



Motivoiva bloggaus

Miten herättää keskustelua?

Viestintä
Uusi media
Opinnäytetyö
27.11.2009

Milla Tulonen

Koulutusohjelma Viestintä	Suuntautumsvaihtoehto Uusi media	
Tekijä Milla Tulonen		
Työn nimi Motivoiva bloggaus: miten herättää keskustelua?		
Työn ohjaaja/ohjaajat Nina Kangas-Rautio, Liisa Seppänen		
Työn laji Opinnäytetyö	Aika 27.11.2009	Numeroidut sivut + liitteiden sivut 71
TIIVISTELMÄ		
<p>Opinnäytetyön tavoite on tutkia miten blogeissa voi herättää keskustelua. On monia mielipiteitä miten blogataan oikealla tavalla. Blogit ovat osa sosiaalista mediaa, jossa keskustelu on hyvin ominainen osa. Tästä huolimatta kaikki blogit eivät saa kommentteja ja kaikki bloggaajat eivät osallistu keskusteluun. Bloggaaminen on pääosin suunnattu valitulle kohderyhmälle ja monet bloggaajat haluavat herättää keskustelua kirjoituksillaan. Mitä bloggaaja voi tehdä motivoidakseen lukijaa osallistumaan keskusteluun?</p> <p>Opinnäytetyössäni analysoin bloggaamista, blogosfääriä, tapoja ja syitä blogata sekä sitä, mikä tekee bloggaamisesta keskustelevaa. Ennen teoreettista osiota, määrittelen blogosfäärin rakennetta ja bloggauksen perusteet. Mitä bloggaus on fyysisesti ja sisällöllisesti? Ketkä muodostavat blogosfäärin? Lisäksi paneudun syvemmin muutamaaan bloggauksen tapaan ja tyyliin sekä niissä esiintyvään keskusteluun. Yksi opinnäytetyön tärkeimmistä kysymyksistä on miksi blogataan. Se on motivaation lähtökohta sekä lukijalle että bloggaajalle, joka on työn teoreettinen osa. Tutkin erilaisia motivaatioteorioita määrittellen mitä motivaatio ja motiivi tarkoittavat yhdistäen sen bloggaamiseen.</p> <p>Keskustelu blogeissa ja niiden välillä on mahdollisesti blogosfäärin antoisinta sisältöä. Jotta bloggaaja voi aloittaa keskustelun, hänen tulee ensin miettiä miksi bloggaaminen on hänelle tärkeää sekä ketkä ovat hänen bloginsa ja sen käsittelemän aiheen kohderyhmää. Ilman tätä määritelmää, tekstiä ei voi suunnata, joka on tärkeää keskustelun aktivoimiseksi. Blogeilla on mahdollisuus herättää keskustelua ja vaikuttaa esimerkiksi perinteisen median rinnalla.</p> <p>Aiheesta riippumatta, bloggaajan tulisi aina ottaa huomioon kaksi motivaation kannalta tärkeintä asiaa: kenelle kirjoitus on suunnattu sekä miten hän voi luoda lukijakunnalle esteettömän ja suotuisan ympäristön. Lukija kommentoi vain, jos hän tuntee kommentilla olevan väliä ja että se luetaan. Lopulta kyse on aina toimijoiden välisestä keskinäisestä kunnioituksesta ja bloggaajan uskottavuudesta.</p>		
Teos/Esitys/Produktio		
Säilytyspaikka Metropolia Tikkurila, kirjasto		
Avainsanat blogi, kirjoittaminen, motivaatio, kommentointi, keskustelu		

Degree Programme in Media		Specialisation Digital Media
Author Milla Tulonen		
Title Motivational Blogging: How To Generate Discussion?		
Tutor(s) Nina Kangas-Rautio, Liisa Seppänen		
Type of Work Bachelor's Thesis	Date 27 November 2009	Number of pages + appendices 71
<p>The aim of my research was to compile a list of advice concerning how to blog in order to generate conversation. There have been several studies and opinions about what are the correct ways to blog. Blogging is a reader generated activity but often the readers remain silent. In addition, blogging is also increasingly directed to the reader and bloggers are trying to find ways to generate more conversation in their blogs. What tools are there to do so?</p> <p>The thesis analyses blogging, blogosphere, how and why to blog. Furthermore, a further aim is to make blogging conversational. During research I went through several blogs and content in the blogosphere, as well as focused on blogging in general. Before getting into the theoretical part of the research, I defined the structure of blogosphere and the basics of blogging. What is blogging physically and mentally? I also investigate the question of who and what the blogosphere is. Furthermore, I went into detail with a few types and themes in blogging. One of the main questions of the thesis remained why people blog. It is the basis for the motivation, which is the theoretical part of the thesis. Hence, I study different motivation theories and the definitions of both motivation and a motive. Naturally, the aim is to find out how motivating and blogging can be combined – and how people have already united them. Additional questions remain how to comment and why to blog, which motivates recipients.</p> <p>The research result indicate that a blogger should define why they blog and what their target groups are. Without this, one cannot direct texts. The conversation that lies in and between blogs is possibly the most rewarding and productive content of the blogosphere. Blogs have the possibility to generate discussion and have an effect on the discussion in the traditional media.</p> <p>Regardless of the subject of the blog, a blogger should consider three main things in the process of generating conversation: who they are writing to and how they can produce an accessible and supportive ambience. The bottom line is related to the reliability and respect between the operators.</p>		
Work / Performance / Project		
Place of Storage Metropolia library, Tikkurila		
Keywords blog, blogosphere, motivation, comment, discussion		

SISÄLLYSLUETTELO

1 Johdanto: Mitä blogit ovat.....	6
2 Mistä blogin tunnistaa.....	8
2.1 Blogimerkinnot	8
2.2 Kommentointi	9
2.4 Erilaisia blogeja	11
2.4.1 Online-päiväkirjat	12
2.4.2 Taideblogit	12
2.4.3 Mikroblogit	13
2.4.4 Videoblogit	13
2.4.5 Audioblogit	15
3 Mistä blogataan	16
4 Miksi blogataan	18
4.1 Syy aloittaa voi olla eri kuin syy jatkaa	18
4.2 Blogi on helppo ja nopea	19
4.3 Julkisuus	20
4.4 Blogien valta	21
4.5 Tapa purkaa luovuutta ja jakaa asiantuntijuutta	23
4.6 Ura, raha ja harrastus	24
4.7 Bloggaaminen on sosiaalista	25
5 Bloggaajat bloggaavat tavallaan	27
5.1 Bloggaus vie aikaa ja resursseja	27
5.2 Keitä bloggaajat ovat... ..	29
5.4 Henkilökohtainen, ammatillinen vai järjestäytynyt	31
5.5 Blogien työkalut	31
6 Mitä haasteita bloggaamisessa on motivoinnin kannalta	33
6.1 Lukijoiden erilaiset taustat: Kenelle kirjoitetaan?	34
6.2 Lukemiskokemus	36
6.3 Tekijäolettamus	37
6.4 Tekstin kirjoittaminen	38
6.5 Luettavuus ja blogin ulkoasu	39
6.6 Oikeudelliset seikat	40
7 Miten kommentoidaan	41
7.1 Muoti	42
7.2 Julkisuuden henkilöt	45
7.3 Blogit mielenterveyden edistämisen välineenä	48
7.4 Naked vlog.....	52
8 Blogien kirjoittamattomia sääntöjä	54
9 Motivoinnin teoriaa: Mitä motivaatio on	56

9.1 Tarvelähtöistä motivaatiota	56
9.2 Sisäsyntyistä motivaatiota	59
9.3 Motivaatio elämän eri vaiheissa	61
9.4 Uudempi motivaatiotutkimus	61
10 Miten motivoinnista on hyötyä bloggaajalle ja bloggaamisessa	64
11 Miten kommentteihin tulisi suhtautua, jotta motivoiva ympäristö toteutuu	65
11.1 Mitä jos en saa kommentteja	66
11.2 Muualla kommentointi	67
11.3 Miten teksti keskustelelee	68
12 Pohdintaa: Suosituksia keskustelua motivoivaan bloggaamiseen	69
13 Lähteet	73
13.1 Painetut lähteet	73
13.2 Sähköiset lähteet	73
13.3 Muut lähteet	76

1 Johdanto: Mitä blogit ovat

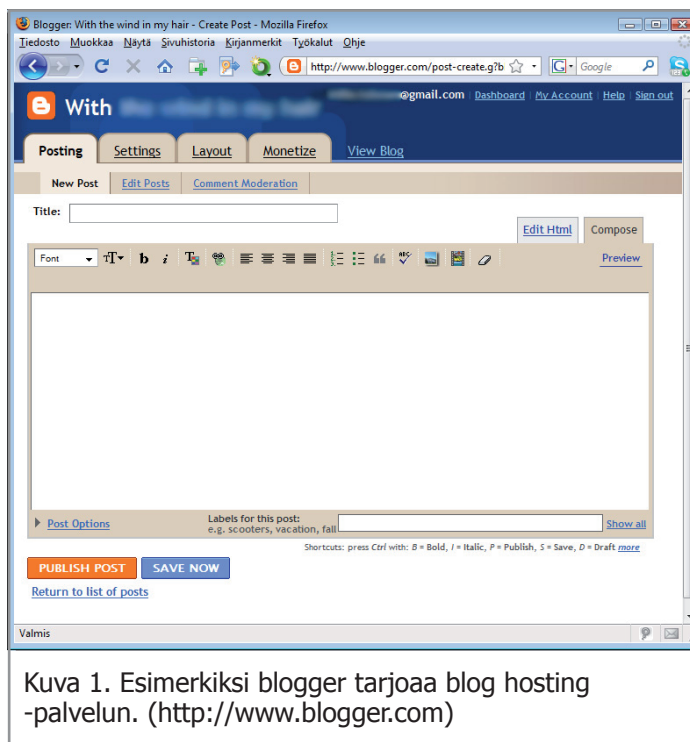
Bloggaus ei ole uusi ilmiö, vaikka blogit ovat saavuttaneet suuren suosion vasta viimeisen viiden vuoden aikana. Technoratin tutkimuksen (2008b) mukaan puolet bloggaajista pitävät jo ainakin toista blogiaan ja 59 % blogaa jo vähintään toista vuotta.

Räjähdyksmäisen suosion siivin on tullut myös uudenlaisia tarpeita bloggaamiseen, bloggaajille ja blogien lukijoille. Olen kirjoittanut itsekin monia blogeja erilaisista aiheista ja erilaisia tarkoituksia varten. Halusin selvittää miten blogien lukijoita voi motivoida kiivaampaan keskusteluun tai edes osallistumaan keskusteluun. Tarkoituksena on tuottaa suosituksia, joita noudattamalla bloggaajan on mahdollista motivoida lukijoita osallistumaan hänen synnyttämäänsä - tai jatkamaansa - keskusteluun. Suositukset löytyvät luvusta 12.

Englanninkielinen sana blog, josta myös suomenkielinen vastine blogi on johdonmukaisesti vakiintunut sanastoon, juontuu sanoista web log (Kuhns & Crew 2006: 5). Suoraan käännettynä se tarkoittaa verkkolokia. Blogeja kutsuttiin etenkin alkuaikoina internet-päiväkirjoiksi. Nykyään päiväkirjamaisuus voi olla kirjoittajan halutessa osa blogia, mutta blogien käyttötapojen laajentuessa sanalle on tullut aivan oma merkityksensä. Erilaisista blogeista kerron luvussa 2.4. Jorn Barger keksi Wired-nettilehden mukaan sanan weblog vuonna 1997. Hän puhuu blogeista välineinä, joita voi käyttää mihin tahansa: "Muuta maailma tai latele ravintolasi päivittäinen menu, ja mitä tahansa siltä väliltä." (Wortham 2007, Kuhns & Crew 2006: 5.) Kuhnsin ja Crewn (2006: 5) mukaan blog-sana tuli käyttöön kuin vahingossa, kun Peter Merholz kirjoitti kaksi vuotta myöhemmin vahingossa erääseen merkintäänsä "we blog" eikä "web log". Kerron mistä blogin tunnistaa luvussa 2.

Bloggauspalveluita on useita. Joitakin suosituimpia alustoja ovat esimerkiksi Blogger.com, Wordpress.org, TypePad.com, Movable Type (<http://www.sixapart.com/movabletype/>), LiveJournal.com ja MSNSpaces.com.

Supisuomalaisia blogialustoja tarjoavat esimerkiksi Blogit.fi ja Vuodatus.net. Suurin osa alustoista on ilmaisia, mutta esimerkiksi TypePad perustuu maksullisiin palveluihin. Blogialustat ovat netissä toimivia palveluja, joiden kautta blogin päivittäminen sujuu helposti (kuva 1).



Kuva 1. Esimerkiksi blogger tarjoaa blog hosting -palvelun. (<http://www.blogger.com>)

Blogit muodostavat blogosfäärin, jota kuvataan kollektiiviseksi yhteisöksi (Wikipedia, 2008a). Blogosfääriä nimitetään joissain yhteyksissä myös bloglandiksi (Kuhns & Crew 2006:7). Se on kaikkien blogien muodostama yhteisö. Se, onko tällaista yhteisöä todellisuudessa olemassa, on myös usein blogeissa esille nouseva aihe. Tunnusomaista blogosfäärille onkin sen oman olemassaolon epäileminen. (Kilpi 2006: 17.) Blogit mielletään yhteisölliseksi sekä aiheen että formaatin myötä. Mistä blogataan kerron luvussa 3 ja tarkemmin neljästä bloggaamisen eri muodosta kerron luvuissa 7.1-7.4.

Yksi tärkeimmistä motivaatioon sitoutuvista kysymyksistä ovat syyt, jotka saavat bloggaamaan ja miksi sitä jatketaan. Se on myös yksi tärkeimmistä tutkimuskysymyksistäni. Aihetta käsitelen luvussa 5. Miten ihmiset motivoituvat, mistä lähtee alkukipinä haluan tehdä jotain, käsitelen motivaatioteorioiden kautta luvussa 9.

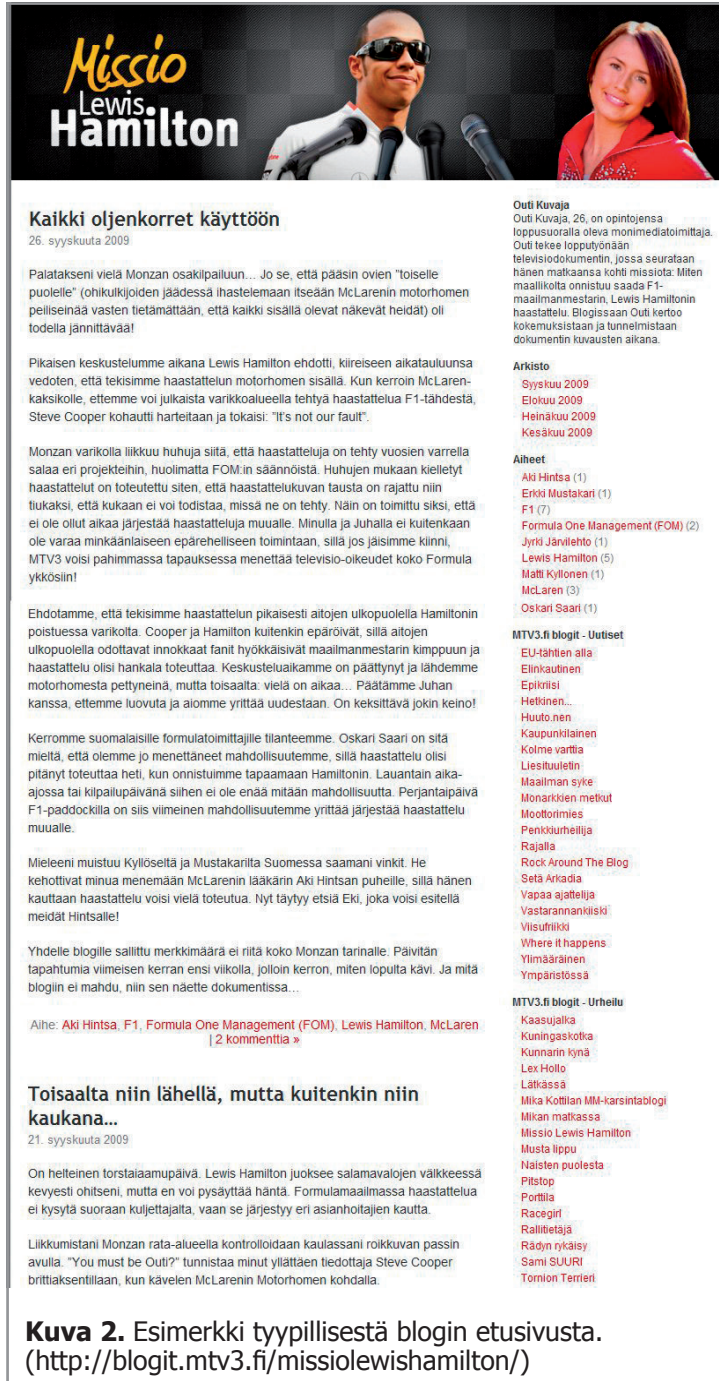
Kommentoiminen on tärkeä osa bloggaamista, silti kaikki eivät halua blogata julkisesti ja jotkin blogit ovat salasanalla suojattuja. Toiset taas linkittyvät hanakasti ja tuovat blogiaan esiin erilaisilla blogilistoilla ja yhteisöissä. Kommentoimisen motivointi on myös tärkeää bloggaajan kannalta. Syitä motivoimisen suosimiseen kerron luvussa 10. Linkit ja kommentit ovatkin merkittäviä blogoja sitovia asioita, koska näin bloggaajat osoittavat mitä blogoja he arvostavat ja kertovat millaiseen viiteryhmään he haluavat kuulua (Kilpi 2006: 17). Scoble ja Israel (2006: 183) muistuttavat blogosfäärin muuttuvan päivittäin uusien tulijoiden tuomien ajatusten myötä, joiden mukana myös blogien käyttötavat laajenevat entisestään. Erilaisia formaatteja on useita ja niitä tulee koko ajan enemmän. Jotkut niistä ovat riippuvaisia myös aiheestaan, kuten uutisblogit, jotka välittävät ja kommentoivat ajankohtaisia uutisia ja tapahtumia (Wikipedia 2009d). Tämä voi olla molemmat sekä aihe että formaatti. Myös päiväkirjat voivat toteuttaa tätä kaavaa. Bloggaajien erilaisista tavoista blogata kerron luvussa 5.

Blogien räjähdysmäinen suosio on tuonut tullessaan myös sivuilmiöitä, kuten hyvälle blogeille myönnettäviä palkintoja tai niiden suosio ja huomioiminen myös perinteisessä mediassa. Kommentointi on myös tapa havainnollistaa blogosfäärin yhteisöllisyyttä ja se on yksi tärkeä syy miksi bloggaaminen on edes aloitettu. Tästä kerron luvussa 4. Kommenttien varaan rakentuva keskustelu on usein blogien antoisinta sisältöä ja juuri ne tekevät blogeista demokraattisen ja moniäänisen median (Kilpi 2006: 17). Kommentointitavoista kerron luvussa 7 ja miten bloggaajan tulisi suhtautua kommentteihin luvussa 11. Blogien ääni on myös tuottanut aallon mielipiteitä siitä miten blogataan oikeaoppisesti ja mitä blogosfääri ei hyväksy. Bloggaamisen haasteista ja kirjoittamattomista säännöistä kerron luvuissa 6 ja 8.

2 Mistä blogin tunnistaa

Lukijan silmin tyypillinen blogi on verkkosivu tai –sivusto, johon tuotetaan sisältöä ajan-kohtaisesti (kuva 2). Ulkonäöltään blogeilla on samankaltaisia piirteitä. Käytänteiltään ne eroavat riippuen siitä katsotaanko sitä lukijan vai bloggaajan silmin.

2.1 Blogimerkinnät



Missio Lewis Hamilton

Kaikki oljenkorret käyttöön
26. syyskuuta 2009

Palatakseni vielä Monzan osakilpailuun... Jo se, että pääsin ovien "toisele puolelle" (ohikulkijoiden jäädessä ihastelemaan itseään McLarenin motorhomen peiliseinä vasten tietämättään, että kaikki sisällä olevat näkevät heidät) oli todella jännittävää!

Pikaisen keskustelumme aikana Lewis Hamilton ehdotti, kireiseen aikatauluunsa vedoten, että tekisimme haastattelun motorhomen sisällä. Kun kerroin McLaren-kaksikolle, ettemme voi julkaista varikkoalueella tehtyä haastattelua F1-tahdesta, Steve Cooper kohautti harteitaan ja tokaisi: "It's not our fault".

Monzan varikolla liikkuu huhuja siitä, että haastatteluja on tehty vuosien varrella salaa eri projekteihin, huolimatta FOM:in säännöistä. Huhujen mukaan kielletyt haastattelut on toteutettu siten, että haastattelukuvan tausta on rajattu niin tiukaksi, että kukaan ei voi todistaa, missä ne on tehty. Näin on toimittu siksi, että ei ole ollut aikaa järjestää haastatteluja muualle. Minulla ja Juhalla ei kuitenkaan ole varaa minkäänlaiseen epärehelliseen toimintaan, sillä jos jäisimme kiinni, MTV3 voisi pahimmassa tapauksessa menettää televisio-oikeudet koko Formula ykkösiini!

Ehdotamme, että tekisimme haastattelun pikaisesti aitojen ulkopuolella Hamiltonin poistuessa varikolta. Cooper ja Hamilton kuitenkin epäoivivat, sillä aitojen ulkopuolella odottavat innokkaat fanit hyökkäisivät maailmanmestarin kimppuun ja haastattelu olisi hankala toteuttaa. Keskusteluakamme on päätynyt ja lähdemme motorhomesta pettyneinä, mutta toisaalta: vielä on aikaa... Päätämme Juhana kanssa, ettemme luovuta ja aiomme yrittää uudelleen. On keksittävä jokin keino!

Kerromme suomalaisille formulatoimittajille tilanteemme. Oskari Saari on sitä mieltä, että olemme jo menettäneet mahdollisuutemme, sillä haastattelu olisi pitänyt toteuttaa heti, kun onnistuimme tapaamaan Hamiltonin. Lauantain aikajossa tai kilpailupäivänä siihen ei ole enää mitään mahdollisuutta. Perjantapäivä F1-paddockilla on siis viimeinen mahdollisuutemme yrittää järjestää haastattelu muualle.

Mieleeni muistuu Kyliöselältä ja Mustakarilta Suomessa saamani vinkit: He kehittivät minua menemään McLarenin lääkärin Aki Hintsan puheille, sillä hänen kauttaan haastattelu voisi vielä toteutua. Nyt täytyy etsiä Eki, joka voisi esitellä meidät Hintsalle!

Yhdelle blogille sallittu merkkimäärä ei riitä koko Monzan tarinalle. Päivän tapahtumia viimeisen kerran ensi viikolla, jolloin kerron, miten lopulta kävi. Ja mitä blogiin ei mahdu, niin sen näette dokumentissa...

Aihe: [Aki Hints](#), [F1](#), [Formula One Management \(FOM\)](#), [Lewis Hamilton](#), [McLaren](#) | [2 kommenttia »](#)

Toisaalta niin lähellä, mutta kuitenkin niin kaukana...
21. syyskuuta 2009

On helteinen torstaiamupäivä. Lewis Hamilton juoksee salamavalojen väikeessä kevyesti ohitseni, mutta en voi pysäyttää häntä. Formulamaailmassa haastattelua ei kysytä suoraan kuljettajalta, vaan se järjestyy eri asiantuntijien kautta.

Liikkumistani Monzan rata-alueella kontrolloidaan kaulassani roikkuvan passin avulla. "You must be Outi?" tunnistaa minut ylittävän tiedottaja Steve Cooper brittiakselintilaan, kun kävelen McLarenin Motorhomen kohdalla.

Kuva 2. Esimerkki tyypillisestä blogin etusivusta. (<http://blogit.mtv3.fi/missiolewishamilton/>)

Outi Kuvaja
Outi Kuvaja, 26, on opintojensa loppusuoralla oleva monimediatoimittaja. Outi tekee loppuyönään televisiodokumentin, jossa seurataan hänen matkaansa kohti missiota. Miten maailmilla onnistuu saada F1-maailmanmestarin, Lewis Hamiltonin haastattelu. Blogissaan Outi kertoo kokemuksistaan ja tunnelmistaan dokumentin kuvausten aikana.

Arkisto
[Syyskuu 2009](#)
[Elokuu 2009](#)
[Heinäkuu 2009](#)
[Kesäkuu 2009](#)

Aiheet
[Aki Hints](#) (1)
[Eriki Mustakar](#) (1)
[F1](#) (7)
[Formula One Management \(FOM\)](#) (2)
[Jyrki Järvelä](#) (1)
[Lewis Hamilton](#) (5)
[Matti Kylönen](#) (1)
[McLaren](#) (3)
[Oskari Saari](#) (1)

MTV3.fi blogit - Uutiset
[EU-tähtien alla](#)
[Elinkauppa](#)
[Epikriisi](#)
[Hetiäinen...](#)
[Huuto nen](#)
[Kaupunkilainen](#)
[Kolme varttia](#)
[Liesituuletin](#)
[Maailman syke](#)
[Monarkkien metkut](#)
[Mooitormies](#)
[Penkkurheilija](#)
[Rajalla](#)
[Rock Around The Blog](#)
[Setä Ariadia](#)
[Yapaa ajattelijia](#)
[Vastarannanäkiskä](#)
[Viisufiikki](#)
[Where it happens](#)
[Ylimääräinen](#)
[Ympäristössä](#)

MTV3.fi blogit - Urheilu
[Kaasuajka](#)
[Kuningaskotkia](#)
[Kunnon kynä](#)
[Lex Hollo](#)
[Lättässä](#)
[Mika Kotlilan MM-karsintablogi](#)
[Mikan matkassa](#)
[Missio Lewis Hamilton](#)
[Musta lippu](#)
[Naisien puolesta](#)
[Pitstop](#)
[Portilla](#)
[Racegirl](#)
[Rallitietäjä](#)
[Rädyt rykäisy](#)
[Sami SUURI](#)
[Tomlin Terrieri](#)

Blogin merkinnät ovat kronologisessa järjestyksessä, jolloin uusin teksti on aina ensimmäisenä ja vanhemmat sen alapuolella. Blogimerkintöihin tulee päivämäärä. Päivämäärän lisäksi ominaista ja merkittävää on se, että kaikki merkinnät säilyvät muuttumattomina ja arkistoituvat. Yleensä vanhat merkinnät on helppo löytää blogin uumenista joko päivämäärän, otsikon tai aiheen perusteella.

Suurin elementti sivulla ovat pääteksti eli blogimerkinnät. Kuhnsin ja Crewn (2006: 10) mukaan merkinnöillä on, bloggausalustasta riippuen, varsin johdonmukainen formaatti. Blogi muodostuu otsikosta, linkistä lähteeseen tai nettisivulle, joka on antanut sysäyksen kirjoitukselle, materiaalin kuvauksesta, sen kommentoinnista, kuvasta tai valokuvasta, permalinkistä tai alkuperäisen lähteen lainauksesta. Kaikkia näitä elementtejä voidaan käyttää erilaisina yhdistelminä ja niiden käyttäminen on varsin joustavaa.

Otsikko on useimmiten eri tyylillä kuin itse merkintä (kuva 3). Aiheeseen liittyvä päälinkki on esimerkiksi linkki lähteeseen tai nettisivulle. Linkissä puhutaan aiheesta ja se liitetään yleensä kirjoitukseen siksi, että kirjoittaja voi itse palata siihen ja lukijat voivat lukea mistä ja minkä kanssa blogiteksti keskustelee (Kuhns & Crew 2006: 10).

Kaikki oljenkorret käyttöön

26. syyskuuta 2009

Palatakseeni vielä Monzan osakilpailuun... Jo se, että pääsin ovien "toiselle puolelle" (ohikulkijoiden jäädessä ihastelemaan itseään McLarenin motorhomen peiliseinää vasten tietämättään, että kaikki sisällä olevat näkevät heidät) oli todella jännittävää!

(<http://blogit.mtv3.fi/missiolewishamilton/2009/09/26/kaikki-oljenkorret-kayttoon/>)

Kuva 3. Otsikko on isommalla tai muuten erotettavissa itse leipätekstistä eli merkinnän tekstistä. Merkinnän ylä- tai alapuolelta löytyy päivämäärä, jolloin teksti on julkaistu.

Permalinkki on lyhennys englanninkielisestä termistä permanent link, joka suomeksi tarkoittaa pysyvää linkkiä (Kuhns & Crew 2006: 10). Permalinkit ovat pysyviä internet-osoitteita yksittäisiin blogimerkintöihin ja se löytyy yleensä joko otsikon linkistä tai merkinnän jälkeen. Toinen bloggaaja voi käyttää permalinkkia linkittäessään merkinnän omaan kirjoitukseensa tai lukija voi lähettää sen muille, jolloin muut kävijät pääsevät kyseiseen merkintään suoraan, eikä heidän tarvitse selata sivuja. Pelkkä yleinen blogin osoite tuo käyttäjän eteen viimeisimmän kirjoituksen, joka ei välttämättä ole se nimenomainen ja haluttu. Tällöin lukijan tulee selata mahdollisesti koko sivusto läpi löytääkseen tietyn linkin. Osoitteen, URLin, tulisi olla pysyvä (permanent) eikä sitä tulisi muuttaa. Näin permalinkit tekevät kirjoitusten jakamisesta ja löytämisestä helpompaa. (Wordpress 2009.)

2.2 Kommentointi

Useimmissa blogeissa on tila, johon kävijät voivat kirjoittaa vastauksen tai ajatuksiaan – yleensä – blogimerkintään liittyen (kuvat 4 ja 5). Tätä kutsutaan kommentoinniksi. Kommentoidessa on viestin lisäksi useimmiten mainittava nimensä tai nimimerkkinsä ja jonkinlainen yh-

Yhdelle blogille sallittu merkkimäärä ei riitä koko Monzan tarinalle. Päivitan tapahtumia viimeisen kerran ensi viikolla, jolloin kerron, miten lopulta kävi. Ja mitä blogiin ei mahtu, niin sen näette dokumentissa...

Aihe: [Aki Hintsa](#), [F1](#), [Formula One Management \(FOM\)](#), [Lewis Hamilton](#), [McLaren](#) | [2 kommenttia »](#)

Kuva 4. Linkki löytyy useimmiten blogitekstin alapuolelta. "2 kommenttia" kohdasta painamalla pääsee lukemaan kommentteja. (<http://blogit.mtv3.fi/missiolewishamilton/2009/09/26/kaikki-oljenkorret-kayttoon/>)

sisäpiiriläisillä on enemmän motivaatiota ja halua auttaa sun projektin toteutumisessa kuin McLaren-miehillä 😊 Tsemppiä ja ei muuta kuin vaikka läpi harmaan kiven 😊

Koo kirjoittaa:
30. syyskuuta 2009 kello 12:00

Pointtihan on siinä, että jos haastattelun haluaa saada aikaan niin siitä ei saa olla mitään vaivaa Lewikselle. Turha on sanoa, että tule kahvilaan tehdään haastattelu siellä - Ei tule, koska siitä on vaivaa. Varsinkin fanilaumat ovat suuri haitta tuollaisilla megastaroilla.

Yrittäkää ehdottaa, että tapaatte Lewiksen hänen hotellillaan (jos sellaisen tiedon nyt jostain saisi) tai hyppäätte Lewiksen minibussin millä hän liikkuu hotellilta radalle.

Mutta tsemppiä projektiin, eiköhän se vielä onnistu. Jos ei muuta niin sitten suomessa, kun Lewis tulee taas harjoittelemaan.

Jätä vastaus

Nimi (vaaditaan)
 Sähköposti (ei näy julkisesti) (vaaditaan)
 Web-sivusto

Talleta kommentti

Kuva 5. Esimerkki tyyppillisestä kommentointialueesta ja kirjoitetusta kommentista. (<http://blogit.mtv3.fi/missiolewishamilton/2009/09/26/kaikki-oljenkorret-kayttoon/#comments>)

teydenotto-osoite kuten sähköpostiosoite, nettisivun tai blogin osoite.

Yhä useammissa blogeissa on paluuviihetoiminta (trackback). Se ovat tapa, jonka avulla toisille bloggaajille (kohdeblogi) voi kertoa, että kommentoi heidän kirjoitustaan omassa blogissaan. Käytännössä paluuviihte toimii niin, että kyseisestä kirjoituksessa kopioidaan yleensä kommenttipalstan lähetyksellä mainittu paluuviihte-osoite, jonka jälkeen se liitetään oman blogin paluuviihtekenttään tai linkitetään kirjoitukseen (kuva 6). Kun kirjoitus on julkaistu, blogialusta lähettää automaattisen ilmoituksen kohdeblogiin. Kohdeblogi tarkistaa automaattisesti, että ilmoituksen lähettäneessä blogin kirjoituksessa tosiaan on linkki kohdeblogiin. Kun tämä on varmistettu, kohdeblogi luo kommentoituun kirjoitukseen eli omaan kirjoituksensa kommenttien joukkoon linkin, jonka ohesta löytyy lainaus kommenttikirjoitukseen (kuva 7). Joissakin tapauksissa tämä tapahtuu vasta kun kohdeblogin pitäjä on ensin tarkastanut sen. (Lipsanen 2009.)

Komentointia ja siihen liittyviä asioita käsitellessä tarkemmin luvussa 7.

2.3 Muut työkalut

Blogien päätuotteen, merkintöjen, yhteydessä on usein kuvaus kirjoittajasta ja lisätietoa. Yleensä merkintöjen jommalla kummalla puolella sijaitsevalle palstalle voi lisätä myös linkkejä muihin blogeihin. Samalta palstalta löytyy yleensä myös kalenteri, arkisto, hakutoiminto ja mahdollinen linkki "About"-sivulle, jossa kerrotaan blogista ja kirjoittajasta lisää.

I've always wanted to have some kind of talent which leaves others gasping for air. Some people are just unbeatable in cooking, some know how to walk on their hands, paint breathtakingly photographic pictures or have the ability to memorize amazing quantities of information about the volcanos. Some people have it naturally and others learn it through relentless practise. I think I just found what I want to be stunningly good at – as a caucasian girl :)

Kuva 6. Linkki blogimerkinnässä toiseen tekstiin, tässä tapauksessa toiseen blogimerkintään. (<http://milla2go.wordpress.com/2009/10/01/booty-poppin/>)



3. Booty poppin! « One coffee and newspaper to go. | October 1, 2009 at 22:36

[...] always wanted to have some kind of talent which leaves others gasping for air. Some people are just unbeatable in cooking, some know how to walk on their hands, paint breathtakingly photographic pictures or have the [...]

Kuva 7. Kommenttien joukkoon ilmestynyt trackback-merkintä. (<http://milla2go.wordpress.com/2009/10/01/what-happens-if-an-italian-visits>)



Outi Kuvaja

Outi Kuvaja, 26, on opintojensa loppusuoralla oleva monimediatoimittaja. Outi tekee lopputyönään televisiodokumentin, jossa seurataan hänen matkaansa kohti missiota: Miten maallikolta onnistuu saada F1-maailmanmestarin, Lewis Hamiltonin haastattelu. Blogissaan Outi kertoo kokemuksistaan ja tunnelmistaan dokumentin kuvausten aikana.

Kuva 8. Bloggaaja esittelee itseensä ja usein myös blogin aiheen. (<http://blogit.mtv3.fi/missiolewishamilton>)

Bloggaajat liittävät blogiin yleensä joko linkin sivulle, jossa esittelevät itsensä tai sivupalstalle lyhyen kuvauksen itsestään aiheen tiimoilta (kuva 8). Teksti sisältää ainakin lyhyen esittelyn kirjoittajasta ja mahdollisesti myös yhteystiedot. Teksti voi olla myös pidempi ja elämäkerrallisempi asiayhteydestä riippuen.

Kalenteri on yleinen toiminto useimmissa blogialustoissa. Siihen on merkitty minä päivinä blogiin on kirjoitettu merkintöjä. Hieman samankaltaisella periaatteella toimii arkisto, johon vanhat merkinnät menevät automaattisesti. Useimmat blogialustat arkistivat merkinnät linkkeinä kuukausittain tai viikottain.

Aiheet

- » Aki Hintsa (2)
- » Erkki Mustakari (2)
- » F1 (8)
- » Formula One Management (FOM) (2)
- » Jyrki Järvilehto (1)
- » Lewis Hamilton (6)
- » Matti Kyllönen (1)
- » McLaren (3)
- » Oskari Saari (1)

Kuva 9. Tässä tapauksessa kertoo blogin sijoittuvan selvästi formulamaailmaan ja sen aiheisiin.
(<http://blogit.mtv3.fi/missiolewishamilton>)

Blogiluettelosta (blogroll) löytyy linkkejä muihin, yleensä samanmielisiin, blogeihin, joita kirjoittaja haluaa suositella. Luetteloon voidaan myös linkittää informatiivisia nettisivuja. Tagit ovat hakusanoja tai avainsanoja, joita voi liittää merkintää (kuva 9). Näin tiettyyn aiheeseen liittyvät blogikirjoitukset on helpompi jäljittää ja samalla se kuvaa kirjoituksen sisältöä. Hakutoiminto on varsin hyödyllinen toiminto blogissa. Lukija voi etsiä sillä nopeasti blogista tietyn merkinnän tai kommentin. Samalla tavalla toimivat myös blogilistat, kuten blogilista.fi, jotka ovat ilmestyneet blogien räjähdysmäisen suosion johdosta. Listojen kautta on helppo löytää erilaisia, aiheittain linkittytyneitä blogeja. Blogilistoista kerron lisää luvussa 3.

Kuten jo aiemmin tekstissä tuli ilmi, blogosfääri ja blogit muuttuvat kokoajan, siksi on vaikeaa profiloida täysin tyypillistä blogia. Monet sen osat ovat helposti muokattavissa, riippuen palvelusta, jonka kautta blogia päivitetään. Nämä tyypillisimmät toiminnot löytyvät kuitenkin lähes poikkeuksetta jokaisesta blogista.

2.4 Erilaisia blogeja

Blogeja on erityyppisiä. Alun perin idea lähti luultavasti sähköisestä päiväkirjasta. Nykyään sanaa päiväkirja ei katsota suojealla silmällä blogeista puhuttaessa, vaikka henkilökohtaisia blogeja on toki edelleen. Niissä henkilöt kirjoittavat päivittäisistä kokemuksistaan ja kommentoivat maailmanmenoa. "Blogeista tulee enemmän kuin vain tapa kommunikoida; niistä tulee tapa heijastaa elämää --" (Wikipedia, 2008a). Blogit voidaan luokitella joko formaattinsa eli käyttötapsansa mukaan tai aiheen, jonka ympärillä pyritään. Yleensä siis blogin rakenne sanelee luokittelutavan. (Kuhns & Crew 2006: 7.)

Molempia luokittelutapoja on vaikea yleistää puhtaasti, koska aiheita ja formaatteja blogien käyttöön tulee yhtä nopeasti lisää kuin blogosfääri paisuu. Yhdessä blogissa voi olla useita formaatteja ja useita aiheita. Formaatteja eli blogin erilaisia rakenneratkaisuja on kuitenkin harvemmin todella monia, kun taas aiheita voi olla useita. Tästä huolimatta yri-

tän seuraavissa alaluvuissa esitellä tyypillisimmät tavat, joilla blogataan ja aiheet, joista blogeissa kirjoitetaan sekä niiden kombinaatioita.

Wikipedia (2008a) luettelee erilaisia tapoja blogata: tekstillä, videolla (vlog), kuvilla (photoblog) tai yhdistämällä näitä ja muita medioita (tumbleblog). Yleisin tapa lienee edelleen teksti. Eri ilmaisukeinoja käytetään tukemaan toisiaan. Seuraavissa luvuissa kerron blogien tyypillisimmistä formaateista. Aiheista kerron tarkemmin luvussa 3.

2.4.1 Online-päiväkirjat

Blogien historia alkoi online-päiväkirjoista, joista alettiin puhua vuosina 1994-1995 eli noin 3 vuotta ennen kuin blogi-sana edes keksittiin (The Online Diary History Project 2009, Wikipedia 2009b). Nykyään harvemmin puhutaan kuitenkaan päiväkirjoista, vaan tällaiset aiheet ovat yksi blogien formaatti – ja aihe: henkilökohtainen blogi. Netissä toimivia päiväkirjoja on edelleen, vaikka ne ovat pienempi osa blogosfääriä kuin blogien kehityksen alkuaikoina. Online-päiväkirjoille löytyy edelleen niille omistautuneita blogialustoja.

Online-päiväkirja on henkilökohtaisesta jokapäiväisestä elämästä päiväkirjan tavoin kirjoitettava nettijulkaisu. Se saattaa sisältää sosiaalista kommentointia, ongelmista kertomista, runoja, proosaa ja niin sanottuja kiellettyjä ajatuksia (Wikipedia 2009b). Konsepti on hyvin samanlainen kuin perinteisellä päiväkirjalla. Tässä tapauksessa päiväkirjaa saavat lukea ja kommentoida myös ulkopuoliset. Sitä voidaan kirjoittaa anonyymisti, jolloin lukijakunta saattaa olla laajempi tai omalla nimellä, tai läheisten tietäen kuka blogia kirjoittaa. Tällainen blogi voi olla yhtä hyvin kuin mitä tahansa muuta formaattia edustava blogi osittain tai kokonaan suljettu, jolloin kirjoittaja pystyy hallitsemaan lukijakuntaansa.

Päiväkirjaformaatti on mahdollisesti ainoa bloggaustyyli, joka perustuu pääosin tai ainakin hyvin vahvasti tekstiin. Vaikka näissä löytyy variaatioita, voidaan formaatti yleistää perustuvan tekstiin. Nykyään blogi-sana yhdistetään nimeomaan tähän formaattiin, joka ei kuitenkaan toimi enää ainoastaan päiväkirjamuodossa, vaan kaikki etenkin tekstiin pohjautuvat julkaistaan tällä menetelmällä. Tekstisisältö ei välttämättä ole kuitenkaan ainoastaan henkilökohtaista, vaan se voi olla myös ammatillista.

2.4.2 Taideblogit

Taidebloggaajat kirjoittavat laajasti erilaisista taiteen aiheista: taidemaailmanjuoruja, huutokauppojen tuloksia, museouutisia, henkilökohtaisia esseitä, portfolioita, haastatteluja ja taiteilijoiden blogeja (Wikipedia 2009c). Taidebloggaaminen voi olla tapa verkostoitua ja löytää muita aiheesta kiinnostuneita oli kyse sitten minkälaisesta taiteenmuodosta ja sen toteuttamisesta tahansa. Näin taiteilijat saavat kävijöitä muiden harrastajien ja ammatinharjoittajien lisäksi myös keräilijöistä, asiantuntijoista ja kriitikoista (Wikipedia 2009c).



Taideblogit (art blog, art log) voidaan jaotella myös alalajeihin, joista selvästi suurin on valokuvausblogit (photo blog, phlog). Alalaji on jopa niin suuri, että se lajitellaan usein omakseen formaatikseen. Niissä pääosassa ovat valokuvat (kuva 10). Photobloggaus on tapa julkaista ja jakaa valokuvia blogin muodossa. Valokuville on suunniteltu kokonaan omia julkaisualustoja tai monilla bloggauspalveluilla on niille erillinen pohjaratkaisu.

Taideblogien aiheille rajana on vain ihmisen luovuus. Taideblogien piiriin kuuluvat kaikki, joka määrittellään osaksi kuvataidetta. Niille ominaista on vahva visuaalisuus. Taiteilijat ja harrastajat esittelevät hengentuotetaan esimerkiksi valokuvien, kuvien ja piirroksien (kuva 11). Erilaisia visuaalisia yhdistelmiä on paljon.



2.4.3 Mikroblogit

Päiväkirjojen lisäksi toinen pääosin tekstiin perustuva bloggaustapa on mikrobloggaus. Tällaisia ovat esimerkiksi Facebookin statuspäivitykset. Mikrobloggaukselle on myös omia alustoja, joista tunnetuin on varmasti Twitter. Ilmiö on niin uusi, että esimerkiksi vasta vuonna 2009 Wordpress julkaisi oman työkalun mikrobloggaukselle.

Mikrobloggaukselle ominaista on lyhyys. Esimerkiksi Twitteriin päivityksiä voi lähettää tekstiviestillä, jolloin kirjoittajan on saatava sanottavansa mahtumaan noin 160 merkkiin (kuva 12). Formaattiin voi sisällyttää



muitakin medioita kuten kuvia, linkkejä ja audiota. Ongelmallista blogeihin liitettävyyden kannalta on se, että joissakin palveluissa merkinnöistä puuttuu muun muassa permalinkki.

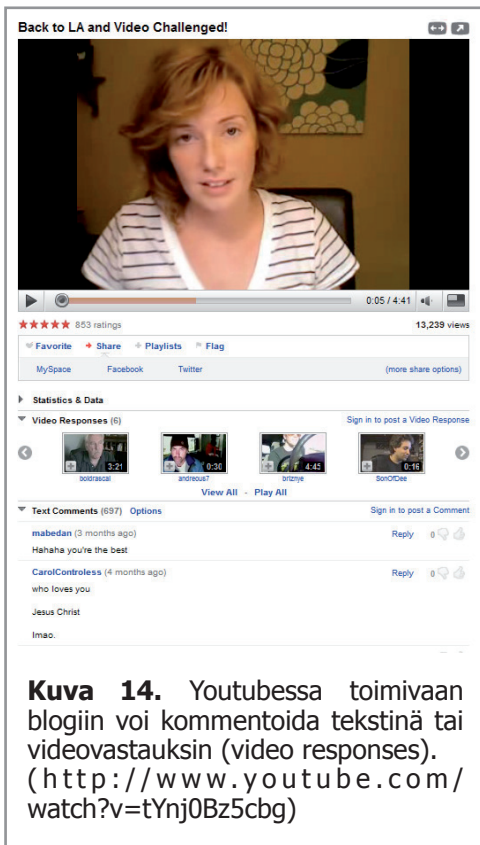
2.4.4 Videoblogit

Edellisessä kappaleessa mainitsemani tavat blogata pe-

rustuvat kaikki enemmän tai vähemmän dynaamiseen verkkosivuun ja sinänsä staattisiin elementteihin. Näiden lisäksi on myös olemassa videoon (vlog, vidblog) ja audioon (mp3 blog) perustuvia blogeja.

Ensimmäinen videoblogi aloitettiin vuonna 2000 alkuvuodesta (kuva 13), kun amerikkalainen Adam Kontras aloitti myöhemmin hyvin tunnetuksi tulleen The Journey-videoblogin. Vlogissaan Kontras kertoi muutostaan Los Angelesiin ja yrityksestään päästä mukaan showbisnekseen. (Wikipedia 2009d, Kontras 2009.)

Vlogeissa hyödynnetään nimensä mukaisesti videota. Merkinnät ovat muiden blogien tavoin säännöllisesti julkaistuja, joko yhdellä otolla tai monista ostoista leikattuja videoita. Ne saattavat olla pelkkä video tai linkki videoon, jonka yhteydessä on siihen liittyviä tekstejä ja kuvia. Kommentointimahdollisuus vlogeissa todentuu tekstikommenttien lisäksi myös videovastauksina eli omina vlog merkintöinä, jotka on linkitetty johonkin tietty vlogiin (kuva 14).



Elokuvatekijä Chuck Olsenin mukaan videobloggaus on vain jatkumo isoisan syntymäpäivien videoiden nauhoittamiselle ja elokuvauxelle. Monet vlogit ovatkin kotikutoisia ja kokeilun tuntuisia, joissa ihmiset tallentavat hetkiä jokapäiväisestä elämästään. Jotkut bloggaavat ruuan valmistusohjeita, toiset julkaisevat lyhytelokuvia tai videoita paikallisista rock-festivaaleista ja perhejuhlista kuten valmistujaisista. (Dean 2005.)

Vlogit käyttävät usein hyväkseen erilaisia web syndifikaatioita, jolloin sama video julkaistaan monessa paikassa. Tällainen on muun muassa RSS-syöte. RSS, Rich Site Summary tai Real Simple Syndication, on formaatti, joka tiedottaa jatkuvasti muuttuvasta web-sisällöstä. Erilaisten blogien lisäksi sitä hyväksi käyttävät esimerkiksi uutispalvelut. RSS auttaa ihmisiä, jotka surffaavat monilla sivuilla päivittäin. Jos sivu tarjoaa RSS-syötteen tilaamismahdollisuuden, he voivat liittää sen omaan RSS-lukijaansa, jolloin kaikki uusi sisältö tulee heille

suoraan lukijaan, eikä heidän tarvitse klikkailla itseään jokaiselle erilliselle sivulle joka päivä. RSS säästää aikaa ja tuo käyttäjälle sen sisällön, jota tämä hakee. Tämä takaa myös yksityisyyden, koska käyttäjän ei tarvitse lisätä itseään jokaisen sivuston sähköpostilistalle. Näin vältetään turhilta sähköposteilta ja sivustojen paljoudelta. (Wikipedia 2009j, What Is RSS 2009.)

2.4.5 Audioblogit

MP3 blogeja (audioblog) kutsutaan myös musiikkiblogeiksi (musicblog), koska niiden formaattia hyödyntävät pääasiassa musiikkiharrastajat Näissä blogeissa käytetään musiikki- ja audiotiedostoja, jotka tulevat yleensä MP3-formaatissa. Ne on usein myös mahdollista ladata omalle koneelle. Audioblogit tulivat yleisön tietoon vuonna 2003, mutta ne eivät ole saavuttaneet samanlaista suosiota kuin esimerkiksi vlogit, jotka voivat saumattomasti yhdistää sekä ääntä että liikkuvaa kuvaa. Usein artistien ja musiikkitoimijoiden keskuudessa suosittu bloggaustyyli on tapa mainostaa omaa luovuutensa tuotetta tai nostaa esiin unohtuneita ja underground-genreä.

Erilaisia tapoja audioblogata edustavat myös kaksi MP3-blogipioneeria, Fluxblog (<http://www.fluxblog.org>) ja Stereogum (<http://www.stereogum.com>), jotka olivat myös ensimmäisiä audioon perustuvia blogeja (Wikipedia 2009h). Fluxblog alkoi isännöidä MP3:sia vuoden 2002 lopussa. Se julkaisee edelleen artistien MP3:sia joka päivä. MP3:n mukana blogin perustaja Matthew Perpetua kirjoittaa kuvauksen kappaleesta, tarjoaa linkin artistin kotisivuille tai tiedon mistä albumin tai singlen voi ostaa. Arvostetun musiikkilehden, Rolling Stonen (2004) mukaan melkein kaikki MP3 blogit jäljittävät juurensa Fluxblogiin. Stereogum (2009) aloitti taipaleensa myös vuonna 2002 keskittyen itsenäiseen ja vaihtoehtoiseen musiikkiin MP3:sin, videoin, uutisin, arvosteluin ja juoruin. Scott Lapatinen blogi on saanut paljon tunnustusta. Warner Brothers Records oli ensimmäinen suuri levy-yhtiö, joka tarjosi tuottamaansa musiikkia MP3 blogeille levitettävästi, vuonna 2004 (The New York Times 2004).

MP3-blogeja on kritisoitu musiikkitiedostojen laittomasta jakelusta. Tekijänoikeuskiistojen vuoksi monet blogit ovatkin astuneet eettisemmälle puolelle ja esimerkiksi Fluxblogin sivupaneelista löytyy teksti, jossa kerrotaan MP3:sten olevan ladattavissa sivulta aina rajoitetun ajan ja käyttäjiä pyydetään ostamaan artistin levy, jos he pitävät siitä mitä kuulevat. Sean Adams (Technorati 2008d) sanoi: "MP3 blogs have shifted a few things for the record industry in terms of people acquiring content for free, but sites like RCRD LBL are a step in the right direction. Blogs are used as crowd-sourcing for sifting out quality new bands." RCRD LBL (2009) on online levy-yhtiöiden verkosto, joka tarjoaa uusia musiikkitalenteita ladattavaksi joka päivä.

Tässä opinnäytetyössä keskityn pääasiassa tekstiperusteisiin blogeihin.

3 Mistä blogataan

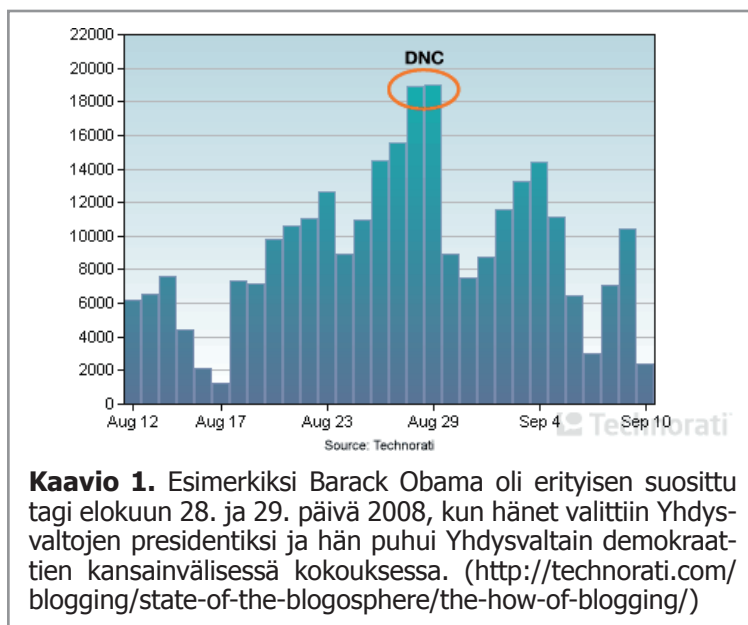
Blogit voi formaattien lisäksi lajitella myös aiheiden mukaan. Aiheita on suunnaton määrä ja uusien käyttäjien myötä niitä tulee koko ajan lisää. Aiheiden runsaudesta johtuen en kykene mainitsemaan kaikkia, vaan keskityn suosituimpiin aiheisiin.

Parhaiten erilaisiin aiheisiin pääsee käsiksi blogilistojen kautta, joissa on listattu palveluun ilmoitettuja blogeja aiheiden mukaan. Usein näihin palveluihin on liitetty ominaisuuksia, jotka helpottavat haluttujen blogien seuraamista ja kiinnostavimpien blogien löytämistä. Tunnetuin blogosfäärin hakukone on Technorati.com. Ainoastaan kesäkuun 2008 aikana Technoratissa toimi yhteensä viisi miljoonaa aktiivista blogia. Koko palvelun laajuutta ei ole ilmoitettu selvästi muualla kuin Wikipediassa (2009g), jonka mukaan Technoratiin oli kesäkuussa 2008 rekisteröitynyt 112,8 miljoonaa blogia. Technoratille on myös suomalaiset vastineensa, joista suosituin on Sanoma Digitalin omistama Blogilista.fi. Lokakuun alussa 2009 sen listalla oli 26 455 blogia.

Kesäkuussa 2008 Technorati toteutti tutkimuksen blogosfäärin tilasta (2008a). Tutkimuksessa tuli esiin monia mielenkiintoisia tietoja bloggaajista ja bloggaamisesta. Käsittelen tässä opinnäytteessä monia tutkimuksessa saatuja tuloksia. On kuitenkin huomioitava, että suomalaisiin ja eurooppalaisiin bloggauskäytäntöihin ne eivät välttämättä suoraan päde, koska suurin osa tutkimukseen osallistuneista oli amerikkalaisia. Bloggauksen yleisiä käytänteitä tutkimus kuitenkin heijastaa.

Bloggausaiheet ovat sekä henkilökohtaisia että ammatillisia. Noin 40% bloggaajista kuitenkin näkee omat aiheensa näiden kategorioiden ulkopuolella. He mainitsevat aiheikseen esimerkiksi Yhdysvaltojen 2008 presidentin vaalit, vaihtoehtoinen energia, taide, kauneus, bloggaaminen, sarjakuvat, viestintä, ruuanlaittaminen/ruoka, käsityöt, design, ympäristö, internet/Web 2.0, Jamaica ja media/journalismi.

Aiheissa on jotain poikkeamia maailmanlaajuisesti. Aasialaiset kirjoittavat todennäköisemmin musiikista kuin politiikasta kun taas henkilökohtaiset aiheet, elämäntyylit ja uskonto ovat vähemmän suosittuja aiheita Euroopassa. Kaiken kaikkiaan suosituimpia aiheita ovat kuitenkin henkilökohtainen elämä ja lifestyle, teknologia, uutiset, politiikka, tietokoneet, musiikki, elokuvat, matkailu ja business. Kolme neljäsosaa bloggaajista kirjoittaa ainakin kolmesta aiheesta ja keskimääräisesti viidestä aiheesta. (Technorati 2008c.) Trendejä voi jäljittää tarkastelemalla tagien kasvua eri aikoina (Kaavio 1, Technorati 2008d).



Kaavio 1. Esimerkiksi Barack Obama oli erityisen suosittu tagi elokuun 28. ja 29. päivä 2008, kun hänet valittiin Yhdysvaltojen presidentiksi ja hän puhui Yhdysvaltain demokraattien kansainvälisessä kokouksessa. (<http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogsphere/the-how-of-blogging/>)

Blogilistan poimituista aiheista yleisimpiä ovat kodinhoito- ja sisustus, elämä ja arki, elokuvat, tv ja teatteri, ihmissuhteet, perhe, lapset ja etenkin parisuhde, käsityöt ja askartelu, kirjallisuus ja kirjoittaminen, kulttuuri kaikessa moninaisuudessaan, lemmikit ja eläimet, media, markkinointi ja mainonta, matkailu ja omana luokkana myös ulkomaalaiset, muoti, vaatteet ja tyyli, musiikki, opiskelu, politiikka ja yhteiskunta, ruoka ja juoma, taide, tekniikka, urheilu ja kuntoilu sekä tietenkin videobloggaus ja valokuvablogit.

Blogeista voi seurata esimerkiksi erään kodin sisustamista tai valokuvauksen opiskelijan oppimispäiväkirjaa. Yhdessä blogissa saattaa olla monia eri aiheita yhteen kytkettyinä esimerkiksi ulkomaille muuton yhteydessä saatetaan kirjoittaa uudesta arjesta, kodin sisustuksesta, ihmissuhteista ja työstä, joka saattaa liittyä markkinointiin tai matkailuun. Bloggeja kirjoitetaan sekä harrastus- että ansiomielessä. Käyttömuotoja on useita. Kaikista aiemmin mainitsemistani valtavirtaa edustavista aiheista löytyy todella monia alalajeja.

Kerron tarkemmin neljästä eri blogityypistä luvun 7 Miten kommentoidaan yhteydessä. Näissä esimerkeissä voi nähdä formaattien ja aiheiden yhdistymisen.

4 Miksi blogataan

Kuhnsin ja Crewn mukaan blogien voima on niiden kyvyssä varastoida, organisoida ja jäljittää informaatiota. Alun perin blogeja käytettiin muun muassa linkkien varastoimiseen, jolloin käyttäjät saattoivat vain antaa toisilleen linkkejä tietyistä aiheista kokoonkerättynä ja keskustella niistä yhdessä paikassa. (Kuhns & Crew 2006: 7.)

Kilven (2006: 5) mukaan blogeja voi verrata puhelimiin ja tekstiviesteihin, jotka aikanaan olivat vastaavanlaisia läpimurtajia. Hänen näkemyksensä mukaan niitä yhdistää ihmisten tarve olla yhteydessä toisiinsa, viestittää asioita, joita tavalliset tiedotusvälineet eivät katso julkaisemisen arvoisiksi. Kilpi kuvaa perinteisiä joukkotiedotusvälineitä jähmeiksi ja yhtä pysyviksi kuin vuosituhansia sitten kallioon maalatut kuvat, kun taas blogit ovat nopeita ja hetkellisiä, kuin metsästäjien juttelu illalla nuotion ääressä. ”Kummatkin viestintämuodot ovat yhtä tärkeitä, välttämättömiä yhteisön koossapysymisen ja identiteetin kannalta.”

Monet bloggaajat ovat itse listanneet syitä, miksi he bloggaavat ja miksi myös muiden tulisi blogata. Frank Paynter haki ”helppoa” vastausta kysymykseen miksi blogataan ja sai uskomattoman määrän erilaisia vastauksia, joista hän kokosi blogiinsa 35 vastaan neen vastaukset kuvaamaan valtavirtauksia (Sandhill Trek 2004). Vastauksista löytyy samoja teemoja kuin Technoratin tutkimuksesta. Tutkimuksessa tutkittiin bloggausta ja bloggaajia nimeomaan kirjoittajan näkökulmasta, mutta Paynterin saamista vastauksista välittyy myös yhtenä tärkeänä teemana bloggaus lukijan näkökulmasta. Bloggaus on interaktiivista, joten molemmat näkökulmat ovat tärkeitä ”miksi”-kysymyksen ymmärtämiseen. Monet bloggaajat lukevat useita blogeja sen lisäksi, että he kirjoittavat omiaan. David Weinberger (Sandhill Trek 2004) mukaan blogit ovat stimuloineet häntä älyllisesti enemmän kuin mikään muu koko hänen elämänsä aikana.

”IT’S ALL AS VARIED AS ANY OTHER WRITING AND ART/COMMERCE DIFFENCES.”
(SETH FINKELSTEIN, SANDHILL TREK 2004.)

4.1 Syy aloittaa voi olla eri kuin syy jatkaa

Kaiken kaikkiaan monet kokivat kysymyksen bloggaamisen syistä varsin vaikeaksi vastata. Blogin aloittamisessa ei välttämättä ole lainkaan sama kuin motiivi sen pitämiseksi myöhemmin. Monet aloittivat puhtaasta uteliaisuudesta ja uutuuden viehätystä. Renee Blodgettin (Sandhill Trek 2004) mielestä monet aloittelijat kokeilevat bloggausta siksi, että he näkevät sen työvälineenä tai julkisuustempuna. Niin yksityisellä henkilöllä kuin yrityksellä voi olla monia erilaisia ja yhtä päteviä - jopa keskenään ristiriitaisia, syitä bloggaamiseen. ”Ensimmäinen, eikä lainkaan väheksyttävä, motiivi saattaa hyvinkin yksinkertaisesti olla: kaikki muutkin tekevät niin. Jos siis läheisesi, tuttavasi, asiakkaasi ja kilpailijasi bloggaavat jo, onko sinulla varaa jäädä tämän verkoston ulkopuolelle?” (Kilpi 2006: 25.)

Tarkemmin syitä tutkittaessa, bloggaaminen on paljon enemmän kuin pelkkää kokeilunhalua. Technoratin tutkimuksesta (2008c) kysyttiin ensin yksinkertaisesti ”Miksi bloggaat?” Tärkeimmät syyt heijastivat sekä yksityishenkilöiden että yritysten tarpeita:

mahdollisuus puhua ja purkaa ajatuksia mielenkiinnon kohteista, jakaa asiantuntijuutta ja kokemuksia, tavata ja kommunikoida samanmielisten ihmisten kanssa, pitää ystävät ja perhe ajan tasalla omasta elämästä, tulla julkaistuksi tai osaksi perinteisessä mediassa, ansaitsemistarkoituksessa, parantaakseen ansioluetteloa ja houkutellakseen mahdollisia uusia asiakkaita.

4.2 Blogi on helppo ja nopea

Aloitetaan blogin teknisistä mahdollisuuksista. Blogin ominaisuudet ovat jokapäiväisen elämän kannalta tärkeitä. Blogi on kiireen keskellä helppo ja nopea tapa päivittää ja kertoa kuulumisia. Se on ehdoton hyöty. Pääasiassa kaikki valmiit blogipalvelut toimivat internetissä, jonka kautta blogeja voi päivittää ja lukea. Teoriassa siis on ongelmaton päivittää blogia eri puolilla maailmaa, mutta käytännössä se riippuu teknologian ja internet-yhteyden saatavuudesta. Dervalan Hanleylle (Sandtrek Hill 2004) yhteydenpito on yksi tärkeimmistä syistä blogata:

”PERHEENI ON TUHANSIEN MAILIEN PÄÄSSÄ JA YSTÄVÄNI OVAT LEVITTÄYTYNEET YMPÄRI MAAILMAA. JOKAINEN MERKINTÄ ON KIRJE KOTIIN, MISSÄ IKINÄ SE ONKAAN. SE ON MYÖS KIRJE KODISTA, MISSÄ IKINÄ SE MAHTAA OLLA. -- MINUN BLOGINI ON VIESTI PULLOSSA, JOSSA ON FEDEx-JÄLJITYSNUMERO. HEI MAAILMA.”

Doc Searls näkee bloggaamisen sähköpostina kaikille. Blogiin voi kirjoittaa sanottavansa ja julkaista sen heti. Paynter sai myös vastauksia molempiin suuntiin: blogeista pidetään siksi, että ne ovat muuttuvia, mutta samalla pysyviä. Esimerkiksi oletuksellisesti vanhat merkinnät säilyvät. Anne Galloway kertoi bloggaavansa pysyäkseen mukana omassa tutkimuksessaan sekä sisällöllisesti että kehityksellisesti. (Sandtrek Hill 2004.)

”TULEVAISUUDESSA PIILI MAHDOLLISUUS MENNEISYYDEN ELPYMISESTÄ SUUREMMASSA MÄÄRIN KUIN NYKYISYYDEN. MENNEISYYS, JOSSA EI OLLUT MITÄÄN DIGITAALISTA VERKOSTOA, MENETETTIIN YHTÄ NOPEASTI KUIN SE TAPAHTUI.”
(TOM MATRULLO, SANDHILL TREK 2004.)

”MINUN AIKAISIMMAT MERKINTÄNI OLIVAT VIELÄ PAINOTTUNEITA (HUUMERIIPPUVUUDESTA) TOIPUMISEENI, MUTTA AJAN MYÖTÄ HAARAUDEIN MUIHIN ILMAISUTAPOIHIN – JAKAMISEEN. PIDÄN KESKUSTELEMISESTÄ MUIDEN KANSSA, JOSSA MINUN OSANI ON SANOTTU JA SE ‘HENGALLEE’ ODOTELLEN MUIDEN SAAPUMISTA, MUUT VASTAAVAT SIIHEN JA JATKAVAT MATKAANSA. SE ON TAVALLAAN SEKÄ AJATONTA, ETTÄ HENKILÖKOHTAISTA.”
(THEO, SANDHILL TREK 2004.)

Bloggaajat näkevät bloggaamisen vaikuttavan positiivisesti sekä heidän henkilökohtaiseen että ammatilliseen elämäänsä. Se on laajentanut heidän ystäväpiiriään, lähentänyt heitä ystäviin ja sukulaisiin tai innostanut heitä aivan uudella tavalla harrastuksiinsa. Vain pienellä vähemmistöllä on negatiivinen kokemus bloggaamisen vaikutuksesta heidän ihmissuhteisiinsa. Tutkimuksessa ei kuitenkaan käy ilmi mistä negatiiviset kokemukset ovat johtuneet. Jopa 67 % Technoratin kyselyyn vastanneista on saanut ystävän henkilöstä, jonka kanssa on yhteydessä vain internetin kautta ja 47 % on saanut ystäviä, jotka on tavannut myöhemmin myös henkilökohtaisesti. 29 % kokee lähentyneensä ystävien ja

perheensä kanssa bloggauksen seurauksena. 10 % ei ole kertonut lainkaan läheisilleen blogistaan. Yli puolet vastaajista on tullut tunnetumpi ammattialallaan bloggaamisen myötä. (Technorati 2008c.) Positiivisia puolia bloggaamisella on selvästi.

4.3 Julkisuus

Blogosfääri on merkittävä julkisuuskoneisto, joka tavoittaa miljoonia ihmisiä ympäri maailman, Kilpi (2006: 25) toteaa. Henkilökohtaisten blogien julkaisemisen taustalta löytyy Kilven mukaan määrittelemätön tarve tulla kuulluksi ja saada oma ääni julki. "Omassa blogissamme olemme aina oikeassa (ainakin jos emme salli ulkopuolisten kommentteja)."

"I BLOG BECAUSE IT EXTENDS ME IN A WAY THAT AFFIRMS WHO I AM. THE AFFIRMATION COMES FROM KNOWING I CAN BE MYSELF AND NOT BE ALONE IN MY THOUGHTS, DREAMS AND FEARS."

(JIM ROBERTSON, SANDTREK HILL 2004.)

Jyväskylän yliopiston tutkijatohtori Teppo Sintonen kirjoittaa Helsingin Sanomissa julkaistussa mielipidekirjoituksessa (HS 2005a) bloggaamisen syistä seuraavasti: "Miksi siis juuri internetiin kirjoitetut päiväkirjat ja kertomukset arkielämästä voivat olla niin tärkeitä ihmisille? Vastaukset piilevät nykypäivän monimutkaisessa identiteetin huomioimisen tarpeessa ja narratiivisessa eli kertomuksellisessa tavassa olla maailmassa." Sintonen siteeraa myös kanadalaisfilosofi Charles Taylorin toteamusta, että identiteetin huomioiminen, on yksi keskeisimmistä nykypäivän ihmisten haasteista. "Identiteettien huomioimisella Taylor tarkoittaa sitä, että ihmiset niin yksilöinä kuin jonkin kollektiivin jäsenenä tarvitsevat tunnustusta olemassaololleen. Nykyisin aseman ja identiteetin tunnustavat sosiaaliset siteet ja rakenteet ovat pitkälti löytyneet tai kadonneet kokonaan. Ihmisten asemat ja urat työyhteisöissä voivat vaihtua tai luhistua hyvinkin äkkinäisesti; perhe-elämän sosiaaliset siteet ja arvojärjestelmät ovat heikentyneet; alueelliset ja paikalliset sidokset ovat kadonneet kaupungistumisen ja tihenevän muuttoliikkeen vuoksi. Nämä muutokset ovat johtaneet siihen, että oman identiteetin hyväksynnästä on tullut hankittava - ei saatava – ominaisuus."

Lähes puolella aktiivisista blogeista on auktoriteettiä Technoratin tutkimuksen mukaan (2008b). Kesäkuun tehdyssä tutkimuksessa palvelu jäljitti 5 miljoonaa blogia, jotka olivat tehneet ainakin yhden merkinnän tuon kuukauden aikana. 45 prosentilla blogeista oli Technoratin auktoriteetti (Technorati Authority) yksi tai enemmän. Technoratin auktoriteetti tarkoittaa niiden blogien määrää, jotka ovat linkittäytyneet sivustolle viimeisen kuuden kuukauden aikana. Mitä korkeampi luku on, sitä enemmän auktoriteettia blogilla on. (Technorati 2009.) Tämä tarkoittaa sitä, että ne lunastavat paikkansa aktiivisessa blogosfäärissä. Blogit ovat tuoneet bloggaajat myös julkisuuteen ja näkyviin. Tutkimuksen mukaan myös yhtä viidestä on haastateltu televisiossa tai radiossa heidän bloginsa vuoksi. Myös Paynterin kotikutoisessa tutkimuksessa yksi vallitseva syy blogata oli halu tuoda oma ääni kuuluviin.

Set Finkelstein esittää myös oman teoriansa "yksi, muutama, monta", joka käsittelee blogin yleisöä. Yksi on päiväkirjoille. Jotkut ihmiset pitävät hänen mukaansa verkossa, eikä heitä haittaa jos muut lukevat sitä. Kun blogilla on muutamia lukijoita, sitä pidetään sosiaalisista syistä ja jutustelua varten. Kohderyhmä on läheiset ystävät, jotka

tuntevat kirjoittajan ja ovat siksi kiinnostuneita blogiin kirjoitettavista tapahtumista. Kun yleisö laajenee moneksi on usein motiivina asiantuntijuus. Tarkoituksena on saavuttaa mahdollisimman suuri yleisö kirjoittajan ideoilla. Finkelsteinin mukaan kategoriat eivät kuitenkaan ole tiukkalinjaisia, vaan enemmän yleisiä päämääriä. Finkelsteiniä ärsyttää blogi-intoilijat, koska heillä tuntuu olevan hänen mukaansa ”hölmö idea siitä, että he pystyvät mullistamaan yhteiskunnan” ja he kertovat julkisen luonteensa vuoksi asiantuntevia kommentteja.

Julkisuuden henkilöksi, puhekielessä julkis, voidaan luokitella kuka tahansa viestintävälineissä esillä oleva persoona. Käsite on hyvin väljä, eikä siitä ole tarkkaa määritelmää. Kestokuuluisuudet ovat usein päivittäin mediassa esiintyvät henkilöt kuten tv- ja elokuvatähdet sekä poliitikot: kaikki ihmiset, joiden elämä jostain syystä erityisesti kiinnostaa yleisöä ja jonka media yleensä toistuvasti tuo julkisuuteen. (Wikipedia 2009i.) Julkisuuden henkilöillä on taustallaan, jo ennen bloggaamisen aloittamista julkisuus ja sen käsitteleminen. Perinteisessä ja toisen käden mediassa, heidän sanomisiaan on aina väännetty ja ne on kirjoittanut joku muu. Bloggaaminen taas tarjoaa sen hyvän – ja pahan, että sanat tulevat suoraan heidän sormistaan.

Englanniksi julkisuudelle on kaksi sanaa publicity (julkisuus) ja fame (maineisuus, kuuluisuus). Molemmat tarkoittavat eri asioita. Julkisuus tarkoittaa informaatiota henkilöstä, ryhmästä, tapahtumasta tai tuotteesta, jonka levittämisen tarkoituksena on kiinnittää yleisön huomio puoleensa. Informaation levittäminen saattaa johtaa yleisön huomion saamiseen niin hyvällä kuin pahalla tavalla. Julkisuus tarkoittaa yksinkertaisesti yleisön saatavilla olemista. (The Free Dictionary 2009a.) Kuuluisuus liitetään yleensä myös kansainvälisyyteen, ei niinkään yhden maan sisäiseen julkisuuteen. Kuuluisuus ja maineisuus tarkoittaa siis hyvin tunnettua ja arvostettua. (The Free Dictionary 2009b.) Käsitteet tekevät myös eron erilaisten julkkisten välille. Se, että henkilö on julkisuudessa, ei vielä takaa maineikkautta. Myös maine voi olla hyvä tai huono. Seppo Kangaspunta kertoo Habermasin (Kangaspunta 2009) näkemyksestä julkisuus käsitteeseen, pitäen yleisöä julkisuuden subjektina. Julkisuus on ensi sijassa yhteiskunnallisessa elämän alueessa, jossa julkinen mielipide muodostuu. Julkisuutta muodostuu näin jokaisessa keskustelussa, jossa yksityiset henkilöt kerääntyvät yleisöksi. Kerron julkisuuden henkilöiden pitämistä blogeista tarkemmin luvussa 7.2.

Chris Locke aloitti bloginsa nimeomaan siksi, että julkaisut eivät antaneet hänen kirjoittaa juuri sitä mitä hän halusi. Hän toteaa kuitenkin, että nykyään minkä tahansa kirjoittaminen ei ole enää niin helppoa, koska verkon sisältöä on alettu tarkkailla tarkemmin. (Sandtrek Hill 2004.) Kuhnsin ja Crewn (2006: 7) mukaan jotkut bloggaajat aloittavatkin lehden tapaisen blogin, johon he kokoavat linkkejä, tekstiä ja kuvia monesta erilaisesta aiheesta. Locken tavoin myös Bruce at the River nimitti blogiaan omaksi julkaisukseksi, jossa ei ole ”tyhmiä, mielikuvituksettomia” päätoimittajia. ”Kirjoitan julkaisua ystäväilleni. Yritän tuottaa laadukkaan julkaisun, koska kunnioitan heitä, ja vastapalveluksena toivon heiltä kunnioitusta. -- Bloggaan vaikuttaakseni.”

4.4 Blogien valta

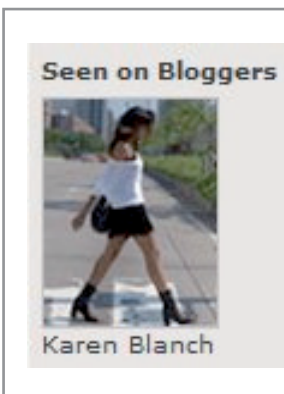
Blogit ovat lyhyellä alkutaipaleellaan saaneet paljon valtaa räjähdysmäisen suosionsa

vuoksi. Valta on myös motiivi blogata ja sen käyttö on tapa saada ääni kuuluville. Yhdellä äänellä onkin tällä hetkellä paljon enemmän vaikutusvaltaa kuin 1990-luvulla. (Wikipedia 2008a.) Toinen näkökulma blogien valtaan on kuitenkin se, että yksittäisen äänen voima hukkuu. Blogit toki ovat pysyviä ja niitä voi selata uudelleen, kun taas lausutut sanat ovat usein kertaluontoisia. Blogosfääri on myös omiaan aiheuttamaan kollektiivista painetta.

Helsingin sanomat (HS 2005b) uutisoi blogien alun kulta-aikaan, maaliskuussa 2005 koululaisista Ranskassa, jotka oli erotettu heidän kirjoittamiensa blogitekstien vuoksi. Yhteensä yhdeksän lukiolaista ja yläasteelaista erotettiin eri puolilla Ranskaa tuon maaliskuun aikana, koska he olivat solvanneet opettajia kirjoituksissaan ja piirroksissaan suosituksen radiokanavan internet-sivustolla. Sivustolla oli tuolloin yli 1,6 miljoonaa blogia. Tämä oli lehden ensimmäinen uutisointi blogitekstien suhteen tulleista rangaistuksista. Sittemmin, etenkin poliitikot, ovat kokeneet karvaasti blogien voiman. Syksyllä 2008 Vihreät naiset –järjestö teki tutkintapyyntöä Helsingin kaupunginvaltuutetun Jussi Halla-Ahon blogiin kirjoitetusta tekstistä, joka koski raiskauksia. Halla-aho käsittelee blogissaan maahanmuuttoa ja monikulttuurisuutta. Poliisin tutkittua blogia laajemmin, Halla-aholle langetettiinkin tuomio toisesta blogissa olleesta kirjoituksesta. (HS 2009.)

Yksi Amerikassa tapahtunut kuuluisa skandaali, jota käytetään usein esimerkkinä siitä miten blogosfääriin kunnioituksen voittaminen voi olla todella tärkeää, tunnetaan nimellä "Rathergate". Syyskuun 8. päivä 2004 suosittu amerikkalainen televisiokanava CBS kertoi uutislähetyksessään silloisen Yhdysvaltain presidentin George W. Bushin sotilaallisesta palveluksesta Air National Guardissa USAn ollessa sodassa Vietnamia vastaan 1970-luvulla. CBS kertoi kaivaneensa esiin dokumentteja, joista näkyi, että Bush oli suorittanut palveluksen epäonnistuneesti. Myöhemmin samana iltana nimettömänä pysynyt henkilö kirjoitti FreeRepublic.comin oikeistomieliselle foorumille, että CBS:n dokumentit eivät voineet olla peräisin aikaisen 70-lukulaisen konekirjoittajan sormista. Aikaisin seuraavana aamuna, Power Line, toiseksi kuuluisin konservatiiviblogi, linkitti tähän kirjoitukseen, josta lähti linkitysten vyöry. Myöhemmin Charles Johnson, myös yhden suosituksen konservatiiviblogin omistaja, julkaisi blogissaan tekstitiedoston, jossa hän vertasi kiistanalaisia dokumentteja. Tämä sai paljon näkyvyyttä perinteisessä mediassa ja lopulta CBS myönsi, ettei se voi varmistaa dokumenttien autenttisuutta. Tapauksen vuoksi silloinen CBS:n uutisankkuri, Dan Rather, erosi pari kuukautta myöhemmin. (Hindman 2009: 110.)

Blogissa voi käyttää valtaa monella tavalla suhteessa siihen, ketkä ovat sen lukijoita. Henkilökohtaisissa blogeissa kirjoitukset ja lukijakunta ovat erilaisia verrattuna suurelle yleisölle suunnatuihin blogeihin. Valtaa ei siis käytetä ainoastaan poliittisessa mielessä,



Kuva 15. Esimerkiksi American Apparellin nettikauppoihin on ilmestynyt linkkejä merkintöihin, joissa muotibloggaajat ovat pitäneet päällään heidän tuotettaan tai esitelleet sitä. (<http://www.americanapparel.com/rsvvc300.html?cid=669>)

vaikka julkisesti näkyvimmit vaikutukset ja esimerkit tästä näkökulmasta löytyvätkin. Blogivaltaa ja sen näkyvyyttä käyttää myös muotiteollisuus, joka on monimiljardi-bisnestä. Siksi myös muotiblogien parissa on alkanut liikkua enenevässä määrin rahaa. Esimerkiksi tunnettu kenkämuodin bloggaaja The Manolo, kertoo ansaitsevansa satoja tuhansia blogillaan vuonna 2005 (Rowse 2005). Muotia

ajaa trendit ja blogit ovat tuoneet uuden tavan seurata nopeasti vaihtuvia trendejä. Jo nyt niillä näyttää oleva suuri vaikutus teollisuudelle. Kuuluisia yksityishenkilö muotibloggaajia kutsutaan tärkeisiin tilaisuuksiin vastineeksi siitä, että he kirjoittavat blogiinsa tilaisuudesta. Osa muotitaloista ja muodin jälleenmyyjistä ovat aloittaneet blogin mainostaakseen omia tuotteitaan (kuva 15).

Eräs 15 vuotta muotialalla työskennellyt mies aloitti The Sartorialist –bloginsa (<http://thesartorialist.blogspot.com/>), koska hän halusi tuoda arkipukeutumisen näkyvämmäksi. Vuoden 2001 jälkeen hän alkoi julkaista blogissaan kuvia ihmisistä, joita hän oli tavannut kadulla, siitä näkökulmasta, josta suunnittelijat katsovat vaatteita. (The Sartorialist 2009a.) Blogista on tehty juttuja moniin muotimaailman johtaviin lehtiin, kuten Vogueen ympäri maailman, ja se on myös valittu Time Magazinen johdosta yhdeksi top 100 suunnittelun vaikuttajaksi (The Sartorialist 2009b, c). Pidemmällä tähtäimellä muotiblogeilla on siis suuri vaikutus teollisuuteen. Kerron muotiblogeista tarkemmin luvussa 7.1.

4.5 Tapa purkaa luovuutta ja jakaa asiantuntijuutta

“(BLOGGING HAS) GIVEN HER AN OUTLET FOR OFFLOADING ALL THE IDEAS THAT CRAM HER CRANIUM.” (LIZ DITZ PUHUU SISKONSA BLOGGAAMISESTA, SANDTREK HILL 2004.)

Selvästi tärkeimpiä syitä blogata ovat itseilmaisulliset syyt ja asiantuntijuuden jakaminen. Sekä yksittäiset bloggaajat että markkinointitarkoituksessa blogin aloittaneet yritykset hakevat teksteissään intohimoa tietylle aiheelle. Monet käyttivät jopa sanaa obsessive, joka suomeksi tarkoittaa pakkomielleistä ja riippuvaista. Tällä he viittaavat usein kirjoittamiseen, luovuuden purkamiseen, itsensä toteuttamiseen ja ilmaisemiseen. Bloggaus on heille intohimo.

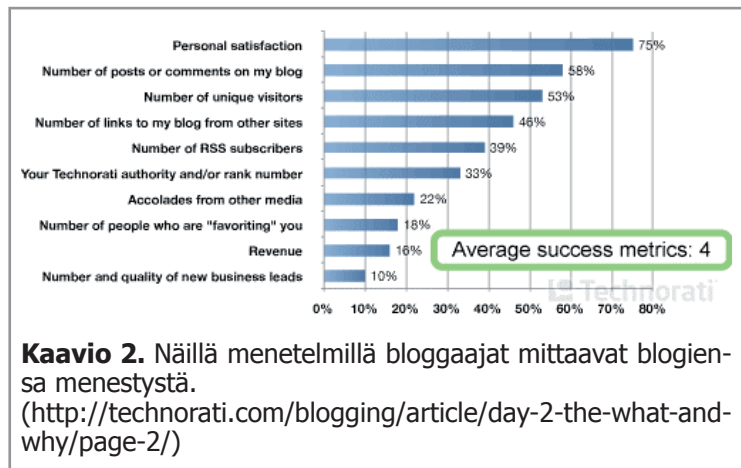
Renee Blodgettin (Sandtrek Hill 2004) mielestä bloggaamisen tulisi koskettaa henkilön sisäistä intohimoa ja tuoda se esiin haluten jakaa intohimo muiden kanssa tavoin, jotka viihdyttävät, parantavat ja opettavat. Samoin kuin bloggaamisen aihe. Jotkut omistavatkin bloginsa yhdelle aiheelle kuten ranskalaiselle ruokakulttuurille tai melomiselle (Kuhns & Crew 2006: 7). Sheila Lennon (Sandtrek Hill 2004) bloggaat, koska informaatio on hänelle energiaa: ”Tutkin sitä (informaatiota), mahdollisesti lisää siihen jotain ja välitän edelleen.”

Joillekin bloggaus on rinnasteista taiteeseen. Marek J lainaa puolalais-englantilaisen kirjailijan, Joseph Conradin sanoja vastatakseen itse kysymykseen: ”Taiteilija tulkitsijan työssään luo, koska hänen tarvitsee. Hänessä on niin paljon ääntä, hänelle itselleen, että hiljaisuus on yhtä kuin kuolema.” Joillekin kirjoittajille myös kirjoittaminen on tärkeää, koska se asettaa ajatukset toiseen valoon ja auttaa omaksumaan ajatuksia eri tavalla. Tämä on julkista itsereflektiota tekstimuodossa. Kuvataide on sellaisenaan jo hyvin itsereflektiivistä, jolloin blogia voisi ajatella esimerkiksi sähköisenä galleriana. Taiteella on myös kyky omaksua uutta nopeasti.

”VOISIN VARASTOIDA INTOMIELISYYTTÄ HALKEAMISEENI SAAKKA, MUTTA NIIDEN KIRJOITTAMINEN YLÖS ON PAREMPI TAPA OMAKSUA JA JAKAA NIITÄ.” (DERVALA HANLEY, SANDTREK HILL 2004)

Tässä tapauksessa myös toisten blogien lukeminen on tärkeässä osassa, koska niiden herättämät ajatukset inspiroivat ja auttavat kirjoittajaa hahmottamaan erilaisia näkökulmia. Phill Windley tuo esiin näkökulman, jossa hän on muodostaa omaa käsitystään maailmasta bloggauksen kautta: "Bloggaan muistaakseni. Bloggaan puhdistakseni ajatteluni. Bloggaan, koska uskon ymmärtäväni jotain, vasta kun olen kirjoittanut siitä." Paynter itse alleviivaa, että bloggaajat voivat olla toimittajia, markkinoijia, runoilijoita, asiantuntijoita, kommentaattoreita ja taiteilijoita tai mitä tahansa näiden yhdistelmiä, mutta lopulta he ovat kaikki kirjoittajia. Doc Searls on samaa mieltä, mutta hän tuo esiin myös kirjoittajien keskuudessa vallitsevan illuusion: "Kuten (psykologi) Rollo May sanoi jokin aika sitten, kirjoittajat ovat ainutlaatuisia luovien lajien keskuudessa, koska he ovat ainoita maailmassa, jotka uskovat, että maailman on kuultava mitä heillä on sanottavaa. Maalajaat, veistäjät, runoilijat ja muut taitelijat eivät kärsi tästä illuusiosta." (Sandtrek Hill 2004.)

Kirjoittaminen on myös aktiivointia ja aivojumppaa, kuten Ray Sweatman toteaa, se on tapa pitää jatkaa kirjoittamista itsepintaisesti. Kirjoittaminen on henkilökohtaista, vaikka aiheena ei olisikaan kirjoittajan henkilökohtainen elämä. Norm Jenson toteaa bloggaavansa harjoittelakseen kirjoittamista: "--mutta usein menetän keskittymiseni huutaen ja hyppien tasajalkaa." (Sandtrek Hill 2004.)



Kolme neljästä bloggaajasta näkee henkilökohtaisen tyytyväisyyden tärkeimpänä tapana mitata bloggaamisen onnistumista ja menestymistä. 82 % mittaa useammalla kuin yhdellä tavalla blogin menestystä. He käyttävät keskimääräisesti neljää erilaista mittaria. Henkilökohtaisen tyytyväisyyden lisäksi bloggaajat pitivät lukua esimerkiksi kommenttien ja esimerkiksi RSS-syötteen tilaajien lukumäärästä (kaavio 2). Etenkin bisnestarkoituksessa bloggaavat katsoivat myös menestystä ansaitsemiensa tulojen määrästä. (Technorati 2008c.)

4.6 Ura, raha ja harrastus

Urakehitys ja taloudelliset syyt on listattu muiden muassa motivaattoreiksi bloggaamisessa Technoratin tutkimuksessa (2008c). Yhdelle neljästä bloggaajasta ovat maininneet sen syyksi blogata. Tutkimushetkellä 20 % ansaitsee bloginsa kautta ja 42 % toivoo ansaitsevansa sen myötä tulevaisuudessa. Suurin osa, 54 % bloggaakin ainoastaan omaksi huvikseen. Kahdelle prosentille vastanneista blogi oli heidän pääasiallinen ansiolähteenä. Suurin osa ammatillisista ja järjestäytyneistä bloggaajista ovat nähneet bloggaamisen vaikutuksen positiivisena. Puolet heistä on tullut tunnetummaksi alallaan ja joka neljäs on käyttänyt blogia ansioluettelon "kohentajana".

Renee Blodgett toteaaakin humoristiseen sävyyn bloggaavansa siksi, että häneltä kysytään mielipiteitä; häntä haastatellaan suurien sanomalehtien ja televisiokanavien toimes-

ta ja lainataan New York Timesissa: "—and of course the money is good too." Sandtrek Hill 2004.) Blodgett on Blodgett Communications -nimisen yrityksen perustaja. Yritys on tuonut markkinoille teknologiayrityksiä ja heidän tuotteitaan menestyneesti neljässä maanosassa. Blodgettilla ja hänen tiimillään on yli 20 vuoden kokemus liiketoiminnasta ja yli viiden vuoden kokemus blogeista ja niiden työkaluista. (Crunchbase 2009.)

Puolet bloggaajista ottaa osaa tapahtumiin, kuten konferensseihin, urheilutapahtumiin tai elokuviin, blogiaan varten. Näiden bloggaajien keskuudesta kolmasosa pääsee tapahtumiin ilmaiseksi, jonka lisäksi he ovat vastaanottaneet muunmuassa tuotelahjoja.

Joillekin bloggaaminen on työtä ja sitä tehdään ansiotarkoituksesta, joillekin se on harrastus. Anne Matthewsonin (Sandtrek Hill 2004) mukaan se on ajanvietettä. Technoratin tutkimuksenkin mukaan suurin osa ihmisistä bloggaaa hovin vuoksi. Kaiken kaikkiaan bloggaaminen tuntui olevan mieluisaa, oli kyseessä sitten työ- tai huvitarkoitus.

4.7 Bloggaaminen on sosiaalista

Kuhns & Crew (2006: 7) toteaa, että blogit ovat ohjelmia sivustojen julkaisemiseen. Sen vuoksi blogit voivat muodostua minkälaisiksi vain. Samaa ajatusta, inhimillisestä näkökulmasta katsoen, tukee Sintonen: "Kenties voisi sanoa, että filosofi Descartesin ajatteleva subjekti "ajattelen siis olen ei ole enää merkityksekkään olemassaolon perusta, vaan se on blogeja kirjoittava kertoja-subjekti tyyliin kirjoitan blogeja, siis olen" (HS 2005b).

Bloggaamisessa on selvä, hyvin vahva sosiaalinen näkökulma. Michelle Goodrich totesi ihmisten olevan luonnostaan uteliaita toisistaan ja haluavan oppia koko ajan uutta, tietää enemmän: "HTML ja CSS ovat universaaleja kieliä, jonka avulla kaikki maailman ihmiset, joilla on vain pääsy tietokoneelle ja internetin maailmaan, voivat kommunikoida ja jakaa ideoita." Kaikilla ei kuitenkaan ole pääsyä tietokoneelle ja internetiin. Läheskään kaikilla ei siis ole mahdollisuutta blogata. Niille, joilla mahdollisuus on, haluavat osallistua keskusteluun. Teoriassa ajatus kuitenkin toimii. Phil Windley bloggaaa ollakseen osa keskustelua ja yhteisöä, jota hän kunnioittaa: "Haluan ymmärtää heidän ajatteluaan ja heidän ymmärtävän minun ajatteluaani." (Sandtrek Hill 2004.)

Herman Melvillen mukaan emme osaa elää yksin: "Our lives are connected by a thousand invisible threads, and along these sympathetic fibers, our actions run as causes and return to us as results." Huumeriippuvuudesta toipuva Theo koki blogosfäärin hyvin kunnioittavana ja välittävänä, mutta totesi lopuksi kantaaottavasti: "Perhaps I just don't incite controversy?" Myös Renee Blodgett näkee blogosfäärin ja bloggaamisen hyvin inhimillisenä: "Haluan kirjoittaa asioista, jotka saavat meidät tuntemaan itsemme ihmisiksi. Minulle se on inhimillisyys, jota näen blogissa, joka vetää minua puoleensa kerta toisensa jälkeen." Hän vertaa blogiaan äitinsä keittiöön, jossa naiset kokoontuivat milloin teen ja milloin martinin äärellä – ja jakoivat kokemuksiaan. Äidin keittiö oli lämmin ja kutsuva. "(Blogi on) se huone, johon menemme 'katoamaan' ja olemaan vain omia itsenämme. Kun kirjaudun sisään, menen sisään yhteen lempihuoneistani, paikkaan jossa voin ajatella, ilmaista itseäni ja olla minä itse kuten ne naiset äitini keittiössä."

Tom Matrullon mukaan blogit voisivat tulevaisuudessa kehittyä uusiin ja suurempiin

tapoihin vaihtaa näkökulmia: "New modes of authorship, new kinds of sourcing, new collectives, a new generosity of thought and feeling." Doc Searls näkee blogit hyvin vapaina ja kehitettävänä. Kukaan ei voi omistaa ja kaikki voivat kehittää niitä. Se on hänen pitkäaikainen tavoitteensa kirjoittamisessa: "Haluan tehdä maailmasta paremman paikan." (Sandtrek 2004.)

Blogeissa kirjoittajille ei pääasiassa ollut kyse aiheista ja erilaisista formaateista, vaan mahdollisuudesta kommunikoida ympäröivän maailman kanssa ja kirjoittaa purkaakseen luovuuttaan. Lähes jokaisessa vastauksessa tuli esiin myös palautteen ja reaktion saamisen tärkeys. Lähes jokainen kyselyyn vastanneista bloggaa kommunikoidakseen ja saadakseen vastauksen, käydäkseen dialogia.

"ULTIMATELY THE BEST PART ABOUT BLOG WRITING IS GETTING A REACTION."
(BRIAN MOFFATT, SANDTREK HILL 2004)

5 Bloggaajat bloggaavat tavallaan

83-VUOTIAS MORT REICHEK TECHNORATIN TUTKIMUKSESSA (2008B): "ELÄKEELLÄ OLEVANA, FYYSISESTI RAJOITTUNEENA 83-VUOTIAANA MIEHENÄ, JOKA KERRAN NAUTTI TENNIKSEN PELAAMISESTA, BLOGGAUS ON TARJONNUT VIRKISTÄVÄN VAIHTOEHDON."

Ennen kuin bloggaaminen aloitetaan, käyttäjä miettii yleensä miksi hän haluaa aloittaa bloggaamisen. Yhtä ainoaa oikeaa syytä ei ole, kuten aikaisemmissa luvuissa tuli esiin, mutta bloggaamisella on monia etuja. Se on loistava väline yksityiselle henkilölle ideoiden jakamiseen ja niistä keskustelemiseen samanmielisten ihmisten kanssa. Kilven (2006: 25) mukaan henkilökohtaisten blogien julkaisemisen taustalla on usein myös tarkemmin määrittelemätön tarve tulla kuulluksi, saada oma ääni julki. Blogin voi perustaa perinteisen päiväkirjan toimintaperiaatteella tai vaikkapa valokuva-albumiksi. Syitä ja tapoja blogata on yhtä paljon kuin on bloggaajia. Oma motivaatio toimii bloggaamisen perustana; motivaatio määrittää kuinka paljon on valmis antamaan aikaa bloggaamiselle.

5.1 Bloggaus vie aikaa ja resursseja

Bloggaaminen vie paljon aikaa ja vaatii paneutumista. Blogin ajan tasalla pitämisen työmäärää aliarvioidaan lähes aina. Vasta, kun sitä on hoidettu muutamia kuukausia, tiedetään ja ymmärretään, miten paljon se vaatii (Korpela & Linjama 2003: 56). Äärimielipiteet löytyvät tottakai molemmista päistä. Aika ei välttämättä ole ratkaiseva tekijä, mutta panosta arvostetaan kuitenkin.

Blogista saattaa myös tulla niin luettu ja seurattu, että sen pitäjä tuntee velvollisuutta pitää blogi koko ajan ajan tasalla ja näin alkaa vähitellen palaa loppuun, koska ei pysty päivittämään niin usein kuin blogin konsepti vaatisi. New York Times kertoi huhtikuussa 2008 kolmesta tunnetusta bloggaajasta, joista kaksi kuoli ja yksi sai sydänkohtauksen. Jutussa kuvattiin etenkin ammattibloggaajien stressiä, koska blogimaailma on niin nopeatahtinen. Kuten työuupumukseen yleensä, myös tähän on keinonsa. Yksi tapa estää väsyminen jatkuvaan päivittämiseen, joka katsotaan lukijoiden pitämisen kannalta tärkeänä, on ottaa ryhmä ihmisiä osallistumaan blogi ylläpitämiseen. Tämä vähentää jokaisen kirjoittajan painetta ja pitää blogin koko ajan ajantasalla (Kuhns & Crew 2006: 7). Technoratin tutkimuksen mukaan (2008c) suurin osa bloggaajista ylläpitää blogiaan joka tapauksessa yksin. Ammatillisten ja järjestäytyneiden bloggajien keskuudessa joka kymmenes maksaa blogin ylläpitämiseen osallistuvalla henkilökunnalle.

Yksi neljästä bloggaajasta käyttää yli 10 tuntia ja noin puolet käyttää enemmän kuin viisi tuntia viikottain bloggaamiseen. Vain 15 % aktiivisista bloggaajista käyttää vähemmän kuin tunnin viikossa bloginsa ylläpitämiseen. Vaikutusvaltaisimmat bloggaajat ovat vielä tuotteliaampia. Technoratin blogeista vaikutusvaltaisimmat bloggaavat viisi tai enemmän kuin viisi kertaa päivässä. Nopeus siis herättää huomiota. (Technorati 2008c.) Päivittämisen nopeuden päättäminen onkin tärkeää päättää ennen bloggaamisen aloittamista tai hyvin pian aloittamisen jälkeen.

Blogi voi olla aika ajoin päivitettävä, päivittäistä tietoa tuottava blogi tai jopa reaaliaikainen. Yhtenä, joskin epätavallisempina tarkaisuna voi olla myös staattinen eli pysyvä

sisältö, jossa korjataan ainoastaan mahdolliset havaittavat tekniset virheet. (Korpela & Linjama 2003: 56.) Tavassa ei kuitenkaan käytetä suurta osaa blogien potentiaalista, vaan sivusto on huomattavasti vähemmän vuorovaikutteinen, kuin se voisi olla. Tämä ei välttämättä kuitenkaan vähennä sen puoleensavetävyyttä. Aika ajoin päivitettävä on hyvin väljä ilmaisu. Blogin tapauksessa, se tarkoittaa sitä, että kokonaisuutta ja etenkin sisältöä muutetaan ja päivitetään kun se katsotaan tarpeelliseksi. Esimerkiksi silloin kun on saatu tuotettua uutta aineistoa. (Korpela & Linjama 2003: 56.) Tämä tapa ei ole kovinkaan suosittu hyvin seurattujen blogien keskuudessa.

Vaikutusvaltaisimpia blogeja päivitetään yleensä useammin. Technoratin 100 luetuinta blogia päivittivät kaksi kertaa enemmän kesäkuussa 2008 kuin niistä seuraavat 500 blogia ja yli 12 kertaa todennäköisemmin kuin seuraavat 5000 blogia. Vaikutusvaltaisimmat 100 blogia ovat huomattavasti tuotteliaampia: 43 % teki merkintöjä kymmenen kertaa päivässä tai useammin. Vain 8 % päivitti kerran päivässä tai vähemmän. (Technorati 2008c.) Korpelan ja Linjaman (2003: 56) mainitsevat tällaisiksi päivystiheyksiksi päivittäistietoa antavat ja reaaliaikaiset sivustot. Päivittäistietoa antava sivusto kertoo sanomalehden tavoin esimerkiksi päivän uutiset. Reaaliaikaista bloggaamista on aloitettu harrastamaan etenkin twitterin myötä. Lyhyitä päivityksiä on helppo tehdä monta kertaa päivässä, tunnissa tai jopa minuuteissa. Hyvä esimerkki tästä on kunnioitetun Emmy Awards gaalan järjestämä twitter-sivu (CBS 2009), johon tunnetut televisiojulkikset kirjoittivat minuuttitietoa gaalan tapahtumista. Sivusto siis päivittyy reaaliaikaisesti esimerkiksi matkapuhelimen kautta tapahtuvan päivittämisen kautta.

Tärkeintä päivittämisessä on kuitenkin loogisuus. Scoble ja Israel (2006: 210-211) kertovat yhdestä aikanaan Microsoftin suosituimmista bloggajista, Christopher Brummesta. Hän päivitti blogiaan noin kerran kuukaudessa, ja kukin kirjoitus sisälsi suunnilleen 11 000 sanaa. Hän oli silti huippusuosittu ohjelmistokehittäjien joukossa – muusta yleisöstä hän ei ollut edes kiinnostunut. Eriäviäkin mielipiteitä siis löytyy. Hewlett-Packardin kansainvälisen markkinointi strategian varapääjohtaja, Eric Knitzin (2006) mielestä päivitystiheydellä ei ole väliä, vaan se on jäännöstä Web 1.0 ajoilta eli ajalta, jolloin sosiaalinen media oli huomattavasti tunnettu käsite: ”Paineesta päivitystiheyden ympärillä tulee lopulta huomattava este bloggauksen aikuistumiselle.”

Blogosfäärissä yhteisöllinen osallistuminen on Knitzin mielestä tärkeämpää lukijoiden keräämiseksi kuin päivittäiset merkinnät. Blogrollit eli listat, joiden kautta bloggaajat linkittyvät toisiinsa, ovat tärkeitä. Lopulta hänen mielestään lukijoiden kerääminen on epäoleellista blogin menestyksen kannalta, jos yleisöä ei ole kohdennettu niin, että bloggataan jostain hyvin eritellystä aiheesta esimerkiksi bloggaamisesta tai kirjoittajan uusimmasta julkaisusta. Tärkeämpää on, että kohdeyleisö tavoitetaan. Tulevaisuudessa kohdeyleisön lojaalisuudella on suurempi merkitys, koska Knitzin mukaan blogosfäärin aikuistuminen tarkoittaa myös blogimäärien vähentymistä. Lojaaliutta taas ei hänen mukaansa ylläpidetä päivittäisellä kirjoittamisella, koska tehokkaat ja lojaalit lukijat käyttävät RSS-syötteitä, jolloin he löytävät kirjoituksen heti kun se ilmestyy. He ovat siis lojaaleja sen vuoksi, että se ovat RSS-syötteen tilaajia, eivät siksi että bloggaaja kirjoittaa päivittäin. (Knitz 2006.)

Päivittäisellä kirjoittelulla voi olla jopa huono vaikutus, koska Knitzin (2006) mukaan on havaittavissa jo ”RSS-väsymystä”. Kiireisessä maailmassa ihmisillä ei ole aikaa lukea

kaikesta, vaan he ovat valikoivia. Jos bloggaaja vie liikaa lukijan aikaa, lukija ei enää jatka kirjoitusten lukemista. Ajanhukka näkyy Knitzin mukaan esimerkiksi siinä, että suuremmilla johtajilla ei ole aikaa blogata, koska bloggaamiselta vaaditaan liikaa ja tämän myötä blogosfääri menettää huomattavan määrän tärkeää tietoutta.

Lojaaleilla lukijoilla on suurempi merkitys tulevaisuudessa, koska Knitzin (2006) mukaan blogosfääri on aikuistumassa, mikä tarkoittaa myös kasvun vähenemistä. Lojaaliutta ei ylläpidetä sillä, että joka päivä on uusi kirjoitus. Miksi? Koska on RSS feeds, jonka kautta tehokkaat lukijat lukevat kirjoituksesi silloin, kun se tulee. "They will remain loyal because they have subscribed, not because you post frequently." Liian suuret vaatimukset ovat siis blogosfäärin aikuistumisen edessä. Myös järjestäytyneet bloggaajat saattavat turvautua PR-yrityksiin, joka taas vähentää blogosfäärin tehokkuutta ja arvoa.

Technoratin mukaan vain hieman yli puolet aloittavista bloggaajista päivittää enää kolmen kuukauden jälkeen aloittamisesta. Ensimmäisten kuukausien päivityspaine aiheuttaa usein sen, että käyttäjät jättäytyvät bloggaamisesta. Technoratin mukaan myös vain 11 % kaikista blogeista päivittää viikottain tai useammin.

Robert Scoble yhdessä sosiaalisen median asiantuntija Shel Israelin kanssa ottavat kantaa päivitystiheyteen kirjassaan *Blogit ja bisnes* (2006: 209-210). Heidän mukaansa jos on tietystä aiheesta intohimoinen, yksi keino tuoda se esiin on päivittää usein. Scoble on tunnettu fanaattinen bloggaaja ja hän päivittääkin tunnetuinta blogiaan Scobleizer.comia useaan kertaan päivässä. Scoble ja Israel listaavat kirjassa myös lempibloginsa ja kertovat niistä näkyvän, että he nauttivat kumpikin tuotteliaista bloggaajista, joista suurin osa kirjoittaa ainakin kerran päivässä ja loputkin useamman kerran viikossa. He kuitenkin neuvovat pitämään taukoa sellaisina päivinä, kun muut asiat tuntuvat elämässä bloggaamista tärkeämmiltä.

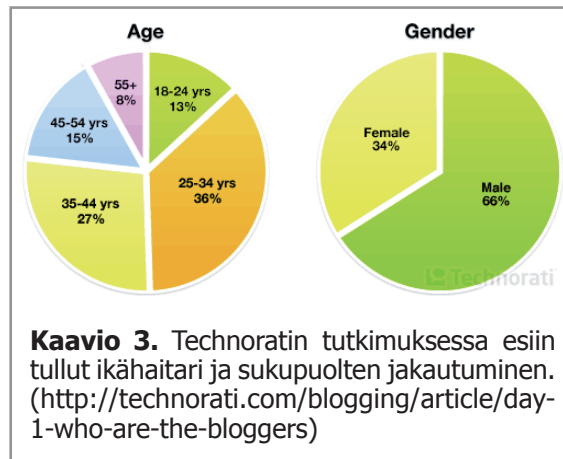
5.2 Keitä bloggaajat ovat...

Kaksi kolmesta bloggaajasta paljastaa avoimesti oman henkilöllisyytensä, mutta yksi kolmesta on huolissaan yksityisyydestään. Suurimmat syyt huolelle keskittyvät pelkoihin siitä, että ystävät, perhe ja työnantaja joutuisivat pulaan blogin sisällön vuoksi tai paheksuisivat sitä. Yhdysvaltojen ulkopuolella huoli identiteetin paljastumisesta oli suurempi ja monien eri syiden vuoksi bloggaajilla on online-identiteetti. Technoratin tutkimukseen (2008c) vastanneet selittävät päätöstään turvaamisen ja yksityisyyden lisäksi esimerkiksi kritiikiltä suojautumisella, Kiinan internet-sensuurilla tai ennakkokäsitysten välttämiseksi.

Yksi syy on myös, että he halusivat yksinkertaisesti esiintyä blogissaan esimerkiksi henkilöihahmona. Rättilän mukaan virtuaaliset yhteisöt ovat kiinnostava sosiaalisen kanssakäymisen muoto, koska niissä yksilöjäsenet voivat toteuttaa itseään lähes rajattomasti. Tästä esimerkkinä ovat nimeomaan hahmoblogit, joissa käyttäjä esiintyy virtuaalisena persoonana, joka on täysin poikkeava arkiminästä. Rättilä kertoo kuinka jo 1960-luvun lopulla J.R. Licklider ja R.W. Taylor arvioivat, että verkossa ja verkostoissa toimivat yksilöt ovat onnellisempia kuin ne, jotka eivät voi mitenkään valita, keiden kanssa ovat vuorovaikutuksessa. Ajatus saa ainakin osittain tukea virtuaaliyhteisöjen nykyisestä suosioista, johon blogosfäärin räjähdysmäinen kasvu on liitettävissä. (Rättilä 2007: 39.) Nimen kirjoittaminen ja sen esittäminen blogissa on aiheuttaa tekijäolettamuksen ja on myös

oikeudellisesti tärkeää. Kerron tästä tarkemmin luvussa 6.3.

Technoratin tutkimukseen (2008a) osallistui satunnainen otos 1,2 miljoonasta palveluun rekisteröityneestä bloggajasta. Bloggajat eivät ole yhtenäinen ryhmä, mutta koulutettuja kylläkin: 70 % vastaajista on valmistunut korkeakoulusta. Suurin osa käyttäjistä on miehiä ja lähes puolet käyttäjistä on 18-35-vuotiaita (kaavio 3). Lähes puolet vastanneista oli amerikkalaisia. Suurin osa kaikista vastaajista ei asu suurkaupunkien suurkaupunkien alueella. Ei-ensikertalaiset osallistuvat keskimäärin neljän blogin tekemiseen ja blogin keskimääräinen osallistumisaika on 3 vuotta. (Technorati 2008b.)



Kaavio 3. Technoratin tutkimuksessa esiintullut ikähaitari ja sukupuolten jakautuminen. (<http://technorati.com/blogging/article/day-1-who-are-the-bloggers>)

5.3 ... ja mistä he kirjoittavat?

Web-sivu nähdään yleensä kaksiulotteisella pinnalla, mutta sen toimivuus riippuu paljolti siitä, mikä sen sisältö on, kun se luetaan suoraviivaisesti alusta loppuun (Korpela & Linjama 2003: 17). Sisältö eli se mistä blogissa kirjoitetaan, vaan se on johdannainen aloitussyystä, joka taas riippuu siitä kenelle kirjoittaa. Pickin (2008) mukaan paras tapa erottaa on rakentaa lukijakunta ja keskittyä yhteen aiheeseen tai intressiin.

Naiset kirjoittavat miehiä todennäköisemmin henkilökohtaista blogia, kuten myös heidän kirjoittamiensa merkintöjen aiheet ovat useammin henkilökohtaisia, esimerkiksi perhettä käsitteleviä tai henkilökohtaista pohdintaa. Naiset bloggaavat pitääkseen yhteyttä ja luodakseen suhteita. He ovat myös todennäköisemmin keskustelevia blogissaan kuin miehet. (Technorati 2008b.)

Maantieteellisesti ja kulttuurillisesti katsottuna aasialaiset bloggaavat eri asioista kuin eurooppalaiset. Heidän profiilinsa blogosfäärissä on muutenkin hieman erilainen. Tutkimuksen perusteella tyypillinen aasialainen bloggaja on 18-34-vuotias, naimaton opiskelija, joka kirjoittaa todennäköisimmin musiikista ja epätodennäköisimmin politiikasta. Myös eurooppalaiset kirjoittavat mielellään musiikista ja sen lisäksi tietokoneista. Henkilökohtaiset pohdinnat ja uskonto ovat epätodennäköisempiä aiheita. Eurooppalainen stereotyyppinen bloggaja on myös todennäköisesti 18-34-vuotiaita – ja mies. Aasialaisiin verrattuna eurooppalaiset ovat sitoutuneempia Web 2.0 aktiviteetteihin, mutta vähemmän keskittyneitä rahastukseen. (Technorati 2008b.)

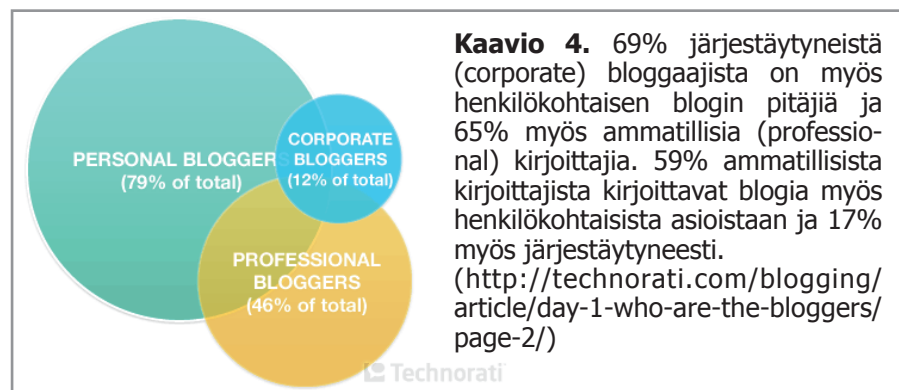
Kansainväliset bloggajat ovat usein vähemmän keskustelevia ja sarkastisia blogeissaan. Aasialaiset ovat enemmän motivoivia ja tunnustuksellisia kun taas eurooppalaiset ovat hyökkäävämpiä. Naiset ovat enemmän keskustelevia bloggaustyyliiltään ja miehet enemmän asiantuntijoita. Alle 34-vuotiaat ovat enemmän tunnustuksellisia kun taas yli 35-vuotiaat ovat bloggaustyyliiltään eksperttejä omassa elämässään. (Technorati 2008c.)

Useimmat bloggaajat kirjoittavat useista eri aiheista. Sekä henkilökohtaiset että ammatilliset aiheet ovat yhtä suosittuja. Puolien bloggaajien mielestä heidän tyyliinsä on vilpitön, keskusteleva, huumorintajuinen ja asiantunteva. Bloggaaminen voidaan käsittää myös kaikenkertovana, juoruavana, sarkastisena ja ”tunnustavana” kirjoittamisena. Tällainen tyyli on tutkimuksen (Technorati 2008c) mukaan vähemmän vallitseva. Vähemmän kuin yksi viidestä ajattelee itseään sarkastisena ja tunnustuksellisenä kirjoittajana. Bloggaajat kirjoittavat itse omat ”kipakat” otsikkonsa tai he käyttävät lähdemateriaalin otsikkoa.

5.4 Henkilökohtainen, ammatillinen vai järjestäytynyt

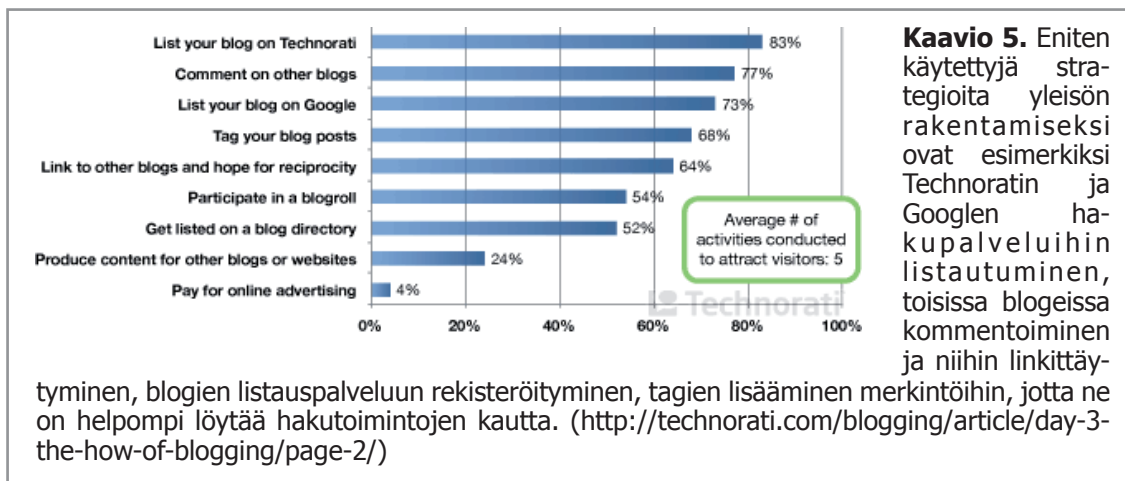
Bloggaajat luokittelevat itsensä blogiensa tyyppin mukaan seuraavasti: henkilökohtainen, ammatillinen tai järjestäytynyt esimerkiksi yrityksen puitteissa kirjoitettava blogi. Henkilökohtaisessa blogissa blogataan omista mielenkiinnonkohteista, jotka eivät ole yhteydessä työhön. Ammatillisissa blogeissa blogataan ammattialasta ja työstä mutta ei virallisesti yrityksen nimissä. Järjestäytynyt bloggaus tarkoittaa sitä, kun blogataan yrityksen työntekijän roolissa. (Technorati 2008b.)

Joka neljäs viidestä bloggaajasta kirjoittaa henkilökohtaista blogia. Puolet bloggaajista kirjoittavat työstään. Bloggaus ei siis välttämättä ole heidän täysipäiväistä työtään vaan he kertovat ammattialastaan ja työstään epävirallisessa roolissa. 12% bloggaajista blogga virallisesti yrityksen nimissä. Luokittelun kohdat eivät sulje toisiaan pois, sillä esimerkiksi yli puolet ammatillisista ja järjestäytyneistä bloggaajista kirjoittaa myös henkilökohtaista blogia (kaavio 4). Se voi olla erillinen blogi tai heidän henkilökohtaisista mielenkiinnon kohteistaan työssään. Kun bloggaajia profiloidaan enemmän Technoratin tutkimuksessa (2008b) esiin tulee jonkinlaisia valtavirtauksia.



5.5 Blogien työkalut

Kun bloggaamisen aloittaa on valittava julkaisualusta sekä mietittävä julkaiseeko tekstejä nimellä vai nimimerkillä. Ilmaisia julkaisualustoja on saatavilla monenlaisia. Pickin (2008) mukaan valmiista ilmaisista julkaisualustoista suosituimpia ovat Blogger.com ja Wordpress.com. Molemmat ovat hyvin helppokäyttöisiä ja blogia voi päivittää internet-selaimessa. Suurin osa bloggaajista päivittääkin netin välityksellä.



Bloggaajat ovat hyvin sivistyneitä RSS-syötteen, videon, kuvien ja bloggauksen mobiililyökalujen käyttäjiä. He käyttävät useita välineitä houkutelakseen kävijöitä blogiinsa. (Kaavio 5.) Bloggaajien mukaan kaikki tämä työ on tuottanut tulosta. Yli puolet aktiivisista blogeista houkuttelee yli 1000 kuukausittaista kävijää. Kesäkuussa 2008 suosituin tagi bloggaajien keskuudessa oli "uutiset", joka esiintyi 200 000 kertaa tuon kuukauden sisällä. Muita hyvin yleisiä tageja olivat musiikki, video, politiikka ja business. Bloggaajat linkittäytyvät muille sivustoille: keskimääräisesti yhdestä blogista löytyy 29 linkkiä ja 30 linkkiä muilta sivustoilta blogiin. (Technorati 2008c.)

Enemmällä kuin kahdeksan kymmenestä on kommentointipalvelu. He arkistoivat myös merkintänsä. Toiset käyttävät videota ja kuvia blogeissaan, tai päivittävät ne mobiililaitteella. Keskimäärin, bloggaajat käyttävät seitsemää eri työkalua tutkimuksessa (Technorati 2008c) listatuista kolmestatoista. Hyvin lukijakeskeiset bloggaajat pitävät blogeissa kävijöistä huolta järjestämällä tapahtumia lukijakunnalleen. Yksi viidestä henkilökohtaisesta bloggaajasta järjestää henkilökohtaisia tapahtumia lukijoilleen. Järjestäytyneistä bloggaajista yksi kolmesta investoi tapahtumiin.

6 Mitä haasteita bloggaamisessa on motivoinnin kannalta

Korpela ja Linjama (2003: 56) puhuvat yleisesti nettisivujen tekemisestä, mutta samat periaatteetsamoja periaatteita pätee myös blogeihin ja bloggaamiseen. Ennen kuin sivuja aletaan tehdä, tulisi tarvetta miettiä monelta kannalta. He kehoittavat suunnittelijaa tekemään suunnitelman, joka on yksinkertainen ja kohtuullisen nopeasti toteutettavissa. Molemmat löytyvät bloggaamisesta jo lähtökohtaisesti; blogeja varten on valmiita julkaisualustoja, joissa on valmiiksi yksinkertaisia valinnaisia ulkoasuteemoja. Sivujen tekemisessä tulisi siis pitää mieli kirkkaana ja keskittyneenä, jotta idea pysyy selvänä – myös lukijalle. Suurin haaste onkin nähdä oma sivusto käyttäjän silmin, siksi rakentava kritiikki kannattaa kuunnella, mutta muovata omannäköiseksi. (Korpela & Linjama 2003: 146.)

Verkkokirja Yritys 2.0 (2008) kertoo miten yritykset ovat siirtymässä sosiaalisen median myötä uudenlaiseen maailmaan. Maailmaan, jossa salailun, yksisuuntaisen viestinnän ja ylimielisyyden asemesta hallitsevat avoimuus, jakaminen, yhteistyö ja osallistuminen. Ajatus on hyvin idealistinen ja siksi haastava. Toisaalta Kilpi (2006:25) toteaa bloggaamisen syitä miettiessään, että ”omassa blogissamme olemme aina oikeassa, ainakin jos emme salli ulkopuolisten kommentteja.”

Uuden median vaikutuksia yhteisöllisyyteen pohditaan yhä enemmän. Asiayhteydestä riippuen vaikutukset nähdään joko negatiivisina tai positiivisina. Sosiaalinen media luo paljon mahdollisuuksia, mutta samalla syö vanhoja tapoja ja jopa perinteitä. Esimerkiksi sähköpostiviestit aikanaan korvasivat osittain siihen asti postitse lähetetyt kirjeet. ”Tämän muotoinen sosiaalinen media sopii online-sukupolvelle, joka on liian kiireinen pitämään yhteyttä (Wikipedia, 2008a)”. Kyseessä on mikroblogipalvelu twitter, jossa voi blogata 140 merkillä, päivittämällä internetissä, puhelimella tai pikaviesteillä.

Rättilä (2007: 38) asettaa optimistiset ja pessimistiset yleisnäkemykset rinnakkain: ”Optimistisissa arvioissa verkko tarjoaa mahdollisuuden synnyttää ja ylläpitää uusia, vapaaehtoisuuden ja yhteisen kiinnostuksen varaan rakentuvia yhteisöjä, joita eivät enää sido ajan ja paikan, eivätkä välttämättä myöskään kielen ja kulttuurin asettamat rajat. -- Pessimistisemmissä näkemyksissä verkon nähdään edistävän yhteiskuntien yksilöllistymistä, kollektiivisten arvojen katoamista ja poliittista passivoitumista.” Mielipiteitä suuntaan ja toiseen löytyy useita. Opinnäytetyössäni näen bloggaamisen positiivisena toimena, jolla on monia hyötyjä. Näitä hyötyjä voidaan tehostaa ja nostaa esiin motivoimalla keskustelua, sillä kuten jo aiemmin todettu – keskustelu on blogien herkullisin osa.

Ennen itse motivoinnin aloittamista, blogin rakentamisessa tulisi ottaa huomioon monia rakenteellisia ja sisällöllisiä seikkoja, jotka kuitenkin vaikuttavat jo itsessään etenkin lukijan motivaatioon. Yksi internetin keskeisiä tavoitteita on esteettömyys ja saavutettavuus (accessibility). Web-sivujen sisältöön tulisi päästä käsiksi helposti ja sivustossa liikkumiselle ei saisi asettaa turhia esteitä. Tällaisia voivat olla esimerkiksi pääsivulla olevan olennaisen tiedon esittäminen ainoastaan kuvina tai sen rakentaminen ainoastaan hiirellä tehtävien, tarkkaa kohdistamista vaativien toimenpiteiden varaan. (Korpela & Linjama 2003: 16.)

Esteitä saattaa olla myös tekstissä. Pääsivulla voi olla esimerkiksi tarpeetonta virkakielistä selitystä, jota tavallinen saati lukihäiriöinen sivustolla vierailija ymmärtää heikosti. Paremmalla suunnittelulla tällaisista esteistä on helppo päästä eroon (kuva 16). Suunnittelussa tulee aina ensin ottaa huomioon kysymys siitä, kenelle kirjoittaa. Sen jälkeen pystyy kartoittamaan paremmin kohderyhmälle mahdolliset esteet. Ongelmista huolimatta Web muodostaa merkittävän välineen monille ihmisille, joille monet muut viestinnän muodot ovat vielä ongelmallisempia ja mahdottomampia. (Korpela & Linjama 2003: 16.) Samat periaatteet pätevät blogeihin.

Tekstikoko: A A A

Kuva 16. Yksi mahdollisuus on suurentaa tekstikokoja. Blogeissa tällainen mahdollisuus poistaisi monia ongelmia ja lisäisi luettavuutta monille erilaisille ihmisille. (<http://www.iltasanomat.fi/>)

Seuraavissa luvuissa 6.1-6.6 käyn läpi asioita, joita bloggaajan tulisi ottaa huomioon lukijalle kirjoittaessaan.

6.1 Lukijoiden erilaiset taustat: Kenelle kirjoitetaan?

Hyvin tärkeä kysymys minkä tahansa tekstin kirjoittamisessa on se, kenelle tekstiä kirjoitetaan. Opinnäytteessäni käsittelen blogeja, joiden tarkoituksena on suunnata sisältönsä lukijoille, kohderyhmälle. Blogeissa on siis jo ennen tekstin kirjoittamista oltava suunta ja yleisö. Kirjoittaminen on lähtökohtaisesti julkista ja suunnattua. Vastaanottaja voi olla säännöllinen lukija, hakukoneen kautta tullut kävijä, muut bloggaajat, blogin nichen eli kohderyhmän, "markkinaraon" jäsenet tai jopa media. (Garrett 2007.) Olettaen, että blogi ei ole suojattu esimerkiksi salasanalla, siellä voi käydä kuka tahansa. Silti kirjoitukset on suunnattu jo jollekin ryhmälle ja ensisijaisesti tämän ryhmä on otettava huomioon kirjoitettaessa ja motivoitaessa heitä keskusteluun. Mitä laajemmat tavoitteet tässä suhteessa valitaan, sitä vaikeammaksi tilanteen hallinta menee. Hyvin rajattu kohderyhmä ja täysin rajaamaton ovat molemmat hyvin harvinaisia. Valinta ei kuitenkaan yleensä tarkoita sitä, että jotkut ihmiset rajataan kohderyhmän ulkopuolelle, vaan millaiset ihmiset pyritään erityisesti ottamaan huomioon. Esimerkiksi suomalaisen yhteiskunnan sisällä on suurta vaihtelua ihmisten välillä. Tärkeintä onkin aloittaa siitä, ettei rakenna tarpeettomia esteitä. Käyttäjää ei kannata yrittääkään vangita kepposkonstein, vaan esteet tulisi sekä saavutettavuudelle että poispääsulle olla vähäiset. Erilaiset ryhmät tarvitsevat erilaisia esitystapoja, aina kieltä myöten, siksi kohderyhmän rajaaminen helpottaa kirjoittamisen suuntaamista huomattavasti. (Korpela & Linjama 2003: 16, 50, 146.) Yleensä aihe rajaa kohderyhmää jo jonkin verran, joten lähtökohta voi olla hyvin omakohtainen. Kohderyhmä rajaa kirjoittamistyyliä kuitenkin huomattavasti lisää ja kompaktin kirjoittamisen takaamiseksi kohderyhmä on hyvä selvittää.

Erilaisuus on valttia niin kirjoittamisessa kuin keskustelussa. Kirjoitettaessa tämä erilaisuus on otettava huomioon, sillä ihmisten välillä on suuria kielitaidon, henkisten kykyjen, tietomäärän, aistien toimivuuden, liikuntakyvyn, iän, lukemistyylin, kulttuurisia ja ympäristöllisiä sekä monen muun ominaisuuden eroja. Tämän lisäksi henkilöiden elämäntilanteet vaihtelevat. (Korpela & Linjama 2003: 16.) Muuttuvia tekijöitä on useita, mutta lähtökohtaisesti kohderyhmällä on todennäköisesti jo jotain yhteistä. Samat tekijät, jotka erottavat kohderyhmän henkilöitä, muodostuvat myöhemmin tapahtuvassa keskustelussa.

sa rikkaudeksi, sillä erilaiset taustat tuovat usein myös erilaisia näkökulmia keskusteluun. Tämä taas rikastuttaa keskustelua.

Kaikki ihmiset ovat sidoksissa opittuihin tapoihin jäsentää ja kokea maailmaa. Tapoja opitaan eri tahoilta ja siksi jokainen meistä on sidoksissa moneen kulttuuriin. Se, mikä on opittu tiedostamattomasti ja ilman erityistä opetusta, on yleensä vahvimmin opittua. Esimerkiksi niinkin jokapäiväinen asia kuin värit ja niiden merkitys riippuvat henkilön omasta kulttuurista. Toisen kulttuurin edustajalle saattaa olla vaikea hahmottaa, että toiselle valkoinen tarkoittaa puhtautta, kun hänelle merkitys on aivan toinen. Sama liittyy voimasanojen käyttöön. Se on sekä kulttuurikohtaista, että henkilö- ja ympäristökohtaista.

Käsitykset voimasanojen käytön hyväksyttävyydestä eroavat rajusti. Kokematon bloggaa- ja saattaa erehtyä käyttämään tehostesanoja, joihin on tottunut lähipiirissään. Jos blogin kohderyhmään kuuluu myös muita lukijoita, on otettava huomioon, että osan lukijoiden mielestä ne saattavat olla täysin tarpeettomia ja saavat helposti heidän silmissään aivan toisen luonteen. (Korpela & Linjama 2003: 180.) Vihamielisyys ei kannusta vapaata viestintää, vaan luo usein lisää vihamielisyyttä. Se koetaan myös merkinä epävarmuudesta, jota vastaan hyökätään yleensä vihamielisyydellä tai vaiennutaan kokonaan. (Zimbio 2008, Garrett 2008.) Kumpikaan ei ole ihanteellista keskustelua herätettäessä. Henkilön kunnioittamisen ja kommunikoinnin välillä on selvä riippuvuussuhde. Jotta bloggaa- ja voi asettaa keskustelun henkilökohtaisemmalle tasolle, hänen tulee tuntea keskustelun osapuolet. (Zimbio 2008.)

Bloggaa- ja saattaa tulla helposti väärinymmärretyksi omien käsitysten vallatessa blogin. Aiheista ei tarvitse tinkiä, mutta kohdeyleisöstä riippuen kielessä ja symboleja käytettäessä kannattaa olla yleisesti kohtelias ja kunnioittava lukijoita kohtaan. Korpela ja Linjama huomauttavat sanojen suhteettoman voimakkuuden vievän sanoilta pohjan, jolloin kirjoittajan uskottavuus vaarantuu: ”Englantia puhuvassa maailmassa koetaan natseihin vertaaminen vielä suhteettomammaksi kuin esimerkiksi Suomessa.” Tämä saattaa johtaa siihen, että monet ilmaisut koetaan tasa-arvokäsityksiä loukkaaviksi, vaikka niitä ei sellaisina ole tarkoitettu. Silloin kyse ei ole enää sisällöstä, vaan asian esittämistavasta. Keskustelun kannalta joskus on tarpeellista esittää asioita, jotka voivat loukata muiden ihmisten pyhimpiä arvoja ja vakaumuksellisimpia asenteita – tai ainakin ärsyttää heitä. Jos blogin tarkoitus ei kuitenkaan sellaista vaadi, on hyvä välttää kaikkea, jonka joku voi kokea asiattomaksi tai loukkaavaksi. (Korpela & Linjama 2003: 65-66, 180-181.)

Tilanteet, joissa joudutaan väkisin ottamaan kantaa rooliajatteluun, ovat hankalimpia. Esimerkiksi naisten ja miesten väliset roolit saattavat toisten mielestä olla mielenkiintoisia ja toisten mielestä outoja. Blogia saattaa esimerkiksi pitää pariskunta, jossa nainen on korjaaja ja mies ruuanlaittaja. Tällaisissa asioissa tulisi miettiä, mikä on sivujen ensisijainen kohderyhmä ja mikä heidän kannaltaan on vähiten häiritsevää. (Korpela & Linjama 2003: 181.) Samalla tavalla kuin kirjoitusaiheisiin, myös kirjoituskielen valinta on kohderyhmälähtöistä. Jos kohderyhmä sisältää monia eri kansallisuuksia on varmasti perusteltua kirjoittaa blogia englanniksi.

6.2 Lukemiskokemus

Lukemiskokemukseen vaikuttaa se, onko aihe lukijalle tärkeä ja kiinnostava. Siihen vaikuttaa myös kirjoittajan oma mielenkiinto aiheeseen ja sen käsittelytapa. Ensivaikutelma on tärkeä ja siihen vaikuttavat ensimmäiset silmään osuvat elementit, joiden joukossa on luonnollisesti otsikot. Otsikon mukaan lukijoiksi valikoituvat oikeat ihmiset. Jokainen kohderyhmä vaatii erilaista lähestymistapaa blogissa puhuttaviin asioihin. Sekä otsikko että merkinnän ensimmäiset lauseet vaikuttavat siihen jaksavatko lukijat lukea kirjoituksen loppuun saakka. Suurelle osalle käyttäjistä vain pieni osa sisällöstä on tärkeää. (Korpela & Linjama 2003: 54, 61.) Samaa periaatetta ajaa Bill McConnellin (2006) 1 prosentin sääntö. Hänen mukaansa Wikipediassa käy kuukausittain 25 miljoonaa lukijaa, mutta vain 1-2 prosenttia kävijöistä tuottaa sivulle sisältöä. Knitzin (2006) mukaan sama pätee blogosfääriin, ainoastaan 1% bloggaajista kirjoittaa oikeasti laadukasta sisältöä.

Korpelan ja Linjaman (2003: 53-54) mukaan yleisenä neuvona voidaan sanoa, että sivuja ei tulisi tehdä, ennen kuin mieleen nousee luonnostaan paitsi aihe myös ajatus siitä, mitä uutta esitettävää sinulla on aiheesta. Samanlaisia mielipiteitä nousi esiin käsitellessäni päivitystiheyttä luvussa 5.1. Pelkkä bloggaajan kiinnostus jostakin ei kuitenkaan välttämättä kiinnosta lukijoita. Blogissa kyse on lähtökohtaisesti jostain bloggaajalle henkilökohtaisesta ja mielenkiintoisesta, jolloin kirjoitus on yleensä jotain omaan tekemiseen liittyvää. Kohdeyleisö ei välttämättä ole miljoonaluokkaa, mutta joitakin lukijoita aihe saattaa kiinnostaa. Bloggaajan kirjoittama runo saattaa puhutella lukijaa tai essee innostaa miettimään asiaa. Blogilla tulisi olla oma nichensä parhaimman erottuvuuden takaamiseksi. Blogissa käsiteltävien aiheiden rajausta on kuitenkin vähintään, jota lukemiskokemuksen mielekkyyden takaamiseksi voi tehdä.

Käyttäjän lukemiskokemukseen vaikuttaa vahvasti sivuston visuaalinen rakenne. Suunnittelijalle sivusto näkyy selkeänä kokonaisuutena, käyttäjän silmin sama tapahtuu huomattavasti harvemmin. Käyttäjälle "sivuston" käsite on täysin epäolennainen, eikä hän esimerkiksi hakukoneiden kautta etsiessään aina löydä pääsivulle. Tai vaikka löytäisikin, siinä ei välttämättä ole hänelle ensimmäiseksi olennaisinta tietoa. Verkossa vaelluskulttuurin vallitessa, eli sivuista toisille hypellessä, blogin tunnistettavuus on kuitenkin hyödyllistä. Kun käyttäjä käy monesti samalla sivustolla, jossa jokaisen sivun tunnuspiirteet ovat samat, hän oppii tunnistamaan sen blogin osaksi. Blogialustat tarjoavat jo valmiiksi ulkonäöllisesti loogisia pohjaratkaisuja. Tunnettavuuteen vaikuttaa myös yleinen jäsenyys. Ilmeen tunnistamisella on merkitystä etenkin, kun käyttäjä on oppinut blogin sisällön salat eli minkälaisesta sisällöstä yleisesti on kyse. "Pelkkä tuttuus ei merkitse

Kuva 17. Vasen kirjain on Tahoma (groteski) ja oikea Times New Roman (antiikva-fontilla). Antiikvassa kirjainten viivat päättyvät pieneen, kirjainviivaan nähden lähinnä kohtisuoraan pääteviivaan, jonka vuoksi sitä kutsutaan myös pääteviivalliseksi eli serif-fontiksi. Antiikvassa kirjainten eri viivat ovat monesti eri paksuisia, toisin kuin groteskissa, jossa kaikki viivat ovat yhtä paksuja. Groteskissa ei ole myöskään pääteviivoja, minkä vuoksi sitä sanotaan pääteviivattomaksi eli sans serif-fontiksi. (Korpela & Linjama 2003: 378.)

paljoakaan, ellei siihen liity mielikuvaa siitä, mitä on odotettavissa.” (Korpela & Linjama 2003: 145-146.)

Tekstin kannalta luettavuus on tärkeää saavutettavuuden kannalta. Käsittelemieni blogien sisältö on kokonaan tai ainakin pääosin tekstiä. Niiden kannalta on tärkeää ajatella ulkonäköä myös tekstin kannalta, sillä usein kirjainten muoto luo sivustolle sen pääasiallisen tunnelman.

Kirjaisimia on kahta päätyyppiä, groteski ja antiikva (kuva 17). Koska fontit ovat hyvin erilaisia, niiden käyttötarkoituksissa on eroja. Pääsääntöisesti antiikvaa käytetään yleensä leipätekstissä eli suurissa määrissä tekstiä. Groteskeja fontteja taas on otsikoissa ja lyhyissä teksteissä, koska se on suurempi kokoisena miellyttävämpää luettavaa. Toisaalta se on luettavaa myös pienempänä, kun taas samankokoinen antiikva saattaa olla epäselvää. Nämä säännöt pätevät pääosin painotuotteisiin, mutta on jossain määrin sovellettavissa myös Web-ympäristöön. Antiikvan käyttö tekstissä tulkitaan usein viestiksi siitä, että kyse on selvästi leipätekstistä ja kirjallisesta esityksestä. Groteskin koetaan sopivan myös Web-ympäristön leipätekstiksi, etenkin sen korostettuihin osiin. Yhdellä sivulla ei kannata leipätekstin esittämisessä käyttää yleensä enempää kuin yhtä tekstityyppiä, ellei erityistä syytä tekstin erotteluun ole. Tällainen syy saattaa olla esimerkiksi lainauksen erottaminen muusta leipätekstistä. Tähän on kuitenkin muitakin keinoja, kuten fonttikoon pienentäminen ja tyylin muuttaminen esimerkiksi kurssiiviksi. Ainoastaan otsikot ja muut korostusta vaativat kohdat tulisi esittää leipätekstistä poikkeavalla tavalla. (Korpela & Linjama 2003: 378-380.)

Myös tekstinpituudella on vaikutuksensa lukemiskokemukseen. Pääsääntöisesti voidaan ajatella, että se mitä paperilla luetaan neljänä sivuna, tulisi ruudulla olla yhden ruudun pituinen. Korpela ja Linjama (2003: 132) mainitsevatkin hyväksi tavoitella sitä, että sivu mahtuu kerralla selaimen ikkunaan, eikä sisältöä tarvitse vierittää esiin. Selainten ikkunakoko kuitenkin vaihtelee näytöstä riippuen paljon, jonka vuoksi tätä on mahdotonta toteuttaa täydellisesti. Asiasta ilmeni myös toisenlainen kanta Scoblen ja Israelin kertomassa tapauksessa, jossa blogattiin vain kerran kuukaudessa monta sivunmittaa (ks. s. 27). Korpela ja Linjama ehdottavat myös, että tekstin ollessa pitkä, se jaettaisiin useaksi sivuksi eli blogeista puhuttaessa kirjoitusta voisi katkoa useaan eri päivitykseen. Aiheesta ja tekstikokonaisuudesta riippuen tämä voi toimia. Turha klikkailu saattaa silti aiheuttaa turhaa ärtymystä. Pääsääntöisesti tekstin tulisi siis olla saatavilla helposti ja ilman turhaa klikkailua. Pituuden ratkaisuun on monia ratkaisutapoja, eikä ole yhtä sanottua oikeaa tapaa. Suositusten mukaan keskivertoihminen ei jaksa kuitenkaan keskittyä kauaa, joten tekstin pitäminen lyhyenä on turvallisempi ratkaisu motiivoinnin kannalta.

6.3 Tekijäolettaus

Riippuen siitä miten bloggaaja esittelee itsensä blogin yhteydessä, tekstien lukijalle tulee ennakkokäsitys siitä, mitä hän on lukemassa. Jotkin bloggaajat haluavatkin välttää tämän ennakkokäsityksen esiintymällä nimimerkillä tai esittelevät itsensä eritavoin (Technorati 2008c):

”KUNNIOITAN YRITYSTÄNI SUURESTI. ITSEASIASSA HALUAISIN MAINITA SEN BLOGISSANI, MUTTA EN HALUA TULLA NÄHDYKSI YRITYKSEN EDUSTAJANA, JOTEN VÄLTÄN AIHETTA NIIN PALJON KUIN MAHDOLLISTA, ENKÄ OLE KOSKAAN MAININNUKSI SITÄ BLOGISSANI.”

”EN HALUA IHMISTEN LIITTÄVÄN NEUVOJANI JOHONKIN, JOKA SOVELTUU VAIN KOHDAKSI ALAN AMMATTILAISEN DEMOGRAFIASSANI. OLESSANI ’MATTI MANAGERI’ PIDÄN ENNAKKOKÄSITYKSET TOISAALLA.”

Riippuen siitä miten bloggaaja jatkaa kirjoittamista, lukija täydentää luomaansa ennakokäsitystä tai toteaa sen vääräksi. Kirjoittajan esittelemisessä tulisi siis ottaa huomioon se, mistä näkökulmasta aikoo kirjoittaa ja minkälaisista asioista. Esittely on myös omiaan tukemaan blogin uskottavuutta ja se myös yksi tekijä ensivaikutelman luojana.

Nimen kirjoittaminen on Korpelan ja Linjaman (2003: 134) mukaan merkittävää myös oikeudellisesti, koska se luo niin sanotun tekijäolettaman: ”Oikeudellisesti teoksen tekijänä pidetään sitä, joka on teoksessa itsessään ilmoitettu sen tekijäksi, ellei voida todistaa toisin olevan.” Tämä on myös riippumatonta siitä, onko nimi linkki tai onko sen yhteyteen liitetty copyright-merkki. Puhun tarkemmin bloggaamiseen liittyvistä oikeudellisista seikoista luvussa 6.6.

6.4 Tekstin kirjoittaminen

Haaste bloggaamisessa on myös se miten kirjoittaa sekä itseä että muita kiinnostavista aiheista – kiinnostavasti. Tekstin rakenteella on merkitystä etenkin lukijan kannalta, joka on keskeisessä roolissa motivoitaessa lukijaa osallistumaan keskusteluun.

Oletetaan, että bloggaajalla on lähtökohtaisesti paljon sanottavaa valitsemastaan bloggaamisaiheesta, siksi vastaan tulee usein valinnan vaikeus. Miten sanoa asia yksinkertaisesti, mielenkiintoisesti ja tiivistetysti? Korpelan ja Linjaman (2003: 62) mukaan tähän tulisi käyttää valtaosa valmisteluajasta, jotta kirjoittaja tietää mitä on sanomassa. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että sanottava tulisi tiivistää mahdollisimman paljon ja pieneen tilaan. Suurin osa ihmisistä on kiinnostunut vain pienen hetken, jonka vuoksi kirjoituksen laajuus ja yksityiskohtaisuus ovat harvemmin hyviä asioita. Tähän liittyy myös kommentteille tilan jättäminen, jota käsittelemme luvussa 11.1.

Pääotsikon on oltava sanoma, ei ainoastaan luokitus aiheesta. Parhaimmillaan se toimiikin iskevänä viestinä, joka jää lukijoiden mieliin ja jota he toistavat – ja vievät näin eteenpäin esimerkiksi omassa blogissaan uusille lukijoille. Tähän liittyy myös bloggaamisessa esiintyvä valtavaikutus, josta kerroin luvussa 4.4. Jos merkintä on todella pitkä, kannattaa harkita esimerkiksi sen pilkkomista alaotsikoiden alle. Silloin teksti on paremmin hahmoteltavissa. Otsikoinnin tavoin myös ingressillä eli tekstiä ennen sitä kokonaisvaltaisesti esittelevässä ”koukussa” on tarkoituksensa. Se muodostaa omillaan kokonaisuuden, joka on ymmärrettävissä myös erillisenä. Ingressi on yksi tekstin ensivaikutelman tekijöistä, jos sellaista on päätetty käyttää tekstiä esittelemään. Se ei ole kuitenkaan kovinkaan yleinen käytäntö bloggaamisessa. Laajemman tekstin kokonaisuutta se selkeyttää. (Linjama & Korpela 2003: 62-63.)

Linjama ja Korpela liittävät sivustojen tekstiosuudet journalismiin. Vaikka kaikki bloggaaminen ei olekaan journalismia, on sitä verrattu ja rinnastettu perinteiseen mediaan ja tätä myöden myös journalismiin. Näkökulmasta riippuen bloggaamista voi ajatella journalismina tai ei. Yleisistä journalismin säännöistä löytyy tekstin kirjoittamiseen hyviä suuntaa-antavia neuvoja. Uskottavuuteen vaikuttaa asiatarkkuus. Siksi tulisikin aina tarkistaa asiatiedot mahdollisimman tarkasti. Samoin kuin yleisön tulisi erottaa helposti tosiasiat ja niiden taustoittaminen mielipide- ja fiktiivisestä aineistosta. Journalistisen tyyllilajin ja muodon valintaa tämä ei kuitenkaan rajoita. (Linjama & Korpela 2003: 67.)

Lehteä lukiessa on yleensä selvää, minkälaisesta kirjoituksesta on kyse. Blogeissa se ei aina välttämättä ole selvää. Siksi on olennaista, että aineiston luonne olisi helposti tunnistettavissa heti lukemista aloitettaessa. Tekstin tyylin tulee vastata blogin tarkoitusta mahdollisimman hyvin. Kun on valinnut kohderyhmän ja aiheen, tyyli tulee varsin luonnollisesti niihin kahteen tavoitteeseen kohdistuen. Tyyli kertoo tekstin kirjoittajasta ja hänen tarkoituksestaan enemmän kuin hänen tarkoituksensa on ollut kertoa. Huoliteltu teksti kertoo myös, että kirjoittaja välittää lukijasta ja haluaa esittää asiansa hyvin. Huolimaton taas viestii usein kiireestä, jolloin asiaa on harvoin ajateltu loppuun saakka. Sekä tyyllillä, että tekstin huolitellulla on tärkeä osa kirjoittajan uskottavuudessa. (Linjama & Korpela 2003: 68, 168.) Bloggaajan ei siis tulisi olettaa, että lukija ymmärtää hänen käyttämiään termejä. Tämä ei tarkoita ainoastaan ammattisanastoa, vaan pelkästään sanojen merkityksillä saattaa olla erilaisia merkityksiä eri lukijoille, kuten totesin luvussa 6.1 lukijoiden taustojen huomioonottamisesta. Tekstissä tulisi kiinnittää huomiota sanojen lisäksi myös siihen, minkä viestin se välittää. Sekavien signaalien lähettäminen tekstin lomassa, viestii lukijalle lähinnä sitä, että kirjoittaja ei ole täysin varma siitä mitä kirjoittaa, jolloin hänen asemansa tekstiin nähden ei ole kovinkaan uskottava. (Zimbio 2008.)

Tekstin lopussa kannattaa esitelmän tavoin tehdä jonkinlainen yhteenveto, jossa lukija voi palata käsiteltyyn ja jossa kaikki tekstissä linkittyy yhteen.

6.5 Luettavuus ja blogin ulkoasu

RSS-maailmassa ulkonäöllä ei ole kovinkaan suurta merkitystä, mutta on silti vielä paljon lukijoita, jotka käyvät blogien sivuilla, eivätkä lue niitä RSS-lukijoista. Esimerkiksi satunnainen blogin lukija saattaa löytää tiensä blogiin hakukoneen kautta, jolloin sen tulisi viestittää blogin sisällöstä omalla tavallaan. Siksi on perusteltua pitää huolta myös blogin ulkonäöstä ja käytettävyydestä (usability).

Blogit ovat useimmiten rakennettu saman kaavan mukaan, joten vaikka käyttäjä tulisikin hakujärjestelmän kautta mille tahansa sivulle yhtenäisyys säilyy. Tämä pitää kuitenkin muistaa myös merkintöjä tehdessä. Blogi tulee olla järjestetty niin, että millä tahansa sivulla kävijä tuntee itsensä tervetulleeksi ja löytää myös pääsivulle ja sen kautta muihin merkintöihin. Tunnistettavuus on siis varsin hyödyllistä lukijoita tavoiteltaessa. (Linjama & Korpela 2003: 146.)

Tunnistettavuus koostuu asioista, jotka ovat sivustolle ominaisia, kuten logo, taustakuva, väriyty, tekstityyppi tai yleisrakenne. Näiden kautta lukija oppii tunnistamaan merkinnät osaksi sivustoa. Mitä elävämpi ja kehittyvämpi sivusto on, sitä tärkeämpää

tunnistettavuus lukijalle on. Koska rakenne havaitaan yleensä eriksi ulkonäöstä, sen tulisi olla mahdollisimman pysyvä. Valmiita blogialustoja ja niiden tarjoamia pohjaratkaisuja käytettäessä tämä on jo lähtökohtaisesti taattua, mutta itse sivuja muokatessa nämä periaatteet on hyvä pitää mielessä. Jotta pysyvyys on mahdollista, blogi on suunniteltava jo alusta alkaen hyvin. Esimerkiksi muutosten tuulissa permalinkkien tulisi pysyä samoina, koska ne vaikuttavat esimerkiksi muilla sivuilla oleviin viittauksiin. Pelkkä tuttuus ei kuitenkaan merkitse paljoo, ellei siihen liity mielikuvaa siitä, mitä on odotettavissa. (Linjama & Korpela 2003: 146, 154.)

Tekstipalkit ovat muodoltaan käytännössä aina suorakulmioita. Yleensä selaimet asettelevat lohkot suhteellisen järkevästi ja RSS-syötteiden aikana ulkonäköön saattavat vaikuttaa ainoastaan tekstin fontti, tyyli, koko, rivin pituus, riviväli ja muuten tekstin asettelu. Muuten laajemmissa teksteissä kuvat ovat hyvä keino tekstin elävöittämiseen. Niiden tulisi liittyä aiheeseen kokonaisuutena. (Linjama & Korpela 2003: 63, 364, 378.)

Sekä luettavuuteen, että ulkonäköön on monia ehdotuksia niiden esteettömyyden takaamiseksi. Keskityn tässä opinnäytetyössä kuitenkin enemmän itse tekstisisältöön.

6.6 Oikeudelliset seikat

Internet tarjoaa nopeampia ja parempia keinoja tiedonsaantiin ja viestintämahdollisuuksiin demokraattisen osallistumisen lisäämiseen ja uudenlaisen yhteisöllisyyden rakentamiseen. Siitä johtunut verkon räjähdysmäinen leviäminen, käyttäjämäärien kasvu, viestinnän vapaus ja palveluntarjoajien kaupalliset intressit ovat verkolle ja koko yhteiskunnalle valtaisa haaste. Monien ongelmien ja uhkien kontrolloimiseksi viranomaiset ovat monissa maissa lisänneet verkon sensurointipyrkimyksiä. "Samalla sensuuri ja valvonta ongelmallistavat tavallisten verkkopalveluiden käyttäjien tietosuojan ja ilmaisun vapauden." (Rättilä, 2007: 36.)

Blogosfääri laajenee koko ajan ja siksi sen sisältöä ja laillisuutta on vaikea valvoa kokonaisvaltaisesti. Katsotaan, että myös blogosfäärin kuten minkä tahansa mediassa julkaistun, tulee noudattaa lakia ja hyviä tapoja. Usein ajatellaan, että internet kuuluu lain harmaalle alueelle, joka on jotain lain ja hyvien tapojen ulkopuolella. "Se ei missään nimessä pidä paikkaansa, kuten monet bloggaajat ovat saaneet kokea (Kilpi 2006: 25)." Kunnianloukkaus on rikos myös internetin maailmassa. Esimerkiksi juorujen levitteleminen jonkun toilailuista menee laittomuuden puolelle etenkin, jos se tehdään julkisesti. Internet on julkinen ympäristö, siinä missä perinteinen mediakin. Myös todenperäisten tietojen levittäminen on rikos, jos se tehdään loukkaamistarkoituksessa. (Korpela & Linjama 2003: 65.)

Suurempi kysymys on tietenkin tekijänoikeudelliset seikat, mutta nämä eivät opinnäytetyöni kannalta ole olennaisia. Vaikka tekstissä olevat oikeudelliset seikat saattavat aiheuttaa keskustelua, yksittäisten tekstien kohdat ovat harvoin suuremman keskustelun kohteena. Tarkastelen tekstisisältöä, jossa on tavoitteena motivoida lukijaa osallistumaan keskusteluun.

7 Miten kommentoidaan

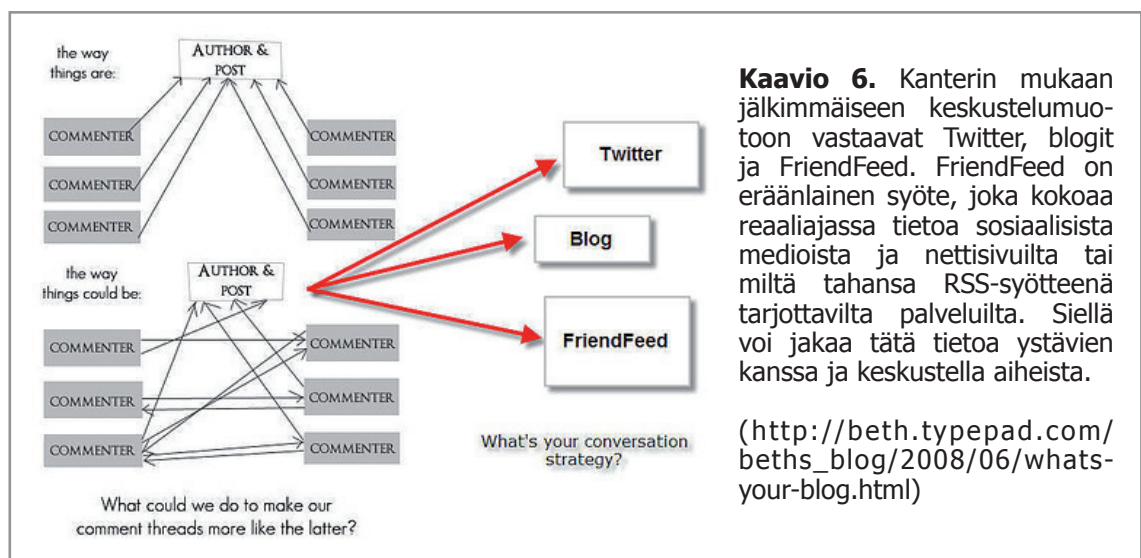
Useimmissa blogimerkinnöissä on alue, johon lukijat voivat kirjoittaa ajatuksiaan kirjoituksesta tai vastata esimerkiksi siinä esitettyyn ajatukseen tai kysymykseen. Tätä kutsutaan kommentoinniksi. Useimmiten nämä kommentit ovat näkyvissä myös tuleville lukijoille eli ne säilyvät samalla tavalla kuin itse merkinnät. Näin kaikki keskustelu tallentuu näistä puheenaiheista. (Kuhns & Crew 2006: 11.)

Sekä linkit että kommentit ovat olennaisia blogosfäärissä, ne osoittavat muun muassa kirjoittajan viiteryhmän. Useimmat blogien pitäjät antavat lukijoilleen mahdollisuuden kommentoida, jonka varaan rakentuva keskustelu on usein blogien sisällöstä antoisinta. (Kilpi 2006: 17.) Ne ovat myös syitä, miksi blogosfäärillä on niin paljon valtaa. Huomionarvoista on silti se, että monissa blogialustoissa on mahdollista poistaa ja valvoa kommentteja blogin ylläpitäjän toimesta. Esimerkiksi Livejournalissa on mahdollista asettaa kommentteja karanteeniin, niin että ainoastaan blogin käyttäjän hyväksyessä, ne tulevat näkyviin. Näin ollen kommentointi ei ole niin kontrolloimatonta kuin monesti annetaan ymmärtää. Blogin pitäjä saa vallan päättää minkälaisia kommentteja hän sallii ja voi näin sensuroida osan mielipiteistä, vaikka ne eivät olisikaan erityisen epäkorrekteja.

Bloggaamisessa ja kommentoinnissa pätee hyvin pitkälti samat säännöt. Molemmat voivat olla vastauksia toiselle kirjoitukselle, blogimerkintä välillisesti ja kommentti välittömästi. Silti kommentointiin on liitettävissä bloggaamiseen liitettävät kirjoittamattomat säännöt ja tutkimukset, sillä ne jotka bloggaavat ovat pääasiassa myös yleisiä, jotka kommentoivat. Daniel Rowse (2006) tiivistää säännöt seuraavasti: kutsu kommentteja, kysy kysymyksiä, ole avoin ja jätä varaa mielipiteille, vuorovaikuta ja keskustele kommentoijien kanssa, aseta rajat ja säännöt, ole nöyrä, suopea, jopa kiistanalainen, palkitse kommentoijat ja tee kommentointi helpoksi.

Bloggaamisen kirjoittamattomia sääntöjä käyn läpi luvussa 8 ja seuraavissa luvuissa 7.1-7.4 kolmen eri bloggaustavan kautta erilaisia kommentointitapoja.

Kommentit eivät yksinään välttämättä tarkoita, että syntyy keskustelua. Keskusteluakin voi syntyä ainoastaan bloggaajan ja kommentoijan välille tai bloggaajan ja monen kom-



mentoijan välille. Molemmat tilanteet ovat erilaisia. Joissain tapauksissa blogeja ei edes nähdä hyvinä keskustelualustoina, vaan ne ovat ennemminkin ideavirtaus. Amy Gahrnin mukaan blogit ovat liian intuitiivisia, levottomia, sekavia, epävarmoja ja kohtelevat käyttäjiä epätasa-arvoisesti muodostaakseen keskustelua. (Vinson 2006.)

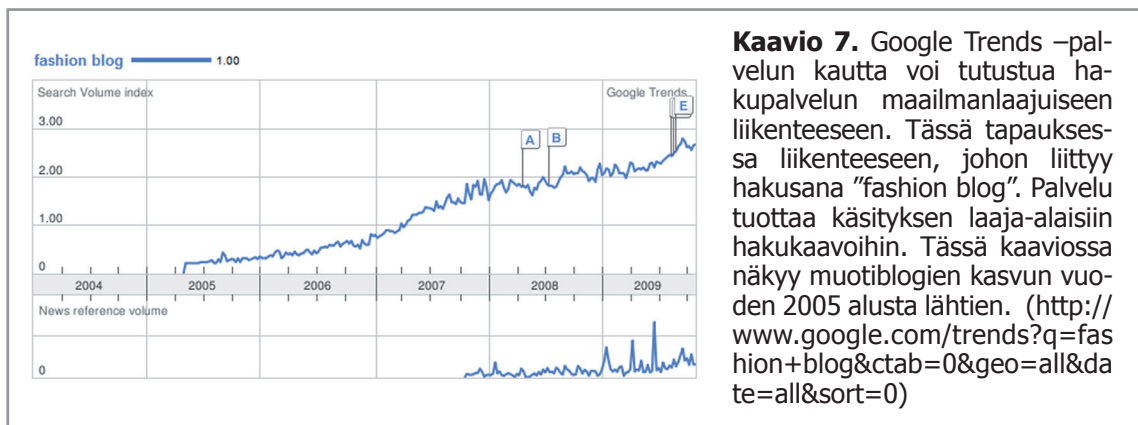
Keskustelustrategiasta blogeissa (kaavio 6) puhuessaan Kanter nostaa esiin monia luki-joita piinaavan kysymyksen, joka tulee vastaan kommentoimissa: mitä, jos ei ole mitään sanottavaa? Hän kuitenkin tuo esiin joitain kysymyksiä ja aiheita, joita kannattaa miettiä kommentoimissa, koska keskustelu herää myös aktiivisuudesta. Mitä bloggaaja sanoi hyvin? Mitä heiltä jäi huomaamatta? Kysymyksiin tulisi vastata ja huomioida myös mitä muut sanovat. Onko sama asia tullut jo esiin? Jos on, niin niistä voi kysyä samat kysymykset kuin edellä – onko siihen jotain lisättävää? Miten keskustelun aihe ilmenee lukijan omassa elämässä? Entä tulevaisuudessa tai menneisyydessä yleensä? Alkuperäiselle ajatukselle voi olla myös vaihtoehtoja. Keskustelustrategiassa kerron lisää luvussa 11. Keskustelussa auttaa myös se, että niitä on mahdollista erikseen seurata RSS-syötteillä, jonka lisäksi monissa blogialustoissa on mahdollista valita sähköpostin ilmoittaessaan, lähetetäänkö sinne ilmoitus, kun blogimerkintään on kommentoinut joku muu.

Seuraavissa luvuissa 7.1-7.4 kerron tarkemmin neljästä blogosfäärin ilmiöstä ja niissä ilmenevästä kommentoinnista. Muotiblogit ovat opinnäytettä kirjoittaessani hyvin pinnalla. Niitä käsitellään päivittäin perinteisessä mediassa ja saavat suurta huomiota. Julkisuuden henkilöillä on aivan omanlaisensa asema bloggaamisessa ja heitä luetaan eri tavalla kuin tavallisten mattimeikäläisten blogeja. Mielenterveyteen liittyviä blogeja on monenlaisia. Tässä tapauksessa keskityn niihin, joissa avun ja tuen saannilla on suuri merkitys. Naked vlog eli alaston vlogit on ilmiö videobloggauksen maailmassa. Jokaista otsaketta varten olen valinnut esimerkiblogin. Tarkastelen esimerkkejä ennemminkin kommentoinnin kannalta, mutta esittelen myös hieman bloggaustyyliä.

7.1 Muoti

”NYKYÄN JOTTA YHDEN SORMEN PYSTYY PITÄMÄÄN MUODIN SYKKEELLÄ, TOISEN ON OLTAVA TIETOKONEEN HIIRELLÄ, LUKIEN (JA KIRJOITTAEN) AJANKOHTAISIMPIA BLOGEJA (KAY 2007).”

Muotiblogit on omistettu muodin eri alalajeille vaatteista asusteisiin: catwalk-trendit, muotiesineet kuten jalkineet ja laukut, muoti julkisuuden henkilöiden keskuudessa sekä katutyylit eli tavallisten ihmisten pitämät vaatteet. Blogit siis kattavat kaiken muodin alalla. Jotku blogit voisi luokitella myös shoppailublogeiksi, koska suurin osa sisällöstä pyörii ostosvinkkien ympärillä. (Apparel Search 2009.) Ne blogit, joissa mainitaan muoti, mutta jotka ovat pääasiassa ”teinien henkilökohtaisia päiväkirjoja” ei luokitella muotiblogeiksi (Wall Street Journal 2006). Muotiblogeista puhuttaessa on syytä erottaa termit muoti, trendit ja tyyli. Samalla päästään sisään siihen minkälaisia muotiblogeja on olemassa. Muoti tarkoittaa suosittua trendiä; vaate- ja kosmetiikka-alan uusia tyylejä tuotannon ja markkinoinnin näkökulmasta (Ask Oxford 2009a). Trendi taas on suunta, johon muoti kehittyy ja muuttuu (Ask Oxford 2009b). Trendit luovat muodin. Molemmat ovat valtavirran käsitteitä, kun taas tyyli on tapauskohtaista. Tyyli voidaan nähdä myös synonyyminä tyylikkääle ja hienostuneelle. Se on omakohtainen tapa tehdä jotakin. (Ask Oxford 2009c.) Muotiblogeissa on kyse kaikista näistä.



Muotiblogin voi ajatella formaatiltaan taideblogina tai aivan omana formaattinaan. Aiheet pyörivät muotiteollisuuden piirissä. Usein kuitenkin tyyliin keskittyvissä blogeissa saattaa olla myös henkilökohtaisempi näkökulma. Aiheita voi olla, ja useimmiten onkin monia, mutta niitä saattaa olla myös vain yksi. Esimerkiksi HelLooks.com on tästä hyvä esimerkki.

Ensimmäiset muotiblogit aloitettiin vuonna 2003 (Obi 2006). Tarkkoja lukuja muotiblogien määrästä on vaikea saada. Women's Wear Daily'n (Apparel Search 2009) mukaan helmikuussa 2006 muotiin ja shoppailuun liittyviä blogeja oli 2 miljoonaa. Lokakuussa 2009 Technorati löysi 853 799 blogia hakusanalla fashion (kaavio 7). Yksikään muotiblogin määritelmän täyttävä ei mahdu palvelun sadan parhaan blogin joukkoon. Bloggausilmiössä vankalla pohjalla ovat taas blogilistat, jotka syksyllä 2009 pursuavat muotiblogeja tai aihetta sivuavia blogeja.

Focus on Fashion (kuva 18) on nuoren naisen pitämä blogi. Hän kirjoittaa vaatealan suuryrityksistä, katsastaa niiden ajankohtaisia kokoelmia, arvostelee gaalojen pukusatoa, esittelee päivittäin omaa tyyliään, testaa ja esittelee kosmetiikkatuotteita sekä esittelee päivän kirpputorilöytöjään. Ajoittain hän myös arpoo lahjoja lukijakilpailuissa. Joissain blogeissa on myös tapana kertoa asun osien tai uusien löytöjen hinta katalogimaisesti. Tavallaan blogit on rinnastettavissa (henkilökohtaiseen) lehteen, joka puhuu lukijakuntaansa kiinnostavista asioista. On myös enemmän keskittyneitä muotiblogeja. Ne voidaan jaotella omistajuuden tai teeman mukaan. Omistajuus on tärkeä osa bloggausta etenkin silloin kun kyseessä on alalla toimiva yritys. Esimerkiksi kuuluisa HelLook.com luokitellaan joidenkin tahojen mukaan myös blogiksi. Projektissa on kyse Helsingin katutyylin esittelemisestä valokuvien ja sanojen avulla. Muotiblogit voi siis jaotella myös teemoittain.

Muotiblogeissa on vankka yhteisöllisyyden leima, mutta he eivät välttämättä suoraan linkity toisiin muotibloggaajiin. Tällaisissa blogeissa lukijat seuraavat tavallaan

About Me



SALLA
 Blogia päivittää parikymppinen vaatteita rakastava ja stylistiksikin valmistunut tyttö. Täältä löydät uusia juttuja jopa päivittäin, tervetuloa visiitille! <3:llä
 Salla, s.posti: muotijatrendit(at)luukku.com
 TARKASTELE KOKO PROFIIILIA
Kuva 18. (<http://muotijatrendit.blogspot.com/>)

kirjoittajan elämää. Kuten kauneudessa, kyse on yleensä katsojan silmästä, omasta mielipiteestä. Kuten Focus on Fashionin ylläpitäjä, kirjoittaja saattaa olla muotimaailmasta toimija tai sitä seuraava. Kolmas bloggaajatyylillä on alalle pyrkivä (aspiring insider), jolloin bloggaaja toivoo pääsevänsä alalle tai muuten kiinni muotimaailman sisäpiiriin (Apparel Search 2009). Usein bloggaaja kirjoittaa ekspreitin asemassa. Kirjoitustyylillä on silti yleensä hyvin kaverillinen.

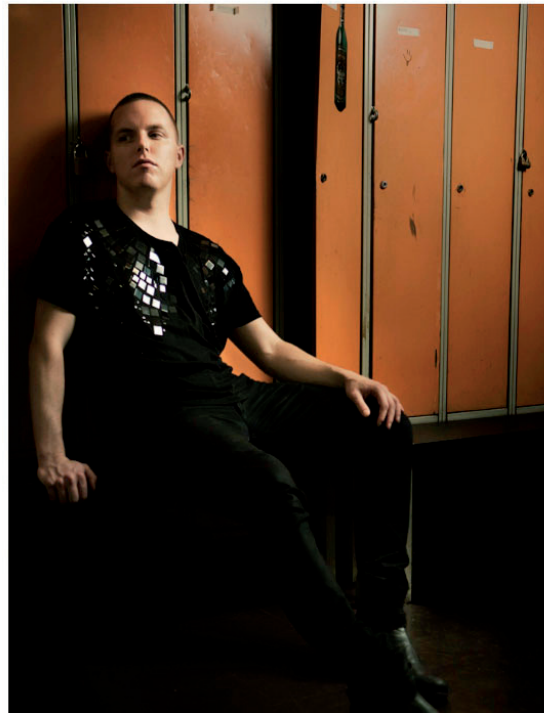
Focus on Fashion –blogissa teksteissä kysytään usein lukijoilta kysymyksiä. Merkintöjen lopussa on lähes poikkeuksetta kysymyslause tai muu lukijoihin kommentoivaan rohkaisulause lihavoina.

”MITÄS SIELLÄ MIETITÄÄN AIHEESTA? MITES MUUTEN ON, NÄKYKÖ KUVAT KAIKILLA? LEIKATAKO VAI KASVATTAAKO? TYKKÄÄTTEKÖ MUUTEN TÄLLAISISTA POSTAUKSISTA? LISÄÄ KUVAUSTOIVEITA SAA HALUTESSAAN ESITTÄÄ! :) ONKO TEILLÄ KIVOJA IDEOITA MIELESSÄ? ENTÄ MITÄ PIDÄTTE ITSE MEKOSTA?”

OMAN BLOGINSA SUPERMALLI VOL 2

191020091158

Vuosi sitten kuvasimme ystäväni kanssa Stara-lehteen muotikuvauksen. Vähän aikaa sitten teimme saman jutun, mutta hieman erilaiseen julkaisuun. Vihje: Italia. Kerron myöhemmin lisää.



Kuva 19. Vesa Silver kirjoittaa muotiblogia Stara-nettilehdelle. (<http://www.stara.fi/silver/?p=6212>)

Myös lähes poikkeuksetta ainakin muutama lukija on vastannut bloggaajalle. Kysymys onkin hyvin suora ja yksiselitteinen tapa saada vastauksia, mutta se harvoin herättää keskustelua myös lukijoiden välillä. Keskustelu tapahtuu siis tällöin yleensä ainoastaan kirjoittajan ja yksittäisten lukijoiden välillä.

Vesa Silver kirjoittaa muotiblogia Stara-lehdelle (kuva 19). Pääasiassa hän esittelee omia ostoksiaan, eri brändien ja tuotteiden uusinta mallistoa. Hän puhuu myös ajankohtaisista henkilöistä, ilmiöistä ja tulevista trendeistä. Kirjoitukset ovat lyhyitä ja kertovat vain lukijan kannalta tarpeelliset tiedot. Esimerkiksi yhden merkinnän teksti kuuluu seuraavasti:

”WRANGLER TUO MIEHILLE ENSI KESÄNÄ PALJON PUHUTUT LOW CROTCH-FARKUT. KIRJAIMELLISESTI FARKKUJEN HAARAVÄLI UHKAA PAINOVOIMAA JA MUODOSTAA SAMALLA PUSSIMAISEN EFEKTIN. BÄKIMÄISIÄ FARKKUJA ON NÄHTY VUOSIEN VARRELLA, MUTTA ENSI KESÄNÄ TÄMÄ TRENDI TULEE OLEMAAN VAHVA.”

Kommenteissa lukijat kertovat osaltaan samanlaisia vinkkejä eri valmistajille tai arvioivat esimerkiksi trendin kestävyyttä. Osa saattaa myös intoilla trendistä yhdessä bloggaajan kanssa. Kun hän kertoo omasta pukeutumisestaan tai shoppailustaan, kommentit ovat usein lähinnä ihailevia tai kannustavia. Kommenteissa lukijat ottavat enemmän myös kontaktia toisiinsa ja kommentoivat joko suoraan tai välillisesti toistensa mielipiteitä.

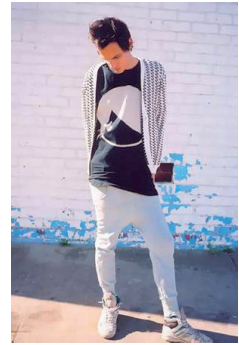
MARKUS: VAIKEA KUVITELLA ETTÄ TOIMIS... HMM... MULLE TULEE MATALASTA HAARAVÄLISTÄ JOKU HASSUN-HAUSKA EFEKTI MIELEEN MUTTA TAIDAN JÄTTÄÄ PUKEMATTA SANOIKSI=)

LEE: SIIS NÄÄ ON TOSI MAKEET! JA NYT NÄITÄ NÄKEE JO PALJON... RIIPPUU MITEN YHDISTÄÄ.. MISTÄ MUAALTA LÖUTYY TÄMÄN MALLISIA HOUSUJA - JA MARKUS, JOS LUULET ETTÄ SE NÄYTTÄÄ PASKAT HOUSUSSA, OLET VÄÄRÄSSÄ.-.

SILVER: MARKUS: NO, KERROPPAS.. =)

LEE: KANNATTA TSEKATA LEVI´S (CARLINGS) JA DR.DENIM (JC)

JOONA: OVATKO FARKUT NIINKUIN SITTEN JALASSA TÄMÄN NÄKÖISET: NÄYTTÄÄPÄ SIISTILTÄ



Fashion on Focus ei ainakaan selkeästi ole järjestäytyneenä bloggaamista, kun taas Silverin blogilla on selviä yhteyksiä muotiteollisuuteen.

7.2 Julkisuuden henkilöt

Ihmiset suhtautuvat julkisuudessa toistuvasti esiintyvän henkilön mielipiteeseen aivan toisella tavalla kuin mattimeikäläisen. Tällöin bloggaaja on jonkinlaisessa ekspertin asemassa. Koska blogi kuitenkin koskettaa usein hänen tavoitteitaan, kyse on myös välillisesti hänen henkilökohtaisesta elämästään. Teppo Sintonen (HS 2005a) puhuu myös yksityishenkilöistä huomauttaessaan blogien olevan tavallaan keino tuntea oma arkinen yksityiselämä merkityksekkääksi, kun se tehdään julkiseksi. "Kertomusta ei tee merkittäväksi tai tärkeäksi yksin sen tapahtumien sisältö, vaan se, että se tulee ylipäänsä kerrotuksi." Näin julkisesti kerrottu kertomus on automaattisesti merkittävä kertomus.

Osa julkkiksista bloggaavat ansiotarkoituksella. Esimerkiksi MTV3lle ja YLEllä on pitkä rivi julkisuuden henkilöitä, jotka kirjoittavat heidän sivustollaan blogeja. Samoin esimerkiksi Jasmin Mänty, kirjoittaa blogia Hymy-lehden sivustolla.

Johanna Tukiainen on kuuluisa mediahenkilö, joka tuli suuren yleisön tietoisuuteen tekstiviestiteltyään Ilkka Kanervan kanssa. Tekstiviesteistä noussut kohu johti Kanervan eroamiseen ulkoministerin virasta. Kohun myötä Tukiainen mainittiin jopa kansainvälisissä medioissa. Mediassa Tukiainen on esiintynyt omana persoonanaan. Hänet on nähty hyvántahtoisena, joskin hieman hölmönä hahmona. Toukokuussa 2008 Tukiainen (2009b) alkoi kirjoittamaan blogia keltaista lehdistöä edustavan Hymy-lehden nettisivuilla. Lokakuussa 2009 Tukiainen (2009a) kirjoitti seuraavasti:

"MONET IHMISET VARMAAN IHMETTELEVÄT, MIKSI IHMEESSÄ KIRJOITAN HYMYN BLOGIA, JOS KERRAN KÄRSIN MASENNUKSESTA JA AHDISTUIN KOVASTI JULKISUUSMYLLÄKÄSTÄ.

EN OLE VALEHDELLUT, MINÄ TODELLA KÄRSIN IHMISTEN ARVOSTELUISTA JA NEGATIIVISESTA PANETTELUSTA. KUITENKIN SUUREN YLEISÖN PYYNNÖSTÄ JA KYMMENIEN FANIKIRJEIDEN TAKIA PÄÄTIN AINAKIN TOISTAISEKSI JATKAA HYMYN BLOGIA, SE ON HERÄTTÄNYT ENNEN NÄKEMÄTÖNTÄ HUOMIOTA JA KOMMENTTEJA. IHMISET HALUAVAT LUKEA BLOGEJANI, SEURATA ELÄMÄÄNI JA KOMMENTOIDA. AJATTELIN, ETTEN KIRJOITA LIIAN HENKILÖKOHTAISIA ASIOITA JA SILLÄ TAVALLA SAAN MYÖS OMAA YKSITYISYYTTÄ, JOTA JOKAINEN IHMINEN TARVITSEE."

Lopussa tekstissään hän kertoi Tallinnan risteilystään ja lehtijutusta, joka hänestä oli tehty Seiska-lehteen sekä tulevasta Gambian matkastaan ja ostamastaan turkista. Kommenteista löytyi sekä kannustavia palautteita että negatiivisia palautteita. Keskustelun aiheet koskivat vain välillisesti Tukiaisen kirjoituksen sisältö. Selvä enemmistö liittyi enemmän hänen persoonaansa. Tukiainen sai myös kannustusta, mutta pääosin kritiikkiä päätökselleen jatkaa bloggaamista. Osa tuki päätöstä, osa oli sitä vastaan. Kritiikki oli osin hyvin asiatonta ja osin myös rakentavaa. Osa keskustelusta keskittyi myös Tukiaisen ostaman turkin eettisyyteen. Ominaista kommentoijille oli myös kirjoittaa nimimerkillä, eikä omalla nimellään. (Tukiainen 2009a.)

"RAKAS JOHANNA,
ÄLÄ VÄLITÄ ARVOSTELUISTA, JATKA SAMAA MALLIIN JA PÄÄ PYSTYSSÄ.
SUOMI ON KATEELLISTEN MAA, SIKSI MUINOIN ITSEKIN LÄHDIN ULKOMAILLE.
KYLÄ MAAILMASSA RIITTÄÄ LÄÄNIÄ SINUN KALTAISELLESI ULOSPÄINSUUNTAUTUNEELLE
IHMISELLE. ROHKEASTI VAIN ITSEÄSI KEHITTÄMÄÄN JA ÄLÄ VÄLITÄ HAUKUISTA!
IHMISET OVAT VAIN KATEELLISIA KUN EIVÄT ITSE USKALLA OLLA TÄYSIN OMIA ITSEJÄÄN.
HYVÄ JOHANNA!"

NIMIM. FANISI

"Hyvä Jossu, pelkäsin jo että arvioni sinusta meni pieleen. Ei mennyt, olet julkisuusnarkomaani jonka on pakko ängetä esille. Minkkiturkin ostaminen osoittaa muuten äärimmäisen huonoa makua ja on sinulta kannanotto eläinrääkkäyksen puolesta. Mutta itsekeskeisyytesi on toki huomiotu jo erään ministeriskandaalin yhteydessä."

NIMIM. Hyvä Jossu!

Keskusteluun voi osallistua kuka tahansa, jos rajoituksia ei ole asetettu. Bloggaajan tulisi siis varautua siihen, että nekin joita sisältö ei miellytä, kertovat mielipiteensä julkisesti. "Jos menee julkisuuteen, on syytä varautua julkiseen arvosteluun." (Linjama & Korpela 2003: 54.)

Julkisuuden henkilöiden kirjoittamat blogit ovat aina tavalla tai toisella markkinointikikka, tämä on usein sekä blogin aloitusssyy, että sen tavoite. Henkilöt tietävät tullessa seuratuiksi ja luetuiksi, jolloin heillä on myös valtaa. Esimerkiksi poliitikoilla on jo valmis lukijakuntakin. Asema yhteisössä on julkisuuden henkilön maineella ratsastavan blogin eilinehto. Yleensä kirjoitusten tarkoituksena on kohentaa ja/tai ylläpitää omaa julkista imagoa ja identiteettiä. Jotku blogievangelistat (blog evangelist) eli blogi-intoilijat ovat paikallisia julkisuuden henkilöitä, joiden yleisöä kiinnostaa heidän päiväkirjansa ja jutustelunsa, joten "heillä on hölmö idea siitä, että he pystyvät mullistamaan yhteiskunnan, ja ärsyttävä tapa kertoa epäonnistuneen asiantuntevia kommentteja," Finkelstein (Sandtrek Hill 2004) sanoo.

Yksi monista suomalaisista poliitikoista, jotka pitävät blogia on Alexander Stubb. Huh-tikuussa 2008 Stubb valittiin Suomen ulkoministeriksi. Blogiaan hän on kirjoittanut jo vuodesta 2004, jolloin hän toimi Euroopan parlamentin jäsenenä. (Stubb 2009a.) Marraskuun 10. päivä 2009 Stubb (2009b) kirjoittaa blogiinsa seuraavasti:

ITÄMERELTÄ MADRIDIIN

NORJAN ULKOMINISTERI JONAS GAHR STÖRE VIERAILI TÄNÄÄN HELSINGISSÄ. KÄVIMME MIELENKIINTOISEN Keskustelun työlounaan merkeissä. JONAS ON LÄHEINEN KOLLEGA JA YSTÄVÄ, JONKA KANSSA JUTTUA RIITTÄÄ.

ALLEKIRJOITIMME MYÖS SUOMEN JA NORJAN VÄLISEN YHTEISTYÖASIAKIRJAN VENÄJÄN RADIOAKTIIVISTEN RTG-MAJAKOIDEN KORVAAMISEKSI SUOMENLAHDELLA. KOKONAISARVO ON 10 MILJONAA EUROA. NORJA VETÄÄ HANKETTA JA ANTAA SUURIMMAN OSAN RAHOITUKSESTA. SUOMI TUKEE 1,5 MILJONALLA. VENÄJÄ HOITAA PROJEKTIIN KUULUVAT TYÖT. NORJA KANTAA SIIS VASTUUTA MYÖS ITÄMERESTÄ, VAIKKEI RANTAVALTIO OLEKAAN.

LOPUKSI OSALLISTUIMME YHDESSÄ POHJOLA-NORDENIN "POHJOISMAAT JA VENÄJÄN MARKKINAT" – SEMINAARIIN. JONAS PUHUI ARKTISESTA ALUEESTA JA VENÄJÄSTÄ. ITSE PIDIN ITÄMERI-AIHEISEN PUHEEN, JONKA LÖYDÄT TÄSTÄ [LINKKI SAMALLA SIVUSTOLLA SIJAITSEVAAN PUHEESEEN]. MITÄ MIELTÄ ARVON BLOGIKOMMENTAATTORIT OVAT?

NYT EDESSÄ ON LÄHTÖ MADRIDIIN. TAPAAN SIELLÄ ESPANJAN ULKOMINISTERI MIGUEL ANGEL MORATINOSIN. TÄRKEIMPÄNÄ AIHEENA ON ESPANJAN TULEVA EU-PUHEENJOHTAJUUS JA SEN ASIALISTA.

Liitteenä tekstissä on kuva Störestä ja Stubbista allekirjoittamassa yhteistyöasiakirjaa. Pääosin kommentit liittyvätkin Stubbin pitämään puheeseen. Kaikki kommentoijat vastaavat hyvällä suomen kielellä ja varsin kunnioittavasti, vaikka ajoin kritisoiivatkin, myös sarkastisella sävyllä. Yksi heistä myös kiittää yleisesti hyvästä ministerin työstä. Kaikki kirjoittavat suoraan Stubbille, eivätkä yleisesti kuten Tukiaisen blogimerkinnän kommentteissa, jossa kirjoittajat saattoivat puhua Tukiaisesta myös hän-muodossa. Hyvin monesta Stubbin saamasta kommentista nostetaan esiin asioita kysymyksin tai vaatien selitystä. (Stubb 2009b.)

MIKSI IHMEESSÄ SUOMEN YLIPÄÄTÄNSÄ PITÄÄ MAKSAA MITÄÄN PALJON, PALJON VARAKKAAMMAN NAAPURIN YMPÄRISTÖJUTUISTA? KOSKAHAN SUOMI LÄHTEE MAKSAMAAN KIINAN SIIVOUSTA? VOI HYVÄ TAVATON! VOISIKO PIENI, KÖYHÄ SUOMI OTTAA LUSIKAN KÄTEEN JA HOITAISI NOITA JUTTUJA PANTUAAN OMAT PÄÄSTÖNSÄ KURIIIN?

MARKKU VAINIO

HYVÄ MINISTERI ALEX,

"ALLEKIRJOITIMME MYÖS SUOMEN JA NORJAN VÄLISEN YHTEISTYÖASIAKIRJAN VENÄJÄN RADIOAKTIIVISTEN MAJAKOIDEN KORVAAMISEKSI SUOMENLAHDELLA."

"VENÄJÄN RADIOAKTIIVISET RTG-MAJAKAT?"

SELITYSTÄ, PLEASE

TUULA KIILAMO

YHDYN AIKAISEMPIIN IHMETTELYIHIN VENÄLÄISTEN MAJAKOIDEN UUSIMISESTA NORJAN JA SUOMEN RAHOILLA. KYLLÄ ON PUTININ HELPPO MODERNISOIDA JA LAAJENTAA SOTAVOIMIA, KUN NAAPURIMAAT OSALLISTUVAT SIVIILIMENOIHIN...?

VESA HIETALAHTI

Stubb ei ollut opinnäytettä kirjoittaessani vastannut vielä yhteenkään kommenttiin.

Julkisuutta on vaikea käsitellä ja blogeissa lukijakuntaa ei näe, eikä välttämättä luekaan. Lukijoita saattaa olla, vaikka heitä ei näe, eikä kuule. Tämä ja valta saattavat sumentaa näkökenttää. Julkisuuden käsite yksinään on vaikea hahmottaa ja koska siihen liittyy myös henkilöt, itse mediapersoonina, on yksityiselämää ja sen kommervenkkejä vaikea pitää erossa julkisuudesta. On myös aina muistettava laki. Vaikka internet ei abstraktisti maantieteellisesti ajatellen, siellä toimivat lait. Esimerkiksi Helsingin kaupunginvaltuutettu Jussi Halla-Aho kirjoitti blogiinsa tekstin, joka koski raiskauksia. Poliisin tutkittua blogia, hänelle langetettiin rangaistusta toisesta blogin tekstistä. (HS 2009.) Kerroin aiheesta sivulla 27.

7.3 Blogit mielenterveyden edistämisen välineenä

Mielenterveyttä käsitellään, blogien yhteydessä, monista erilaisista näkökulmista. Käsitelen tässä luvussa lähinnä yksilöiden mielenterveyttä edistävää toimintaa blogeissa ja miten kommentit ja keskustelu liittyy tähän olennaisesti.

Mielenterveyteen vaikuttavat yksilölliset, sosiaaliset ja vuorovaikutukselliset, yhteiskunnan rakenteelliset tekijät ja kulttuuriset arvot. Mielenterveys nähdään jokaisen ihmisen voimavarana, joka kehittyy elämäntaidoksi lähiympäristön ja yhteisön vuorovaikutuksessa. Nykyään mielenterveyteen liitetään kuitenkin positiivisten termien kuten henkisen hyvinvoinnin ja jaksamisen lisäksi myös stressi, kiusaaminen ja mielenterveydelliset häiriöt. Mielenterveydellä ja sen häiriöillä on kuitenkin selvä ero. Mielenterveyden ollessa jokaisen voimavara, kun taas sen häiriöt diagnosoidaan, hoidetaan ja parannetaan lääketieteen keinoin. (Salonen 2009a, b.)

Ihmiset ovat aina useiden yhteisöjen jäseniä, siksi näiden yhteisöjen terveys saattaa ratkaista myös niihin kuuluvien yksilöiden terveydentilan. Yhtä hyvin kuin ympäristö voi helpottaa taakkaa harteilla, se ja sosiaaliset suhteet voivat myös kuormittaa henkistä hyvinvointia. Siihen vaikuttaakin se, miten henkilö kokee häntä kohdeltavan päivittäin ja miten hän kohtelee sekä itseään että muita. Jos siis blogeissa kommentoijat eivät anna esimerkiksi syömishäiriöstä toipuvalle bloggaajalle tukea vaan kommentit ovat lähinnä vähätteleviä, se saattaa vaikuttaa esimerkiksi bloggaajan kuvaan itsestään ja ympäristöstään. Sosiaaliset suhteet ja yhteisöjen tuki ovat jokaiselle tärkeitä asioita. (YLE 2009b.) Yhteiskunnallisessa ja yhteisöllisessä mielessä mielenterveyden hoitamisella on suuri merkitys, sillä sen ollessa yksilön voimavara, muodostuu siitä myös yhteiskunnan ja yhteisöjen voimavara.

Kristina Aaltosen (2003: 9-10) Suomen Mielenterveysseuralle tekemässä raportissa on havaittu, että mielenterveyttä koskevat aihepiirit ovat internetissä terveysaiheista käyttäjille kiinnostavimpia. Myös aiheeseen liittyviä blogeja tai sitä sivuavia löytyy useita. Raportin mukaan vain harva käyttää terveys sivustoja ottaakseen yhteyttä johonkin palveluun tai osallistuakseen terveysaiheiseen chatti-ryhmään. Hyvin yleistävää pohdintaa ja näkökulmaa aiheesta on siis hyvin vaikea tehdä, koska netti kätkee sisäänsä niin paljon aiheeseen liittyviä blogeja ja mielenterveys ja sen ongelmat aiheena ovat niin henkilöstä riippuvaista.

Miksi ihmiset aloittavat blogin kirjoittamisen mielenterveydellisistä lähtökohdista? Blogi tarjoaa kaksi ominaisuutta, joita mikään muu ei toistaiseksi tarjoa. Se on julkinen vuorovaikutteinen foorumi, jossa voi esiintyä anonyymisti. Julkisuus tässä tapauksessa tarkoittaa sitä, että kuka tahansa voi ottaa bloggaajaan yhteyttä. Anonyymiyys taas antaa erilaisen lähtökohdan kirjoittamiselle. Se takaa yleensä vapaamman kirjoittamisen ja jo lähtökohtaisesti kirjoittaminen koetaan helpommaksi kuin ääneen puhuminen, koska puheenaiheet ovat niin arkoja. Kuten sanottu ympäristön palautteella on kuitenkin tärkeä roolinsa. Blogosfääriin tiivistyykin tässä tapauksessa sen empaattinen luonne, kuten Theo totesi (ks.s. 24). Blogien kautta on mahdollista löytää ihmisiä, jotka ovat samassa elämän tilanteessa. Netti tarjoaakin teoriassa hyvän alustan keskustelulle ja vertaistuelle.

HELSINKILÄINEN TYTTÖ, JOKA EI HALUA KASVAA AIKUISEKSI. ELÄMÄÄNI HALLITSEE ANOREKSIA JA VAIKEA MASENNUS. HALUAN KUIHTUA POIS JA TULLA TÄYDELLISEKSI. OLEN EKSYNYT JA YKSIN IHMEMAASSANI. OMA IHMEMAANI TUNTUU AINOALLE TURVALLISELLE PAIKALLE MAAILMASSA. BALETTI JA TANSSI OVAT ELÄMÄNI RAKKAUDET, MUTTA JOSKUS HENGITTÄMINENKIN ON LIIAN RASKASTA. (CASSIE 2009A)

Cassie-nimimerkillä (2009b) kirjoittava tyttö aloitti Avaruuden Kevät-blogin syyskuussa 2008. Ensimmäisessä merkinnässä hän puhuu blogin aloittamiseen liittyvistä tunteista: "Olen miettinyt jo kauan blogin aloittamista, mutta rohkeus ei ole riittänyt. Hirmuinen pelko, että joku tuttu löytää tämän. Mutta on pakko päästä johonkin vuodattamaan näitä ajatuksia, mitkä veloo päässä."

Suomen Mielenterveysseuran nettiauttaja Marika Ketola sanoo nuorten keskustelevan raskaista ja haastavista asioista, joiden oireita ovat muun muassa itseinho ja yksinäisyys. Esille ovat nousseet myös esimerkiksi viiltelyä ja itsemurha-ajatuksia koskevia ajatuksia. Lisäksi erityisesti tytöillä ja nuorilla naisilla esiintyy riittämättömyyden ja huonouden tunnetta. (MTV3 2005.) Syömishäiriöistä eli kroonisia sairauksia potevat nuoret naiset ovat hyvä esimerkki blogosfäärin linkittäytymisestä. Tällä tavalla bloggaajat rajaavat oman viitekehýksensä ja tässä tapauksessa hakevat myös vertaistukea. Vertaistuki ja tunne vaikuttamisen mahdollisuudesta on hyvin arvokasta toimintakyvyn ja henkisen hyvinvoinnin ylläpitämiseksi ja tavoittamiseksi. (YLE 2009b.) Siinä suhteessa internet kokonaisuudessaan on yhtä aikaa sekä ongelmallinen että loistava foorumi. Nimettömyys luo ainakin näennäisesti sanavapauden ja estottomuuden ongelmien käsittelyyn ja julkistamiseen.

Mielenterveyttä käsittelevät aiheet vaihtelevat elämäntilannekohtaisista blogeista kroonista sairautta potevien päiväkirjoihin. Blogilista.fi:stä löytyy huomattava määrä blogeja, jotka käsittelevät syömishäiriöiden lisäksi muun muassa alkoholismiperheen arkea tai avioeron jälkeistä elämää. Positiivisemmista asioista puhutaan myös hyvin yleisesti ja ajoittain myös kriittisesti. Nuoret puhuvat hyvin avoimesti esimerkiksi seksielämänsä liittyvistä asioista, sen parantamisesta, mahdollisuuksista ja ongelmista.

Mielenterveyden hoitaminen ei luonnollisesti ole ainoastaan nuorten asia. Myös reilusti keski-ään ylittäneet ovat löytäneet blogista foorumin tunteiden käsittelemiselle. Esimerkiksi avioeroa käsittelevät keski-ikäiset naiset ja miehet kertovat tuntojaan hyvinkin avoimesti (kuva 20).

Erosta hengissä!

Erosta hengissä! – eronneiden miesten selvitystarinoita

Tervetuloa lukemaan eri ikäisten ja erilaisissa avioeron vaiheissa olevien eronneiden miesten mietteitä, selvitystarinoita ja tunteiden tuuletusta.

Toivomme että jakamistamme kokemuksista on iloa ja hyötyä muillekin eronsa, vanhemmuutensa, isyytensä ja päivästä päivään selviytymisensä kanssa kipuileville miehille.

[Paluuviiteosoite](#)

Kuva 20. (<http://eromiehet.wordpress.com/about/>)

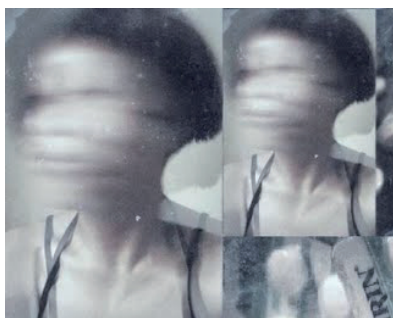
Eniten vuorovaikutteisten palvelujen pariin hakeutuvat vastikään sairaudestaan diagnoosin saaneet ja kroonisesti sairaat. Kyse on siis tällöin nimeomaan mielenterveyden häiriöistä. Siitä huolimatta suurin osa käyttäjistä on tuonut esille toiveen vuorovaikutteisesta yhteydestä terveysalan työntekijään, joko online-kommunikaation tai sähköpostin kautta. "Monet uskovat myös, että vuorovaikutteisuuden, hen-

kilökohtaisuuden lisäämisellä ja kehittämällä uusia luovia menetelmiä, Internetiä voidaan hyödyntää paremmin." Usein onkin osoitettu kuinka tärkeä internet on sosiaalisen tuen antajana sellaisille ihmisille, joilla on kroonisia terveysongelmia. (Aaltonen 2003: 4.)

Cassie (2009b) on saanut heti ensimmäisestä merkinnästä lähtien lähes jokaiseen merkintään – pääasiassa – rohkaisevia kommentteja. 25. lokakuuta 2009 hän kirjoittaa seuraavasti (Cassie 2009c):

VOI JÄRKYTYS! JÄNNITTÄÄ, AHDISTAA, PELOTTAA, HERMOSTUTTAA. EN JAKSAISI ODOTTAA THRILLER LIVEA, MUTTA EN HALUAISI MENNÄ SINNE IHMISTEN SEKAAN. HALUAN NÄHDÄ, AIVAN VARMASTI UPEAN, ESITYKSEN. SILTI EN OSAA OLLA AJATTELEMATTA MUTTA IHMISIÄ. MITÄ PUEN PÄÄLLENI? ISÄ VIE MINUT KOHTA KÄMPÄLLENI, MUTTA EI MITÄÄN TIETOA MITÄ LAITAN PÄÄLLENI. EN OSAA LASKEA MONELTA LÄHDEN FINLANDIA TALOLLE PÄIN. TIEDÄN KAUAN SINNE MENEEN MATKUSTAA KÄMPÄLTÄ, MUTTA EN OSAA PÄÄTTÄÄ KUINKA KAUAN ENNEN ESITYSTÄ MENEN SINNE.

MIKSI TÄMÄ ON AINA NIIN VAIKEAA? OLISI NIIN MUKAVA KUN OLISI JOKU JOLLE VOISI PURKAA TÄMÄN JÄNNITYKSEN. OLISI MUKAVA MENNÄ JONKUN KANSSA ESITYKSEEN, MUTTA EN IKINÄ USKALTAISI MENNÄ KENENKÄÄN KANSSA. AINA ON LIIAN VAIKEAA.



KOKO AJAN TULEE KYLMIÄ VÄREITÄ ENKÄ OSAA OLLA PAIKOILLANI. OLEN KOKO PÄIVÄN KÄVELLYT YMPÄRI TALOA VOIVOTELLEN AHDISTUSTA. VANHEMILLA MENEEN HERMOT MINUUN EIVÄTKÄ HE YMMÄRRÄ MITEN YHDEN 'KONSERTIN' KATSOMINEN VOI JÄNNITTÄÄ NÄIN PALJON. MUTTA TÄMÄ VAIN AHDISTAA.. EN OSAA SANOA MIKSI.

Tämän kaltaisissa nuorten naisten blogeissa, joihin Cassiekin on linkittäytynyt, liittyy myös erilaisten tunnelmakuvien käyttäminen tekstissä. Myös tähän merkintään, kuten

useimpiin muihin Cassien kirjoituksiin on liitetty tunnelmallinen kuva. Kirjoittamaansa merkintään Cassie sai kannustavia kommentteja. Pääosin kommentit ovat samankaltaisia, kannustavia ja rohkaisevia, jokaisessa merkinnässä. Myös useimmat kommentoivat kirjoittavat nimimerkillä, mutta linkittävät nimen kuitenkin omaan blogiinsa. Suurin osa blogeista käsittelee samankaltaisia asioita, kuten ahdistusta omasta itsestä ja yhteisön asettamista paineista. (Cassie 2009c.)

HELMI: OLEN SEURAILLUT BLOGIASI JONKIN AIKAA. HARMI, ETTÄ KOET TUOLLAISIA AHDISTUKSEN TUNTEITA KONSERTISTA. ÄÄÄÄÄH. TULISIN MIELELLÄNI SUN KANSSA, JOS SE OLISI MAHDOLLISTA. TSEMIÄ.

ANONYMI: TOIVOTTAVASTI KUITENKIN MENIT, JA KOKEMUS OLI HIENO! HUOMAATKO, JO TOINEN VIIKONLOPPU KUN LÄHDET JONNEKIN :-)

TUNTUU TUTULTA, ÄLÄ YHTÄÄN HÄPEÄ TAI IHMETTELE TUOTA ETTÄ SINUA AHDISTAA MENNÄ "IHMISTEN ILMOILLE". EN ALUSSA KÄSITTÄNYT MILLÄÄN, MIKSI OMA LAPSENI HOKI HALUAVANSA LÄHTEÄ VAIKKAPA HÄNEN HARRASTAMANS LAJIN KILPAILUA TAI NÄYTÖSTÄ KATSOMAAN, MUTTA "EN VOI, SÄ ET TAJUU MUTTA EN VOI..." HÄNEN SYÖMISHÄIRIÖISELLE MIEHELLEEN SE OLI LIIKAA, RIKKOA RUTIINI, KOHDATA IHMISET, NÄHDÄ EHKÄ JOKU TUTTU JOTA EI OLE NÄHNYT, NÄHDÄ TOISET KILPAILEMASSA, ESIINTYMÄSSÄ.. ÄLÄ VÄLITÄ SIITÄ TUNTEESTA, HYVÄKSY SE MUTTA OLE ILOINEN ETTÄ SIITÄ HUOLIMATTA USKALLAT. JA HALUAT LÄHTEÄ OMASTA TURVALLISESTA MAAILMASTASI VÄHÄN ULOS, JA KATSELLA SITÄ MAAILMAA MIKÄ SINULLE OLI ENNEN TÄRKEÄÄ.

USKALLA VÄHÄN ENEMMÄN VIELÄ, OLET VIELÄ NUORI JA EHTISIT MUKAAN MONEEN ASIAAN. MIETI, MITÄ SINULLE VOISI TAPAHTUA JOS MENISIT MUKAAN (VAIKKAPA TANSSIMAAN RAUTATIENTORILLE)? MITÄ SIINÄ VOISI TAPAHTUA? MIKÄ OLISI PAHINTA MITÄ VOISI TAPAHTUA? LUULENPA, ETTÄ EI MITÄÄN, VAAN NAUTTISIT JOKA SOLULLASI!

SYÖMISHÄIRIÖISEN ÄITI

MIINU: OLEN KANSSA LUKENUT BLOGIASI JONKIN AIKAA JA RAKASTAN SITÄ MITEN AITO OOT JA MITEN JAKSAT AIDOSTI OLLA ITSES JA TUNTUU, ETTÄ OIKEESTI VÄLITÄT JA YRITÄT OPPIA KOMMENTEISTA JOITA SIULLE JÄTETÄÄN. MINULLE TULI SAMA TUNNE KUN HELMELLE, ETTÄ HALUISIN TULLA SIUN KANSSA SINNE JA TUKEE KAIKILLA MAHOLLISILLA TAVOILLA MUT JOTENKII USKON ET PÄRJÄÄT ITTE. PITÄÄ EHKÄ KERTOO ET OON TOSI OPTIMISTÄ JA AINA USKON PARASTA ET TOIVOTTAVASTI EN PELÄSTYTYÄ JA LUO LISÄÄ UUSIA AHDISTUKSEN AIHEITA. :) MYÖS SYÖMISHÄIRIÖISEN ÄIDIN TEKSTI OLI TOSI IHANA! IHAN KUULLA JOSKUS VANHEMMAN IHMISEN MIELIPIIDE ASIOIHIN! JA MUUTENKI TUNTUU ETTÄ YMMÄRRÄT ASIOITA HYVIN JA OOT SAMALLA TASOLLA. KIITOS MINUNKII PUOLESTA KOMMENTISTA KOSKA TOLLASET JUTUT LUO JOTENKII TOSI PALJO TOIVOA :)

TAVALLINEN TYTTÖ: EN TIEDÄ, MUTTA LUULEN TIETÄVÄNI MILTÄ SINUSTA TUNTUU, KUN EI USKALLA LÄHTEÄ ULOS. EN TODELLAKAAN VOI VERRATA NÄITÄ KAHTA ASIAA, MUTTA MINUA AHDISTAA USEIN LÄHTEÄ KAUPUNGILLE YKSIN, KOSKA SILLOIN EN SAA TURVAA KENESTÄKÄÄN JA MUUTENKIN ULKONA LIIKKUESSANI MONET IHMISET TUIJOTTAVAT MINUA. SILLOIN PÄÄSSÄNI ALKAA KYSYMYKSET SOIDA, MITÄ HE TUIJOTTAVAT? TÄMÄ ON HELPOMMIN SANOTTU KUIN TEHTY, MUTTA YRITÄ AJATELLA VAIN HYVIÄ ASIOITA KUN LIIKUT ULKONA JA JOS VAIN MAHDOLLISTA PYYDÄ JOKU KAVERIKSI!

EN HALUA ALKAA PUUTTUMAAN ELÄMÄÄSI TAI LOUKATA SINUA. MUTTA MINUSTA TUNTUU, ETTÄ ITSETUNTOSI ON TODELLA ALHAALLA JA MIELESTÄNI SINUN KANNATTAISI ALKAA RAKENTAMAAN ITSETUNTOA. ESIMERKIKSI PEILIN EDESSÄ, OPETELLA KATSOMAAN ITSEÄSI. TOIVOTTAVASTI ET OTTANUT NEUVOANI PAHALLA, SILLÄ NIIN EN SITÄ TARKOITTANUT. VOIMIA SINULLE!

COMÈTE: KERROHAN NYT SITTEN MILLAISTA SIELLÄ OLI? TOIVOTTAVASTI USKALSIT HERMOSTUNEISUUDESTA HUOLIMATTA MENNÄ PAIKANPÄÄLLE! :)

Kommentoijat välittävät bloggaajalle sympatiaa ja rohkaisevat häntä eteenpäin tilanteessa. He kertovat käyvänsä läpi samoja tunteita tai ainoastaan lukevansa blogia. Monille blogi on erilainen peili yhteisön reaktioille ja eräänlainen ponnistuslauta, joka tuo sisältöä elämään. Kasvokkain asiasta puhuminen saattaa olla hyvinkin vaikeaa, joihin blogi kaikessa hallittavuudessaan tarjoaa suojan. Nimimerkillä kirjoittamisessa on kuitenkin muistettava, että samalla kun henkilö kertoo hänelle henkilökohtaisista asioista, hän kertoo myös itsestään, joka tekee hänet tunnistettavammaksi. Cassie (2009d) kirjoittaakin 30. lokakuuta 2009:

”-- TUNSIIN KUN JOKU OTTI KÄSIVÄRRETTANI KIINNI JA KYSYI OLIKO KAIKKI KUNNOSSA. -- TÄSSÄ VAIHEESSA VASTA TAJUSIN, ETTÄ VIERAS TYTTÖ OLI AUTTANUT MINUA. JA HÄN TUNNISTI MINUT. EN VIELÄKÄÄN VOI TAJUTA MITEN IHMEESSÄ MINUT VOI TUNNISTAA TÄMÄN BLOGIN KAUTTA. TÄMÄ TYTTÖ KYSYI KIRJOITANKO BLOGIA JA MYÖNSIN. HÄN YHDISTI HETI MINUT TÄHÄN BLOGIIN. LEUKANI TIPPUI VARMAAN LATTIAAN JA OLISIN HALUNNUT VAJOTA MAAN ALLE. KYSYIN MITEN HÄN TUNNISTI MINUT JA KUULEMMA HÄNEN MIELENSÄ OLI JÄÄNYT KUN OLEN JOSKUS MAININNUT, ETTÄ MINULLA ON PITKÄT, TUMMAT JA PAKSUT HIUKSET JA SITTEN KUN OLEN AIKA HOIKKA. HÄNEN MIELESTÄÄN... JA KUN KIRJOTIN BLOGISSA MENEVÄNI THRILLER LIVEEN JA SAAVANI PANIIKKIKOHTAUKSIA YLEISILLÄ PAIKOILLA. --”

Aaltonen (2003: 4) toteaa raportissaan, että tarve ja kysyntä uudentilaiselle auttamistavalle on selvästi olemassa. Mielenterveysseuralla on säännöstö eettisyyden takaamiseksi internetin välityksellä tapahtuvassa auttamisessa. Sen pääperiaatteina ovat nimettömyys, luottamuksellisuus, itsemääräämisoikeus, palvelujen tuottajan vastaaminen palvelun laadusta, työntekijöiden ammattitaidon ylläpidosta ja koulutuksesta sekä lapsen edun erityinen huomioiminen (Aaltonen 2003: 47).

7.4 Naked vlog

Vaikka pääosin käsittelen tässä opinnäytteesä tekstipohjaisia blogeja, halusin kertoa myös lyhyesti yhden vlog-esimerkin. Myös siksi, että vaikka naked vlog ei ole ajankohtainen ilmiö enää kirjoitushetkellä, se on silti hyvä esimerkki sellaisesta (kaavio 8).

Kampanja alkoi kun Chris Eff latasi Naked Vlog kampanjahaasteen Youtubeen huhtikuun 6. päivä 2008 (kuva 21). Marraskuussa 2009 alkuperäinen video oli katsottu yli 810 000 kertaa ja siihen oli linkitetty 188 vastausta. Naked Vlog kampanja on saanut enemmän julkisuutta kuin yksittäisenä videona. Se on esimerkiksi ollut näkyvillä Youtuben etusivulla.





Kuva 21. Videon info-tekstissä tehdään selväksi, että kyse ei ole seksistä, vaan ihmisten tulisi ymmärtää, että heidän tarvitsee tuntea olonsa kotoisaksi omista nahoistaan ja heidän tulisi olla ylpeitä siitä miltä näyttävät. Eff toivoo, ettei alle 18-vuotiaat osallistu, vaikka kyseessä ei ole selvää alastomuutta. (<http://www.youtube.com/watch?v=BLatO1nWzMk>)

Kampanjan tarkoituksena on ottaa kantaa Youtube-palvelun tiukkoihin sääntöihin alastomuudesta ja soveliaisuudesta. Vlogeissa on tarkoituksena on vlogata alasti, sillä periaatteella, että alastomuus jää katsojan mielikuvituksen varaan. Toisin sanoen katsoja näkee pääasiassa vloggaajien paljaat olkapäät. Mitään strategisia tai Youtuben sääntöjä rikkovaa ei siis tule näyttää. Vlogin yhteyteen tulisi liittää kolme muun vloggaajan tai käyttäjän nimet, jotka haastetaan osallistumaan kampanjaan.

Kampanjaan mukaan meno tarkoittaa teoriassa kommentointia. Kampanjaan mukaan menoon vaatii osallistujalta rohkeutta. Henkilöt puhuvat ihan tavan-

omaisista asioista, mutta vain näennäisesti alasti. Naked vloggaus on siis ennemminkin formaatti kuin aihe. Keskustelua tapahtuu toki myös tekstimuodossa vlogien yhteydessä. Esimerkiksi kampanjahaaste-vlogin yhteydessä oli marraskuussa 2009 reilusti yli 1 100 kommenttia.

Vaikka vlogien yhteydessä on jonkin verran keskustelua, se rajoittuu yleiseen puheenso-rinaan. Naked vlog onkin hyvä esimerkki muualla tapahtuvaan keskusteluun, josta kerron tarkemmin luvussa 11.2. Sekä kommentteissa, että muualla on otettu kantaa etenkin sen ekshibitionistiseen luonteeseen, josta kampanja on nimeomaan yrittänyt pysyä kaukana. Esimerkiksi Liz Shannon Miller (2008) toteaa kirjoituksessaan kampanjan olevan kiinnostava myös tutkittaessa ihmisiä ja heidän mukavuuttaan esiintyä kameran edessä alasti: "On jotenkin vangitsevaa katsoa ihmisiä, jotka ovat normaalisti niin avoimia omien tunteidensa paljastamisessa, paljastavat vartalonsa." Naked Vlogista on myös uutisoitu muun muassa Metrossa (Ashplant 2008) ja siitä on aloitettu keskustelu cnetin (2009) keskustelufoorumilla.

8 Blogien kirjoittamattomia sääntöjä

Rättilän mukaan Web 2.0-yhteisöissä yhteisöllisyys on yhtä keskeistä kuin jonkin konkreettisen aikaansaaminen. Hän tuo esiin oppimisen yhteisöllisenä prosessina, jossa luodaan jatkuvasti uutta, vaihdetaan tietoja ja jaetaan kokemuksia eikä valmiin tiedon hallintana. Tietoa muodostetaan kollektiivisesti ja siitä tulee kollektiivista tietoa. Tästä näkökulmasta katsoen, ne eivät myöskään ole säännöttömiä ja 'moraalittomia', vaan pelisääntöjä ja toimintaperiaatteita generoidaan ja niiden toimivuutta testataan jatkuvasti toiminnan ohessa. Yksikään yhteisö, joksi myös blogosfääri ajatellaan, ei tule toimeen ilman normeja ja sääntöjä. (Rättilä 2007: 37.)

Blogosfääri on hyvin liikkuva kokonaisuus ja sieltä löytyy paljon samankaltaisia listauksia, kuin mikä tämän opinnäytetyön päämäärä on. Bloggaajat keskustelevat paljon myös bloggaamisen etiketistä ja kirjoittamattomista säännöistä, joita on myös yritetty listata. Bloggingwithoutablog.comin Barbara Swafford (2008) on koonnut yhteen hyvin kattavan bloggausetiketin, joka kertoo hyvin koko pääasiallisen blogosfäärin asenteista. Samankaltaisia ohjeita ovat koonneet osittain myös Schroeder (2009), New York Times (2008), Denny (2008) ja Zawodny (2003). Siinä käy hyvin ilmi, että pääosin kyse on kirjoittajien sekä kirjoittajan ja lukijan välisestä kunnioituksesta, mutta myös blogosfäärin toimijan uskottavuudesta. Kun blogia alkaa kirjoittaa, seuraavien asioiden tulisi olla selvää, etenkin lukijakokemusta ajatellen.

Zawodny (2003) tuo esiin bloggaamisen ja blogin lukemisen lähtökohdat. Kuka blogia kirjoittaa? Lukijalle saattaa olla tärkeää tietää kenen tekstiä hän lukee. Tiedon puuttuminen saattaa heikentää blogin uskottavuutta.

Artikkeleissa tulisi aina olla jotain uutta ja mielenkiintoista. Internetin tietotulvan keskellä lukija ei jaksakaan keskittyä kirjoitukseen, jonka sisällön on lukenut jo jostain muualta. Plagiointi, varastaminen ja kopiointi ilman kunnian antamista sille, jolle se kuuluu, on erityisen rangaistava teko. Jos bloggaaja kuitenkin kopioi osan tai kokonaisen tekstin osuudeksi omaansa, tulisi aina olla selvää kenen alkuperäinen teksti on. Joillekin on myös tärkeää tulla mainituksi, jos heidän kirjoituksensa on inspiroinut kyseisen merkinnän. (Swafford 2008.) Myös blogin jatkuvalla ja säännöllisellä päivittämisellä on oma tärkeytensä (Zawodny 2003).

Huono kieli ärsyttää ketä tahansa ja se kiinnittää huomiota, jolloin huomio itse tekstin sisällöstä jää taka-alalle. Kielioppi ja sanojen oikeinkirjoittaminen ovat siis tärkeä osa tekstiä. "Blogisi on heijastus sinusta ja sinun uskottavuudestasi." (Swafford 2008.) Yhdeksi uskottavuuden merkiksi nähdään aina kielioppi ja oikeinkirjoittaminen sekä ammattisanaston osaaminen samalla tavalla kuin kirjallisuudessa.

Kommentit ovat hyvin tärkeä osa blogeja ja se näkyy myös asenteissa. Lukijaa tulee kunnioittaa ja kuunnella. Swaffordin (2008) listallakin kommenttien tärkeys näkyy. Lukijoille tulisi olla aina selvää, että kommentilla on sanansijaa. Kukaan ei kirjoita kommenttia, jos hän ei usko, että sen sanoma menee "ajatteleville silmille". Swafford (2008) toteaa, että lyhyt kiitos-viesti on tarpeeksi. Kommentointia tulisi rohkaista, koska ne ovat usein merkinnän mielenkiintoisin osa. Jos bloggaajalla ei ole siis aikaa vastata kommentteihin tai hän huomioi niitä, pian kommentit vähenevät huomattavasti ja lopulta loppuvat

kokonaan. Myös lukijoiden lähettämiin sähköposteihin tulisi vastata mahdollisimman nopeasti. Kun joku kommentoi sivuillasi, käytä sen verran aikaasi, että käyt vilkaisemassa myös heidän blogiaan. "Se on yleistä huomaavaisuutta." Swaffordin (2008) suosittelee kommenttimahdollisuuden poistamista sivuilta, jos niihin ei ole aikaa paneutua. Zawodny taas on sitä mieltä, että bloggaajat, jotka eivät anna tätä mahdollisuutta ovat ärsyttäviä. Itse kommenttien tulisi olla yhtä asiallisia ja mielenkiintoisia kuin itse blogimerkintöjen. Ennen kommentointia tulisi aina lukea koko merkintä ja sen otsikko. Toiseen blogiin kommentoitaessa olisi suotavaa lisätä sen arvoa (value). Jos lukijalla ei ole mitään sanottavaa, hänen ei tulisi kommentoida. "Hyvä kirjoitus" ei ole arvon lisäämistä. Vain muutama sanan kommenttia ajatellaan usein jopa roskapostina (spam) ja se saatetaan jopa poistaa kirjoittajan toimesta tai blogeista löytyvien automaattisten spam-tunnistimien voimin. (Swafford 2008.)

Kommentoitaessa muualle kuin omaan blogiin, kyseisen blogin pitäjää ei tulisi ikinä halventaa tai puhutella muuten loukkaavasti. Negatiiviset kommentit vähentävät loukkaavasti kommentoineen bloggaajan oman blogin kävijäkuntaa ja saattavat johtaa jopa boikotoimiseen. Jos bloggaaja saa negatiivisväritteisen kommentin, mikään ei velvoita häntä jättämään sitä julkiseksi. Päinvastoin, se saattaa vahingoittaa jo hyvää keskustelua. Suurta ärsytystä herättää myös, jos kommentoija kirjoittaa aiheen vierestä vastauksessaan. Asiassa on siis pysyttävä ja muut huomautukset tulisi lähettää esimerkiksi sähköpostitse tai muuten henkilökohtaisemmin. (Swafford 2008.)

Sanassa spämmäys kuuluu aina huono kaiku. Sitä ei katsota mistään näkökulmasta hyvällä. Spämmäys ja toistaminen ovat kaksi eri asiaa, mutta ne liitetään usein toisiinsa. Siksi esimerkiksi spam-tunnistimet puhdistavat ensimmäisenä pois viestit, joissa on paljon toistoa. Spämmiksi luokitellaan myös liian laaja linkittäminen esimerkiksi merkinnöissä sekä markkinoivat kommentit. Käyttäjät lähtevät vain harvoin klikkailemaan hyvin moneen eri linkkiin samassa kirjoituksessa, joten hyöty on joka tapauksessa hyvin pieni. Jos linkkejä kuitenkin on, niiden toimivuus kannattaa aina tarkistaa huolella. Jos linkit on väärin kirjoitettu tai ne eivät muusta syystä toimi, sivuilla kävijä turhautuu nopeasti. Se vähentää heti uskottavuudesta, koska käyttäminen ei ole käyttäjän kannalta helppoa. (Swafford 2008.)

Swafford otti huomioon lähinnä tekstisisältöön liittyvän kannan bloggaamisessa. Monesti kuitenkin unohdetaan, että blogin käytettävyydellä on myös osansa. Kirk Schroeder (2009) huomauttaakin yhden harmittavan tekijän olevan huono navigaatio blogissa. Zawodny (2003) kiinnitti huomiota myös blogissa käytettyyn fonttiin. Hyvin erikoisen fontin käyttö ei ole suositeltavaa siksi, että blogin luettavuus ei ole hyvä, eikä käyttäjä jaksakaan hakea sanomaa tekstin takaa.

9 Motivoinnin teoriaa: Mitä motivaatio on

Petteri Niitamo (Salmela-Aro & Nurmi 2002: 40) toteaa, että arkiviisuus on kautta aikojen "tiennyt", että ulkoisten palkintojen tavoittelemisen lisäksi ihmisillä on paljon omia, sisäisiä tai tunneperäisiä haluja ja pyrkimyksiä, jotka eivät välttämättä liity lainkaan ympäristön tarjoamiin tai asettamiin tavoitteisiin, mutta joita tavoitellaan sitä suuremmalla innokkuudella. "Arkiajatteluun sisältyy myös ajatus, että ihmisen toimintaa ohjaavat yhtäältä näkyvät ja helposti todettavat ulkoiset motiivit ja toisaalta sisäiset, vaikeammin näkyvät motiivit. Motiiveista puhutaankin eniten silloin, kun ihmisen toimia ei ulkoapäin helposti kyetä selittämään.

Motivaation tutkimus aloitettiin biologisista tarveluetteloista ja syvistä tiedostamattomista energioista ja voimista. Myöhemmin vallitsevana tekijänä on yksilöllisyyden huomioiminen. Nykyään ei keskitytä enää tiedostamattomiin viettivoimiin, vaan painotetaan niiden rinnalla egon eli minuuden toimintoja ja ihmisten välistä vuorovaikutusta. (Dunderfelt, Laakso, Niemi, Peltola, Vidjeskog 2001: 32.) Motivaation kannalta on tärkeää muistaa, että blogin lukijat tulevat blogiin vapaaehtoisesti ja jos ensivaikutelma ei heistä ole hyvä, käynti saattaa olla kertaluontoinen. Esimerkiksi televisiokokemus on paljon kertaluontoisempi kuin blogin lukeminen, olettaen että lukija tulee takaisin hyvän ensivaikutelman turvin ja näin hänestä saattaa tulla hyvinkin lojaali. Käyn läpi opinnäytteeni kannalta muutamia olennaisia teorioita niin tutkimuksen alkuajoilta kuin nykyajalta.

Ihmisen toiminta saattaa ajoittain vaikuttaa epäloogiselta ja järjettömältä tai jopa vaaralliselta. Kaikilla on käsitys siitä mikä on tärkeää tai verratessa tärkeämpää tekemistä. Merkittävää on myös se, miksi jokin on tärkeää. Motivaatiotutkimus tutkii yhtä persoonallisuuden keskeisintä asiaa, ihmisen tahtoa. Motivaation turvin ihminen paneutuu työhön koko olemuksellaan ja on valmiina huomattaviin fyysisiin, taloudellisiin, sosiaalisiin ja henkilökohtaisiin uhrauksiin, jotta hänen toiveensa toteutuisi. Motivaatio on myös yhteiskunnallisessa mielessä hyvin keskeinen asia. (Dunderfelt ym. 2001: 25.) Motivaatioteorioissa on kyse ensisijaisesti tutkijan näkemyksestä mitä käsitteet motivaatio tarkoittaa yksityiskohtaisemmin ja mitä motiiveja on. Yleisesti sanottuna motivaatio on se voima, joka vetää ihmistä sisältäpäin ja saa pyrkimään intohimoisesti tavoitteisiin tai toisessa tilanteessa vetää ulkoapäin, sillä palkinto häämöttää kiitoksena työstä (Dunderfelt ym. 2001: 25).

Motivaatiossa kysymys on vieteistä, aikomuksista, tarpeista, kiinnostuksesta, haluista ja tahdosta, jotka muodostavat eri tasoja ihmisen motivaatiojärjestelmässä. Tutkimuksissa onkin saatu paljon erilaisia vastauksia, koska tutkijat keskittyvät motivaation eri puoliin. Erilaisten näkemysten määräästä huolimatta motivaatiotutkimuksen historiassa on nähtävissä selkeä suunta. (Dunderfelt ym. 2001: 26.)

9.1 Tarvelähtöistä motivaatiota

Yksi motivaatioteorioiden tärkeimpiä käsitteitä on tarve. Ihmisen motiivit voivat lähteä fysiologisista tarpeista kuten nälästä tai janosta tai viettiilykkeistä ja mielihyvästä, jotka ovat myös fysiologislähtöisiä. Useimmat moderniin motivaatioteoriaan pohjaavat vanhemmat teoriat perustuvat joko välillisesti tai kokonaan siihen mikä on toimijan tarve. Sillä

tarkoitetaan yleensä perusluontoisia, jopa fysiologisperäisiä motiiveja. Mitä luokitellaan tarpeeksi motivaatioteorian kannalta, riippuu aivan teoriasta ja sen kehittäjästä. Kaikki tutkijat eivät tosin tukeutuneet pelkkiin tarpeisiin. Joidenkin mielestä kaikilla ihmisillä on samat perustarpeet, toisilla oli pidempi lista näitä tarpeita kuin toisilla. Henry Murray kehitti kiinnostuksestaan luokitella tarpeita, TAT-kuvatestin yhdessä Christina Morganin kanssa, koska he uskoivat, että ihminen ei kykene tuomaan esille tarpeitaan niitä suoraan kysyttäessä. Menetelmän pohjalta on luotu myös muita motivaation mittaamenetelmiä, jotka ovat myöhemmin luokiteltuneet pienemmiksi kategorioiksi, kuten McClellandin suoriutumis-, valta- ja läheisyysmotivaatioita mittaavat menetelmät. (Salmela-Aro & Nurmi 2002: 10-16.)

Yksi ensimmäisiä tunnetumpia motivaatioteorioita on behaviorismi. Yksinkertaisesti sanottuna behavioristinen malli on se, että yksilö motivoituu toimintaan, jos hänet palkitaan ja häntä rohkaistaan siihen. Jos häntä ei palkita tai pelkää toimintansa johtavan rankaisuun, hän luopuu toiminnasta. Teorian näkökulmasta ihminen on siis täysin ulkoapäin ohjautuva. Aluksi ajateltiinkin, että kaikki toiminta on palautettavissa yksinkertaisiin elämää ylläpitäviin tarpeisiin, kuten nälkään, janoon, ulostamiseen, seksuaalisuuteen ja turvallisuuden tarpeeseen. (Dunderfelt ym. 2001: 27.)

Tarveteoriat, millainen myös behaviorismi on, saivat paljon kritiikkiä. Korkeampi asteiset motiivit kuten taiteelliset suoritukset tai ihmissuhteen koossa pitäminen, oli vaikea nähdä monimutkaisina yhdistelminä esimerkiksi nälän, seksuaalisuuden ja turvallisuuden tarpeista. Näissä teorioissa ihmisen sisäiset tarpeet mitätöitiin. Tämän johdosta syntyi uusia motivaatioteorioita, joissa lueteltiin erilaisia tarpeita. Jokaista tarvetta oli tarkoitus tutkia erikseen ja selvittää niiden ominaislaatua ja kartoittaa pala palalta ihmisen motivaatiokennettä. (Dunderfelt ym. 2001: 27.)

orgaaniset motiivit	tunneperäiset motiivit	sosiaaliset motiivit	toimintamotiivit
<ul style="list-style-type: none"> • nälkä • jano • kivun, kylmän, kuuman välttäminen • hengitys • virtsaaminen • suolen toiminta • nukkuminen • seksuaalimotiivit 	<ul style="list-style-type: none"> • pelko eli turvamotiivi • aggressio eli taistelumotiivi 	<ul style="list-style-type: none"> • kontaktimotiivit • valtamotiivi • suorituspäätös 	<ul style="list-style-type: none"> • eläytymisen tarve • liikkumisen tarve • uteliaisuus eli älyllinen toimintamotiivi • jännityksen tarve • luomisen tarve

Taulukko 1. (Dunderfelt, Laakso, Niemi, Peltola, Vidjeskog 2001: 27.)

Lopulta tarveluettelot kaatuivat kuitenkin omaan mahdottomuuteensa. Ihmisen jokaiselle tarpeelle ei voi luoda omaa tarvenimikettään. Yksi tärkeä ja suurta suosiota saanut teoria kulkee tutkijansa nimellä, Maslow'n tarvehierarkia. Siinä on samanlaisia heikkouksia kuin tarveluetteloissa, mutta se ei ole kuitenkaan pelkkä luettelo, sillä Maslow selvitti myös motiivien keskinäistä dynaamista vaikutusta ihmisen elämässä puute- ja kasvumotiiveista käsin. (Dunderfelt ym. 2001: 28.) Taulukkoon 2 on liitetty Maslow'n esittämät tarpeet ja niiden selityksen. Jokaisen tarpeen kohdalla pitäisi miettiä mitä tapahtuu, jos se ei tule tyydytetyksi. (Dunderfelt ym. 2001: 29-30.) Tutkin aiemmin tässä opinnäytetyössä

Maslow'n tarpeet

2. Turvallisuuden tarpeet	3. Liittymisen ja rakkauden tarpeet	4. Arvostuksen tarpeet	5. Älylliset ja esteettiset tarpeet	6. Itsensä toteuttamisen ja transsendessin tarpeet
<p>Tarve saada suojaa ja elää ilman pelkoa ja ahdistusta. Tarve saada järjestystä ympärilleen ja luoda sosiaalisia organisaatioita, jotka turvaavat lain ja järjestyksen.</p>	<p>Ihmiset tarvitsevat läheisyyttä. He haluavat antaa ja saada rakkautta.</p>	<p>Näihin kuuluu yhtäältä omaan suoriutumiseen, osaamiseen, itseenäisyyteen ja vapauteen liittyviä tarpeita, toisaalta tarve saada toisilta kunnioitusta ja huomiota sekä sosiaalinen asema.</p>	<p>Näitä ovat tarve opiskella, ymmärtää maailmaa, löytää uusia haasteita, luoda uutta, kokea kauneutta ja harmoniaa ja kokea elämänsä merkitykselliseksi.</p>	<p>Ihmisellä on myös tarve kehittää omia sisäisiä mahdollisuuksiaan, potentiaalejaan, ja jopa ylittää (transsendoida) omat, menneisyydessä luodut persoonallisuuden rajansa. Yleensä tämä ei ole mahdollista ennen kuin fyysiset, sosiaaliset ja psykologiset perustat on luotu riittävän vahvoiksi.</p>
<p>Bloggauksessa ei sinänsä ole kyse laista ja järjestyksessä. Rahassa kuitenkin on ja huomattava määrä bloggaajista kirjoittaa ansiotarkoituksessa. Urakehitys ja taloudelliset syyt listattiin muiden muassa motivaattoreiksi bloggaamisessa Technoratin tutkimuksessa.</p> <p>Blogit ovat myös fyysisesti sekä muuttuvia että pysyviä, niitä pystyy hallitsemaan helposti ja nopeasti. Ne pysyvät myös salaisina, jos käyttäjä niin haluaa. Tämä luo sosiaalisella tavalla turvallisuutta. Sosiaalinen tuki auttoi myös huumeriippuvuudesta toipuvaa Theoa, joka koki – joskin sosiaalisesta näkökulmasta – blogosfäärin hyvin kunnioittavana ja välittävänä. Se lievitti hänen pelkojaan ja ahdistusta riippuvuuteen liittyen. Sosiaalinen näkökulma tulee esiin etenkin seuraavassa kohdassa Maslow'n teoriaa.</p>	<p>Läheisyyden, liittymisen ja yhteenkuuluvuuden tunteet tuntuivat olevan hyvin suuri osa syitä blogata. Ihmisillä on tarve olla yhteydessä toisiinsa, viestittää asioita, joita tavalliset tiedotusvälineet eivät katso julkaisemisen arvoisiksi. Ei siis ole yhtään väheksyttävä syy blogata siksi, että kaikki muutkin tekevät niin.</p> <p>”HTML ja CSS ovat universaalikieli, jonka avulla kaikki maailman ihmiset, joilla on vain pääsy tietokoneelle ja internetin maailmaan, voivat kommunikoida ja jakaa ideoita.”</p> <p>Bloggaajat tunnustavat bloggaamisen vaikuttavan positiivisesti sekä heidän henkilökohtaiseen että ammatilliseen elämäänsä. Se on laajentanut heidän ystäväpiiriään, lähentänyt heitä ystäviin ja sukulaisiin. Suuressa osassa on siis yhteydenpito.</p> <p>Blogin julkaisuudella on myös sosiaalinen näkökulmansa. Identiteettien huomioiminen on tärkeää ja sitä haetaan eri paikoista kuin aiemmin. Ihmiset tarvitsevat siis tunnustusta olemassaololleen niin yksilöinä kuin jonkin kollektiivin jäseninä. Lähes kaikissa tutkimisani vastauksissa tulikin esiin palautteen ja reaktion saamisen tärkeys.</p>	<p>Samasta syystä kuin sosiaalisiin tarpeisiin myös arvostuksen tarpeessa pääosassa muiden osallistuminen. Bloggaamisen aloitus syyt saattaa hyvinkin olla myös siinä, että kaikki muutkin bloggaavat. Tämä on myös helppo ja tehokas tapa saada oma mielipiteensä yleisön saataville. Blogit ovat julkisia ja ne tuovat julkisuutta. Esimerkiksi Renee Blodgett toteaa pääsevänsä haastatteluksi bloginsa julkisuuden kautta.</p> <p>Jotkin bloggaajat olivat myös sitä mieltä, että bloggaaminen on oiva tapa parantaa ansioluetteloa ja houkutella uusia asiakkaita yrityksen pariin. Yleisö ja lukijat ovat tärkeä osa bloggaamista.</p> <p>Blogeilla on valtaa myös negatiivisessa mielessä. Internetin saloista löytyy tietoa vaikka minkälaisista asioista. Esimerkiksi tapaus Halla-aho (lue s.) kertoo hyvin arvostetun henkilön tavasta tuoda mielipiteitään.</p> <p>Blogin ja bloggaajan arvostuksella on siis väijäämätön kytkös julkisuuden käsitteeseen.</p>	<p>Kokeilunhalu on usein todennäköinen alkusysäys bloggaamisen aloittamiseen. Bloggaus on jotain uutta ja ihmeellistä. Blogit ovat myös hetkellisiä ja nopeita esimerkiksi perinteisiin joukkotiedotusvälineisiin verrattuna, siellä on mahdollisuus puhua ja purkaa ajatuksia ajankohtaisesti – ja löytää pohjattomasti tietoa ja mielipiteitä muista blogeista. Se tarjoaa haasteita reaaliajassa. Yksi bloggaamisen päätehtävistä on asiantuntijuuden jakaminen.</p> <p>Bloggaaminen on myös aktivoivia ja aivojunnoppaa.</p>	<p>Bloggaajat pyrkivät pääsemään eroon itsensä toteuttamista estävistä tekijöistä. Jos blogi rinnastetaan esimerkiksi lehdeksi, siinä ei ole heille ”mielikuviutuksettomia ja rajoitettavia” päätoimittajia, vaan he saavat purkaa mieltään ja ideoitaan blogiinsa rajoittamattomasti.</p> <p>Hyvin tärkeitä mainittuja syitä bloggaamiseen ovatkin kirjoittaminen, luovuuden purkaminen, itsensä toteuttaminen ja –ilmaiseminen. Bloggaus on intohimo ja taidetta. Se on julkista itsereflektiota tekstimuodossa. Esimerkiksi kuvataide jo sellaisenaan on hyvin itsereflektiivistä, jolloin blogia voisi ajatella esimerkiksi sähköisenä galleriana. Myös taiteella on kyky omaksua uutta nopeasti. Bloggaaminen onkin innostanut monia harrastuksiansa aivan uudella tavalla.</p> <p>Kolme neljästä bloggaajasta näkee henkilökohtaisen tyytyväisyyden tärkeimpänä tapana mitata bloggaamisen onnistumista ja menestymistä.</p>

Ajatussuuntia luvusta Miksi blogataan

syitä, miksi blogataan. Liitän taulukkoon mukaan jokaisen tarpeen kohdalle saamiani tuloksia ja vertaan niitä Maslow'n selityksiin. Ensimmäinen kohta teoriassa on fysiologiset tarpeet, joita internet ei abstraktiudessaan tarjoa. Se ei vaikuta elämän ylläpitämiseen liittyviin perustarpeisiin.

Maslow'n teorian pääajatuksena on tarpeiden ja motiivien hierarkkinen järjestyminen eli alempana hierarkiassa olevien tarpeiden pitää olla jollakin tavoin tyydytettyjä ennen kuin ihminen voi toimia motivoituneesti seuraavalla tasolla. Tässä tapauksessa listatut tarpeet menevät alemmasta (1) ylempään (6). Maslow'n tarkoituksena ei ollut kuitenkaan pitää teoriansa rakennetta jäykkänä ja muuttumattomana. Esimerkiksi hyvin idealistinen yksilö voi jättää alemmat tarpeensa lähes tyydyttämättä pyrkiessään tärkeäksi kokemaansa taiteelliseen, tieteelliseen, poliittiseen tai uskonnolliseen päämäärään. Hierarkkinen rakenne on siis hyvinkin joustava. (Dunderfelt ym. 2001: 30.) Bloggaamisessa esimerkiksi fysiologisilla tarpeilla ei ole niinkään sijaa. Teorian mukaan ne tulisi kuitenkin olla tyydytettyjä ennen kuin seuraavia tarpeita voidaan täyttää. Kokonaisuudessaan bloggaamisessa on teoriaan pohjaten jo hyvin motivoivia lähtökohtia ja antaa mahdollisuuksia monenlaisten tarpeiden täyttämiseksi.

Tarpeita ei tyydytetä järjestelmällisesti ja tyhjentävästi ylenevässä järjestyksessä. Samoin kuin ihmisen toiminta on useimmiten motivoitunut monesta tarpeesta käsin. Maslow'n keskittyi myös kysymykseen siitä, onko ihmisen toiminta erilaista jos hän toimii puute- tai kasvumotivaatiosta käsin. Tyydyttämättömän perustarpeen tyydyttäminen voi olla pakonomaista ja kaavamaisista. Kasvumotivaatioista käsin toimimme, kun perustarpeet on riittävästi tyydytetty ja voimme valita vapaasti. Kiintymyksen osoittaminen toista ihmistä kohtaan voi olla lapsuuden turvallisuuden puutteen täyttämistä (puutemotiivi) tai toisen yksilöllisyyden pyyteetöntä tukemista (kasvumotiivi). (Dunderfelt ym. 2001: 30-31.) Joissain yhteyksissä blogien lukeminen saatetaan kokea jopa urkkimisena, jolloin motivaationa on esimerkiksi läheisyyden ja ihmiskontaktin kaipuu (puutemotiivi) tai ihmiset ovat vain vilpittömästi kiinnostuneita toisistaan, kuten esimerkiksi Veloena (YLE 2009a) totesi syyksi lukiessaan mielenterveyteen liittyviä blogeja (kasvumotiivi).

9.2 Sisäsyntyistä motivaatiota

Motivaatioteoriasta riippuen yksilön toimintaa motivoivat seikat ajateltiin joko tietoisina tai tietoisesta ajattelusta saavuttamattomissa. Bloggaaminen on kuitenkin hyvin pitkälti vapaaehtoista. 70-luvulla Edward Deci kehitti teorian sisäsyntyisestä motivaatiosta, jossa hän kuvasi asiaa esimerkiksi autonomian ja kontrolloidun toiminnan käsitteillä. Decin ja hänen tutkijoidensa lähtökohtana oli haastaa heidän aikanaan vallalla ollut behavioristinen näkemys, jonka mukaan kaikki ihmisen toiminta voidaan selittää ulkoisella palkitsemisella. "Puhdasoppisen välineellisen ehdollistumisen käsitteen mukaanhan motivaatio on oikeastaan käsitteenä hyödytön, koska ihmisen toiminta rakentuu käyttäytymisen ja sen palkitsemien moninaisista ketjuista." (Salmela-Aro & Nurmi 2002: 41.)

Myös Deci turvautui tarpeisiin. Hänen mukaansa (Salmela-Aro & Nurmi 2002: 41) ihmisellä on kaksi synnynnäistä tarvetta, omaehtoinen päteminen ja itsemääräämisen kokeminen. Ihmiset suhtautuvat ympäristöönsä sen mukaan miten näitä tarpeita voi toteuttaa sen piirissä. Ympäristöt, joissa perustarpeet tyydyttyvät, lisäävät sisäistä motivaatiota,

kun taas muunlaiset ympäristöt vähentävät sitä. Tällainen sisäinen motivaatio aktivoi ja ylläpitää monenlaisia toiminnan muotoja, joista tyypillisimpiä motivoituneita toimia ovat leikkiminen ja leikinomainen toiminta, etsiminen ja tutkiminen sekä haasteellinen toiminta. Näitä toimia ihmiset tekevät ilman toivoa ulkoisesta palkkiosta, tyydytys tulee ennemminkin itse tekemisestä. Bloggaamisen julkisuus, palvelun saatavuus ja helppous ovat oiva alusta motivaation toteutumiseen. Nämä ominaisuudet ovat siis omiaan motivoimaan – ainakin kirjoittajaa. Myöhemmin Deci kollegoineen osoittaa eräässä meta-analyysissä, että ulkoinen palkitseminen saattaa jopa vähentää henkilön omaa halukkuutta toimintaan (Salmela-Aro & Nurmi 2002: 41). Lukijan kannalta katsottuna hän siis tuskin osallistuu keskusteluun, jos ympäristö ei ole siihen suotuinen ja hän ei tunne tarpeeksi intohimoa aihetta kohtaan. Lukijan tulee kokea mielipiteensä olevan tervetullut keskusteluun ja tietävänsä aiheesta tarpeeksi ollakseen pätevä.

Autonominen toiminta tarkoittaa sisäsyntyistä toimintaa, johon ihmiset voivat itse vaikuttaa. Kontrolloitu toiminta taas nousee muiden ihmisten tai tilanteen vaatimusten pohjalta ja määräytyy siis ulkoisesti. Tähän perustuen bloggaamisen aloittaminen voi olla kontrolloitua toimintaa, mutta sen jatkaminen, ylläpitäminen ja muiden blogien seuraaminen on hyvin autonomislähtöistä. Decin teorian mukaan ulkosyntyinen toiminta voikin muuttua autonomiseksi. Sen ensimmäinen askel on ulkoinen säätely, jolloin ihminen toimii esimerkiksi palkintojen toivossa. Lukija siis esimerkiksi vastaa blogimerkintään, koska vastauksella osallistuu esimerkiksi jonkin tuotteen arvontaan. Sen jälkeen tulevassa sisäistetyn säätelyn vaiheessa henkilö ei toimi enää näiden palkkioiden toivossa vaan esimerkiksi oman itsearvostuksen kohottamiseksi. Tämä riippuu blogin aiheista ja kuinka yksityisenä sitä pidetään. Esimerkiksi järjestäytyneet bloggaajat harvemmin ylläpitävät blogejaan siksi, että ylläpitävät omaa itsearvostustaan. Toisaalta he voivat tuntea olonsa ahdistuneeksi ja syylliseksi, samasta syystä kuin oppilas opiskelee ahkerasti. Bloggaaminen on heidän tehtävänantonsa, jolloin kyse on myös työmoraalista. Teorian kolmas vaihe on nimeltään tunnistettu säätely, jolloin ihminen arvostaa kyseistä toimintaa ja sen seurauksia eli sisäsyntyinen, yhtenäinen säätely on voimakkaimmin itsemäärättyä. Bloggaaminen siis itsessään voi olla jo tarpeeksi tyydyttävää toimintaa, että muita syitä sille ei tarvita. (Dunderfelt ym. 2001: 16-17.)

Myöhemmin Dec (Salmela-Aro & Nurmi 2002: 17) kehitti yhdessä Richard Ryanin kanssa fenomenologisen itsemääräämisteorian, jossa he kuvasivat sisäsyntyisen motivaation näkökulmaa ihmisen kolmella universaalilla psyykkisellä tarpeella: autonomia, kompetenssi ja läheisyys. Menetelmää varten he kehittivät myös motivoituneiden toimintojen mittaamisen, jossa henkilöä pyydetään arvioimaan minkä vuoksi hän pyrkii toteuttamaan tietyn asian. Menetelmä soveltuu siis etenkin itse tuotettujen tavoitteiden tarkasteluun. Vaihtoehtoina ovat:

- a) joku toinen haluaa niin tai tilanne vaatii sitä
- b) asia tuottaa hänelle mielihyvää ja hän on itse siitä kiinnostunut
- c) henkilö itse kokisi häpeää, syyllisyyttä tai ahdistusta, jos hän ei toteuttaisi sitä,
- d) ja hän toimii tietyllä tavalla, koska todella uskoo, että asia on tärkeä.

Blogia aloitettaessa henkilö päättää yleensä minkälaisista aiheista hän puhuu ja minkälaisesta formaatista on kyse. Bloggaamisessa omasta itsestä, omista motiiveista ja lähtökohdista käsin on hyvin tärkeää, myöhemmin motiivit saattaa muuttua moneenkin

kertaan. Sama pätee lukijoiden kannalta. Blogien lukijat kommentoivat merkintöjä pääsääntöisesti vapaaehtoisesti. He kommentoivat uskossa, että asia on tärkeä ja kommentilla on väliä, joko bloggaajan tai lukijan kannalta.

9.3 Motivaatio elämän eri vaiheissa

Ihmisten suhtautuminen bloggaamiseen, sosiaaliseen mediaan tai verkkoon kokonaisuudessaan voi riippua monesta asiasta, iästä, kulttuurista ja siten myös maantieteellisestä sijainnista sekä internetiin pääsystä tai teknologian tuntijuudesta. Kulttuurista puhuttaessa on hyvä tarkentaa kulttuurin käsitettä. Kulttuuri on opittua, jaettua, kaavamaisa, vuorovaikutteisesti muodostettua, symbolista, omavaltaista ja sisäistetty (Dahl 2009). Tämän vuoksi esimerkiksi eri-ikäiset suhtautuvat sosiaaliseen mediaan hyvin eritavoin. He näkevät kollektiivisen kulttuurin eritavoin kuin nuoret. Saman kulttuuripiirin ihmiset, nuoret ja vanhat, ajattelevat kuitenkin usein hyvin samansuuntaisesti.

Suomalaiset Nurmi ja Salmela-Aro (2002: 22-23) ovat tutkineet paitsi tavoitteita ja hyvinvoinnin yhteyksiä myös motivaation roolia ihmisen elämänkaareissa: "Teorian mukaan ihminen ohjaa elämäänsä asettamalla tavoitteita, kehittämällä suunnitelmia ja strategioita niihin pääsemiseksi sekä arvioimalla toiminnan tuloksellisuutta." Näiden mekanismien ajatellaan olevan yhteydessä ihmisen elämänkaaren haasteisiin, mahdollisuuksiin ja rajoitteisiin. Yksilö asettaa tavoitteensa vertaavammalla eri motiivejaan ympäristön luomisiin mahdollisuuksiin. Mahdollisuudet ja rajoitteet taas vaikuttavat myös suunnitteluun. Yhtä hyvin oman toiminnan arvioimisessa erilaisten kulttuurin mallien ja standardien ajatellaan olevan tärkeitä. Personaalisuuspsykologialla on myös osansa bloggauksen syiden tutkimuksessa. Se minkälaiset persoonallisuuden piirteet ja temperamentti sekä ihmisten henkilökohtaiset strategiat ja tavoitteet vaikuttavat bloggaamiseen. Persoonallisuus tarkoittaa yksilöllisten toimintojen ainutkertaista kokonaisuutta, ihmisten tapaa olla ja elää. Se on psyykkisten, fyysisten, sosiaalisten ja henkisten toimintojen ainutlaatuinen kokonaisuus. (Dunderfelt ym. 2001: 199.)

9.4 Uudempi motivaatiotutkimus

Tavoitteellisen toiminnan taustalla ei nykyään enää pyritä näkemään yhdenlaista halua ja tarvetta, vaan suositumpia ovat kognitiivisen eli ihmisen tiedonkäsittelyyn liittyvät psykologian mallit. Kyseessä on siis monien ajatus-, tunne- ja tahtotoimintojen yhteisvaikutuksesta, joiden välillä vaikuttaa itsesäätely. (Dunderfelt ym. 2001: 40, 196.)

Martin E. Fordin mukaan totuus ei löydy motiivien tukimisesta eli mikä "työntää" liikkeelle tai "vetää" puoleensa vaan hänen tavoitteensa oli yhdistää eri motivaatioteorioiden parhaat puolet uudeksi kokonaisnäkemykseksi. Ydin on kuitenkin aina löydettävissä persoonallisuuden piiristä. Tämä tarkoittaa sitä, että motivaatiolla on yksilöllinen leima. Kaikilla on erilaiset omista lähtökohdista lähtevät syyt aloittaa bloggaaminen tai kommentoida jotakin blogitekstiä. Ford hylkää ajatukset motivaation biologisesta ohjautuneisuudesta, vaan hänestä yksilön on oltava motivoitunut ja hänellä tulee olla riittävä taito viedä toiminta loppuun sekä biologinen valmius ja ympäristö, joka tukee häntä, hyväksyy toiminnan tai ainakin suo toiminnan toteutumisen. Jos yksikin näistä tekijöistä ei toteutudu tai

se on vajavainen, tavoiteltu tulos jää syntymättä. Kommentoija siis tarvitsee esteettömän pääsyn kommentointialueelle, hänellä tulee olla riittävä taito kirjoittaa ja käyttää palvelua sekä alueen tulee olla helposti löydettävissä. Kommentoinnin aihe on kuitenkin pääsyy, joka motivoi häntä toimintaan. Fordin mukaan motivaatio muodostuu kolmesta osatekijästä: toiminnan tavoitteesta, selviytymisodotuksista ja tunnelatauksesta. Kaikkien osatekijöiden on toteuduttava, jotta motivointi onnistuu. (Dunderfelt ym. 2001: 41-43.)

Toiminnan tulee olla suuntautunut johonkin päämäärään, joka "vetää" yksilö eteenpäin. Painotuksena on henkilökohtainen päätös sitoutumisesta. Aiheen siis tulee olla kommentoijalle niin tärkeää, että se saa hänet liikkeelle. Hän itse päättää kommentoinnista, eikä kukaan ulkopuolinen saa häntä osallistumaan, jos hän ei ole itse hyväksynyt tavoitteeseen osallistua blogimerkinnästä syntyneeseen keskusteluun. Selviytymisodotukset kuuluvat myös olennaisesti motivaatioon, koska ihminen harvoin edes yrittää asettaa tavoitetta, jos hän ei usko pystyvänsä toteuttamaan sitä. Selviytymisodotuksiin liittyy omien voimien, taitojen ja mahdollisuuksien arvioinnin lisäksi myös ympäristön suotuisuus ja sen antama tuki. Tähän taas vaikuttavat minäkäsitys ja itsetunto. Jos lukija on siis esimerkiksi vanhempi henkilö, joka ei täysin ymmärrä tietotekniikkaa, saati internetiä. Hän on joutunut kamppailemaan pelkästään löytääkseen blogin. Kommentoinnin osoittautuessa vaikeaksi, hän saattaa luovuttaa helposti. Ympäristön tuen puute saattaa siis olla tällä tavoin fyysinen tai psykologinen. Vaikka henkilö on löytänyt tiensä blogiin, hän ei enää usko pystyvänsä kommentointiin, koska ympäristö ei anna hänelle riittävästi inhimillistä tukea ja kannustusta. Blogin kirjoittajalle fyysinen selittäminen on vaikeaa, mutta ohjeiden antaminen ja niiden selkeyttäminen auttaa asiaa varmasti. Se on omalla tavallaan ympäristön antamaa tukea. Fordin mukaan tunnelataus tarkoittaa tunnetta, joka antaa toimintaan energian ja "sytykkeen", jota motivaatio tarvitsee. Ne välittävät tietoa myös siitä miten ympäristö suhtautuu toimintaan, siksi kannustava ilmapiiri saattaa olla hyvinkin ratkaiseva. (Dunderfelt ym. 2001: 42.) Esimerkiksi lukija on virittäytynyt lukemaan blogia. Se on hänen tuttavansa blogi tai surffilautailusta, joka on hänelle hyvin tärkeää (tunnelataus). Toiminnan tavoitteena on lukea tuttavan kuulumisia tai lukea erään surffaajan matkasta Australian rannikolla. Teksti on kuitenkin aseteltu vaikealukuisesti sivulle. Se on esimerkiksi liian tiivistä tai fontti on liian pienellä.

Ford (Dunderfelt ym. 2001: 44) on tutkinut myös motivaation kehittämistä ja löytänyt joukon periaatteita, joita seuraamalla ihmisen motivaatio saadaan heräämään. Tärkeää on ottaa huomioon motivaation kolme tekijää ja luoda niitä tukeva ympäristö. Bloggaajan tärkein tehtävä on luoda ympäristö, joka kunnioittaa kohderyhmää. Fordin mukaan tosin ihmisen persoonallisuudella eli hänen ajatuksillaan ja tunteillaan on suuri vaikutus motivointimenetelmään, koska jokainen motivoituu eri tavalla. Bloggaamisessa näin yksittäistä motivointitekniikkaa on vaikea kehittää, mutta jos kohderyhmä on tarpeeksi rajattu, ryhmällä on luultavimmin samankaltaisia persoonallisuuden piirteitä. Heitä yhdistää kuitenkin jo jokin, koska he ovat eksyneet blogiin. Pääperiaatteena on kuitenkin se, että jokaiselle blogissa kävijälle tulee olo, että häntä ei kohdella vain yhteisön "koneiston" osana. Tämä on omiaan luomaan pitkäaikaista motivaatiota eli lojaliteettia lukijan ja bloggaajan välille.

Motivoinnissa on myös huomattava, että tilanteet ja ihmiset muuttuvat. Samaan tulokseen voi siis päästä useaa erilaista tietä. Joustavuus on siksi tärkeää ja siihen kuuluu myös taito nähdä vaikeiden tilanteiden mahdollisuus. Näin myös negatiiviset ilmiöt

voidaan kääntää positiiviseksi. Jos bloggaaja on esimerkiksi kirjoittanut jotain, joka on saanut monen lukijan kommentoimaan ärhäkästi, kannattaa miettiä taas aloittamisen syytä. Opinnäytetyössäni puhun lukijalähtöisestä bloggaamisesta, joten heitä tulee myös kunnioittaa. Tarpeettoman voimakas kielenkäyttö on esimerkiksi tarpeetonta ja lietsoo usein vain ääriryhmiä. Joskus kannattaa myöntää virheet. Tästä hyvänä esimerkkinä Scoble ja Israel (2006: 184, 186) kertovat esimerkkinä ranskalaiseen kosmetiikka jätti L'Oréaliin kuuluvasta Vichy-yhtiöstä. Yhtiö aloitti kampanjan, jonka puitteissa mainostoimiston keksimä Claire-hahmo alkoi kirjoittaa blogia, jossa hän valitti muun muassa tarvitsevansa lisää unta jaksakseen juhlia, koska hän oli jo täyttänyt 35 vuotta. Clairen käyttämä kieli muistutti hämäävästi Vichyn mainoslauseita ja blogin yhteydessä ollu kuva esitti rypyttömää kaunotarta tuijottamassa mietteliäänä käsipeiliin. Blogosfääri reagoi blogiin jo muutamassa tunnissa voimakkaan kielteisesti ja se tunnistettiin nopeasti epäaidoksi. Nopeasti Vichyn johtoportaalilla huomattiin yhtiön brändin olevan uhattuna. Yhtiö pyysi bloggaajilta anteeksi loukkausta ja aloitti myöhemmin nimeomaan asiakaslähtöisen blogin. Myöhemmin yhtiö laajensi ja antoi joillekin kuuluisille bloggaajille omaa ihon vanhenemista hidastavaa voidetta kokeiltavaksi, jos bloggaajat kirjoittaisivat siitä. Vichy ei kuitenkaan kontrolloinut kirjoittamista, vaan bloggaajat saivat kirjoittaa rehellisen mielipiteensä. Bloggaajat ihastuivat voiteeseen ja lukijoiden kysymysten perusteella voidetta on myöhemmin pystytty kehittämään yhä edelleen paremmaksi. Esimerkki osoittaa myös sen, että lukijoita kunnioittamalla blogia pystyy kehittämään voiteen tavoin aivan toisella tavalla. Lukijaa on vain kuunneltava ja nähtävä, mitä kohderyhmä tarvitsee.

Yhtä hyvin Vichy-yhtiön esimerkistä tulee esiin yksi Fordin esittämistä motivaation lisäämiskeinoista: haasteellisuus. Hänen mukaansa tyytyväisyys elämään ei synny vain siitä, että välttää vaikeuksia, vaan ne on otettava vastaan haasteina. Haasteissa oma suoriutumiskyky joutuu koetukselle, mutta se kehittää myös persoonallisuutta. Samalla siis bloggaaja voi kehittyä kirjoittajana, bloggaajana, ihmisenä tai aiheen asiantuntijana. Motivoinnissa ei ole siis kysymys kontrollista eikä pakosta, vaan päinvastoin. Jollekin toiminnalle luodaan mahdollisuudet ja herätetään yksilön omat voimavarat toimimaan. Ihminen on itsenäisyyteen, itsemääräämiseen ja persoonallisen identiteettinsä säilymiseen pyrkivä kokonaisuus. Kaikkia ei siis blogia lukemaankaan voi motivoida, eikä sitä kannata omaksi tavoitteekseen siksi asettaa, koska ympäristö ei ole sille suosiollinen. Motivointi siis onnistuu, kun ymmärretään ja otetaan huomioon kunkin yksilön minän sisäiset ja ainutkertaiset lainalaisuudet, joihin käyttäytyminen perustuu. (Dunderfelt ym. 2001: 44.)

10 Miten motivoinnista on hyötyä bloggaajalle ja bloggaamisessa

Internet kokonaisuudessaan on vuorovaikutteinen väline. Sivustolla vieraileva valitsee itse, poistuuko hän saman tien, miten hän sivuja lukee ja niin edelleen. Hän voi myös säädellä sitä, miten näkee sivun ja mitä kautta hän sitä lukee – suoraan sivulta vai esimerkiksi RSS-lukijalla. (Korpela & Linjama 2003: 272.)

Kerroin Vichy-yhtiön kampanjasta, johon yhtenä osana kuului Claire-nimisen hahmon kirjoittama blogi. Ensimmäinen yritys epäonnistui ja blogosfääri murskasi sen selvänä mainoskikkana, mutta toisella yrityksellä yhtiö pääsi huomattavasti parempaan alkuun. Koko tarina löytyy edellisestä luvusta 9.4, sivuilta 89-90. Lopputuloksena yhtiö hyötyi bloggaajilta saamistaan kommentteista, joiden kautta he pystyivät kehittämään tuotteitaan aivan uudelle tasolle. Kommentoijilta tuli rakentavia kysymyksiä ja ehdotuksia. Saman ilmiön voi myös soveltaa yksityiseen bloggaamiseen. Mistä tahansa ajatustyöstä saa paremmat tulokset, kun siitä ajattelee monelta kannalta. Yksinään harvoin huomaa ajatella kaikkia mahdollisuuksia ja esteitä, joihin vaikuttaa esimerkiksi kulttuuri tai ikä. Kommentoijien kautta tähän voi päästä aivan toiselta näkökannalta.

Interaktiivisuus tarkoittaakin Webistä puhuttaessa yleensä vielä jotain muuta kuin sivustolla kävijän päätöstä jäädä sivulle tai ei. Käyttäjän toimenpiteet voivat olennaisesti muuttaa sivun sisältöä taikka suorastaan vaikuttaa internetin ulkopuoliseen todellisuuteen. Esimerkiksi tavarantoimituksen ohjaaminen tai tietokannan sisällön muuttaminen voivat olla tällaisia vaikutuksia. Bloggaajat tiedottavat hyvin tehokkaasti toisiaan sekä blogiensa kautta, että kommentteilla erilaisista aiheeseen liittyvistä ilmiöistä ja asioista. Vuorovaikutteisuuden ei kuitenkaan pidä olla itsetarkoitus. Sillä pitää olla mielekästä merkitystä käyttäjälle, oli kyseessä huvi taikka hyöty. Vuorovaikutuksen lisääminen vain siksi, että blogin tekijästä tuntuu siltä, tekee huonon vaikutuksen. (Korpela & Linjama 2003: 272.) Lukijaa tulee siis kuunnella ja hänen mielipidettään kunnioittaa. Tämän lopputuloksena voi hyötyä saamalla blogin kautta esimerkiksi työtarjouksen. Täysi piittaamattomuus blogosfääristä ja sen vallasta voi käydä myös tuhoisaksi, johon Vichynkin tarina olisi voinut päättyä, ellei yhtiö olisi kuunnellut blogosfäärin ääntä.

Positiivisen palautteen antaminen ja rakentava kritiikki vahvistavat minäkäsitystä ja synnyttävät uutta tai lisäävät tunnelatausta. Kun lukija saavat säännöllisesti palautetta, se jakaa suorituksen osasuorituksiin ja auttaa tiedostamaan kokonaisuutta helpommin. Samasta syystä palaute on tärkeää etenkin bloggaajille. Yhtäläillä ne vahvistavat lukijan yhteyttä kirjoittajaan ja rohkaisevat tätä kommentoimaan myöhemminkin. (Dunderfelt ym. 2001: 44.)

Blogosfääri on hyvin linkittytynyt ja helppo lähestyttävyyks on omiaan tuomaan lisää keskustelua blogiin. Kun kirjoittaja tietää, että blogia luetaan ja siitä pidetään, blogi saa uutta ponnistusohjaa. Kokonaisuudessaan blogosfääri tarjoaa äänen perinteisen median ohelle ja globaalille keskustelulle, jota esimerkiksi maantieteelliset etäisyydet eivät rajoita. Sen piiristä ketä tahansa voi etsiä vastauksia, haastaa tai rakentaa jo julkaistuja teorioita. Lyhyesti sanottuna blogosfääri haastaa – ja sitä kautta kehittää itse itseään, joka taas lisää haasteita. Tätä kautta blogosfääri myös vaikuttaa ja se antaa sille valtaa.

11 Miten kommentteihin tulisi suhtautua, jotta motivoiva ympäristö toteutuu

Kuten sanottu keskusteluun voi osallistua kuka tahansa, jos rajoituksia ei ole asetettu. Bloggaajan tulisi varautua siihen, että nekin joita sisältö ei miellytä, kertovat mielipiteensä julkisesti. (Linjama & Korpela 2003: 54.) Kommentteja tulisi kuitenkin oppia suvaitsemaan, eikä kaikkea kirjoittelua voi täysin hallita. Ellei niitä sallita, blogia kohtaan tunnetaan usein vähemmän luottamusta ja kiinnostusta. (Scoble & Israel 2006: 211-212.) Kaikissa blogeissa kommentit eivät tietenkään ole tärkeintä ja keskustelu niiden kirjoittamasta keskustelusta on toisaalla. Kerron tästä ilmiöstä tarkemmin seuraavassa luvussa 11.2. Osa blogeista ei olisi olemassa ilman lukijoita, joiden aktiivisuuden varassa ne toimivat (kuva 22).

Monille etenkin aloittaville bloggaajille yksi vuorovaikutteisyyden muoto on hyvin tärkeä. He haluavat palautetta blogistaan – kehuja, haukkuja, kommentteja, kehitysehdotuksia. Palautteen merkitys lukijoille ei välttämättä ole selvä. Jos blogi ei ole hänelle tärkeää, on hyvin epätodennäköistä, että mikään palaute korjaisi tilanteen. Jos kohderyhmä on kuitenkin selvä, kommentit ovat kehittämisen kannalta hyvin olennaisia.

Jos haluat saada palautetta ja keskustelua, kannattaa tiedostaa ja muistaa se, että sivuilla vierailevien kannalta kyse on palautteen antamisesta ja aiheeseen kommentoimisesta, siitä keskustelemisesta. Se siis vie lukijan aikaa ja vaivaa. Jos vastaus on tyly ja kylmäkiskoinen, kommentoijat saavat sen kuvan, että heidän mielipiteellään ei ole väliä. Tällöin rakentava, perusteltu kehitysehdotuskin, joka veisi vain vähän aikaa, jää vaille huomiota ja vaikutusta. Kommentointi loppuu usein hyvin nopeasti. Kommentteja, palautetta ja keskustelua ei siis kannata pyytää, ellei sitä aiota oikeasti käyttää mihinkään. Keskeisintä onkin antaa käyttäjälle jokin aihe olettaa, että hänellä on syytä kommentoida ja sillä on vaikutusta asioiden kulkuun sekä se on tärkeää bloggaajalle. Jos blogia ei ole esimerkiksi päivitetty pitkään aikaan tai siinä käytetään huolimattonta kieltä, puhutaan epätarkasti. Palautteen antamisen tulisi olla helppoa sekä teknisesti että palautteen vastaanoton puolesta. (Linjama & Korpela 2003: 278.)

Kohtelias ja kunnioittava käyttäytyminen tulisi toteutua toki toiseenkin suuntaan. Vaikka kommentointimahdollisuus on olennainen osa blogeja, työkeyttä ei omassa blogissa tarvitse sietää. Israel (Scoble & Israel 2006: 212) loikin ilkeiden kommenttien seurauksena niin kutsutun olohuonesäännön. Ajatus on hyvin yksinkertainen: ”Jos olet vieraana kodissani ja käyttäydyt työkeästi minua tai muita vieraitani kohtaan, pyydän sinua olemaan kohteliaampi. Ellet tee niin, pyydän sinua poistumaan enkä enää päästä sinua kotiin.” Israel huomauttaa tämän tarkoittavan myös nimettömän palautteen antajia. Jos he eivät paljasta henkilöllisyyttään, heidät häädetään pois.



Kuva 22. PostSecret on yhteisöllinen taideprojekti, jossa ihmiset voivat postittaa salaisuuksiaan nimettömästi yhdellä puolella postikorttia. Blogissa julkaistaan valittuja paloja vastaanotetuista korteista ja e-maileista joka sunnuntai. (<http://postsecret.blogspot.com/>)

Kuten sanottu pelkät kommentit eivät kuitenkaan takaa keskustelua, joka tämän opinnäytetyön kannalta on olennaisinta. Beth Kanter (2008) puhuu keskustelustrategian suunnittelusta blogeissa. Teoriassa se on tapa, jolla bloggaaja tukee ja vaalii keskustelua bloginsa kommentteissa. Se on yhdistelmä siitä miten bloggaaja kommentoi muissa blogeissa, jäljittää keskustelua ja vastaa kommentteihin omassa blogissaan. Hänen mukaansa kommentteihin vastatessa tulisi olla rehellinen, asiallinen, vastata nopeasti ja jokaiseen järkevään kysymykseen. Jos kommentoija oikaisee bloggaajaa, hänen tulisi myös kiittää heitä ja päivittää merkintä. Bloggaajan tulisi vastata kommentteihin vieden ne takaisin alkuperäiseen merkintään, jolloin keskustelu kommentteissa pyörii nimenomaisen aiheen ympärillä, eikä niinkään keskustelua kommenttien välillä, jolloin ne yleensä katoavat. Muiden blogien kommentoiminen on osa keskustelustrategiaa. Kommentoinnista ja sen yleisistä säännöistä kerroin tarkemmin luvussa 7.

11.1 Mitä jos en saa kommentteja

Blogiin kirjoittamattomuutta - tai kommentoimattomuutta - on vaikeaa tulkita. Se voi tarkoittaa montaa asiaa kiireestä kirjoitusinnostomuuteen. Blogeja tutkiessa pidemmällä aikavälillä on mahdollista huomata erilaisia vaiheita. Seurasin omasta mielenkiinnosta kahta opiskelijavaihtoon liittyvää blogia pitkään ja huomasin erilaisia vaiheita: ajoittain he eivät selvästi ehtineet päivittää, joskus he eivät saaneet niin paljon kommentteja. Kaikki kirjoitukset eivät toki olleet sellaisia, joita olisi helppo kommentoida. Molemmat blogit olivat pääasiassa tarkoitettu läheisten kanssa yhteydenpitämiseen. Kommentointi oli selvästi kirjoittajille kuitenkin tärkeää, koska monien merkintöjen lopussa he kyselivät läheisten kuulumisia. Vastauksia tuli kuitenkin harvakseltaan.

Myös kommentoimattomuus on kommunikointia. Tekstiin perustuvassa hiljaisuutta on vaikeampi tulkita, kun kasvokkain tapahtuvassa keskustelussa hiljaisuudella saattaa olla hyvinkin selvä viesti. Nonkommunikaatio on Gregory Batesonin esittelemän sosiologinen teoria puuttuvista viesteistä. Nonkommunikaatio on siis jokin viesti, joka jää tietyssä tilanteessa kommunikoida. Teoriassa tutkitaan nimenomaan syitä nonkommunikaatiolle. Myös arkikielestä löytyy sanontoja sekä kommunikoidmisesta ”puhumalla asiat selviävät” että nonkommunikoimisesta ”vaikeneminen on kultaa”. Näitä sanontoja sovelletaan aina tilanne- ja tapauskohtaisesti. Niiden osuvuudesta ja pätevydestä toki kiistellään paljon. Batesonin mukaan nonkommunikaatio liittyy niin unohtamisen ja itsepetoksen kuin salaamisen ja valehtelun ilmiöihin. (Ketola, Knuutila, Mattila, Vesala 2002: 12-13.) Bloggaukseen näitä sanoja harvoin assosioidaan voimakkaasti. Kirjoittaminen on tietenkin lähtökohtaisesti valikoivaa, jolloin sanojen muoto ja asettelu vaikuttaa siihen, minkälainen viesti tekstistä välittyy. Yhtä hyvin teksti kertoo passiivisesti tai aktiivisesti kirjoittajan asenteista aihetta kohtaan.

Kommentoimattomuuteen voivat vaikuttaa sivun saavuttamattomuus, esteet navigaatiossa ja sivun käytössä ja motivaatio ja sen eri tekijät. Kommentoimattomuuteen ja kommentoimiseen liittyvät siis hyvin pitkälti samat tekijät. Kuten joukko tutkijoita toteaa puuttuvien viestien tutkimuksesta: ”—nonkommunikaatio saattaa vaikuttaa liian laajalta muuhun kuin itsestäänselvyyden toteamiseen (Ketola ym. 2002: 7).”

Pelkästään kommentoinnin mahdollistamalla ja sitä suuremmin moderoimalla, antaa lukijoille viestin, että heidän mielipiteensä on kuultavissa. Vaikka blogi olisi suunnattu esimerkiksi ainoastaan kirjoittajan läheisille tai hänen kolleegoilleen, on hyvin todennäköistä että ulkopuoliset eksyvät sinne joltain kautta. Olettaen siis, että se on käytännössä mahdollista eli blogi ei ole esimerkiksi salasanalla lukittu.

Kuten totesin monien tutkimusten ja bloggaajien avustuksella luvussa 4, kommentit ovat arvostetuin osa blogeja. Blogit liitetään myös usein käsitteisiin Web 2.0 ja sosiaalinen media, joissa keskustelu ja sen mahdollisuus on pääasia. Amy Gahran (2006) muistuttaa blogin olevan vain nettisivu, jossa sisältöä voidaan hallita erilaisilla suosituilla välineillä. Hänen mukaansa bloggaajien ei tulisi kuitenkaan olla vain kirjoittajia, joiden blogi on vain yksisuuntainen online-julkaisu: "eräänlainen 'sisältö-saari'". Steve Rubelin (2006) mukaan bloggaaminen tulee erottaa kirjoittamisesta. Kirjoittaminen on hänen mukaansa yksisuuntaista, kun taas bloggaaminen on keskustelua eli kaksisuuntaista viestintää. Rakenteellisesti bloggaajat ovat siis vain kirjoittajia, mutta kulttuurisesti muutakin. Blogeilla on mahdollisuus kasvattaa yleistä keskustelua "ja siitä jatkeena keskusteluperusteista mediaa, joka on vielä suurempaa kuin bloggaaminen (Gahran 2006)."

Yksi mahdollisuus kommentoimattomuuteen on myös se, että bloggaajat itse vastaavat jo kysymykseen niin kattavasti, että vastauksille ei jää tilaa (VanFossen 2007b). Keskusteluja onkin vaikeampi aloittaa, kuin jatkaa (Zimbardo 2008). VanFossen (2007b) kertoo kahdesta tavasta, joilla keskustelu kuihtuu jo ennen alkamistaan: täysin aiheen kattava blogimerkintä tai kommentti joko omassa tai jonkun muun blogissa. Jos kirjoittaja jättää jotain mietittävää lukijoille, tuloksena voi syntyä jotain uutta ja kiehtovaa.

Yleensä ihmiset ovat myös kiinnostuneempia itsestään kuin kirjoittajasta. Kirjoittajan aiheet yleensä heijastavatkin lukijoiden kiinnostuksen kohteita, siksi keskustelussa on hyvä jättää tilaa lukijalle ja hänen kokemukselleen. (Zimbardo 2008.)

Jos kommentteja ei kuulu, vika on usein lähtökohdissa tai niiden toteuttamisen puutteellisuudessa. Lukijat reagoivat kommentteihin, vasta kun heille annetaan mahdollisuus liittyä keskusteluun ja he kokevat sen tarpeelliseksi. Blogissa kommentointi ja niiden tarpeellisuus riippuvat kirjoitustyylistä ja aiheesta. Kommentoimattomuus ei välttämättä tarkoita sitä, että keskustelua ei ole syntynyt. Kerron tästä tarkemmin seuraavassa luvussa.

11.2 Muualla kommentointi

Keskustelu sijoittuu usein blogeihin ja blogien välille. Keskustelua aiheesta voi siis hyvin olla ja varmasti onkin muualla kuin aiheesta kirjoittaneen kommentointialueella. Bloggaaja saattaa siis saada kommentteja merkintänsä yhteyteen tai inspiroida toista bloggaajaa kirjoittamaan vastauksen tai vastaväitteen omaan blogiinsa (Garrett 2007).

Vähemmän tunnettu bloggaustyyli, sisäinen dialogi, herättää myös keskustelua. Samankaltaiselle blogille on monia erilaisia nimityksiä kuten informaatioblogi, pohdiskeliva blogi, inspiroiva blogi ja niin edelleen. Sisäistä dialogia harjoittava blogi tarvitsee kuitenkin vähemmän tai ei lainkaan vastauksia. Kommentointimahdollisuus saattaa jopa olla kokonaan poistettu. Se saattaa olla täysin tarpeeton blogin menestymiselle, eikä tarkoita sitä

että keskustelua ei syntyisi. VanFossenin (2007a) esimerkki tämän kaltaisesta blogista on erään syöpäpotilaan blogi, jossa hän kertoo kokemuksistaan taistellessaan sairautta vastaan. Hän ei halunnut tai tarvinnut kommentteja, silti blogi oli hyvin suosittu.

NOT ALL BLOGS NEED COMMENTS TO HAVE A CONVERSATION WITH THEIR READERS. IT'S AN INTERESTING NOTION, BUT IT WORKS BECAUSE THEY ARE PROVIDING INFORMATION THAT NEEDS NO RESPONSE.
(VANFOSSEN 2007A.)

11.3 Miten teksti keskustelee

Lorelle VanFossen on merkittävä Wordpressin bloggaaja. Hän kirjoittaa blogissaan Lorelle on Wordpress kaikista blogialustan teknisistä mahdollisuuksista sisällön kirjoittamiseen ja blogin oheistuotteisiin. Blogin tarkoitus on siis vastata Wordpressistä ja bloggaamisesta heränneisiin kysymyksiin asiantuntevasti. Tavoitteena ei ole keskustella asioista, johon liittyy kysymysten kysyminen. Kommenteilla ei blogin kannalta ole olennaista osaa vaan lukijat tulevat lukemaan nimeomaan VanFossen kirjoituksen, ei niinkään niistä syntynyttä keskustelua. (VanFossen 2007a.)

Keskusteleavan blogin tavoitteena on dialogi bloggaajan ja lukijan välillä eli merkinnät antavat tilaa vastauksille ja se haastaa lukijan antamaan vastauksia. Jokainen merkintä kehittää suhdetta lukijaan. (VanFossen 2007a.) Blogista, joka kutsuu lukijoitaan kommentoimaan ja antamaan palautetta, tulee dialogi. Toisin kuin markkinointiin suunnatussa blogissa, joka on enemmän esittelylehtinen. Myös päiväkirja-formaatti palvelee enemmän sen luojan äänen foorumina. (Kuhns & Crew 2006: 7.)

12 Pohdintaa: Suosituksia keskustelua motivoivaan bloggaamiseen

Blogeihin ja niiden välille rakentuva keskustelu on blogosfäärin antoisinta sisältöä. Bloggaajat ovat toki kirjoittajia rakenteellisesti, mutta kulttuurisesti myös paljon muuta. Bloggeilla on mahdollisuus kasvattaa yleistä keskustelua ja olla jatkeena keskusteluperusteiselle medialle. Keskusteluja on kuitenkin vaikeampi aloittaa kuin jatkaa. Motivaatiossa ja blogin kirjoittamisessa, jossa on toiveena saada aikaan keskustelu, on kyse kirjoittajan uskottavuudesta sekä toimijoiden välisestä kunnioittamisesta. Seuraavat suositukset auttavat edistämään lukijan motivaation syntymistä tai lisäämistä, niin että tämä osallistuu blogosfäärissä tapahtuvaan keskusteluun.

Mieti miksi bloggaat. Oma motivaatio toimii bloggaamisen perustana ja määrittää kuinka paljon aikaa on valmis antamaan bloggaamiselle. Omakohtaiseksi koettu tärkeä aihe heijastuu myös tekstiin ja luo siihen uskottavuutta. Pelkkä kiinnostuksesi aiheesta, ei kiinnosta lukijoita. Jos mieleesi ei nouse ajatuksia esitettävästä aiheesta, älä oleta, että myöskään kohderyhmäsi kiinnostuu väkisin tehdystä sisällöstä. Kirjoitustyyli heijastaa haluasi kuulla muiden mielipiteitä. Älä tee vuorovaikutteisuudesta itsetarkoitusta. Sisällöllä tulee olla mielekästä lukijalle ja vuorovaikutteisuuden lisääminen ainoastaan vuorovaikutuksen vuoksi tekee huonon vaikutuksen.

Vaali kohderyhmääsi. Oma motivaatio rajaa aihetta ja näin myös kohderyhmää. Kohderyhmä ei välttämättä ole suuri, mutta joitakin aihe saattaa kiinnostaa. Tämä luo linkin sinun ja kohderyhmäsi välille – teillä on jo jotain yhteistä.

Keskustelua motivoiva kirjoittaminen on lähtökohtaisesti suunnattua, joten kohderyhmä on tärkeässä roolissa tekstiä kirjoitettaessa. Kohderyhmän rajaaminen ei kuitenkaan tarkoita, että jotkut ihmiset rajataan sen ulkopuolelle, vaan millaiset ihmiset kirjoittaessa pyrit ottamaan huomioon. Lähtökohtaisesti kohderyhmällä on todennäköisesti jo jotain yhteistä. Samat tekijät, jotka erottavat kohderyhmän, muodostuu myöhemmin tapahtuvassa keskustelussa rikkaudeksi.

Jokainen kohderyhmä vaatii erilaista lähestymistapaa käsiteltäviin asioihin. Mieti miten tavoitat kohderyhmäsi parhaiten ja onko heidän kannaltaan blogin asiasisältö tärkeää. Kohderyhmän rajaaminen helpottaa kirjoittamisen suuntaamista huomattavasti ja auttaa luomaan motivaatiota tukevan ympäristön. Keskity enemmän lukijakunnan lojaalisuuden tavoittelemiseen kuin satunnaisiin kävijöihin. Puhu kohderyhmällesi, käytä heille suunnattua esittämistapaa. Kunnioita lukijakuntaasi.

Bloggaaja ei koskaan pysty motivoimaan jokaista lukijaansa. Hän pystyy kuitenkin ottamaan sen huomioon ja muodostamaan motivaatiota tukevan ympäristön. Tämän voi tehdä ainoastaan tuntemalla kohderyhmänsä.

Mieti blogisi konsepti. Onko sinulle ja aiheelle tärkeää herättää keskustelua? Kuinka paljon olet valmis antamaan aikaa bloggaamiselle? Esimerkiksi kehittymisen kannalta keskustelu on olennaista, mutta kaikissa konsepteissa se ei ole tarpeellista. Mieti onko nopea päivittämissiheys blogisi kannalta olennaista. RSS-aikakaudella nopeutta tärkeämpää on laadukas tekstisisältö. Kaikki ei kuitenkaan ole ajatonta. Käyttääkö kohderyhmäsi RSS-syötteitä? Mitä kautta kohderyhmäsi lukee blogitekstejäsi? Mieti onko

nopeus kohderyhmäsi ja aiheesi kannalta olennaista. On todennäköisempää, että he osallistuvat blogisi virittämään keskusteluun, jos se päivittyy loogisesti ja on laadukasta, heille tärkeää sisältöä.

Luo esteetön ja suotuisa ympäristö. Tärkeintä on olla rakentamatta tarpeettomia esteitä. Sisältöön tulee päästä helposti käsiksi ja blogissa liikkumiselle ei saa olla tarpeettomia esteitä. Lukijat suhtautuvat blogiin sen mukaan miten he voivat osallistua keskusteluun sen yhteydessä. Jos lukija näkee mahdolliseksi osallistua keskusteluun joko teknisistä tai henkisistä syistä, hän ei siihen myöskään osallistu, siksi on olennaista luoda esteetön ja motivaatiota tukeva ympäristö.

Esteitä saattaa olla sekä ulkonäöllisissä seikoissa että tekstissä. Esimerkiksi turhat ammattitermit saattavat olla asian kannalta täysin tarpeettomia ja vaikeuttaa tekstin tulkin-
taa. Ajattele aina voiko sisällön esittää selvemmin. Paremmalla suunnittelulla tällaisista esteistä päästään helposti eroon. Kartoita kohderyhmäsi mahdolliset esteet ja vältä niitä.

Ole helposti lähestyttävä. Kommentoiminen ja keskustelu ovat vapaaehtoista toiminta-
ta. Lukija keskustelee vain, jos asia on hänelle tärkeä ja hän uskoo, että kommentilla on merkitystä keskustelun tai siihen osallistujien kannalta.

Esteettömyys ja saavutettavuus ovat osa lähestyttävyyttä, joka on itse keskustelun kannalta olennaisinta. Kutsu keskustelijoita ja pyydä kommentteja, toivota heidät tervetulleiksi, ole avoin, jätä varaa mielipiteille, vuorovaikuta ja keskustele kommentoijien kanssa, ole nöyrä ja suopea. Kohtele jokaista keskustelijaa henkilönä, ei yhteisön osana. Tuo selvästi esiin, että arvostat kohderyhmäsi. Älä oleta, että lukija ymmärtää käyttämiäsi termejä ja sanoilla on sama tarkoitus hänelle kuin sinulle. Bloggaajat ovat yleisesti hyvin sivistyneitä, älä aliarvioi heitä. Tunne kohderyhmäsi ja mihin he pystyvät.

Tee keskustelu helpoksi omalla asenteellasi joka välittyy blogiin. Jos lukija kokee mielipiteensä olevan tervetullut keskusteluun ja olevansa pätevä osallistumaan siihen, on todennäköistä että hän avaa sanaisen arkkunsa. Pelkästään mahdollistamalla kommentointi, bloggaaja antaa lukijoille viestin, että heidän mielipiteensä ovat kiinnostavia. Positiivisen palautteen antaminen ja rakentava kritiikki vahvistavat yhteyttäsi lukijaan ja rohkaisee keskustelijaa osallistumaan myöhemminkin. Samalla saat keskustelusta myös itse uutta ponnistusohjaa.

Ole tunnistettava. Tunnistettavuus tulee blogin ulkonäön lisäksi tekstisisällöstä ja -
tyylistä. Kohderyhmän ja aiheen valinta yleensä suuntaa jo tiettyyn tekstityyliin. Se kertoo sinusta ja tavoitteistasi. Myös teksti ja kuvat sekä niiden suhde toisiinsa vaikuttavat lukemiskokemukseen.

Tunnistettavuuteen liittyy myös se, minkälaisena henkilönä esiinnyt blogissasi. Se luo lukijalle ennakkokäsityksen siitä, mitä on odotettavissa, miksi kirjoitat ja oletko lukijan kannalta luotettava lähde aiheeseen nähden. Mieti mikä on suotuisin tapa aiheesi kannalta: esiintyä omana itsenä, alan edustajana vai henkilöhahmona. Kirjoitatko yksityisenä henkilönä, alan asiantuntijana vai edustatko jotain yritystä? Minkä tietojen julki tuominen on tärkeää? Miten vältät tarpeettomat ennakkokäsitykset? Minkälainen näkökulma palvelee aihetta? Jos et anna itsestäsi tietoja, uskottavuutesi kärsii. Myös linkittämäsi ja

kommentoimasi blogit kertovat lukijalle siitä kuka sinä olet ja kenen haluat osallistuvan keskusteluun.

Ole looginen. Pelkkä tuttuus ei merkitse keskustelijalle paljoa, ellei siihen liity mielikuvaa siitä mitä on odotettavissa. Lukijaa tuskin kiinnostaa tarkasti kuvatut henkilökohtaisen elämäsi käänteet, jos olet aikonut suunnata blogisi tietyille ammattialalle kuten kauneusalan asiantuntijoille. Käsiteltävän adian tulee liittyä kiinteästi käsiteltävään aiheeseen. Keskustelijoiden tulee myös erottaa helposti fakta ja fiktio sekä mielipiteet. Vedä keskustelua aina takaisin aiheeseen ja omaan tekstiisi. Vastaa kysymyksiin ja huomioi niissä muiden keskustelijoiden kommentit. Näin yhdistät kaikki keskustelun osat yhteen omissa vastauksissasi.

Aseta rajat ja säännöt. Tiedosta, että tietoa muodostetaan kollektiivisesti ja siitä tulee kollektiivista tietoa. Silti jokainen keskustelu ja blogi tarvitsee säännöt, joita voidaan testata toiminnan ohessa. Jos saat negatiivisia ja keskustelun kannalta tarpeettomia kommentteja, mikään ei velvoita sinua jättämään niitä julkisiksi. Ne saattavat jopa vahingoittaa jo hyvää keskustelua. Ole siis kuitenkin joustava, koska se auttaa sinua vaikeiden tilanteiden kääntämisessä positiivisiksi. Suvaitse tosiasia, että kaikkea kirjoittelua ei voi täysin hallita. Pidä keskustelijat omassa blogissasi aiheen piirissä, mutta anna heille mahdollisuus lähettää muut aiheeseen liittymättömät mielipiteet ja huomiot esimerkiksi sähköpostitse.

Anna kunnia sille, jolle se kuuluu. Mistä sait inspiraation kirjoituksellesi? Kunnioita muita kirjoittajia ja mainitse heidät tekstin yhteydessä, jos heillä on ollut osuutta tekstiin esimerkiksi antaen inspiraation tai johonkin aiemmin käymäänne keskusteluun liittyen. Muista myös kopiointiin liittyvät lait. Kunnioita keskusteluun osallistujia, älä varasta heidän sanojaan.

Luo laadukasta sisältöä. Lukija keskustelee aina laadukkaan ja hänelle tärkeän sisällön kanssa. Tähän vaikuttaa siis hänen mielenkiintonsa aiheeseen ja esittämistapa sekä heidän käsityksensä laadukkaasta sisällöstä. Onko sinulla jotain uutta ja tärkeää sanottavaa kohderyhmällesi? Muista, että pääotsikko on myös sanoma, ei ainoastaan luokitus. Parhaimmillaan se toimii iskevänä viestinä, joka jää lukijan mieleen ja jota hän toistaa muualla. Rikastuta jo alkanutta keskustelua lisäämällä siihen ajatuksia ja näkökulmia.

Jokainen kirjoituksesi saattaa olla ensivaikutelma uudelle lukijalle – ja mahdolliselle keskustelijalle. Tee hyvä ensivaikutelma. Käytä suurin osa ajasta taataksesi sisällön laadukkuuden: valmistele ja viimeistele tekstisi huolellisesti. Tekstistä löytyvät kirjoitusvirheet, toimimattomat linkit ja tarpeettomat voimasanat verottavat tekstin uskottavuutta. Se myös heijastaa omia asenteita ja arvojasi. Älä kuitenkaan pelkää vastakohtia, ne saattavat olla omiaan tekemään blogistasi mielenkiintoisen ja tuomaan uusia näkökulmia. Loogisuus ei saa verottaa yllätyksellisyyttä. Älä tuota pettymystä, vaan yllätä. Kommentoinnin aihe on kuitenkin keskeinen syy, minkä vuoksi kävijä kommentoi. Hän päättää kommentoimisesta itse.

Osallistu itse keskusteluun. Seuraa ja osallistu keskusteluun muissakin kuin omassa blogissasi. Heijasta blogisi laadukkuus myös muissa blogeissa antamiisi kommentteihin. Se on tärkeä osa keskustelua, muiden kunnioittamista ja uskottavuutta. Lisää toisen

blogiin tekemilläsi kommentteilla sen arvoa. Mitä bloggaaja sanoi hyvin? Mitä häneltä jäi huomiotta? Onko sama asia tullut jo esiin muualla? Onko sinulla jotain lisättävää tai kysyttävää? Miten keskustelun aihe ilmenee sinun ja kohderyhmäsi elämässä? Entä miten se ilmenee tulevaisuudessa tai ilmeni menneisyydessä? Alkuperäiselle ajatukselle voi olla vaihtoehtoja. Tue ja vaali keskustelua!

13 Lähteet

13.1 Painetut lähteet

- Dunderfelt, T & Laakso J. & Niemi P. & Peltola R. & Vidjeskog J. 2001. Yksilöllinen ihminen. Psykologia 5. WSOY.
- Helsingin sanomat, 24.12.2005 b. Blogien kirjoittajat hakevat hyväksyntää identiteetilleen.
- Helsingin sanomat, 25.3.2005 a. Opettajia netissä haukkuneita ranskalaiskoululaisia erotettu.
- Helsingin sanomat, 9.9.2009. Oikeus: Jussi Halla-ahon lausunto ruokkii uskonnollista suvaitsemattomuutta.
- Hindman, M. 2009. The myth of digital democracy. Princeton University Press.
- Ketola, K. & Knuutila S. & Mattila A. & Vesala K. M. 2002. Puuttuvat viestit: Nonkommunikaatio inhimillisessä vuorovaikutuksessa. Helsinki: Gaudeamus.
- Kilpi, T. 2006. Readme.fi: Blogit ja bloggaaminen. Jyväskylä: Gummerus.
- Korpela J. & Linjama, T. 2003. Web-suunnittelu. Docendo Finland Oy.
- Kuhns, P. & Crew A. 2006. Blogosphere. The best of blogs. Que Publishing.
- Rättälä, T. 2007. Sosiaalisen median mahdollisuudet kodin, koulun ja kunnan viestinnässä. Blogi-päiväri-tutkimushankkeen loppuraportti. Tampere: Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos.
- Salmela-Aro, K. & Nurmi J. 2002. Mikä meitä liikuttaa. Modernin motivaatiopsykologian perusteet. PS-kustannus.
- Scoble, R. & Israel S. 2006. Blogit ja bisnes. Helsinki: Basam Books Oy. Cosmoprint Oy (2008).

13.2 Sähköiset lähteet

- Aaltonen, K. 2003. Internet ja mielenterveystyö. Suomen Mielenterveysseuran raporttisarja 3/2003. <http://www.mielenterveysseura.fi/files/70/internet_ja_mielenterveystyo.pdf> [Viitattu 6.11.2009]
- Apparel Search. 2009. Fashion blogs. <http://www.apparelsearch.com/Definitions/Fashion/fahi_on_blogs_definition.htm> [Viitattu 2.11.2009]
- Ashplant, M. 2008. Metro: Naked YouTube campaign sweeps the net. <http://www.metro.co.uk/weird/article.html?in_article_id=143101&in_page_id=2> [Viitattu 11.11.2009]
- Ask Oxford. 2009a. Fashion. <http://www.askoxford.com/concise_oed/fashion?view=uk> [Viitattu 2.11.2009]
- Ask Oxford. 2009b. Trend. <http://www.askoxford.com/concise_oed/trend?view=uk> [Viitattu 2.11.2009]
- Ask Oxford. 2009c. Style <http://www.askoxford.com/concise_oed/style?view=uk> [Viitattu 2.11.2009]
- Cassie (a). Avaruuden Kevät. <<http://avaruuden-kevat.blogspot.com/>> [Viitattu 12.11.2009]
- Cassie (b). Avaruuden Kevät: Ensimmäinen. <<http://avaruuden-kevat.blogspot.com/2008/09/ensimminen.html>> [Viitattu 12.11.2009]
- Cassie (c). Avaruuden Kevät: ...argh... <<http://avaruuden-kevat.blogspot.com/2009/10/argh.html>> [Viitattu 12.11.2009]
- Cassie (d). Avaruuden Kevät: miksi?miten? <<http://avaruuden-kevat.blogspot.com/2009/10/miksimiten.html>> [Viitattu 12.11.2009]
- Cnet. Community weekly poll: What do you guys think about the new The Naked Vlog Campaign. <http://forums.cnet.com/5208-7810_102-0.html?threadID=291783> [Viitattu 11.11.2009]
- Crunchbase: Renee Blodgett. 2009. <<http://www.crunchbase.com/person/renee-blodgett>> [Viitattu 15.10.2009]
- Dahl, K. Culture. <<http://www2.eou.edu/~kdahl/cultdef.html>> [Viitattu 5.12.2009]
- Dean, K. 2005. Wired: Blogging + Video = Vlogging. <<http://www.wired.com/entertainment/music/news/2005/07/68171>> [Viitattu 9.10.2009]

- Denny, I. 2008. Campaign Against Rude Bloggers – And A Call To Action. <<http://iandenny.blogspot.com/2008/02/campaign-against-rude-bloggers-and-call.html>> [Viitattu 29.10.2009]
- Free Dictionary, The. 2009a. Publicity. <<http://www.thefreedictionary.com/publicity>> [Viitattu 3.11.2009]
- Free Dictionary, The. 2009b. Fame <<http://www.thefreedictionary.com/fame>> [Viitattu 3.11.2009]
- Gahrn, A. 2006. Missing the Conversation for the Blogs. <http://www.rightconversation.com/2006/01/missing_the_con.html> [Viitattu 10.9.2009]
- Garrett, C. 2007. The Blog Herald: The Art of Blog Conversation. <<http://www.blogherald.com/2007/09/28/the-art-of-blog-conversation/>> [Viitattu 10.11.2009]
- Garrett, C. 2008. The Blog Herald: Conversation Web Style. <<http://www.blogherald.com/2008/08/08/conversation-web-style/>> [Viitattu 10.11.2009]
- Kangaspunta, S. Julkisuuden synty ja määrittely. <<http://www.internetix.fi/opinnot/opintojaksot/0viestinta/mediaanalyysi/julkisuus/julkisuuden.htm>> [Viitattu 3.11.2009]
- Kanter, B. 2008. What's your (blog) Conversation strategy? <http://beth.typepad.com/beths_blog/2008/06/whats-your-blog.html> [Viitattu 13.11.2009]
- Kay, K. 2007. Mail Online: The fashion blog stars. <<http://www.dailymail.co.uk/femail/article-428821/The-fashion-blog-stars.html>> [Viitattu 3.11.2009]
- Knitz, E. 2006. Marketing Profs Daily Fix: Why Blog Post Frequency Doesn't Matter Anymore. <http://www.mpdailyfix.com/2006/06/w_why_blog_post_frequency_does.html> [Viitattu 3.11.2009]
- Kontras, A. Talk about moving in the 21st Century... <<http://www.4tvs.com/Journey/Pages/J1200.html>> [Viitattu 17.9.2009]
- Lipsanen, N. Mitä ovat paluuviihteet (trackback)? <<http://aiheet.domnik.net/ai-2008/03/paluuviihte-trackback>> [Viitattu 17.9.2009]
- McConnell, B. 2006. Church of the Costumer Blog: The 1% Rule: Charting citizen participation. <http://customerevangelists.typepad.com/blog/2006/05/charting_wiki_p.html> [Viitattu 4.11.2009]
- Miller, L. 2008. Live! Nude! Vloggers! <<http://newteevee.com/2008/04/16/live-nude-vloggers/>> [Viitattu 3.11.2009]
- MTV3. 2005. Uutiset: Habbo-hotellissa nuorille tietoa mielenterveydestä. <<http://www.mtv3.fi/uutiset/arkisto.shtml/arkistot/kotimaa/2005/09/390690>> [Viitattu 4.11.2009]
- New York Times Blogging Guide – The Unwritten Rules for Blogs. 2008. <<http://www.labnol.org/internet/blogging/new-york-times-blogging-guide-the-unwritten-rules-for-blogs/2648/>> [Viitattu 29.10.2009]
- New York Times, The. 2004. Warner's Tryst With Bloggers Hits Sour Note. <<http://www.nytimes.com/2004/08/16/technology/16song.html?ex=1250395200&en=41407a3596cb72c7&ei=5090&partner=rssuserland>> [Viitattu 9.10.2009]
- Obi, M. 2006. My fashion life: Vogues take on fashion blogs. <<http://www.myfashionlife.com/archives/2006/12/05/vogues-take-on-fashion-blogs/>> [Viitattu 3.11.2009]
- Pick, M. 2008. How To Blog: A Beginner's Blog Publishing Guide. <http://www.masternewmedia.org/independent_publishing/blogging-how-to-blog/guide-to-publishing-first-blog-20071104.htm.htm> [Viitattu 7.12.2008]
- RCDL LBL. 2009. <<http://rcrdlbl.com>> [Viitattu 9.10.2009]
- Rowse, D. 2005. Shoeblogs six figure blogger – Manolo from Shoeblogs. <<http://www.problogger.net/archives/2005/09/23/shoeblogs-six-figure-blogger/>>
- Rowse, D. 2006. Probloggers: 10 Techniques to Get More Comments on Your Blog. <<http://www.problogger.net/archives/2006/10/12/10-techniques-to-get-more-comments-on-your-blog/>> [Viitattu 13.11.2009]
- Rubel, S. 2006. Micro Persuasion: Blogging Isn't Just Writing, It's a Dialogue. <http://www.micropersuasion.com/2006/01/blogging_isnt_j.html> [Viitattu 10.11.2009]
- Sandhill Trek. November 30, 2004. Why Do We Blog? <http://sandhill.typepad.com/sandhill_trek/2004/11/why_do_we_blog.html> [Viitattu 28.9.2009]
- Sartorialist, The. 2009a. Bio. <http://www.thesartorialist.com/bio.html> 3.11.2009
- Sartorialist, The. 2009b. Press. <http://www.thesartorialist.com/press.html>
- Sartorialist, The. 2009c. Blog. <http://thesartorialist.blogspot.com/>

- Schroeder, K. 2009. < <http://www.extremewealthguide.com/2009/09/definition-of-annoying-bloggers.html>> [Viitattu 29.10.2009]
- Stereogum. 2009. Stereogum: About Us. <<http://stereogum.com/about.html>> [Viitattu 9.10.2009]
- Stubb, A. 2009 a. Itämereltä Madridiin. <<http://www.alexstubb.com/fi/blog/?m=11&y=2009>> [Viitattu 11.11.2009]
- Stubb, A. 2009 b. Alex lyhyesti. <<http://www.alexstubb.com/fi/info/>> [Viitattu 11.11.2009]
- Swafford, B. 2008. <<http://bloggingwithoutablog.com/blogging-etiquette-the-unwritten-rules/>> [Viitattu 29.10.2009]
- Technorati (a). 2008. State of the Blogosphere 2008, Introduction. <<http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/>> [Viitattu 8.10.2009]
- Technorati (b). 2008. State of the Blogosphere 2008, Who Are The Bloggers? <<http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/who-are-the-bloggers/>> [Viitattu 8.10.2009]
- Technorati (c). 2008. State of the Blogosphere 2008, The What and Why of Blogging. <<http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/the-what-and-why-of-blogging/>> [Viitattu 8.10.2009]
- Technorati (d). 2008. State of the Blogosphere 2008, The How of Blogging. < <http://technorati.com/blogging/state-of-the-blogosphere/the-how-of-blogging/>> [Viitattu 8.10.2009]
- Technorati. 2009. Support FAQ: What is Authority? <<http://support.technorati.com/faq/topic/71>> [Viitattu 12.10.2009]
- The Online Diary History Project. <<http://www.diaryhistoryproject.com/>> [Viitattu 18.9.2009]
- Tukiainen, J. 2009 a. Yleisön pyynnöstä, olkaa hyvä. <<http://www.hymy.fi/blogit/seksia-ja-samppanjaa-johanna-tukiaisen-blogi/blogi/yleison-pyynnosta-olkaa-hyva>> [Viitattu 11.11.2009]
- Tukiainen, J. 2009 b. Seksiä ja samppanjaa. <<http://www.hymy.fi/blogit/seksia-ja-samppanjaa-johanna-tukiaisen-blogi/>> [Viitattu 11.11.2009]
- Wall Street Journal. 2006. Blogs get under the tent. <http://online.wsj.com/public/article/SB115801727410860002-3NtzCOa4qvjJFhAIAC1lICEhM4_20070911.html> [Viitattu 2.11.2009]
- VanFossen, L. 2007a. The Blog Herald: Is Your Blog a Conversation Blog or Answer Blog? <<http://www.blogherald.com/2007/07/27/is-your-blog-a-conversation-blog-or-answer-blog/>> [Viitattu 10.11.2009]
- VanFossen, L. 2007b. The Blog Herald: Do You Kill The Blog Conversation? <<http://www.blogherald.com/2007/07/20/do-you-kill-the-blog-conversation/>> [Viitattu 13.11.2009]
- What Is RSS. <<http://www.whatisrss.com>> [Viitattu 8.11.2009]
- Wikipedia (a). Blog. <<http://en.wikipedia.org/wiki/Blog>> [Viitattu 19.11.2008]
- Wikipedia (b). Online diary. <http://en.wikipedia.org/wiki/Online_diary> [Viitattu 18.9.2009]
- Wikipedia (c). Art log. <<http://en.wikipedia.org/wiki/Artlog>> [Viitattu 23.9.2009]
- Wikipedia (d). Blogi. Blogityyppejä. <<http://fi.wikipedia.org/wiki/Blogi#Blogityyppej.C3.A4>> [Viitattu 23.9.2009]
- Wikipedia (g). Technorati. <<http://en.wikipedia.org/wiki/Technorati>> [Viitattu 3.10.2009]
- Wikipedia (h). MP3 blog. <http://en.wikipedia.org/wiki/MP3_blog> [Viitattu 9.10.2009]
- Wikipedia (i). Julkisuuden henkilö. <http://fi.wikipedia.org/wiki/Julkisuuden_henkil%C3%B6> [Viitattu 4.11.2009]
- Wikipedia (j). RSS. <<http://en.wikipedia.org/wiki/RSS>> [Viitattu 8.11.2009]
- Vinson, J. 2006. Blogs as conversation. <http://blog.jackvinson.com/archives/2006/01/25/blogs_as_conversation.html> [Viitattu 13.11.2009]
- Wordpress. Using permalinks. <http://codex.wordpress.org/Using_Permalinks> [Viitattu 17.9.2009]
- Wortham, J. After 10 Years of Blogs, the Future's Brighter Than Ever. <http://www.wired.com/entertainment/theweb/news/2007/12/blog_anniversary> [Viitattu 19.11.2008]
- YLE. 2009a. Oppiminen: Blogit mielenterveystyönä. <<http://oppiminen.yle.fi/artikkeli?id=5547>> [Viitattu 4.11.2009]
- YLE. 2009b. Opettaja.tv: Terveystieto, Terveysten perusteet (TE1): Mielenterveys ja sosiaalinen tuki. <<http://opettajatv.yle.fi/teemat/aine/23/123/392>> [Viitattu 4.11.2009]
- Yritys 2.0. <<http://yritys20.com>> [Viitattu 24.11.2008]

- Zawodny, J. 2003. The 10 Habits of Highly Annoying Bloggers. < <http://jeremy.zawodny.com/blog/archives/000521.html>> [Viitattu 29.10.2009]
- Zimbio: "How To Talk So People Will Listen" by Steve Brown. 2008. <<http://www.zimbio.com/Public+speaking/articles/14/How+Talk+People+Will+Listen+Steve+Brown>> [Viitattu 10.11.2009]

13.3 Muut lähteet

- Salonen, Kristina (a). Suomen Mielenterveysseura. Puhelin keskustelu. 4.11.2009.
- Salonen, Kristina (b). Suomen Mielenterveysseura. Powerpoint-esitys Kuntokoulu mielelle Varialla, Tikkurilassa 25.2.2009.