla, joka muistuttaa paljon enemmän nykypäivän blogia kuin sanomalehteä tai mitään muutakaan mediaa.”

(Tuomas Kilven kirjasta *Blogit ja bloggaaminen*, 2006, 12.)

Blogien ja niiden kirjoittajien muodostamaa yhteisöä kutsutaan usein blogosfääriksi. Aluksi blogosfääri oli pieni yhteisö, jonka kaikki bloggaajat oli mahdollista kerätä yhteen listaan. Sittemmin blogien määrä on noussut räjähdysmäisesti. Blogosfääri on mahtava, miljoonia ihmisiä ympäri maailman tavoittava julkisuuskoneisto (Kilpi 2006, 25).

Yhdysvaltalainen hakukone Technorati seuraa kansainvälistä blogien määrän kehitystä. Vuonna 2008 Technoratin listoilla oli 133 miljoonaa blogia, kun vuotta aiemmin niitä oli 70 miljoonaa (Alasilta 2009, 71). Määrä voi olla pian karkaamassa laskijoiden käsistä, kiitos Internet-teknologioiden kehityksen ja esimerkiksi verkkoyhteisöjen Facebookin ja MySpacen blogisovellusten. Blogien määrän jatkuva kasvu ja niiden tekijöiden aktiivisuus ovat synnyttäneet uuden journalismin muodon. Tämän uuden suuntauksen kantavana voimana ovat kansalaisjournalistit – harrastelijakirjoittajat, joilla ei ole virallista journalistista koulutustaustaa.

Blogeilla on siis tekijöitä ja luonnollisesti myös yleisöä. Internet-radioiden, nettisivustojen ja digitelevisioiden aikakaudella mediaesitysten määrä taas on moninkertaistunut. Suhteessa erilaisten mediatuotteiden määrän kasvuun yleisön jäsenten määrä on pysynyt verrattain samana — ihminen ei voi lisääntyä samalla tahdilla, kuin Internet-sivua voi päivittää. Samoin yleisö ei ehdi seurata jokaista uutta mediaesitystä. Niinpä myös blogien yleisömäärissä voi olla suuria keskinäisiä eroja.

Uusien viestintäteknologioiden ja mediaesitysten yltäjäntönsä seurauksena yleisö on merkittävästi osa- ja alakulttuuristunut. Markkinointikielessä näihin prosesseihin viitataan Niemisen ja Pantin (2004, 156) mukaan usein käsitteillä segmentoituminen ja fragmentoituminen. Yleisöt hajautuvat osayleisöiksi, eivätkä keräänny samojen medioiden äärelle, kuten vaikkapa aikana, jolloin valtakunnallisia analogisia televisiokanavia oli vain kolme. Usein unohdetaan, ettei yleisöjen hajautumisessa moniin pienempiin yleisöihin ole kyse vain Internetistä, vaan myös televisiokanavien, aikakauslehtien ja radiokanavien yleisöiden jakautumisesta.

Blogien lyhyt historia osoittaa jo nyt, että vaikka osa weblogeista on epäilemättä merkityksettömiä journalismin kannalta, vaikuttaa ilmiö journalismiin monin tavoin. Domingo ja Heinonen (2009, 83—84) uskovatkin, etteivät weblogit haasta pelkästään medioita, vaan myös toimittajien ammattikunnan.

3.1 Kansalaisjournalismin kehto

Blogit ovat helppokäyttöisiä henkilökohtaisen julkaisemisen välineitä, joiden avulla Internetin käyttäjät voivat lähettää ajankohtaisia viestejä verkkoon. Toisaalta blogit ovat kauttaaltaan julkisen viestinnän asetelmiin vaikuttava ilmiö. (Domingo & Heinonen 2009, 68.) Blogeille ja koko Internetille on alusta asti ollut ominaista avoimuus, demokraattisuus ja tasa-arvoisuus. Internet on kansalaisten media, vapaa säätelystä ja sensuurista. On siis luontevaa, että sitä on alettu käyttää myös järjestelmällisempään tiedonvälitykseen, jota kutsutaan kansalaisjournalismiksi. (Kemppainen 2007, 8.) Kansalaisjournalismin mediatrendi perustuu sananvapauden kuulumiselle kaikille ihmisille, eikä vain toimittajille ja kustantajille.

Blogien myötä ihmiset, joilla ei ole virallista toimittajakoulutusta, voivat toimia tutkivina journalisteina oman sivustonsa kautta — ja jopa tienata rahaa. Kansalaisblogit ovat siis weblogeja, joita julkaisevat kansalaiset valtamedioista riippumattomasti. Bloggaajat voivat toimia median kommentoijina, asiantuntijakirjoittajina tai amatöörireporttereina. (Domingo & Heinonen 2009, 77.)

Kansalaisjournalismin ajatus ei ole kuitenkaan lähtöisin Internetin synnystä, vaan sitä on toteutettu jo aiemmin sanomalehtien sivuilla ja radio- ja televisiolähetyksissä. Niin sanottu perinteinen kansalaisjournalismi on mielipiteiden kirjoittamista lehtiin tai liikenneuuhkien ilmoittamista radiokanavalle. Kännykkäkamerat ovat jalostaneet tätä ”perinteistä” kansalaisjournalismia eteenpäin, kun yleisö voi lähettää valokuvia vaikkapa suuronnettomuuksista tekstiviestien mukana.

Tässä perinteisemmässä kansalaisjournalismissa kuitenkin itse julkaisumedia päättää, mitä julki tuodaan. Radioääniä leikataan, kuvia editoidaan ja niin edelleen. Journalismille tuttu uutiskynnyksen käsite soveltuu siis myös valtamedioiden tapaan hyödyntää yleisöään. Koska tietovirta tuo eri päivinä eri määrän julkaistaviksi kelpaavia juttuja, julkaisukynnyksen korkeus vaihtelee päivittäin. Tarjonnan ollessa niukkaa kynnys on matala ja arvoltaan vähäisempienkin juttujen on helpompi tulla julkaistuksi. (Huovila 2005, 64.)

Internet sitä vastoin poistaa kaiken tämän. Jokaisella käyttäjällä on mahdollisuus julkaista omia tuotoksiaan verkossa ja määrätä niiden tekijänoikeuksista (Aalto, Uusisaari 2009, 147). Verkossa kansalaisjournalismille ei siis periaatteessa ole rajoituksia tai sensuuria. Toki Internetin käyttöä rajoitetaan joissain maissa, jolloin kansalaisjournalistien ilmaisuvapauskin häiriintyy. Lisäksi blogejakin koskevat yleiset tekijänoikeussäädökset, eikä esimerkiksi muiden tuottamia videoita tai valokuvia saisi käyttää ilmaa asianmukaista lupaa. Myös rikoslakia voidaan soveltaa verkkojulkaisuihin, eikä blogeja saa käyttää mielivaltaisesti esimerkiksi julkisuuden henkilön herjaamiseen tai mustamaalaamiseen. Yleisesti voitaneen kuitenkin olettaa, että blogin kirjoittajalla on vapaat kädet palstansa sisällön suhteen. Tekstin mitta riippuu täysin bloggaajasta itsestä, samoin tekstin sisältö ja tyyli.

Kansalaisjournalistilla ei siis tarvitse olla viestinnän alan koulutusta. Tämä herättää kysymyksen toimitustyön tuloksen laadukkuudesta. Journalistisen itsesääntelyn ongelmana on sen perustuminen ammattikunnan omalle tapauskohtaiselle harkinnalle (Nieminen, Pantti 2004, 141). Sensuurin puuttuessa, toimitustyön ollessa bloggaajan omissa käsissä, itsesääntelyn ajatus siirtyy ammattilaisilta myös kansalaisjournalisteille: bloggaaja valvoo itse omaa tekstiään.

Kuluttajien ja sisällöntuottajien sekoittuminen jättää helposti sivuun luotettavuuden, perinpohjaisuuden, rehellisyyden ja riippumattomuuden periaatteet, jotka ovat journalismin tärkeimpiä määrittäjiä. Kansalaisjournalistiset tuotteet eivät kuitenkaan automaattisesti ole huonoja (Pietilä 2007, 232–233). Taitava kirjoittaja voi kirjoittaa aiheesta hyvin samankaltaisella tyyllillä kuin koulutettu toimittajakin.

Kansalaisblogien uutisten laatukriteerit eivät voi olla samat, kuin aivan eri kokoluokan voimavarojen varassa toimivan ammattijournalismin (Domingo & Heinonen 2009, 77). Ihmisellä, jolla ei ole uutistoimistojen resursseja ja verkostoja – saati vuosien saatossa instituutioksi kasvaneen uutismedian brändin vaikuttavuutta – ei ole mahdollisuutta julkaista samankaltaista materiaalia kuin niin sanottujen virallisten mediatalojen. Tyypillinen bloggaaja voi tuoda asioihin oman näkemyksensä, mutta hän ei käy eduskunnassa haastattelemassa kansanedustajaa, tilaa mielipidetiedustelua tutkimuslaitokselta tai matkusta seuraamaan Lähi-idän alueen poliittisen tilanteen kehitystä (Kilpi 2006, 96). Niinpä aiheet ovat usein enemmän lähellä tekijän omaa elämää, ja käsiteltävien aiheiden uutiskynnys on matala.

Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että uutisarvo olisi automaattisesti matala. Kirjoitustyyli voi olla enemmän kantaottavaa kuin ihanteellisessa uutistekstissä. Tällöin aihe voi yleisön löytäessään olla jopa huomattavasti vaikuttavampi kuin samaa aiheetta käsittelevä uutismedian artikkeli. Toisaalta subjektiivisuus voi kääntyä myös tekijää ja tekstiä vastaan – sisältö voidaan kokea manipuloivana tai propagandistisena liiallisten yleistysten, syytösten tai muiden perinteiseen journalismiin kuulumattomien attribuuttien takia.

Kansalaisjournalismi auttaa kuitenkin journalismin ideaalia siinä, että se tuo esiin pieniäkin aiheita, joita valtamediat eivät käsittele. Kansalaisbloggaajat eivät siis ole journalisteja, vaan pikemminkin heidän uutisointinsa täydentää perinteisen median

tarjontaa. Tämän ovat huomanneet myös monet ammattijournalistit, jotka ovat alkaneet käyttää asiantuntija- ja silminnäkijäblogeja uutislähteinään. Vuosien 2004 ja 2005 aikana keskustelu weblogien merkityksestä journalismille muuttikin sävyään. Enää ei pohdittu, ovatko weblogit tärkeitä journalismille, vaan kuinka tärkeitä ne ovat. (Domingo & Heinonen 2009, 69, 77.)

Kansalaisjournalismin vaikutusvalta on viime vuosina todistettu esimerkiksi suuronnettomuuksien yhteydessä. Blogeilla oli uutisvälityksessä merkittävä rooli vuoden 2004 tsunamikatastrofissa ja vuoden 2005 hurrikaani Katrinan tapauksessa. Blogit välittivät tehokkaasti tietoa onnettomuuksien aiheuttamista tuhoista ja arvioiduista kuolleiden määristä. Näissä onnettomuuksissa blogit uutisoivat myös aiheista, joita valtamediat eivät resurssien puuttuessa voineet käsitellä.

Blogien uutismedian toimimiseen vaikutti suuresti vuoden 2001 terroristihyökkäys Yhdysvaltojen World Trade Centeriin. Katastrofin keskellä oli tarve saada nopeasti päivitettyä tietoa, ja sitä tarjosivat blogit. Lisäksi tapahtuman jälkipuinti, jota käytiin aktiivisesti ja kattavasti myös blogeissa, nosti blogien arvostusta ja tietoisuutta niiden tiedonvälityksen potentiaalista. (Kempainen 2007, 10.)

Viimeisin merkittävä tapahtuma kansalaisjournalismin uutisarvon kannalta oli kesän 2009 Iranin presidentinvaalit. Presidentti Mahmud Ahmadinejadin uudelleenvalinnan jälkeen Iranin pääkaupungissa Teheranissa järjestettiin päiväkausia kestäneitä mielenosoituksia, jotka kärjistyivät lopulta väkivaltaisuuksiin. Paikalliset viranomaiset pidättivät satoja mielenosoittajia, eikä kuolonuhreiltakaan vältytty.

Mielenosoitusten aikaan länsimaiset mediat eivät voineet uutisoida Iranin tapahtumista sen jälkeen, kun toimittajia pidätettiin ja poistettiin maasta. Niinpä tapahtumista uutisoitiin sen pohjalta, mitä paikalliset kertoivat esimerkiksi yhteisöllisissä medioissa Facebookissa ja Twitterissä. Videopalvelu YouTube täyttyi materiaalista mellakoiksi kasvaneiden mielenosoitusten keskeltä. Mediat hyödynsivät ensi käden tietoa omissa uutisissaan. Lisäksi esimerkiksi MTV3:n uutisten verkkosivuilla uutisoitiin erillisenä juttunaan siitä, miten uutiset pohjautuvat juuri kansalaisjournalistien panokseen.

3.2 Blogityypit

Nykyään weblogit näyttävät olevan kaikkialla journalismissa. Tiedotusvälineet julkaisevat niitä osana sisältötarjontaansa, yksittäiset journalistit ovat alkaneet blogata ja lukuisat amatöörit ylläpitävät weblogeja, jotka ainakin jossain määrin muistuttavat uutisjournalismia. (Domingo & Heinonen 2009, 69.)

Kaikki blogit eivät keskity vain kirjoittajansa elämän päiväkirjamaiseen luettelointiin, vaan voivat keskittyä esimerkiksi tiettyyn harrastukseen tai vaikka elokuvan tyylilajiin. Kaikki blogit eivät myöskään koostu pelkästään tekstistä, vaan voivat sisältää valokuvia, audio- ja videotallenteita ja linkkejä toisille verkkosivuille. Näiden elementtien sekoittaminen on hyvin tavanomaista.

Blogi on verkkosivu, johon tekijän määrittämällä tahdilla julkaistaan merkintöjä. Merkinnät päivätään automaattisesti, ja merkinnät listautuvat palstalle niin, että tuorein merkintä on ylimpänä ja vanhemmat laskevassa järjestyksessä alempana. Tyypillisiä blogien ominaisuuksia ovat hyperlinkit, joita tekijä upottaa joko merkintöihin tai erilliseen linkkilistaan, jonka sijainnin palstalla tekijä määrittää itse. Yleensä blogin yhteydessä on jonkinlainen lyhyt esittely tekijästä ja palstan sisällöstä.

Blogeja yhdistää myös teknologioiden yksinkertaisuus. Oman blogin perustamiseen tarvitaan periaatteessa vain sisäänkirjautuminen blogipalveluun. Julkaisuteknologia ja jonkinlainen graafinen ilme ovat jo valmiina, eikä ohjelmointikieltä ole pakko opetella. Niinpä oikeastaan ainoa, mikä on välttämätöntä ylläpitäjälle, on itse sisällön tuottaminen. Julkaisuteknologiat tarjoavat helppokäyttöisyydestä huolimatta lukuisia tapoja muokata palstan ulkonäköä. Ylläpitäjä voi muokata niin fontit, taustat kuin eri elementtien asemoinninkin itse.

Blogien aihepiirimahdollisuuksien luetteloiminen on valtavan määrän takia mahdoton, ja tämän opinnäytetyön tutkimuksen kannalta myös tarpeetonta. Tässä luvussa esitellään muutamia teknologiaan tai sisällön tekniseen toteutukseen pohjalta eri lajityypeiksi jaoteltuja blogeja.

3.2.1 Tekstimuotoinen blogi

Verkkopäiväkirjan perinteisin malli on tekstimuotoinen weblogi. Tässä opinnäytetyössäkin tekijään viitataan usein kirjoittajana, vaikka bloggaajilla on käytettävissä monia eri mediamuotoja. Tekstimuotoinen malli pohjautuu alkukauden blogeihin, joihin ylläpitäjät lähinnä listasivat hyperlinkkejä, jotka halusivat jakaa muille. Sittenkin tekstimuotoisten blogien ilmaisu on laajentunut. Tekstin pituus on kirjoittajasta kiinni – merkintä voi olla yhden lauseen tai tuhansien sanojen mittainen. Tyylejäkin on luonnollisesti yhtä monta kuin kirjoittajia.

Vaikka tekstimuotoinen blogi on kaukana alkuaikojen linkkiloista, linkkien käyttäminen tekstiin upotettuna on edelleen keskeinen blogikirjoittamisen työkalu. Nämä hyperlinkit erottuvat yleensä normaalista tekstistä värinsä tai alleviivauksen avulla. Tekstimuotoisessa blogissa on yleistä myös väliotsikoiden käyttö. Tekstin kulkuun ja luonteeseenkin voi vaikuttaa fonttivalinnoin ja esimerkiksi lihavoinein ja alleviivauksin.

3.2.2 Valokuvablogi

Valokuvablogi omistautuu tekstin sijasta kertomaan tarinansa kuvin. Yleensä valokuvablogia pitää valokuvauksen harrastaja. Valokuvia ryyditetään lyhyin kuvatekstein, jotka joko selventävät kuvan kohdetta tai kommentoivat kuvassa nähtävää toimintaa. Erona perinteiseen tekstipohjaiseen blogiin valokuvablogin merkintöjä voi yleensä tarkastella isompina kuin, miltä ne palstalla näyttävät. Kuvat voi siis esimerkiksi avata uudessa ikkunassa tai katsella erillisen, kuvan tarkasteluun tarkoitetun ohjelmaversion avulla. Lukija voi myös suoraan tallentaa valokuvan omalle tietokoneelle ilman esimerkiksi erillistä tekstinmuokkausohjelmaa, jota tarvittaisiin kirjoitetun merkinnän kopiointiin.

Valokuvablogien suosiota on edistänyt viime vuosina tapahtunut kännykkäkameroiden kehitys, jonka avulla kuvia voi julkaista esimerkiksi suoraan kännykästä Internetiin.

Edistyneemmät valokuvablogeihin erikoistuneet palvelut mahdollistavat myös valokuvan metadatan, kuten esimerkiksi kameran asetusten, julkaisemisen.

3.2.3 Videoblogi ja blogumentti

Videoblogi tai vlogi korvaa kirjoitetun sanan puhutulla. Perinteisimmillään, riisutuimmillaan videoblogin merkinnät koostuvat videoista, joissa ylläpitäjä puhuu suoraan kameraan, joko spontaanisti tai ennalta laaditun käsikirjoituksen mukaan. Merkinnän aihe ja sisältö on usein sellainen, että sen voisi toteuttaa myös tekstimuodossa. Usein vlogimerkintä käsittelee samaa aihetta, kun taas tyypillinen tekstimuotoinen verkkopäiväkirja polveilee aiheesta toiseen.

Videoblogin ylläpitämiseen tarvitaan Internet-yhteyden lisäksi video- tai web-kamera ja mahdollisuus videomateriaalin karkeaan editointiin. Itse merkinnässä, videossa tekninen toteutus harvoin nousee päätekijäksi. Kuvanlaatu voi olla heikkoa, ja on luontevaa, että taustalla näkyy kertojan oma makuuhuone.

Kaikkien aikojen ensimmäinen videoblogi käynnistyi vuonna 2000, jolloin yhdysvaltalainen Adam Kontras alkoi julkaista YouTube-palvelussa videoblogia *The Journey*. Vlogissaan Kontras käsitteli muuttoa Los Angelesiin pyrkimyksenä päästä mukaan viihdeteollisuuteen. (Tulonen 2009, 14.)

Blogumentti laajentaa videoblogin toteutusta ja sisältöä sekoittamalla dokumenttielokuvan ja blogin elementtejä keskenään. Blogumentit ovat ilmaisultaan monivivahteisempia kuin tavalliset videoblogit: ne tutkivat aihettaan journalistisella, analyttisellä otteella tai esimerkiksi taiteellisen kuvamontaasin kautta. Usein tekijä esiintyy videolla itse valitsemaansa aihetta tutkivana journalistina. Esimerkkejä kotimaisesta blogumenttituotannosta löytyy osoitteesta <<http://blogumentti.blogspot.com>>.

Samoin kuin tekstiblogeilla, videoblogeilla ja blogumenteilla ei sinällään ole määrättyä mittaa. Videot voivat kestää minuutista yli tuntiin. Tässä kuitenkin asettaa Internet

mahdollisia rajoituksia. Esimerkiksi monien videobloggaajien julkaisualustana suosima YouTube ei salli yli kymmenminuuttisten videoiden lataamista.

3.2.4 Audioblogi

Audioblogeja tai MP3-blogeja kutsutaan usein myös musiikkiblogeiksi, koska julkaisuformaatti on useimmiten muusikoiden suosima. Merkinnät sisältävät usein myös puhetta. Audioblogien merkinnät, äänitallenteet, julkaistaan yleensä mp3-muodossa, ja lukijan on mahdollista ladata niitä omalle tietokoneelleen. (Tulonen 2009, 15.)

Audioblogipalveluista tunnetuimpia ovat yhdysvaltalaiset Fluxblog ja Stereogum, jotka molemmat aloittivat toimintansa vuonna 2002. Audioblogi ei ole tyyliuuntana saavuttanut samanlaista suosiota kuin videoblogi, jossa yhdistyy ääni ja kuva. Audioblogeja on kritisoitu musiikkitiedostojen laittomasta verkkojakelesta (Tulonen 2009, 15.)

3.2.5 Mikroblogi

Mikroblogit ovat ainoa blogien muoto, joka merkittävästi rajoittaa sen kautta julkaistavaa informaatiota. Käyttäjä ilmaisee itseään lyhyellä tekstiviestinomaisella päivityksellä, jonka tyyppillisin maksimipituus on 140 merkkiä. Lyhyitä mikroblogiviestejä voi kuitenkin julkaista rajattomia määriä peräjälkeen. Mikroblogia käytetään yleensä tilannetietojen ilmoittamiseen — käyttäjä voi kertoa lyhyesti, mitä tekee tai ajattelee. Merkintään voi upottaa linkkejä toisille sivustoille, muttei valokuvia. Maailman suosituin mikroblogipalvelu Twitter kiertää tämän rajoituksen tarjoamalla palvelun rinnalle valokuvien julkaisualustan. Valokuvan Internet-osoitteen voi kopioida linkiksi mikroblogin merkintään.

Twitterin ohella suosittuja mikroblogipalveluita ovat alun perin suomalainen, sittemmin tietoyhtiö Googlelle siirtynyt Jaiku sekä samoin kotimainen Qaiku. Myös monet yhteisölliset verkkopalvelut, kuten yhdysvaltalaiset Facebook ja MySpace, sisältävät mikroblogin kaltaisia elementtejä käyttöliittymissään.

Mikroblogit on yleensä suunniteltu niin, että niitä voidaan päivittää erityisillä asiakasohjelmilla, pikaviestiohjelmilla, sähköpostitse ja tekstiviestien kautta, jolloin käyttäjä voi päivittää tilannetietoja missä vain. Sivustoille tunnusomaista on myös mahdollisuus seurata omalta sivultaan haluamiensa käyttäjien päivityksiä.

3.3 Blogiteknologioiden soveltuminen journalismiin

Edellä mainituista blogimuodoista mikroblogi lienee heikoimmin journalistiseen työhön soveltuva. Monet yhdysvaltalaiset uutismediat, kuten CNN ja New York Times, käyttävät Twitter-palvelua mainostaakseen verkkosivujaan. Blogimerkinnöissä kerrotaan uusista verkkoartikkeleista kertomalla aihe yhdellä lauseella ja lisäämällä ohien itse artikkeliin vievä hyperlinkki. Twitter-palvelussa seuraajien on mahdollista suoraan toisintaa esimerkiksi uutismedian merkintä ja julkaista omana merkintänään. Nämä käyttötavat edistävät tiedonvälitystä, mutta eivät journalismia itseään. Näin käytettynä mikroblogi onkin edelleen joko mainostamisen tai oman mielenkiinnon ilmaisemisen väline. Edes Twitterin päivittyvät listaukset eniten palvelussa käsitellyistä aiheista eivät suoranaisesti edistä journalismia, vaikka toimittaja listausten pohjalta juttuaiheen keksisikin. Lyhyet mikrobloggaukset eivät mahdollista tutkivaa journalismia, joka käsitelisi aihettaan kattavasti. Pitkän jutun katkominen moneen osaan taas sotii vastaan mikroblogimerkinnän tiiviin ilmauksen ideaa ja on yleisölle vaikea tapa seurata tekstiä.

Kansalaisjournalismin aate kytkeytyy tällä hetkellä eniten tekstimuotoiseen blogiin. Tekstimuoto muistuttaa sanomalehtiä ja verkkojulkaisujen uutisia. Tekstimuotoisuus palvelee tiedonvälitystä edellä kuvatuista blogityypeistä siinä mielessä parhaiten, ettei sisällön näkemiseen tarvita erityisen nopeaa Internet-yhteyttä tai jonkinlaista erillistä ohjelmistoa, joka mahdollistaisi esimerkiksi videoblogin seuraamisen.

Valokuvablogin puhdas journalismi erottuu helpommin kuin tekstimuotoisessa merkinnässä, jossa aihetta voidaan selvästi värittää omilla mielipiteillä. Valokuvan avulla lukija muodostaa mielikuvia, ja erottaa journalistisen sisällön taiteellisesta. Journalistinen valokuva keskittyy esittelemäänsä aiheeseen, eikä yritä sitä vääristää. Taiteellinen valokuva taas voi leikitellä kohteellaan, ja näkymää on voitu jälkikäteen parannella ja jopa vääristää kuvanmuokkausohjelmalla.

Valokuvablogin journalismi on kuitenkin siinä mielessä rajallista, että perinteinen nettiuutinen vaatii kuvan ohella tekstiä. Pelkkä kuva voi jäädä vain satunnaiseksi tilannekuvaksi, eikä sitä aseteta journalistiseen diskurssiin selventämättä asiayhteyttä. Niinpä esimerkiksi kuvan mielenosoituksesta tekee journalistiseksi raportointi mielenosoituksen tapahtumista ja siitä, miten otettu kuva tai kuvat liittyvät tekstiin.

Pelkistetyin videoblogi — yksi kertoja makuuhuoneessaan suoraan kameran edessä — ei ole erityisen journalistinen mediamuoto. Videoblogeissa ja blogumenteissa on kuitenkin eniten vielä käyttämätöntä journalistista potentiaalia. Ylläpitäjän seurana voisi olla haastateltava. Liikkuvaan kuvaan voisi lisätä grafiikkaa ja kuvia käsiteltävästä aiheesta. Kameran voisi ottaa mukaan juttukeikalle, ja kuvamateriaalista voisi työstää uutisraporttia muistuttavan blogimerkinnän. Ottaessaan vaikutteita dokumenttielokuvista blogumentti liikkuu jo hyvin paljon journalismin kentällä, mutta muodon suosio on vielä matala. Blogumenttia ja dokumenttia yhdistää se, ettei teknisen toteutuksen mahdollisesti heikko laatu vie pois sisällön journalistista potentiaalia.

3.4 Oma verkkopäiväkirja opintotyökaluna

Nicholas Abercrombie ja Brian Longhurst ovat Herkmanin (2001, 194) mukaan jaotelleet mediakulttuurin kuluttajia eri kategorioihin sen perusteella, mikä näiden sitoutumisen aste on kiinnostuksen kohteeseen, kuinka paljon kuluttajat itse tekevät siihen liittyvää materiaalia ja kuinka kiinnostus heijastuu sosiaaliseen vuorovaikutukseen. Jaottelunsa pohjalta tutkijat ovat asettaneet mediakuluttajat seuraavanlaiselle janalle:

kuluttaja – fani – kultisti – entusiasti – pientuottaja

Mallin mukaan mediakuluttajan sitoutumisen aste lisääntyy vasemmalta oikealle edettäessä. Ensimmäinen, niin sanotun tavallisen kuluttajan aste viittaa vapaa-ajan mediakulutukseen, kuten television ja elokuvien katseluun ja internetissä surfailuun. Tavalliset kuluttajat eivät muodosta erityisen voimakkaita mielipiteitä mediakulttuurista ympärillään. Pääasiallisin mediakulttuurin sosiaalisen tuottamisen muoto ovat kuitenkin arkipäiväiset mediaan liittyvät keskustelut kouluissa, työpaikoilla ja vapaa-aikana (Herkman, 2001, 195).

Tästä seuraavana asteena ovat fanit, jotka suhtautuvat kiinnostuksen kohteisiinsa aktiivisemmin – perustamalla faniklubeja, osallistumalla fanitapahtumiin ja perustamalla aiheeseen liittyviä nettisivuja. Tämä kiinnostuksen kohteen tuotantoon tai tyyliin pohjautuva osallistuminen toimii monesti eräänlaisena porttina Abercrombien ja Longhurstin jana-hierarkian korkeimmalle tasolle, pientuottajuuteen.

Mediaharrastamisen viimeisellä asteella – pientuottajilla – viitataan siihen, miten helposti mediakulutus muuttuu nykyään mediatuottamiseksi. Alun perin intohimoiseksi harrastamiseksi kääntynyt innostus saa yhä helpommin tuotannollisia muotoja, koska etenkin digitalisoituminen ja Internet antavat tänä päivänä omaan tuotantoon ja sen levittämiseen paremmat mahdollisuudet kuin koskaan aiemmin.

Blogikulttuuri on ollut mielenkiintoni kohde jo pitkään. Olen seurannut useiden yksityishenkilöiden, julkisuuden henkilöiden ja erilaisten ryhmien blogikirjoittelua. Pian sen jälkeen, kun olin hankkinut Internet-liittymän, aloin päivittää omaa verkkopäiväkirjaa. Siirryin siis Abercrombien ja Longhurstin janalla nopeasti vasemmalta oikealle, kuluttajasta pientuottajaksi. Koska opinnäytetyöni käsittelee blogeja, pidin aiheellisena ylläpitää myös omaa verkkopäiväkirjaa aiheeseen liittyen. Blogi löytyy nimellä *Blog-My-Thesis* tietoyhtiö Googlen Blogspot-palvelusta. Verkkopäiväkirjan merkinnät käsittelevät pitkän ajanjakson sisällä tehtyjä huomioita, jotka oli nopeasti ja tehokkaasti saatava dokumentoitua myöhempää käyttöä varten.

Olen aktiivinen Internetin käyttäjä. Tietoverkko on keskeinen työkalu koulutehtävissä ja työssäni. Lähetän paljon sähköpostia ja pikaviestejä. Blogitekstien ohella julkaisen verkkoon omaa musiikkia ja videoita. Käytän Internetiä jonkin verran myös vapaa-ajan

viihdykkeenä, lähinnä musiikin kuunteluun ja yhteydenpitoon tuttujeni kanssa. Blogien ohella seuraan sosiaalisista medioista useita yhteisöllisiä palveluita, kuten Facebookia ja Twitteriä. Uutispalveluista seuraan kotimaassa pääasiassa MTV3:n uutispalveluja. Lisäksi seuraan useita ulkomaisia uutispalveluita päivittäin.

Halusin ylläpitää opinnäytetyöprosessia käsittelevää verkkopäiväkirjaa ja halusin eriyttää sen niin sanotusta varsinaisesta blogistani, jossa kerron kuulumisiani ja arvostelen erilaisia mediaesityksiä. Näin opinnäytteen blogi palveli hyödyllisenä työkaluna, johon saatoin kirjata tutkimukseen liittyviä muistiinpanoja. Päivitin myös tietoja työn etenemisestä. Blogi toimi siis eräänlaisena muistikirjan ja opintopäiväkirjan sekoituksena.

Alun perin olin suunnitellut ylläpitäväni aihetta tutkailevaa videoblogia, mutta päätin lopulta tyytyä tekstimuotoon. Yhteen ensimmäisistä merkinnöistäni toukokuulta 2009 kylläkin upotin aiheeseen inspiroineen YouTube-videon. Kilven (2006, 25) mukaan blogien taustalla on tarve saada oma äänensä julki. Vaikka pyrin pitämään kirjoitustyylin sellaisena, että se on helposti myös muiden luettavissa, ylläpidin palstaa oikeastaan yksinomaan itselleni. Edellä mainittua "varsinaista" blogiani kirjoitan itseni ohella myös vakiintuneelle pienyleisölle. Opinnäytettä käsittelevä palstani oli kuitenkin itselleni suunnattu, enkä nähnyt työni kannalta tarpeellisena tehdä tekstin ohella myös videoita sivustolle.

Kirjaamisen avulla hahmottelin journalistisen ja ei-journalistisen tekstin eroja. Pyrin kirjoittamaan merkintöjä samalla tavalla kuin kirjoittaisin uutista työpaikallani: tiiviitä lauseita, informoiva uutiskärki, selkeä kappalejako. En kuitenkaan erikseen välttänyt tajunnanvirtamaisia huomautuksia, puhekielenomaisuuksia tai palannut heti korjaamaan mahdollisia kirjoitusvirheitä. Lisäksi otsikoin valtaosan merkinnöistä englannin kielellä. Monet havainnoista siirtyivät tähän opinnäytetyöhön, mutta tiesin jo bloggaillessani kirjoittavani tekstit opinnäytteeseen uudelleen kirjakielisenä, oikoluettuna tekstinä.

Ensimmäinen merkintä on toukokuulta 2009, ja jatkoin kirjoittamista hyvin vaihtelevaan tahtiin aina maaliskuulle 2010 asti. Blogi auttoi hahmottamaan oman opinnäyteprosessin etenemistä. Hyperlinkit eri sivustoille tekivät blogista eräänlaisen keskittävän työkalun, jonka kautta saatoin seurata oman opinnäytetyön etenemisen

ohella myös tarkastelemani aihetta. Blogi oli siis lähes korvaamaton työkalu pitkäaikaisessa prosessissa.

4 KATSAUS MTV3:N UUTISVERKKOON

Tässä luvussa käsitellään MTV3:n verkkouutistoimintaa. Suuri osa havainnoista perustuu käytännön työkokemukseeni MTV3:n multimediatoimittajana. Osa havainnoista perustuu siis MTV3:n ulkopuolisten mediatalojen kanssa tehtyjen yhteistyösopimusten suojaamiin sisältöihin. Niinpä kaikkia uutisjuttuja, joihin viittaa, en voi tässä opinnäytetyössä toisintaa.

MTV:n ensimmäinen uutislähetys *Kymmenen Uutiset* lähetettiin syyskuussa 1981 (MTV Media). Uutistoiminnan käynnistäminen oli vaikeaa uutisluvan saamisen hankaluuden vuoksi. Lisäksi uutisten sisältöä säännösteltiin pitkään. Esimerkiksi alle 24 tuntia vanhaa tietoa sisältäviä ajankohtaisohjelmia saatiin lähettää vasta vuodesta 1988 alkaen. Vaaliohjelmat saatiin ruutuun vasta vuonna 1991. Lähes kolmen vuosikymmenen aikana MTV3:sta on kuitenkin kehittynyt merkittävä monimediauutistoimitus, joka tuottaa materiaalia televisioon, radioon ja Internetiin vuorokauden ja vuoden ympäri.

Opinnäytetyöni tarkoituksena on verrata MTV3:n verkkouutisissa käytettyä kieltä MTV3:n uutistoimittajien blogeissa käyttämään kieleen. Miten virallisuuteen ja objektiivisuuteen työssään pyrkivä journalisti ilmaisee itseään mediassa, jonka tärkeimpiä määritteitä ovat subjektiivisuus ja oman itsen esiin tuominen sisällöissä ja ilmaisussa?

Mediatalat informoivat hyvin vastaanottajaa verkkosivuillaan siitä, missä ja kenen sivuilla vastaanottaja liikkuu (Huovila 2001, 150). MTV3:n uutisten sivusto <<http://www.mtv3.fi/uutiset>> erottuu tärkeimpien monimediakilpailijoidensa Nelosen ja Yleisradion verkkouutissivustoista välittömästi graafisen ilmeensä ansiosta. Kilpailijoiden verkkosivut luottavat siniseen ja valkoiseen tunnusväreinään, kun taas MTV3:n päävärit ovat punainen, harmaa ja valkoinen. Painettuun lehtijournalismiin ja nettiuutisiin keskittyvät Ilta-Sanomat ja Iltalehti käyttävät pääväreinään keltaista ja punaista.

Yhtenä MTV3:n uutistoimituksen keskeisenä toimintaperiaatteena on toimituksen eri osastojen välinen yhteistyö. Toisten toimittajien tuottamaa materiaalia voidaan siis käyttää vapaasti eri mediaformaateissa. Esimerkiksi *Huomenta Suomeen* saapuvan vieraan haastattelun pohjalta voidaan kirjoittaa verkkouutisteksti ja haastateltavan kommentteja voidaan editoida Radio Novan uutissähkeiden osaksi. Haastattelusta julkaistaan myös video edellä mainitun tekstiversion liitteeksi.

MTV3:n uutissivusto jakaa uutisensa seitsemään aihekategoriaan: kotimaa, ulkomaat, media, kulttuuri, rikos, ilmiöt ja talous. Lisäksi laajempaa uutisointia vaativia aiheita, kuten esimerkiksi vuoden 2009 sikainfluenssapandemiaa, varten on perustettu omat teemasivustonsa taustat-välilehden alle. Arkisto-välilehden kautta voi selata vanhoja verkkoartikkeleita. Uutiskategorioiden ohella sivuston navigointipalkissa on linkit ajankohtaisohjelmien *45 Minuuttia* ja *Huomenta Suomi* sivuille sekä MTV Median blogeihin.

Päivän tärkeimmät uutisaiheet kootaan uutisten pääsivulle. Pääuutisia mainostetaan seitsemällä tasolla. Ylimpänä sivulla on eräänlainen automaattisesti vaihtuvien kuvien sarja, jossa listataan keskimäärin kolmesta viiteen päivän tärkeintä uutista. Tätä kuvasarjaa lyhyine kuvateksteineen kutsutaan kansi-flashiksi sen ohjelmointitekniikan ja sijainnin perusteella: se on sanomalehtien lööppeihin tai kanteen verrattava mainospohja. Kansi-flash on ensimmäinen asia, jonka sivustolle saapuessa huomaa, ja kuvia klikkaaminen vie niiden mainostamiin artikkeleihin.

Toisinaan kansi-flash korvataan niin sanotulla monikärkilööpillä. Vaihto tehdään silloin, kun valtaosa uutisista keskittyy yhteen suureen aiheeseen. Esimerkiksi maaliskuun 2010 alussa monikärkilööppiä hyödynnettiin ahtaajien ja Auto- ja Kuljetusalan Työntekijäliiton lakon yhteydessä. Tällöin kansi-flashin paikalla oli yksi kuva, jonka alla listattiin keskimäärin kahdeksasta kymmeneen aiheeseen liittyvää uutista. Monikärkilööppi siis kokoaa suuren aiheen osaset ja eri näkökulmat yhteen.

Kansi-flashin oikealla puolella on kymmenen luetuimman uutisen lista. Sivustolla ei mainita, minkä ajanjakson perusteella suosio lasketaan: tunnin, useamman tunnin vai koko päivän. Lista on uutispromootion toinen taso. Suoraan kansi-flashin alapuolella on linkki viimeksi julkaistuun juttuun. Artikkelit eivät välttämättä ole tuorein kokonaan uusi

juttu, vaan linkki voi ilmoittaa myös vanhan jutun päivittämisestä. Tuoreimman uutisen linkin alla on sivuston kärkiuutinen, josta on näkyvillä aiheeseen liittyvä kuvituskuva ja ote uutistekstistä.

Kärkiuutisen alla on kuvitettu linkkilista Katsomo-uutisvideopalveluun, mikä on promootion viides taso. Katsomo-linkkien alla olevan mainospaikan jälkeen on listattuna lisää päivän pääuutisia. Tämä on uutispromootion kuudes taso. Nämä pääuutiset ovat sekavassa järjestyksessä, eivätkä ole riippuvaisia uutiskategoriasta tai julkaisuajankohdasta. Ainoa vakituinen järjestykseen liittyvä elementti on alimpana linkkijonossa oleva urheilu-uutinen, jonka päivittämisestä vastaa urheilutoimitus. Seitsemäs taso on urheilu-uutislinkin alla oleva julkaisuajankohdan perusteella listautuva hyperlinkkilista kaikkiin sivuston uutisiin aihekategoriasta riippumatta.

Lisäksi pääuutissivulla on suosituimpien uutisten listan alapuolella graafisia linkkejä erilaisiin uutis- ja sääpalveluihin ja muun muassa tuoreimpiin verkkokolumneihin ja blogeihin. Työvuorossa olevat verkkotoimittajat kerrotaan sivustolla.

Aihekategorioissa, kuten kotimaan tai ulkomaan uutisissa, uutiset listautuvat samalla tavalla kuin uutisten pääsivulla. Esimerkiksi kotimaan pääsivulla uusin tai viimeksi muokattu uutinen on ylimpänä. Uutisesta on sivulla otsikko, aiheeseen liittyvä kuva ja lyhyt näyte jutun alusta. Erona koko uutissivuston pääsivuun on se, ettei toimittaja voi mielivaltaisesti päättää uutisten järjestystä, vaan se määräytyy yksinomaan julkaisu- ja päivitysajankohdan mukaan.

Näytetekstien lopussa on aina linkki itse artikkeliin. Kuvitettujen uutisnäytteiden alapuolella on vielä otsikoista ja julkaisuajankohdasta koostuva lista kategorian tuoreimmista uutisista. Alimpana on linkki uutisarkistoon, josta on mahdollista etsiä vanhoja artikkeleita.

MTV Median blogit sijaitsevat osoitteessa <<http://blogit.mtv3.fi>>. Blogien pääsivulla listataan blogeja kategorioittain, jotka pohjautuvat blogin teeman sijaan siihen, millä osastolla MTV Mediassa tekijä työskentelee. Lisäksi muutamat blogeista on omistettu viihdeohjelmille. Blogien pääkategorioita on seitsemän, joista yksi on omistettu uutistoimittajien blogeille ja yksi urheilu-uutistoimittajille. Muut kategoriat ovat faniblogeja tai ne on omistettu MTV Median eri televisiokanaville.

Kategoriassa Uutiset on kaikkiaan 22 blogia. Nämä journalistiblogit näkyvät blogien pääsivulla hyvin samalla tavalla kuin artikkelit verkkouutisten pääsivulla. Pienissä kuvissa on kirjoittajan tai kirjoittajien kasvokuvat digitaalisesti muokattua taustaa vasten, ja kuvan vieressä on lyhyt esittely verkkopäiväkirjan teemasta. Kuvien yläpuolella on blogin otsikko ja palstat on listattu aakkosjärjestyksessä, ei esimerkiksi sen pohjalta, mitä blogia on viimeksi päivitetty.

Suurinta osaa kirjoittaa vain yksi kirjoittaja, mutta kahdella blogilla on useampi kirjoittaja. Kaksi bloggaajaa ylläpitää useampaa kuin yhtä blogia. Valtaosa bloggaajista käsittelee palstoillaan muutenkin toimittamaansa aihepiiriä: politiikan toimituksen esimies käsittelee kotimaan politiikkaa, taloustoimittajat talousilmiöitä, ulkomaantoimittaja kansainvälisiä aiheita.

4.1 Verkkouutisen anatomia

Tiedotusvälineet kilpailevat yleensä kolmella eri keinolla. Ensinnäkin ne pyrkivät olemaan mahdollisimman nopeita ja toisekseen mahdollisimman luotettavia. Tiedotusväline haluaa osoittaa hyödyllisyytensä kertomalla uudet asiat eli uutiset vastaanottajalle nopeasti ja totuudenmukaisesti. (Huovila 2005, 10.) Kolmas kilpailuväline on monipuolisuus. Tähän MTV3:n verkkouutiset pyrkivät uutisoimalla monista eri aihepiireistä erilaisissa muodoissa.

MTV3:n verkkosivujen uutiset voidaan jakaa kahteen epäviralliseen kategoriaan: informatiivisiin, toisintojournalismiin perustuviin sähkeisiin sekä tutkiviin ja taustoittaviin artikkeleihin. Ensimmäiseen kategoriaan kuuluvat jutut kertovat uutisen tehokkaasti ja lyhyesti muutamassa lauseessa. Tehokkaimmillaan uutinen kerrotaan yhdessä lauseessa: esimerkiksi merkittävästä onnettomuudesta informoidaan mahdollisimman nopeasti. Lisätietoja päivitetään jo julkaistuun artikkeliin sitä mukaa, kun uutta tietoa on saatavilla.

Ihmisten rutiini ruutulukemiseen on vuosien mittaan kehittynyt, mutta valtaosa lukijoista tuntuu kuitenkin edelleen vahvasti vastustavan pitkäjänteisiä verkkotekstejä (Alasilta 2009, 255). Tyypillinen sähkeutinen on kahdesta neljään kappaletta pitkä. Tieto halutaan tarjota jutussa vastaanottajalle mahdollisimman taloudellisesti eli niin, että ydintiedot ovat nopeasti omaksuttavissa (Huovila 2005, 47). MTV3:n netissä lauseet jaetaan tehokkaasti kappaleisiin: yksi lause voi olla oma kappaleensa. Selkeä kappalejako auttaa lukemista huomattavasti. Liian pitkä kappale näyttää helposti epäesteettiseltä ja vaikealukuiselta.

Ensimmäisenä tulee uutisen kärki, joka voi olla yhden tai kahden lauseen mittainen. Virke voi jakautua pää- ja sivulauseeseen, mikäli oleellista informaatiota ei saada tiivistettyä lyhyempään muotoon. Pitkiä artikkeleita katkotaan väliotsikoin, joiden tehtävä on tiivistää niitä seuraavien tekstien ydinuutinen.

Kärkeä seuraava kappale joko antaa kärjen esittämästä asiasta lisätietoja tai kertoo jo esitetyn asian hieman eri sanoin. Mikäli sähke käsittelee julkisuuden henkilön antamaa lausuntoa, on suora sitaatti usein heti kärjen jälkeen. Kolmas ja neljäs kappale jatkavat vielä aiheesta, usein taustoittaen uutisoituun tapahtumaan liittyviä tai siihen johtaneita tapahtumia. Kärkeä seuraavien kappaleiden on mahdollista myös toisintaa kärjessä jo esitetty asia toisin sanoin.

Sähkeet perustuvat hyvin usein lähteisiin ja toisintojournalismiin. Sähkeessä uutisoidaan siis aiheesta, jonka toimittaja on löytänyt tutkimalla muiden uutistoimistojen julkaisuja. Jonkun muun työn tuloksena syntyneen uutisen lähde merkitään hyvien journalististen tapojen mukaisesti joko jutun sisään tai sen loppuun. Toisen median uutinen muokataan omaan mediaan sopivaksi, jolloin uutiskärkeä, otsikkoa tai sananvalintoja vaihdetaan. Toisintojournalismilla taas viitataan julkisuuden henkilön tai ryhmän haastattelussa tai omassa julkaisussa — tiedotteessa, raportissa, verkkosivuilla tai blogissa — ilmaiseman mielipiteen julkaisuun. Juttu sisältää siis sitaatin, jonka ydinajatus toimii uutiskärkenä, sekä viittauksen sitaatin kommentoimaan aiheeseen.

Lyhyiden uutisjuttujen ohella journalismi tarvitsee myös pitkiä ja taustoittavia, syvällisiä juttuja. Juttujen pituuden jatkuva lyheneminen ei palvele tiedonvälitystä, ja lyhyt juttu onkin kohdannut entistä enemmän kritiikkiä. Jos aihe antaa perusteita asian syvälliseen käsittelyyn, jutulle on myös varattava ja annettava sen vaatima tila ja aika. (Huovila

2005, 62.) MTV3:n verkon tutkivat artikkelit ovat pitkiä ja niiden sisällä voi olla toimittajan henkilökohtaistakin havainnointia varsinaisen artikkelin ohessa.

Yleensä pitkät artikkelit pohjautuvat yksinomaan MTV3:n omien toimittajien tutkimustyöhön. Artikkelit ovat usein päivän tärkeimpiä sähkeutisia taustoittavia, ja niillä pyritään esittämään eri näkökulmia aiheeseen. Esimerkkinä tällaisesta artikkelista voidaan pitää ex-kansanedustaja Tony Halmeen kuolemaa tammikuussa 2010. Menehtymisestä uutisoitiin ensin sähkeenä, minkä jälkeen julkaistiin artikkeleita, joita varten haastateltiin Halmeen läheisiä. Ajattomampana taustajuttuna julkaistiin poliisipastorin haastattelu, jossa pohdittiin yleisellä tasolla syitä yleisön mielenkiintoon julkisuuden hahmojen menehtymistä kohtaan.

Monet pitkistä artikkeleista pohjautuvat televisiouutisten insertteihin ja haastatteluihin. Reportaasit siis puretaan tekstimuotoon. Reportaasissa kuultavan toimittajan kertojanääni toimii tekstiartikkelin runkona, johon upotetaan insertissä haastateltujen sitaatteja. Verkkoversio on kuitenkin harvoin suora toisinto televisioversiosta, sillä jälkimmäisessä kuullaan usein puhekielisiä ilmaisuja ja slangia, etenkin haastateltavan suusta. Lisäksi verkkoversioon kirjoitetaan selkeä uutiskärki, joka johdattaa alkuperäisen reportaasin sisältöön. Tekstin alkuun lisätään aiheeseen liittyvä kuvituskuva. Televisiossa nähty insertti lisätään vielä artikkelin loppuun sivustoon upotetun mediasoittimen kautta katsottavaksi.

Kategoriasta, aiheesta ja pituudesta riippumatta uutisjuttujen ulkoasu on hyvin yhteneväinen. Otsikko on ylimpänä, ja se kertoo jutun ytimen. MTV3 pitää hyvin tarkasti kiinni siitä, että otsikko antaa totuudenmukaisen kuvan jutun sisällöstä. Otsikon tulee silti olla ytimekäs ja mielenkiintoa herättävä. Isokokoisella mustalla fontilla kirjoitettu otsikko jakautuu yhdelle tai kahdelle riville. Otsikoissa ja väliotsikoissa ei välttämättä ole verbiä.

Otsikon alla ilmoitetaan jutun julkaisuajankohta päivämäärän ja kellonajan tarkkuudella. Lisäksi erikseen mainitaan, jos juttua on jälkikäteen päivitetty. Päiväyksen alapuolella on aiheeseen liittyvä kuvituskuva, jonka koko vaihtelee jutusta riippuen. Kuva on useimmiten koko palstan levyinen niin, että se ulottuu tekstipalstan vasemmasta oikeaan laitaan. Kuva voi olla myös pienempi, jolloin se sijoittuu tekstikentän alkuun: teksti siis nousee pienen kuvan rinnalle. Yleensä jutussa on vain yksi kuva jutun alussa,

mutta pitkissä artikkeleissa kuvia voidaan lisätä tekstin sekaan. Kun tietokoneen hiiren kursorin vie kuvan päälle, ilmestyy ruudulle keltaisella pohjalla oleva kuvateksti.

Vasempaan reunaan tasattu teksti on mustaa valkoisella pohjalla. Mahdollisesti julkaistava kirjoittajan nimi on leipätekstin yläpuolella lihavoituna. Samoin väliotsikot ja jutussa mainittavien henkilöiden nimet lihavoitaan. Jutun loppuun lisätään lihavoitu hyperlinkki, mikäli teksti liittyy aiempaan uutiseen tai muussa mediassa julkaistuun materiaaliin.

4.2 MTV3:n verkkouutisjutun suhde lähteeseen

Pietilä (2007, 398) lukee yhdeksi eettisesti hyvän median pelisäännöksi sen, että käytetyt toiset medialähteet mainitaan aina nimeltä. Tietolähde dokumentoidaan avoimesti ja tarkasti, jotta lukija voi arvioida lähteen luotettavuutta, jollei ole perusteltua syytä menetellä toisin (Pietilä 2007, 398). MTV3 tekee uutisvaihtoa monen uutistoimiston kanssa. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että MTV3 saa uutismateriaalia syötteenä eri medioilta. Yhteistyökumppaneita ovat esimerkiksi kotimainen STT ja kansainvälinen Reuters.

Suuri osa MTV3:n verkkouutisten sähkeistä pohjautuu yhteistyökumppaneiden syötteisiin. Viralliset yhteistyökumppanit merkitään artikkelin loppuun. Lähde merkitään muotoon (MTV3 - LÄHDE). Mikäli juttu on taas peräisin muulta medialta, kuin viralliselta yhteistyökumppanilta, mainitaan lähde jutun sisällä. Tällöin lähteeseen viitataan esimerkiksi muodossa: "BBC:n mukaan..."

Ajoittain yhteistyökumppaneihin kuulumattomiin lähteisiin viitataan otsikkotasolla median julkaisuformaatin kautta. Tällöin otsikko kirjoitetaan siis muodossa: "Lehti: Lakko alkaa". Otsikossa mainitun julkaisun virallinen nimi kerrotaan vasta leipätekstissä.

Vaikka luvussa 2 esitetyt korkeatasoisen journalismin käytännöt ovat kaikille samat, uutistoimistojen kielellisissä käytännöissä on eroja. Reutersin englanninkielisiä uutisia on toki kielellisesti mahdotonta suoraan verrata MTV3:n suomenkielisiin, mutta

jutturakenteissa on merkittäviä eroavaisuuksia. Suomalainen sähke nojaa uutiskärkeen, jonka jälkeen kerrotaan kärkeä taustoittavat asiat laskevassa tärkeysjärjestyksessä. Valtaosa Reutersin sähkeistä taas kertoo saman asian kahteen kertaan. Mikäli siis Reutersin juttu käsittelee julkisuuden henkilön lausuntoa, juttu aloitetaan kertomalla, mitä ja missä henkilö on sanonut. Tämän jälkeen seuraa sitaatti, joka on lähes sanasta sanaan sama, mitä hänen jo edellisessä lauseessa kerrottiin sanoneen.

Utiskielessä aikamuotojen käyttöä eivät rajoita samat tyylisäännöt kuin esimerkiksi kirjallisuuden kerronnassa. Utissähkeen sisällä voi olla siis rinnakkain useita eri aikamuotoja, vaikka kuvailtaisiinkin vain yhtä tapahtumaa. Merkittävin ero MTV3:n ja STT:n utiskielessä on kuitenkin aikamuotojen käyttö. MTV3 käyttää pääasiallisesti preesensia ja perfektiä. Preesens-muoto tavallaan ikuistaa lausunnon, eli haastateltava pitää kiinni mielipiteestään myös haastattelun jälkeen. Myös perfektin käyttö antaa mielikuvan käsiteltävän aiheen pysyvyydestä esimerkiksi pluskvamperfektiin verrattuna.

Imperfektiä käytetään MTV3:n uutisten kärkilauseissa vain harvoin, kun taas STT:llä aikamuotoa käytetään lähes aina kärkilauseissa. Tähän vaikuttanee STT:n juttujen suosio sanomalehtien uutislähteenä. STT kirjoittaa siis jutun valmiiksi muotoon, joka sopii "huomisessa" lehdessä käytettäväksi.

Myös lausuntoja käsitellään eri tavoin. STT muotoilee sitaatit niin, että ensin tulee kommentti, jonka jälkeen kerrotaan, kuka kommentin tekee. MTV3 taas ensin identifioi haastateltavan ja vasta sitten siteeraa. STT kirjoittaa sitaatit lainausmerkeissä, MTV3 ajatusviivan kanssa. Utistojen kirjoittajilla ei ole sitovia sääntöjä siitä, kerrotaanko kommentointi suoralla vai käänteisellä sanajärjestyksellä. Lähteeseen voidaan siis sitaatin jälkeen sekä STT:n että MTV3:n uutisissa viitata vaihtoehtoisesti muodoilla "kansanedustaja toteaa" tai "toteaa kansanedustaja". Otsikon ja leipätekstin ero sitaatin käytössä on se, että otsikossa lausuntoa pyritään tiivistämään muutamaan sanaan. Lisäksi otsikossa sitaatti on lainausmerkeissä ja leipätekstissä ajatusviivan takana.

4.3 Päivä MTV3:n uutisten verkkotoimittajana

Seuraavassa kerron MTV3:n multimediatoimituksen toiminnasta yhden vuorokauden aikana. En erittele, mitä tietokoneohjelmistoja toimitustyössä käytetään tai millaisia henkilökohtaisiin mieltymyksiin pohjautuvia työtapoja eri toimittajien välillä on. En myöskään erittele esimerkiksi radiotoimittajien työpäivää, vaan pyrin kertomaan uutistyöstä verkkokirjoittajan näkökulmasta. Haluan lähinnä taustoittaa tässä oppinäytetyössä tehtäviä havaintoja MTV3:sta uutismedianana.

Verkon uutispäivä alkaa kello viideltä aamulla, jolloin ensimmäinen verkkotoimittaja tulee työvuoroon yötyöntekijän jälkeen. Verkkotoimittajan vastuulla on päivittää verkkouutissivuston lisäksi MTV3:n tekstikanavaa. Arkiaamuisin tärkein vastuutehtävä päivän aloittamisen lisäksi on ajankohtaisohjelma *Huomenta Suomen* purkaminen: mielenkiintoisimpien haastattelujen pohjalta kirjoitetaan kahdesta neljään verkkoartikkelia.

Päivän mittaan verkkotoimittajien määrä kasvaa neljään. Heidän tehtävänsä eroavat toisistaan jonkin verran juttuaiheiden ja niiden käsittelytavan perusteella. Yksi tekee puhelinhaastatteluja ja tekee tutkivaa journalismia, toinen keskittyy sosiaalisista medioista kumpuaviin juttuaiheisiin, kolmas seuraa uutissyötteitä ja muita toimistoja harjoittaakseen pääasiallisesti toisintojournalismia. Yhdessä tuottajan kanssa verkkotoimittajat vastaavat uutisten pääsivun tärkeimpien uutisten päivittämisestä.

Tekstimuotoisiin juttuihin keskittyneiden toimittajien ohella multimediatoimituksessa työskentelee nettiuutisvideoita editoiva ja julkaiseva toimittaja. Hänen tehtävänä on seurata kansainvälisten uutisvideopalvelujen tarjontaa ja MTV3:n televisiouutisten tuotantoa. Näistä materiaaleista hän leikkaa videoita ja kirjoittaa niitä koskevat artikkelit, joihin audiovisuaalinen materiaali upotetaan. Toinen videotoimittaja koostaa samasta materiaalista televisiokanava Subin uutiset.

MTV3:n uutistoimituksen periaatteena on siis se, että muiden toimittajien tuotantoa voidaan käyttää myös toisissa formaateissa. Esimerkiksi yksi radiotoimittajista voi tehdä puhelinhaastattelun, josta leikkaa ääni-insertin ja kirjoittaa sen pohjalta sähkeen Radio Novan uutisiin. Verkkotoimittaja kirjoittaa samasta haastattelusta artikkelin nettiin.

Televisiotoimittaja leikkaa haastattelusta insertin uutislähetysiin MTV3:lle tai Subille. Vastaavasti televisiotoimittajan tekemästä videoinsertistä voidaan taltioda ääntä radiouutisiin ja kirjoittaa artikkeli verkkoon.

5 MITEN BLOGIKIELI EROAA UUTISESTA?

Varsinaisen tiedonvälityksen ohella tiedotusvälineiden tehtävä on myös tarjota yleisölle aineistoa, jonka tarkoitus on saada vastaanottaja viihtymään tiedotusvälineen ääressä. Tiedotusvälineet kilpailevat vastaanottajansa vapaa-ajasta, mistä johtuen viihdyttävästä aineistosta on tullut aiempaa tärkeämpää niiden toiminnalle. (Huovila 2005, 9.)

Weblogit eivät enää suinkaan ole perinteisen journalismin tai median ulkopuolinen ilmiö, vaan monet tiedotusvälineet julkaisevat verkkosivujensa suojassa erityyppisiä blogeja. Weblogit muovaavatkin institutionaalista journalismia ikään kuin sisältäpäin luoden uusia toimituksellisia käytäntöjä ja journalismin lajeja. Journalistiblogit ovat siinä mielessä osa vakiintuneen journalismin instituutiota, että niiden ylläpitäjät ovat tavalla tai toisella ammattimaisia journalisteja. (Domingo & Heinonen 2009, 79, 84.)

Tiedotusvälineiden vaikutukseen liittyviä kysymyksiä herättää se, että niiden viestintätilanteet ovat perinteisen mallin mukaan tietynlaisia yksinpuheluja: yleisöt eivät ole voineet suoraan vaikuttaa tähän viestintään (Fairclough 1997, 57). Uuden median myötä toimittajat ovat hakeneet blogeista avoimempaa ja suurempaa väylää yleisönsä (Domingo & Heinonen 2009, 76). Blogit mahdollistavat hyvin tasa-arvoisen keskustelun median edustajien ja yleisön välillä. Tuota keskustelua voi käydä sekä median ja blogin käsittelemistä asioista että mediasta itsestään. (Kempainen 2007, 20). Organisaatiolle blogi tarjoaa erinomaisen kanavan vapaamuotoisempaan viestintään myös haluamistaan aiheista sellaisella tarkkuudella, johon lehdistötiedote ei pysty eikä media julkaise. Blogi on vartenotettava profiloitikeino medialle. (Alasilta 2009, 101, 182.)

MTV3:n uutistoimittajat ylläpitävät kaikkiaan yli kahtakymmentä verkkopäiväkirjaa työnantajansa sivustolla. Blogit ovat perusasettelunsa puolesta samannäköisiä. Valkoisella pohjalla olevan mustan leipätekstin yläpuolella on iso, palstan laidasta

laitaan ulottuva kuva kirjoittajasta. Kuvaan on digitaalisesti lisätty tehosteita taustalle, ja keskellä kuvaa kerrotaan blogin ja kirjoittajan nimi. Leipätekstin vieressä on lyhyt esittelyteksti blogin käsittelemistä aiheista ja kirjoittajasta.

Teksti tasataan vasemmalle, aivan kuten uutisissakin. Valtaosa luottaa myös uutisista tuttuun isohkoon kirjasintyyppiin, mutta poikkeuksiakin on. Fontin voi siis selvästikin itse valita, siinä missä uutisten fontti on automaattinen.

Alasillan (2009, 218) mukaan nimi on blogille yhtä tärkeä kuin mille tahansa palvelulle tai tuotteelle. Nimi erottaa blogin kaikista muista blogeista. Työelämän blogeissa Alasilta neuvoo välttämään oman nimen käyttöä verkkopäiväkirjan nimessä, ellei kirjoittaja sitten satu olemaan kohderyhmän keskuudessa todella tunnettu persoona. MTV3:n blogeissa kirjoittajan nimi kerrotaan weblogin alaotsikossa.

Alasillan (2009, 218–219) mukaan blogin nimen tulisi täyttää ainakin osa alla olevista vaatimuksista. Alasilta kirjoittaa, että hyvä nimi:

- tukee blogin viestintätehtävää
- sopii organisaation blogilinjaan
- ilmentää blogin aihepiiriä
- sopii kirjoittajan ja hänen tekstinsä tyyliin
- ei sotkeudu toisten blogien tai muiden verkkopalvelujen nimiin
- ei ole kenenkään toisen blogin tai muun verkkopalvelun nimi
- ei sotkeudu myöskään toisen yrityksen tai yhteisön nimeen
- on mieleenpainuva
- on helppo lausua tai kirjoittaa
- on hauska tai oivaltava
- ei yleensä sisällä sellaisia sanoja kuin blogi, blog tai nettipäiväkirja
- on sellainen, jonka bloggaaja tuntee omakseen.

MTV3:n blogit on pääosin nimetty yhdellä tai kahdella sanalla. Pisin nimi on neljän sanan mittainen *Rock Around The Blog*. Sami Ruokankaan palsta on toinen kahdesta englanninkielistä nimeä kantavasta blogista, muuten luotetaan suomenkielisiin nimiin. Verkkopalstoista suuri osa onnistuu ilmentämään blogin teemaa nimessään. Timo Haapalan *Setä Arkadia* viittaa Helsingissä Arkadianmäellä sijaitsevaan eduskuntataloon

ja sitä kautta poliittisiin aiheisiin. Janne Hopsun *Maailman syke* vihjaa palstan käsittelevän ulkomaan uutisaiheita, Anne Sjöholmin *Eu-tähtien alla* Euroopan unionin politiikkaa, ja Päivi Mäki-Petäjän *Ympäristössä* luontoon ja ilmastoon liittyviä aiheita. Jussi Eronen on nimennyt bloginsa *Kolmeksi Vartiksi*, mikä on suora viittaus hänen tuottamaansa *45 Minuuttia* -ajankohtaisohjelmaan.

Blogin teemaa hieman heikommin ilmentää esimerkiksi *Sisäpiiri*-palstan otsikko. Jussi Kärjen, Markus Pirttijoen ja Leea Ollikaisen ylläpitämän palstan nimen voi hetken pohdinnan jälkeen yhdistää sisäpiirin kauppoihin ja sitä myöten talousaiheisiin. Sisäpiirejä voi kuitenkin olla niin talousalalla kuin esimerkiksi politiikassakin. Samoin Pertti Nybergin *Kaupunkilainen* on otsikoinniltaan eräänlainen väliinputoaja: blogissa käsiteltäneen urbaaneja aiheita, mutta minkä kaupungin näkökulmasta? Erosen *Kolme Varttia* voi myös aiheuttaa ihmetystä niille, jotka eivät tunne *45 Minuuttia* -ohjelmaa.

Heikoimmin palstan sisältöä onnistuvat mielestäni kuvaamaan otsikot kuten *Rajalla*, *Ylimääräinen*, *Where It Happens* ja *Liesituuletin*. Entä kertooko *Hetkinen* televisiolähetysten katkoista, jolloin kyseinen teksti yleensä ilmestyy televisioruudulle? Tanja Huutonen rikkoo suoraan kahta Alasillan neuvoa annettuaan blogilleen nimeksi *Huuto.nen*. Otsake muistuttaa liikaa Huuto.net-verkkohuutokauppaa, ja se sisältää kirjoittajan sukunimen. Todennäköisesti vain aktiivisesti MTV3:n televisiouutisia seuraava tunnistaa kirjoittajan nimen. Otsikko ei myöskään kerro blogin sisällöstä. Korkeintaan otsikko antaa vihjeitä siitä, että kirjoittajan mielipiteet ovat suorasukaisia.

MTV3:n blogien etusivulla palstat listataan nimen perusteella aakkosjärjestykseen. Listalla näkyy otsikon lisäksi kirjoittajan kuva ja lyhyt tekstimuotoinen esittely blogin teemoista. Monet blogien nimistä selittyvätkin vasta esittelytekstien kautta. *Ylimääräisen* kirjoittajana toimii Helena Liikanen, joten kysymyksessä on nimien välinen sanaleikki. Liikanen kertoo blogin esittelytekstissä käsittelevänsä maahanmuuttajia koskevia aiheita, ja hän kysyykin tunteeko maahanmuuttaja itsensä ylimääräiseksi Suomessa asuessaan? *Hetkinen*-blogi taas kertoo esittelytekstissään käsittelevänsä aiheita, joista puhutaan "uutislähetysten välillä". Esittelytekstin perusteella blogissa käsitellään siis aiheita, jotka eivät ylitä televisiolähetysten uutiskynnystä. *Rajalla*-blogissa käsitellään turvallisuuspolitiikkaa, ja *Kaupunkilainen* ruotii Helsingin asioita.

Blogeilla on siis omat bannerin tyyliiset kuvatunnisteensa leipätekstin eli merkintöjen yläpuolella. Bannerilla tarkoitetaan verkkosivuun sijoitettua, usein kuvallisessa muodossa olevaa mainosta. Kuvatunnisteita yhdistää se, että niissä on blogien kirjoittajien kuvat ja blogien otsikot. Valtaosa blogeista käyttää otsikon ja esittelytekstin ohella myös näitä kuvatunnisteita sisältönsä profilointiin.

Monarkkien Metkut -blogin kirjoittajan seurana on kruunuja ja Ruotsin kuningashuoneeseen viittaavat sinikeltaiset värit. *Eu-tähtien alla* -blogin kirjoittaja pitelee kädessään Euroopan unionin tunnuksesta tuttua tähteä. Rikosaiheisen *Elinkautisen* kirjoittajan taustalla näkyy poliisiauto, ja *Kolme varttia* -palstan kirjoittaja poseeraa isokokoisen kellotaulun kanssa. Kuitenkaan esimerkiksi moottoriurheiluun perehtyvän *Moottorimies*-blogin kirjoittajaa ei nähdä moottoriajoneuvon kanssa. Mainoskuvassa on vain kirjoittajan kuva vaalealla yksivärisellä taustalla.

5.1 Kieli ei ole vain tekstiä

Ihanteellinen uutiskieli on helppotajuista ja mahdollisimman puolueettomasti muotoiltua. Turhat sivistyssanat ja kapulakieliset ilmaukset kierretään kansantajuisin ilmauksin. Monimutkaisia lauserakenteita vältetään. Ihanteellinen uutistoimittaja kirjoittaa tekstin niin, että sen voisi kirjoittaa kuka tahansa muukin kirjoittaja. Lopputuotteessa, uutisjutussa, ei siis ole ilmauksia, jotka korostavat toimittajan mielipiteitä ja näkemyksiä aiheesta.

Blogi antaa toimittajalle mahdollisuuden unohtaa tämän objektiivisuuden tavoitteen. Sananvalinnoilla voidaan ottaa kantaa ja esimerkiksi asettua jonkun puolelle. Sananvalinnoilla sisällön sävyihin vaikuttaminen on toki mahdollista myös uutisteksteissä, mutta blogeissa sanojaan ei tarvitse varoa. Kirjoittaja voi omalla palstallaan, omalla nimellään suoraan kertoa oman mielipiteensä. Blogit ovat erinomainen väline sekä toimittajien omien näkemysten ilmaisemiseen että uutisoinnin katvealueeseen jäävien aiheiden esiintuomiseen. Toimittajat voivat toki esittää näkemyksiään pääkirjoituksissa, kolumneissa ja toimittajan kommentteissa (Kemppainen

2007, 17). Yksittäinen toimittaja ei kuitenkaan pääse kirjoittamaan niitä läheskään niin usein tai niin moninaisista aiheista kuin omassa henkilökohtaisessa blogissaan.

Domingo ja Heinonen (2009, 74–75) kirjoittavat journalistien blogien perustuvan päiväkirjamaisten blogien sijaan niin sanottuun suodatinblogin lajityyppiin. Ensimmäiset weblogit olivat enimmäkseen luetteloita linkeistä, joita netin käyttäjät olivat löytäneet ja joista he halusivat kertoa muillekin. Blogien ylläpitäjät sitten kommentoivat esittelemiään verkkosisältöjä. Useissa weblogeissa ylläpidetään edelleen ensimmäisten blogien tavoitetta suodattaa ja kommentoida verkkosisältöjä. MTV3:n bloggaajat suodattavat tietoa kommentoimalla itse valitsemiaan oman mediatalon julkaisemia uutisia omasta näkökulmastaan.

Kesäkuussa 2009 MTV3:n verkkosivuilla uutisoitiin Yhdysvaltain presidentin Barack Obaman Egyptissä pitämästä puheesta. Janne Hopsun kommentit puheesta *Maailman syke* –blogissa ovat hyvä esimerkki siitä, miten blogit mahdollistavat kannanoton:

Uskonnonvapaus, naisten asema ja koulutuksen korostaminen kaikki edistäisivät erityisesti arabimaiden surkeaa tilaa. Näiden epäkohtien mukaan ottamisesta puheeseen douze points, twelve points.

Yhdysvalloissa George W. Bushin harhaisen ideologisesta ja megalomaanisesta idealismista on siirrytty realismiin. Tehdään mitä voidaan ja tunnustetaan ja tunnustetaan rajat (joskaan ei välttämättä ääneen). Ja öljynsaanti on turvattava. Mutta jos kyyninen politiikka jatkuu, Obaman suosio laskee kuin aurinko länteen. Etsikkoaika ei ole pitkä.

(Realismista puheen ollen: en usko että oli sattumaa, että Kairon puhe oli samana päivänä, kun Tiananmenin aukion verilöylystä Pekingissä tuli kuluneeksi 20 vuotta. Obama vältti kiusallisen asian suhteessaan Kiinaan.)

(Janne Hopsun merkinnästä *”Kiitos vain puheesta, Obama, nyt hommiin!”*, 2009.)

Hopsu ottaa siis suoraan kantaa Obaman puheeseen ja esittää omia tulkintojaan Yhdysvalloissa vallitsevasta poliittisesta tilanteesta. Heti otsikossa hän ilmoittaa suuntaavansa tekstinsä presidentti Obamalle. Tekstissä on englannin- ja ranskankielinen viittaus laulukilpailu Euroviisujen pisteytykseen. Kirjoittaja käyttää myös paljon kielikuvia ja puhekielenomaisia ilmaisuja. Samassa kirjoituksessa oleva kommentti ”kiviä satoi sieltä, mistä oli odotettua” voitaisiin vastaavassa uutistekstissä ilmaista muodossa ”puhe sai odotettua kritiikkiä...”

Tekstinäytteen viimeinen kappale on merkitty sulkuihin ilmaisemaan salaista ajatusta, ikään kuin Hopsu kuiskaisi lukijan korvaan sen, mitä hän ei kehtaa sanoa Obamalle. Valtaosa kirjoittajista hyödyntääkin blogin mahdollistaman uutisjuttua laajemman välimerkkien käytön. Hyvässä uutisjutussa harvoin on sulkeita tai hakasulkeita, lainausmerkkejä, puolipilkkuja tai ajatusviivoja muuten kuin sitaattien yhteydessä.

Yllättävää on huomata, miten paljon bloggaajat jättävät teksteihinsä välimerkkeihin liittyviä kirjoitusvirheitä. Ehdottomasti eniten virheitä tehdään pilkkujen kanssa. Samoin välilyöntejä ja väliviivoja käytetään väärin. Joko kyse on kiireestä tai huonosta oikeinkirjoitustaidosta. Valtaosa blogimerkinnoista on kuitenkin satoja merkkejä pitkä, jopa moninkertaisesti pidempiä uutisjuttuihin verrattuna. Tekstin kirjoittamiseen on selvästi voinut varata hyvin aikaa. Jos syynä kuitenkin on kiire, olisi lukijalle edullisempaa käyttää aika kieliopin ja asettelun muotoiluun ylipitkän ja vaikeaselkoisen tekstin kirjoittamisen sijaan.

Sanna Kiiski kirjoittaa maaliskuussa 2010 hiihtoretkestään. Ensimmäisessä lauseessa kuin-konjunktio on kirjoitettu väärin, eikä sitä edellä pilkku. Neljäs lause pitäisi erottaa pilkulla siksi, että päälauseessa on eri subjekti kuin sivulauseessa. Pilkkuvirheitä on myös kahdessa viimeisessä lauseessa.

Hämmästyttävää kyllä en muista kun yhden ulkomaanmatkamme. Se suuntautui Viroon. Kävimme siellä usein, koska isäni suku on sieltä. Ajat olivat lapsuudessani toiset ja siksi muistan näiltäkin matkoilta ruoan. Tai siis lähinnä sen kuinka sitä oli huonosti sukulaistemme luona tarjolla. Ja se minua ihmetytti miksi suklaa oli Virossa niin pahaa.

(Sanna Kiiskin blogimerkinnästä "Eväsretki!", 2010.)

Alasilta (2009, 237) kuitenkin muistuttaa, etteivät pienet rosoisuudet haittaa. Ne ovat blogin suola. Persoonallinen tyyli suorastaan kuuluu asiaan. Viisas bloggaaja ei Alasillan mielestä vie kirjoituksiaan lähellekään niitä kaikissa taloissa vaikuttavia hiomakoneita, jotka jyrivät teksteistä kaiken särmän ja elämänmaun. Suositeltavaa on opetella viimeistelemään kirjoituksensa itse.

Uutinen alkaa informatiivisella, ytimekkäällä kärkilauseella. Kärjen jälkeen aihetta käsitellään niin, että uutisen yksityiskohdat kerrotaan järjestyksessä tärkeimmästä vähiten tärkeään. Blogissa sitä vastoin tekstin ydinajatus avautuu usein vasta

eräänlaisena loppuratkaisuna. Rakenne voi myös olla eräänlainen kronologia tai lista tapahtumista, jolloin tekstissä ei ole tarinamuodon draamallista kliimaksia tai uutisen kärkeä. Erityisesti televisiopohjaisessa tutkivassa journalismissa hyödynnetään monesti tarinan kerrontaa ja draamaa. Menetelmä ei kuitenkaan saisi olla television yksinoikeus. (Kuutti 2002, 183.) Blogissa kieli voi olla kertoilevaa, jopa kaunokirjallista ilmaisua muistuttavaa kuvailua. Uutiskäytännön vastaisesti Sanna Kiiski suuntaa tekstinsä alkulauseet suoraan lukijalle:

Mitä sinä muistat lapsuudestasi? Ovatko parhaita muistojesi hienot ulkomaanmatkat vai jotkut paljon tavallisemmat tapahtumat? Itse pohdin asiaa eräänä päivänä ja huomasi muistelevani lämmöllä mm. yhteisiä hiihtoretkeä vanhempieni kanssa.

(Sanna Kiiskin blogimerkinnästä *”Eväsretki!”*, 2010.)

Domingo ja Heinonen (2009, 74–75) kirjoittavat, ettei journalistiblogien pohjana olekaan päiväkirjamaiset blogit. Kiiskin palsta on kuitenkin hyvä esimerkki siitä, että blogia voi käyttää muuhunkin, kuin vain uutisaiheiden analysointiin. Kiiski käsittelee hyvin paljon itseään ja oman elämänsä tapahtumia. Monen muun bloggaajan tavoin hän käyttää palstaansa myös eräänlaisena työpäiväkirjana, jossa hän esittelee toimittajan työn kulussien takaista elämää.

Hetkinen-blogin kirjoittajat ovat toinen esimerkki journalistin arjen kuvaamisesta. Pauli Poutanen kertoo tuoreeltaan kokemuksistaan vuoden 2009 viimeisenä päivänä sattuneesta kauppakeskus Sellon ampumatapauksesta, josta hän oli tekemässä juttua paikan päällä. Mari Haavisto kertoo heinäkuussa 2009 siitä, miten MTV3:n ruokalan työntekijä on siirretty toiseen toimipisteen töihin. Elisa Tikkanen kertoo vaikeuksistaan televisioraportin taustatutkimusten kanssa helmikuussa 2010:

Tein 45 Minuuttia -ohjelmaan juttua nettihuijauksista. Jäljitin yrityksiä epämääräisten nettimainosten taustalta. Päädyin esimerkiksi sähköpostikirjeenvaihtoon toimitusjohtajan kanssa, jolle ei voinut soittaa. Hän ehti kuitenkin kirjoittaa toimittajalle 7 pitkä sähköpostiviestiä kolmen päivän aikana. Niissä ei oikein vastattu kysymyksiin.

(Elisa Tikkasen blogimerkinnästä *”Vastuu siirtyy asiakkaalle”*, 2010.)

Blogi onkin vapaamuotoisuutensa vuoksi erinomainen väylä avata uutista enemmän, kuin mitä itse uutisjuttu julkaisumediasta riippumatta mahdollistaa. Uutisissa tieto halutaan tarjota mahdollisimman taloudellisesti. Uutinen jää siis osittaiseksi ja

sirpaleiseksi esitykseksi käsittelemästään aiheesta. (Huovila 2005, 47–48.) Nettiuutisen pitää olla ytimekäs, televisioon toimitettu insertti ei voi olla monta minuuttia pitkä. Blogi taas mahdollistaa jutun perinpohjaisen käsittelyn. Tutkimusaineistoaan ”pölyttämällä” journalistilla on mahdollisuus tarkastella tutkimuskohteeseen liittyvien tietojen keskinäisiä eroja ja tietojen välisiä yhteyksiä. Blogissa toimittaja etsii tutkimuskohteestaan jotakin uutta, tärkeää ja kiinnostavaa ja samalla sen avoimeksi jääneitä, jatkoselvittelyä vaativia osia. (Kuutti 2002, 163.)

Samaan merkintään voi kronologisessa järjestyksessä kertoa kaikki tiettyyn uutistapahtumaan johtaneet seikat, kuten Jussi Erosen *Kolme Varttia* –blogin merkintä heinäkuulta 2009, jossa hän ruotii laajalti Nova Group –konserniin liittyvän vaalirahakohun taustoja. Harvinaislaatusesta merkintä *Totuus vaalirahakohun synnystä* nostettiin MTV3:n verkkouutisten kansi-flashiin.

Blogeista ei tämän opinnäytteen tekoprosessin aikana poimittu moniakaan aiheita nettiuutisiin. Marraskuun 2009 alussa julkaistussa kansanedustajien palkkatuloja koskevassa nettiartikkelissa on linkki politiikan toimittajan Timo Haapalan blogimerkintään aiheesta. Blogeja mainostetaan uutissivustolla erillisissä bannereissa niin, että uutisten pääsivulla on linkki kahteen viimeksi päivitettyyn palstaan. Yksittäisten juttujen ohessa mainostetaan muutamia satunnaisesti valittuja blogeja, jotka eivät välttämättä määräydy uusien merkintöjen perusteella tai sen perusteella, liittyvätkö ne vieressä olevaan uutisartikkeliin. Vastaavasti bloggaajat harvoin linkittävät merkintöihinsä uutisia käsittelemistään aiheista. Bloggaajat käyttävät muutenkin hyvin vähän hyperlinkkejä. Internetin toiminta perustuu vahvasti linkeihin, ja lukijaa palvelisi lista edes muutamasta aiheeseen liittyvästä uutisartikkelista.

Bloggaajien olisikin syytä muistaa, ettei blogien kieli ole pelkästään kirjoitettua tekstiä. Blogissa puhutaan kuvin, linkein, videoin, äänin. Jopa valittu fonttityyppi on eräänlaista tekstitöntä viestintää, vaikka se tekstiin liittyikin. Viestinnän ammattilaisenkin on välillä vaikeaa eritellä, miksi jokin teksti on sävyllään kutsuva tai vastaavasti luotaantyöntävä. Sävyä on sekä riveillä että rivien väleissä. (Alasilta 2009, 262.) Blogeissa voisi olla huomattavasti enemmän linkkejä, valokuvia ja videoita. Blogiteknologioiden helppokäyttöisyyteen verrattuna audiovisuaalisia elementtejä käytetään harmillisen vähän. Jo pelkät valokuvat elävöittävät tekstiä huomattavasti.

Toki monet kirjoittajat upottavat teksteihinsä esimerkiksi valokuvia. Kirjoittajat, kuten Merja Sundström, Tanja Huutonen ja Sanna Kiiski hyödyntävät pääasiassa muiden ottamia uutis- tai mainoskuvia. Kuvia käytetään harvoin samalla tavalla kuin verkkouutisissa, joissa uutinen aloitetaan aiheeseen liittyvällä kuvalla. Uutisrakenteeseen tottuneesta lukijasta kuvien lisääminen keskellä tekstiä tai vasta tekstin loppuun voi tuntua sekavalta.

Myös tekstin muotoilu on tärkeä osa blogikieltä. Harkittu jäsentely on blogikirjoituksessa yhtä välttämätön kuin missä tahansa muussakin tekstissä (Alasilta 2009, 264). Teksti on sopivan pituinen silloin, kun lukijat jaksavat lukea tai vähintään silmäillä sen. Verkko-kuten minkä tahansa tekstin pituuden ratkaisee se, miten paljon kirjoittajalla on lukijoilleen annettavaa. Löysään, kiteyttämättömään tekstiin kirjoittaja ei saisi sortua koskaan. Olennaisinta ei ole verkkotekstin kokonaispituus vaan antoisa sisältö ja kiinnostava ilmaisutapa. (Alasilta 2009, 254–255.)

Mitä pitempi teksti, sitä tärkeämpi se on verkossa pilkkoa sopiviin osiin (Alasilta 2009, 255). MTV3:n journalistiblogien merkinnät venyvät jo tuhansien merkkien mittaisiksi. Usein lukija jääkin kaipaamaan joko tehokkaampaa kappalejakoja tai parempaa väliotsikoiden käyttöä. Liian moni merkintä sisältää kymmeniä rivejä katkomatonta tekstiä, jolloin teksti on rakenteetonta ja luotaantyöntävää. Hyvässä tekstissä on aina punainen lanka (Alasilta 2009, 265). Merkinnän ”juoni” katoaa helposti, jos tekstissä ei ole minkäänlaisia visuaalisia kohokohtia.

Bloggaaja saa selvästikin itse päättää, mitä kirjasinta käyttää. Fontin vaihtuminen blogien ja jopa saman blogin eri merkintöjen välillä antaa koko MTV3:n blogisivustosta sekavan vaikutelman. Tanja Huutosen blogin vuoden 2009 merkinnöissä käytetään peräti viittä eri fonttia. Kirjasin saattaa muuttua jopa kesken merkinnän.

Huutosen elokuussa 2009 julkaistu pop-artisti Madonnan Suomen-vierailua koskeva kirjoitus koostuu kahdesta yksitoistarivisestä kappaleesta, jotka on kirjoitettu eri fontein. Vastaavassa uutisessa kappaleita olisi viidestä kuuteen, ja ne olisi kirjoitettu samalla fontilla. Lisäksi Huutosen tekstissä molemmat kirjasimet on lihavoitu. Verkkouutisartikkeleissa käytetään ajoittain lihavoitua ingressissä, mutta koko tekstin harkitsematon muotoilu voi jopa karkottaa lukijan, vaikka itse sisältö olisikin antoisa.

5.2 Miksi oma blogi? MTV3:n toimittajat vastaavat

Haastattelin tätä opinnäytetyötä varten neljää toimittajaa, jotka ylläpitävät blogia MTV3:n verkkosivuilla. Haastattelin heitä yhtenäisen haastattelurungon (LIITE 1) avulla. Valitsin haastateltavat tyyppiesimerkeiksi erilaisista bloggaustyyleistä. Yksi kirjoittaa tiukasti omasta erikoisalastaan, toinen omistaa tekstinsä televisio-ohjelmansa aiheille. Kolmas ylläpitää kahta blogia, neljäs bloggaajaryhmätyönä. Kysyin heidän näkemyksiään blogin kirjoittamisesta uutistyöhön verrattuna. Halusin myös tietää, mikä heidän mielestään on blogin rooli MTV3:n uutistoiminnalle.

Mari Haavisto työskentelee toimittajana MTV3:n televisiouutisten kotimaan osastolla ja *45 Minuuttia* –ohjelmassa. Hän on yksi kolmesta *Hetkinen*-blogin kirjoittajasta. Blogia päivitetään viikoittain, mutta bloggaajat kirjoittavat vuoroviikoittain. Aiheet vaihtelevat Haaviston mukaan laidasta laitaan. Blogin tarkoitus on tarttua päivän polttaviin aiheisiin ja omiin uutisaiheisiin jonkun muun näkökulman kautta kuin, mitä itse uutisjutussa on:

Tarkoitukseni ei niinkään ole analysoida uutistapahtumaa, vaan löytää siitä joku uusi yksityiskohta tai joku suurempi ilmiö. Tarkoitukseni on näyttää, että asiasta voi kirjoittaa eri tavalla, kuin valtamedia kirjoittaa. Esimerkiksi citykaneista kirjoittaessani en niinkään kertonut, että leijonat saavat ensimmäisen citykaniateriansa – mikä tietenkin oli uutisjutun näkökulma – vaan, että toimittajia oli enemmän kuin ministerin infoissa ja leijonat fiksuina eläiminä käänsivät selkänsä meille toimittajille ja ottivat näin ruokarauhan itselleen.

(Mari Haaviston haastattelu 8.1.2010)

Haaviston mukaan blogin etu uutiskirjoittamiseen verrattuna on se, että blogissa saa revitellä ja kertoa omia mielipiteitään. Kirjoittajalla on mahdollisuus provosoida ja esittää näkökulmia, joita ei välttämättä itse täysin allekirjoita. Uutiskirjoittaminen on Haaviston mielestä hyvin kaavamaista ja ennalta määrättyä. Blogissa puolestaan puhuu kirjoittaja itse, ei niin sanottu yleinen totuus. Bloggaaminen antaa mahdollisuuden tutkia asioita uusista näkökulmista, ja Haavisto kuvaakin kirjoituksiaan oivallustyyppisiksi. Hän pyrkii yhdistelemään asioita tai esittämään ne tuoreesta näkökulmasta.

MTV3:n televisiouutisten ulkomaantoimittaja Janne Hopsu ylläpitää kahta verkkopäiväkirjaa: jalkapalloa käsittelevää *Eteläpäätyä* sekä ulkomaan uutistapahtumia

seuraavaa *Maailman Sykettä*. Hän pyrkii bloggaamaan kerran viikossa, vaihdellen palstojensa välillä. Haaviston tavoin Hopsu arvostaa blogien antamaa subjektiivisen kirjoittamisen mahdollisuutta. Muina etuina uutismuotoon verrattuna Hopsu pitää blogien keskustelevuutta ja haastamisen mahdollisuutta, huumoria ja aiheiden omaehtoista valintaa.

Toimittajat ylläpitävät blogejaan omasta tahdostaan, eikä kirjoittamisesta makseta erilliskorvausta. Hopsu pitääkin verkkopäiväkirjan kirjoittamista tervetulleena vaihteluna uutistoimittamiseen:

Kirjoittaminen on vapaaehtoista ja sitä voi tehdä työaikana, mutta se ei saa syödä muun työn tekoa. On siis tärkeää säilyttää kirjoittamisen ilo. Bloggaaminen tuo työntekoon henkistä virkistävyyttä ja pohdiskelua. Blogin kirjoittaminen lisää työnteon nautittavuutta ja monipuolistaa sitä.

(Janne Hopsun haastattelu 26.1.2010)

Hopsun mielestä blogit näkyvät hyvin MTV3:n nettisivuilla. Weblogien uutisarvo nousee vain, jos kirjoittajat hankkivat niihin uutisia. Nykyisen tavan mukaan uutiset laitetaan uutisjuttuina nettiin, televisiouutisiin tai muihin jakelukanaviin ennen blogeja. Hopsun mukaan blogissakin voisi olla uutinen. MTV3:n blogien suurin merkitys onkin Hopsun mielestä uutisten välittämisen sijaan keskustelun herättäminen. Hopsun mielestä blogit ovat kommentteja, eivät uutisia.

Jussi Erosen mukaan blogin kommentteja voi käyttää pohjina televisio-ohjelmansa juttuja varten. Eronen aloitti *45 Minuuttia* –ajankohtaisohjelman tuottajana vuonna 2006. Uudistaakseen ohjelmaa hän perusti *Kolme Varttia* –blogin, joka oli Suomen ensimmäinen televisio-ohjelmaa kommentoiva verkkopäiväkirja, joka toimi sekä verkossa että televisiossa. Erosen mukaan blogi tarjosi mielenkiintoiselta tuntuneen mahdollisuuden aiheiden kommentointiin sekä katsojavinkkien ja palautteen keräämiseen. Eronen kuvailee käyttämäänsä blogikieltä poikkeukselliseksi muiden MTV3:n bloggaajien rinnalla:

Pyrin pitämään kiinni oikeakielisyydestä ja asiatyylisestä, mikä tuntuu blogimaailmassa olevan enemmän poikkeus kuin sääntö. Monet blogit tuntuvat tässä maassa esimerkiksi olevan täynnä kirjoitusvirheitä, kuten isoilla kirjoitettuja sekä huuto- ja välimerkein sotkettuja otsikoita.

(Jussi Erosen haastattelu 16.2.2010)

Eronen peräänkuuluttaakin oikeinkirjoituksesta huolehtimista ja kiireettömämpää lähestymistä omaan kirjoittamiseen. Kirjoitusvirheet syövät Erosen mielestä median uskottavuutta. Uutistoimittajat kirjoittavat yli kahtakymmentä blogia MTV3:n verkkosivuilla. Tämä on Erosen mielestä liikaa. Osaa blogeista päivitetään liian harvoin, ja Erosen mukaan palstat, joita ei päivitetä tarpeeksi aktiivisesti, tulisi poistaa sivustolta.

Myös politiikan ja taloustoimituksen päällikön Timo Haapalan mielestä blogeja on tällä hetkellä liikaa. Haapala, jota haastattelin 29.12.2009, on kirjoittanut blogiaan vuodesta 2005. *Setä Arkadia* käsittelee politiikan sekä yhteiskunta- ja talouselämän aiheita. Haapala päivittää palstaansa keskimäärin kahdesti viikossa, mistä hän kertookin aiheutuvan paljon ylimääräistä työtä. Haapalan mielestä blogien kirjavuus ja suuri määrä saattaa johtaa koko bloggaamisen eräänlaiseen inflaatioon.

Haapala kertoo, että muutamia hänen blogimerkintöjään on käytetty verkkouutisten yhteydessä eräänlaisina uutiskommentteina. Hänen mielestään blogimerkintöjä voisi kuitenkin mainostaa verkkosivuilla paremmin. Mari Haaviston mielestä blogien profiilia voisi nostaa myös televisiuutisissa niin, että erikoistoimittajien tekstien kerrottaisiin käsittelevän tiettyä uutisaihetta laajemmin. Tämä kuitenkin vaatisi sen, että toimittaja olisi jo aiemmin valmistautunut kommentin kirjoittamiseen. Jussi Erosen mielestä blogit taas eivät sovellu televisiuutisten osaksi. Hänen mielestään ne sopivat paremmin *45 minuuttia* -ohjelmaan tai mahdollisesti *Huomenta Suomeen* kuin uutisympäristöön.

Haastattelemani bloggaajia yhdistää se, etteivät he kunnolla käytä hyväksi kaikkia blogiteknologian mahdollisuuksia. Kaikki heistä upottavat ajoittain hyperlinkkejä tekstin sisään, mutta valokuvia tai videoita ei koskaan. Yleensä linkit johtavat uutisteksteihin, joihin blogeissa viitataan. Hopsu perustelee päätöstään olla lisäämättä valokuvia sillä, että se vie liikaa aikaa hyötyyn nähden.

6 LOPUKSI

Weblogeja eli verkkopäiväkirjoja pidetään yleisesti kansalaisjournalismin valtakuntana. Blogien ylläpitäjät eivät siis ole ammatiltaan toimittajia, mutta mielipiteiden ja vapaamuotoisen ilmaisun seassa voi olla paljonkin hyvän journalistisen käytännön mukaan tuotettua materiaalia. Viime vuosina myös suuret mediatilat ovat perustaneet blogipalstoja, joiden ylläpidosta eli sisällöntuotannosta vastaavat yrityksen toimittajat.

Hyvän journalistisen tavan mukaan toimittajan on kirjoitettava uutinen ilman kannanottoa, kun taas bloggaaja voi esittää mielipiteensä kärkkäästikin. Tutkimukseni keskittyikin tarkastelemaan uutiskielen ja blogikielen eroavaisuuksia silloin, kun ammattijournalisti vastaa kummankin tekstin kirjoittamisesta. Tapausesimerkkinä bloggaavista toimittajista tarkastelin MTV3:n uutistoimittajien verkkopäiväkirjamerkintöjä. Tarkastelen työssäni myös uutisblogien merkitystä MTV3:n uutistoiminnalle.

Merkittävin eroavaisuus uutis- ja blogikielten välillä on journalistisen objektiivisuuden katoaminen. Kirjoittajat kommentoivat ajankohtaisia aiheita vapaasti ja omalla tyylillään. Subjektiivinen ilmaisu ei kuitenkaan tarkoita, että tyyli olisi epäsovinnaista tai yleisen hyvän maun vastaista. MTV3:n bloggaajia yhdistääkin tavallaan harmillinen soveliaisuus: kirjoittajat voivat kertoa tarinoita ja mielipiteitä, mutta liiallista revittelyä ja räiskyvää ilmaisua selvästi vältellään.

Teksteissä viitataan eri aiheisiin useimmiten yleisellä tasolla. Yksittäisiin mediaesityksiin ei merkintöjen määrään suhteutettuna kovinkaan usein viitata suoraan lähteisiin. Pietilän (2007, 398) esittämä journalistinen lähdeviittaus harvoin siis toteutuu.

Blogi mahdollistaa slangin, puhekieliset ilmaukset ja kielikuvat. Haastatteleman bloggaaja-toimittajat kehuvatkin blogien vapaampaa kielenkäyttöä. Toisin kuin uutistoiminnassa usein, blogissaan kirjoittajat voivat myös käsitellä vain itse valitsemaan aiheita. Omasta elämästä kertominen on mahdollista toisin kuin uutisissa. Bloggaajille onkin uutistyöhön verrattuna suotu paljon vapauksia: aiheet saa itse valita, samoin tekstin pituuden ja ulkonäön. Uutistoiminta taas nojaa pitkälti yhdenmukaisuuteen ja rajattuihin sisältöjen mittoihin.

Domingon ja Heinosen (2009, 81) mukaan blogin läheisyys vakiintuneeseen mediaan ei välttämättä kerro blogin vaikuttavuudesta, luotettavuudesta tai uskottavuudesta. Pitkään toimineen mediatalon brändi rakentaa blogeille luotettavan kuvan varsinkin, kun kirjoittajat esitellään ammattijournalisteina. Blogien uskottavuus voi kuitenkin kärsiä esimerkiksi kielioppivirheistä ja siitä, miten kärkevästi kirjoittaja asiansa ilmaisee. On selvää, ettei bloggaaja voi palstallaan avautua esimerkiksi työsuhteestaan negatiiviseen sävyyn. Lukija voi alkaa miettiä, osaako kyseinen kirjoittaja toimia varsinaisessa työtehtävässään journalistisella ammattitaidolla. Toimittajan uskottavuus heijastuu helposti koko tämän edustaman mediatalon uskottavuuteen.

Monien mediarytysten blogikokeilut ovat olleet varovaisen haparoivia, eikä blogien kaikkia mahdollisuuksia ole käytetty hyväksi (Domingo & Heinonen 2009, 76). Eri tiedotusvälineiden välillä on itsestään selviä ja merkittäviä eroja käytettyjen tekniikoiden suhteen. Lehdistö käyttää visuaalista viestintää: käytetty kieli on kirjoitetussa asussa ja tekniikkana käytetään valokuvausta ja grafiikkaa. Radion viestintä sen sijaan on suullista: siinä käytetään puhuttua kieltä sekä äänitys- ja lähetystekniikoita. Televisiossa yhdistellään ääntä ja kuvaa. (Fairclough 1997, 55.) Blogeissa taas on mahdollista yhdistää kaikki nämä viestintäkeinot – kieli voi pohjautua tekstiin, valokuviin, videokuvaan, äänitallenteisiin. MTV3:n bloggaajien tekstejä yhdistääkin eräänlainen yksiuotteisuus: julkaisujen määrään ja tekstien pitkään mittaan verrattuna blogeissa on auttamattoman vähän käytetty hyperlinkkejä tai valokuvia. MTV3:n blogisivustolla kukaan ei ylläpidä valokuvablogia tai videoblogia. Niinpä tekstimuotoon luottavat verkkopäiväkirjat tuntuvat tavallaan hukkuvan toistensa sekaan. Blogien korkea lukumäärä aiheuttaa sekin sekavuuden tunteen.

MTV3:n verkkouutisten yleisö on tottunut yhtenäiseen ulkonäköön: otsikot, kuvat, tekstit asemoidaan uutisartikkeleissa keskenään samalla tavalla. Blogien ulkonäkö onkin sekavampi jo pelkästään jatkuvasti vaihtuvien kirjasintyyppien johdosta. Lukija viihtyisi blogien äärellä paremmin, jos ylläpitäjät sopisivat saman fontin käytöstä. Tekstin tasaus palstan molempiin reunoihin antaisi siistimmän kuvan sekä blogeista että verkkouutisista. Yllättävän moni MTV3:n journalistibloggaajista on jäsentämättä tekstiään esimerkiksi väliotsikoin. Hyvänä nyrkkisääntönä voisikin pitää sitä, että lukijan tietokoneruudulla pitää aina näkyä jotain leipätekstistä visuaalisesti poikkeavaa – esimerkiksi lihavoitua tekstiä, valokuvia, faktalaatikkoja.

Vaihtelevien asettelujen sijaan journalistiblogeissa pitäisi olla enemmän sisällöllistä vaihtelua. Kulttuuri- tai media-aiheita ei käsitellä juurikaan. Samoin eräänlainen nuorten ääni tuntuu puuttuvan: valtaosa bloggaavista toimittajista on keski-ikäisiä, jolloin nuoria kiinnostavat aiheet jäävät vähälle huomiolle. On myös erikoista, ettei verkkouutisista vastaavan multimediatoimituksen sisällä kukaan ylläpidä omaa blogia työnantajansa verkkosivuilla.

Siinä, missä blogien sisältöjä tulisi monipuolistaa, niiden lukumäärää olisi siis syytä karsia. Maaliskuun alussa sivustolla on palstoja, joita ei ole päivitetty puoleen vuoteen. Verrattuna uutistoimituksen aktiivibloggaajien jokaviikkoisiin teksteihin tuntuu oudolta, ettei orvoksi jätettyjä palstoja ole poistettu. Toki on muistettava, että bloggaaminen on MTV3:n toimittajille vapaaehtoista. Olisikin ehkä syytä asettaa kirjoittajille velvoitteita palstan ylläpitämiseen.

Alasillan (2009, 247) mukaan bloggaaminen vaatii kirjoittajalta toisenlaista sitoutumista, kuin perinteinen työelämän kirjoittaminen. Korpela ja Linjama (2003, 56) kirjoittavat, että blogin ylläpitämisen vaativuus ymmärretään vasta muutaman kuukauden työn jälkeen. MTV3:n bloggaavat uutistoimittajat tuntuvatkin välillä uuvahaneen blogin työmäärästä. Voi tietysti olla, että kuukausien bloggaustaukojen taustalla on myös aiheiden puute. Tämä ei anna anteeksi blogin unohtamista. Ehkä journalistiblogeilla pitäisi olla oma vastaava toimittajansa tai tuottaja, joka ohjastaisi bloggaamista järjestäytyneempään muotoon. Viime kädessä hän vastaisi myös sivuasetuksista ja oikeakielisyydestä eräänlaisena oikolukijana, vaikka Alasilta (2009, 237) vastustaakin "niitä kaikissa taloissa vaikuttavia hiomakoneita, jotka jyräsivät teksteistä kaiken särmän ja elämänmaun".

Vastaavan blogitoimittajan avulla myös blogien uutisarvoa voitaisiin kehittää. Blogien käyttö osana uutistoimintaa on monien haastattelemieni toimittajienkin mielestä lapsenkengissä. Blogitoimittaja keksisi omia uutisaiheita ja lähestymistapoja bloggaajille. Häntä voitaisiin myös tarvittaessa käyttää televisiouutisissa tai MTV3:n uutisten tuottamissa ajankohtaisohjelmissä kommentaattorina blogien näkökulmasta uutistapahtumien yhteydessä.

MTV3:n journalistiblogien kieli on kaikkeen ilmaisulliseen potentiaaliin verraten melko köyhää. Kirjoitettu teksti ei erotu automaattisesti edukseen kansalaisjournalistien tuottamista sisällöistä, sillä molemmilla on käytössä lopulta yhtäläiset resurssit bloggaamiseen. Molemmat voivat käyttää video- tai valokuvauskameroita ja editoida materiaaleja kotikoneillaan ilmaiseksi. Tekstiä kirjoittaessaan kummatkin voivat sortua huonoon tekstin jäsentelyyn tai kirjoitusvirheisiin. Blogialustoja eli julkaisuun tarkoitettuja ohjelmasovelluksia yhdistää mahdollisuus asetteluun muokkaamiseen ja esimerkiksi tekstiä tehokkaasti jäsentävien väliotsikoiden kirjoittamiseen.

Lintulan ja Valkaman (2009, 15) mukaan toimittajan työtä voi tehdä lähes millaisella koulutuksella tai elämäkokemuksella hyvänsä. Sama koskee blogin kirjoittamista. Lintulan ja Valkaman (2009, 15) mukaan toimittajakunnan kirjavuus onkin luonnollista: voidakseen ottaa huomioon yhteiskunnan kerrostumat, median edustajien on oltava yhtä kirjavaa kuin yleisön. Palveluammattia harjoittavan journalistin onkin muistettava informoivan sisällöntuotannon velvollisuutensa yleisölle. Ammattitoimittaja ei voi kirjoittaa vastuuvapautuslauseketta uutista tuottaessaan eikä työnantajansa verkkosivustolla blogatessaan.

Kilven (2006, 96) mukaan monet blogeista innostuneet ovat julistaneet niiden pian tuhoavan koko perinteisen joukkotiedotuksen kentän. Tämä ei kuitenkaan ole kovin realistinen odotus. Blogit eivät välttämättä ole kumouksellisia, mutta ne antavat osviittaa mahdollisesta suunnasta, johon journalismi on kehittymässä. Ehkä toimittajat blogeineen tuovatkin uutta sisältöä ja uusia toimituksellisia käytäntöjä myös ammattijournalismiin. Viitteitä verkkopäiväkirjojen vaikutuksesta journalismiin on jo nähtävissä MTV3:n verkkouutissivustolla, jossa uutisten yhteyteen on syksyllä 2009 lisätty blogeista tuttu kommentointimahdollisuus.

Vaikka MTV3:n blogeja ei kunnolla hyödynnetä uutistoimittamisessa, niillä voidaan tuoda uusia merkityksiä ja rakentaa uusia mielikuvia julkaisevasta mediatalosta. Alasilta muistuttaakin bloggaajia verkkopäiväkirjan roolista yrityksen imagolle:

Hyvin kirjoitettu teksti on lukijan kannalta kuin taivaan lahja. Lukija ei kenties koskaan käytä sanaa kiitos. Ehkä hän ei sano tai kirjoita sinulle ikinä tavuakaan. Mutta hän saattaa ostaa organisaatiosi tuotteita tai palveluja, noudattaa antamianne ohjeita, uskoa edustamiinne aatteisiin, puhua teistä hyvää tai tarjoutua talonne töihin.

(Anja Alasilan kirjasta *Blogi tulee töihin*, 2009, 246)

LÄHTEET

Aalto, Tuija & Uusisaari, Marylka Yoe 2009. Nettilämää – Sosiaalisen median maailmat. Jyväskylä: BTJ Finland Oy.

Ahmavaara, Yrjö 1969. Informaatio. Tutkimus tiedotuksen logiikasta. Tapiola: Weilin+Göös.

Alasilta, Anja 2009. Blogi tulee töihin. Keuruu: Infor Oy.

Domingo, David & Heinonen, Ari 2009. Blogit journalismin muutoksen merkinä. Artikkelikirjasta Journalismi murroksessa (toimittanut Esa Väliiverroinen). Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Eronen, Jussi 2009. Totuus vaalirahakohun synnystä. Kolme Varttia –blogi. [Verkkodokumentti]. <<http://blogit.mtv3.fi/kolmevarttia/2009/07/06/pudotuspelia-vaalirahakohussa-kauppinen-lahti-ensimmaisena>> (luettu 22.3.2010).

Fairclough, Norman 1997. Miten media puhuu. Tampere: Vastapaino.

Fluxblog. Audioblogipalvelun kotisivu. [Verkkodokumentti]. <<http://www.fluxblog.com>> (luettu 6.4.2010).

Heikkilä, Heikki 2001. Ohut ja vankka journalismi – Kansalaisuus suomalaisen uutisjournalismin käytännöissä 1990-luvulla. Tampere: Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos.

Herkman, Juha 2001. Audiovisuaalinen mediakulttuuri. Tampere: Vastapaino.

Hopsu, Janne 2009. Kiitos vain puheesta, Obama, nyt hommiin! Maailman syke –blogi. [Verkkodokumentti]. <<http://blogit.mtv3.fi/maailmansyke/2009/06/04/kiitos-vain-puheesta-obama-nyt-hommiin>> (luettu 22.3.2010).

Hintikka, Kari, Mäkelä, Asko & Tarkka, Minna 1996. Johdatus uuteen mediaan. Helsinki: Oy Edita Ab.

Huovila, Tapani 2005. Toimittaja – tiedon etsijä ja vaikuttaja. Porvoo: WSOY.

Huovila, Tapani 2001. Uutinen eri välineissä. GSM-sähkeestä taustajuttuun. Vantaa: Inforviestintä Oy.

Julkisen Sanan Neuvosto 2008: Journalistin ohjeet. [Verkkodokumentti]. <<http://www.jsn.fi/Content.aspx?d=4>> (luettu 22.3.2010).

Karttunen, Kaarina & Lind, Arvi 2009. Arvin kieliopas. Falun: Tammi.

Kempainen, Karoliina 2007. Blogit median työvälineenä. Opinnäytetyö. Helsinki: Helsingin ammattikorkeakoulu Stadia. <<http://urn.fi/URN:NBN:fi:stadia-1178870555-3>> (pdf luettu 22.3.2010).

Kiiski, Sanna 2010. Eväsretki! Vastarannan Kiiski –blogi. [Verkkodokumentti]. <<http://blogit.mtv3.fi/vastarannankiiski/2010/03/05/evasretki>> (luettu 22.3.2010).

Kilpi, Tuomas 2006. Blogit ja bloggaaminen. Helsinki: Readme.fi.

Korpela, Jukka & Linjama, Tero 2003. Web-suunnittelu. Docendo Finland Oy.

Kuutti, Heikki 2002. Tutkittu juttu – johdatus tutkivaan journalismiin. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.

Laakso, Kerkko 2009-2010. Blog-My-Thesis –blogi. [Verkkodokumentti]. <blog-my-thesis.blogspot.com> (luettu 22.3.2010).

Linkola, Jussi 2009. Sosiaalisen median työkaluja. Blogista lifestreameihin. [Verkkodokumentti]. <bit.ly/sosmed> (luettu 22.3.2010).

Lintula, Anni & Valkama, Meri 2009. Nuoren toimittajan selviytymisopas. Jyväskylä: Ajatuskirjat.

MTV3.fi Blogit. [Verkkodokumentti]. <[Blogit.mtv3.fi](http://blogit.mtv3.fi)> (luettu 22.3.2010).

MTV3.fi Uutiset. [Verkkodokumentti]. <<http://www.mtv3.fi/uutiset>> (luettu 22.3.2010).

MTV Media: MTV:n Uutisten historia. [Verkkodokumentti]. MTV Media.
<http://www.mtvmedia.fi/historia/historia_juttu.shtml?633029> (luettu 22.3.2010).

Metsämäki, Mikko 2009. Skuuppi on kuollut, eläköön otsikko! Elämää otsikoissa –blogi. [Verkkodokumentti]. <<http://metsamaki.wordpress.com/2009/01/30/skuuppi-on-kuollut-elakoon-otsikko>> (luettu 22.3.2010).

Nieminen Hannu & Pantti Mervi 2004. Media markkinoilla – johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen. Helsinki: Loki-Kirjat.

Pietilä, A-P 2007. Uutisista viihdettä, viihteestä uutisia. Median muodonmuutos. Jyväskylä: Art House Oy.

Rautaniemi, Jussi 2009. Blogumentti-blogi. [Verkkodokumentti]. <<http://blogumentti.blogspot.com>> (luettu 6.4.2010).

Stereogum. Audioblogipalvelun kotisivu. [Verkkodokumentti]. <<http://www.stereogum.com>> (luettu 6.4.2010).

Suomen Sanomalehtimiesten Liitto 2000: Toimittajan huoneentaulu. [Verkkodokumentti]. <<http://www.edu.fi/pageLast.asp?path=498,1329,17908,1840,19011,29143,29416>> (Luettu 6.4.2010).

Tikkanen, Elisa 2010. Vastuu siirtyy asiakkaalle. Hetkinen-blogi. [Verkkodokumentti]. <<http://blogit.mtv3.fi/hetkinen/2010/02/17/vastuu-siirtyy-asiakkaalle>> (luettu 6.4.2010).

Tulonen, Milla 2009. Motivoiva bloggaus. Miten herättää keskustelua? Opinnäytetyö. Tikkurila: Metropolia AMK. <<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-200911266176>> (pdf luettu 6.4.2010).

Twitter. Mikroblogipalvelun kotisivu. [Verkkodokumentti]. <<http://www.twitter.com>> (luettu 6.4.2010).

WordPress. Yrityksen kotisivu. [Verkkodokumentti]. <<http://wordpress.org>> (luettu 6.4.2010).

Haastattelut

Eronen, Jussi 2010. Toimittaja ja 45 Minuuttia –ohjelman tuottaja. MTV3 Uutiset. Haastattelu: 16.2.2010.

Haapala, Timo 2009. Poliitiikan ja taloustoimituksen päällikkö. MTV3 Uutiset. Haastattelu: 29.12.2009.

Haavisto, Mari 2010. Kotimaan ja *45 Minuuttia* –ohjelman toimittaja. MTV3 Uutiset. Haastattelu: 8.1.2010.

Hopsu, Janne 2010. Ulkomaantoimittaja. MTV3 Uutiset. Haastattelu: 26.1.2010.

LIITE 1

Haastattelurunko MTV3:n uutistoimittajia varten:

- Missä tehtävissä työskentelet MTV3:n uutistoimituksessa?
- Mitä blogia kirjoitat?
- Kuinka kauan olet kirjoittanut blogia? Miten/miksi aloitit?
- Mikä on blogisi teema, aihe, näkökulma?
- Kuvaile omaa kirjoitustyyliäsi (etenkin uutiskirjoittamiseen verraten)?
- Kuinka usein päivität palstaasi?
- Mitä etuja blogilla on verrattuna uutiskirjoittamiseen?
- Miten paljon upotat tekstiin linkkejä, kuvia, videoita tms..?
- Käytetäänkö blogeja tarpeeksi hyvin uutisvälineenä, siis nostetaanko niistä aiheita MTV3:n uutissivustolle tai TV-uutisiin?
- Miten blogien uutisarvoa/blogeista uutisointia voisi kehittää?
- Mitä bloggaaminen tuo omaan työnkuvaasi?
- Mikä on mielestäsi MTV3:n uutisblogien tulevaisuus?